

XIII Asamblea General de ALAFEC

Buenos Aires, Argentina
del 9 al 12 de Octubre de 2012



**Asimetría entre los requerimientos
de la Responsabilidad Social
Empresarial y los objetivos que se
desprenden de las teorías de la
administración, basadas en el
paradigma económico imperante**

Ponencia para la XIII Asamblea General ALAFEC

Título:

Asimetría entre los requerimientos de la Responsabilidad Social Empresarial y los objetivos que se desprenden de las teorías de la administración, basadas en el paradigma económico imperante.

Área Temática:

Ética y Responsabilidad Social

Sub área temática:

Responsabilidad Social Empresarial

Autor:

Luis Alberto Aravena Tapia

Institución:

Alumno Doctorado en Ciencias de la Administración de la Universidad de Santiago de Chile.

Domicilio:

Santo Domingo 755, Depto. 1906 Santiago de Chile.

Número de Teléfono y Fax:

Fono: (56- 2) 6382052 Fax: (56- 2) 7180883

Dirección electrónica:

albertoaravena@hotmail.com

Dirección para correspondencia:

Santo Domingo 755, Depto. 1906 Santiago de Chile.

Asimetría entre los requerimientos de la Responsabilidad Social Empresarial y los objetivos que se desprenden de las teorías de la administración, basadas en el paradigma económico imperante.

Resumen:

El propósito de que las empresas deben ampliar su función de maximizar la rentabilidad del accionista ha llegado a ser conocida como la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La RSE ha ido requiriendo nuevas funciones a las empresas, persiguiendo un equilibrio entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales.

Esta investigación tiene como objetivo explorar cómo se relacionan los requerimientos que impone a las empresas la RSE con los objetivos que se desprenden de las teorías de administración, basadas en el paradigma económico imperante (modelo neoliberal).

La metodología de investigación se ha basado en la revisión bibliográfica de investigaciones relacionadas con la RSE. Esta metodología se ha complementado con una revisión bibliográfica de la teoría de la agencia y los gobiernos corporativos, y cómo estos conceptos se relacionan con el paradigma económico imperante.

Este estudio concluye que se presenta una asimetría entre las dimensiones de la RSE, que imponen sus requerimientos, y los objetivos que se generan desde las teorías de administración, principalmente la teoría de la agencia, que se desprenden del paradigma económico imperante.

El resultado de la investigación tiene implicancias en la práctica y teoría de la administración y en la generación de sus estrategias, dado que a los ejecutivos se le exige desde el punto de vista de la RSE, tres ámbitos (económico, social y ambiental), pero se le mide y recompensa sólo en base a la dimensión económica, específicamente en relación a la maximización de la rentabilidad para los accionistas.

Palabras clave: RSE - Teoría de Agencia - Gobiernos Corporativos - Paradigma Económico

I.- Objetivos de la Investigación

El objetivo de esta investigación es explorar desde una perspectiva teórica las relaciones entre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), los Gobiernos Corporativos (GC) y la Teoría de la Agencia (TA), detectando las influencias entre las teorías y describiendo las dificultades que se pueden generar para la RSE al hacer interactuar estas teorías.

II.- Metodología de la Investigación

La metodología del estudio se ha basado en la revisión bibliográfica de investigaciones relacionadas con la RSE. Esta metodología se ha complementado con la revisión bibliográfica de la teoría de la agencia y el gobierno corporativo, y cómo estos conceptos se relacionan con el paradigma económico imperante.

La investigación es teórica y de carácter exploratoria que busca comprender las relaciones entre los conceptos en revisión. Para cumplir el objetivo de comprender el fenómeno se han seleccionado investigaciones de los últimos 12 años (2000-2012), con el objeto de obtener una evaluación contemporánea, considerando la evolución reciente de la RSE y los Gobiernos Corporativos.

El proceso de análisis de los datos se presenta en la sección III (Revisión Bibliográfica).

III. Revisión Bibliográfica

1.- Paradigma Económico imperante

Milton Friedman citado en Coelho, McClure y Spry (2003) sostiene que en una economía de libre mercado, hay sólo una responsabilidad social de la empresa, para usar sus recursos en beneficios de los accionistas, mientras se mantenga dentro de las reglas, sin fraude y que los ejecutivos de las empresas deben promover los intereses de los accionistas, mientras se abstienen del fraude. Se considera al menos discutible que el bien común sea promovido por las

sociedades anónimas, considerando que son dirigidas para maximizar las ganancias de los accionistas.

Carson (2003) indica que el modelo de la mano invisible de Adam Smith presupone que las empresas son dirigidas por sus propietarios, pero que en el capitalismo moderno involucra una separación entre la propiedad y la dirección de la empresa, y que la difusión de la propiedad en las sociedades anónimas modernas hace muy difícil para sus accionistas ejercitar el control eficaz sobre sus inversiones. Concluye que existe una oportunidad considerable para ejecutivos de alto rango de enriquecerse a expensa de los accionistas y los demás.

Jeannot (2000) citando a Smith (1759), McGregor (1960) y Taylor (1967) señala que el hombre racional-económico se define orientado a satisfacer sus necesidades, preponderantemente en el ámbito monetario, y que busca maximizar su beneficio y no necesariamente sus necesidades.

Este modelo de ser humano con recursos, evaluador y maximizador de sus beneficios según sus propios intereses personales, que pueden diferir de los intereses de la organización, sólo estará dispuesto a mejorar su producción si ello le permite maximizar sus beneficios (Jensen y Meckling, 1994).

2.- Teoría de la Agencia

La teoría de la agencia elaborada por Jensen y Meckling en 1976, muestra que los accionistas pueden asegurarse que el agente tomará las decisiones óptimas sólo si los incentivos son apropiados y el agente es monitoreado (Bonazzi y Sardar, 2007).

Ekanayake (2004) citando a Jensen y Meckling (1976) explica que en una relación de agencia el principal delega las decisiones y/o el trabajo a otro (el agente). El problema de agencia existe porque el agente tiene objetivos que son diferentes a los del principal.

La teoría de la agencia intenta resolver dos problemas: (a) el de observación que surge porque el principal no puede verificar si el agente ha actuado

apropiadamente, (b) y del comportamiento de riesgo que surge cuando el principal y el agente tienen actitudes diferentes al riesgo (Ekanayake, 2004).

Jennings (2005) menciona que los ejecutivos a veces envían señales contradictorias cuando hacen hincapié en la ética pública y luego hacen demandas a sus subordinados para obtener beneficios personales. El enfoque principal – agente toma como base los modelos del comportamiento humano. Los modelos del comportamiento humano plantean que la relación entre el principal y el agente se caracteriza por la asimetría de la información, es decir el principal tiene el poder de formular metas y el dinero, y el agente tiene el poder del conocimiento sobre la producción.

El problema de agencia surge cuando los administradores toman sus decisiones sobre el uso de los activos sin ser sus dueños, y los efectos de estos problemas sobre las decisiones de inversión y compensación de las empresas. El problema de agencia ya había sido señalado por Adam Smith en su libro “The Wealth of Nations”, señalando acerca de las empresas con propiedad dispersa; *“No se puede esperar que los directores de las empresas, que son los administradores del dinero de otros y no del propio, tengan el mismo cuidado y ganas de vigilar vigorosamente los recursos de la empresa, que si estos recursos fueran de ellos”* (Jeannot, 2000).

3.- Gobiernos Corporativos

El concepto de Gobierno Corporativo implica una estructura jerárquico - empresarial que incorpora una serie de mecanismos y herramientas para proteger los intereses de los accionistas (actuales y potenciales), evitando que quienes controlan se aprovechen en beneficio propio o los administren en forma dolosa, conceptos de selección adversa y riesgo moral (Darus y Mohamad, 2011), (Lefort y González, 2008).

Según Koslowski (2009) el modelo de GC angloamericano se centra en el accionista y se orienta al mercado de capitales y el control corporativo, mientras que el modelo europeo continental se centra en los grupos de presión orientada a

las decisiones consensuales. La orientación hacia el mercado o los grupos de presión dependerá del propósito de la firma que se expresa en la formación de las reglas legales y éticas de las empresas.

Darus y Mohamad (2011) afirman que después de la crisis económica de 1997 el GC ha pasado por reformas muy importantes, buscando mitigar los riesgos de fracasos corporativos, indicando que el impacto del GC depende de la estructura de la junta, de la propiedad y los mecanismos de control interno sobre el rendimiento de las empresas.

Por su parte, Uhlener, Wright y Huse (2007) evidencian que el concepto de GC se ha centrado en la teoría de la agencia y en las sociedades anónimas públicas, mientras que Chung y Luo (2008) establecen que los GC, basados en la teoría de la agencia, se han orientado al mercado en las economías emergentes.

Child y Rodríguez (2003) apuntan que las nuevas formas organizativas pueden ser conciliadas con los requisitos para el GC a través de varios desarrollos complementarios, incluyendo la cooperación de los empleados y la relación de la propiedad y el gobierno, como formas más inclusivas del control, con la observación mutua y la promoción de la confianza.

En la investigación de Ahrens (2008) se advierte que el GC ha asumido que las éticas se relacionan con el racionalismo económico, indicando que los requisitos financieros pueden desanimar a los ejecutivos en las posturas éticas del GC, agrega que la teoría de la agencia y la teoría del grupo de presión hacen que la ética de la empresa dependa de las razones fundamentalmente económicas, dado que esas teorías se arraigan en el racionalismo económico.

Por ejemplo, Ahrens (2008) sostiene que las empresas buscan la maximización de la riqueza, en que la motivación humana es codiciosa, y los directores son egoístas. La codificación del comportamiento corporativo proporciona la oportunidad de normalizar una ética especial a través de la dependencia sobre el racionalismo económico de una manera no vista antes. Un problema es que las reglas del GC exhortan a compañías a que sigan esas éticas, sin alguna vez

ofrecer una justificación clara. ¿Pero una ética puede aspirar a universalidad y objetividad de la manera que las premisas científicas del racionalismo económico lo hacen?, Wieland (2005) subraya que la puesta en funcionamiento de los gobiernos corporativos no sólo debe responder a un programa de cumplimiento, sino que también deben apuntar a los valores morales de la empresa.

Wieland (2005) define el GC como los recursos de una empresa (incluyendo los recursos morales) y las capacidades, de asumir las responsabilidades de los grupos de presión. El debate de los datos empíricos revela seis principios básicos que determinan las claves del GC europeo: los derechos del accionista, la transparencia, el derecho al voto, la regulación de la remuneración, los diseño de las estructuras organizativas, y la responsabilidad social corporativa.

Rubach y Picou (2005) señalan que la teoría de la agencia indica que la promulgación de las pautas del GC debe crear valor para los propietarios, pero en su investigación concluyen que sólo algunas empresas presentaban una reacción importante y que se debía a que las comunicaciones eran poco claras para los propietarios.

De acuerdo a Rost, Osterloh, Frey, e Inauen (2010) los GC son una acción para solucionar los problemas de agencia de las empresas modernas, facilitar y mejorar el control.

Brink (2010) señala que el GC no sólo debe considerar a los accionistas en sus decisiones, sino que también a los empleados, pues éstos tienen un riesgo residual en las acciones del GC, y que el directorio debe proteger al empleado, resultando en un cambio fundamental de la perspectiva en la teoría de la firma, un cambio que debe promover investigación de la ética en la empresa.

Según Matsumura y Jae (2005) los escándalos recientes vinculados a las remuneraciones de los ejecutivos han traído al debate la restricción de la compensación a los ejecutivos y la reforma de los GC, indicando que si los ejecutivos tienen acciones de la empresa, el inversionista debe incrementar su acción de supervisión.

Jo y Harjoto (2012) señalan en su estudio que desde un punto de vista empírico, y en el contexto de la teoría de la agencia y la teoría de los grupos de presión, la RSE no afecta las variables del GC, pero que el GC afecta a la RSE.

Fairbrass, Zueva-Owens (2012) apuntan que el interés académico en la RSE se presenta desde la década del 30, con gran cantidad de datos empíricos, ubicándolos en los campos de estudio de la dirección y ética de empresas, destacando que la RSE puede ser operacionalizada por medios de los GC.

La Organización para el Desarrollo y la Cooperación Económica (OECD) define GC como: *“Sistema por el que las empresas están dirigidas, en que la estructura de los gobiernos corporativos señala la distribución de los derechos y las responsabilidades entre los diferentes participantes de la empresa, como la junta, directorio, accionistas y otros grupos de presión y señala las reglas y procedimientos para tomar las decisiones en los asuntos de la empresa y de estructura y medios para conseguir sus objetivos y monitorear el rendimiento”*. (OECD, 1999).

4.- Responsabilidad Social Empresarial

La idea de que una empresa con fines de lucro debe ampliar el alcance de su función objetiva de incluir las consideraciones más allá de la maximización de la riqueza del accionista ha llegado a ser conocido como la responsabilidad social empresarial (Vitaliano, 2010).

Gyves y O’Higgins (2008) concluyen en su investigación que la RSE debe ser voluntaria y estratégica y que se pueden conciliar los objetivos de los accionistas y de los grupos de presión.

En el caso de Lee y Carroll (2011) subrayan que el surgimiento de la RSE en las editoriales de los periódicos de Estados Unidos ha surgido en los últimos 25 años, mostrando como dimensiones lo económico, ético, legal y filantrópico. En la mayoría de los artículos la opinión sobre las dimensiones fue negativa.

Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX en el marco del Cooperativismo y el Asociativismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva (Carson, 2003).

Gholami (2011) muestra que la RSE es un mecanismo moderno de rendición de cuentas en el mundo de los negocios y en la era competitiva, que establece la dependencia recíproca entre una organización y la sociedad, así como los indicadores que influyen en esta relación. El diseño de la organización, la estrategia, los recursos, sus procesos, las propuestas de negocios y la interacción con los grupos de presión crean valor para la empresa que se debería expresar en su responsabilidad social.

Por otra parte, Martínez (2008) señala que la RSE son las prácticas que la empresa sigue para mejorar las relaciones con los grupos de presión y crear valor, pero que la RSE debe ir más allá de las obligaciones contractuales que imponen esas relaciones, aumentando las iniciativas voluntarias y que la RSE debe ser voluntaria, dado que si es obligatorio pierde su eficacia como herramienta competitiva para crear diferenciación en el mercado.

a.- Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial

La RSE se ha desarrollado a una tasa asombrosa en los últimos años (Reeve, 2004) y es uno de los conceptos más abordados en la literatura actual (Turker, 2009).

Idowu (2011) apunta que los resultados de sus investigaciones indican que las personas individuales, en grupos industriales o empresarios, actúan por separado, e incluso entidades corporativas han estado indirectamente comprometidas en las actividades de RSE en el Reino Unido por más de 200 años.

Para Freeman y Hasnaoui (2011) la RSE ha existido con ese nombre desde hace más de 70 años, pero que no es un concepto universalmente adoptado y que es comprendido de formas distintas a pesar de las presiones crecientes para su constitución como hábito.

Panapanaan, Linnanen, Karvonen, y Phan (2003) indican que no hay una definición exacta de RSE. Quiroz y Aitken (2007), señalan que la RSE es un concepto mal definido, que ha sido interpretado e implementado de maneras diferentes, afirmando que no hay una definición clara y unánime de qué es o cómo debe ser. Freeman y Hasnaoui (2011) apuntan que falta una definición y que se usan términos ambiguos y contrapuestos, incluso por los cuerpos que legislan, autorizan o recomiendan la RSE.

Coelho, McClure y Spry (2003) recalcan que los llamados para la RSE se extienden, pero que aún no hay consenso sobre lo que representa, que el paradigma de la RSE se extiende más allá de la persecución de beneficios del accionista, incluyendo a los grupos de presión, pero que los grupos de presión están mal definidos, por lo cual algunos incluyen animales no humanos y cosas no sensitivas.

b. Perspectivas de la Responsabilidad Social Empresarial

Enderle y Tavis (2000) subrayan que se deben balancear las responsabilidades económicas, sociales y ambientales corporativas, más allá del enfoque de grupo de presión, mientras que Patton (2010) indica que la triple conclusión de la RSE son las personas, el planeta y la ganancia. Freeman y Hasnaoui (2011) también apoyan el enfoque triple (económico, social y ambiental).

Korhonen (2003) sostiene que las dimensiones de la RSE son la sostenibilidad económica, social y ecológica, pero critica que lo social y ecológico se trata como algo complementario a lo económico.

Por otro lado, Heal (2005) advierte que la RSE es la respuesta a los fracasos del mercado para solucionar los problemas relacionados con los costos sociales que implica la actividad empresarial.

La RSE es un diálogo entre las empresas y sus grupos de presión, pero que todavía hay poca orientación respecto a cómo pueden implementar la RSE para maximizar los retornos para la inversión en RSE (Bhattacharya, Korschun y Sen, 2009)

Bravo, Matute y Pina (2012) definen la RSE como un elemento de la identidad corporativa, pero que las empresas que institucionalizan valores de la RSE como elementos centrales de su identidad son todavía reducidas y que la mayoría de las empresas revela acciones de RSE que son más visibles para sus clientes o la comunidad.

Por otra parte, Lindgreen, Swaen y Johnston (2009) revelan que las sustentaciones teóricas de la RSE han sido debatidas frecuentemente, pero que los estudios empíricos involucran solamente aspectos limitados, indicando que la teoría actual no es congruente con las prácticas verdaderas y puede impedir el conocimiento y desarrollo de la RSE.

Heal (2005) analizó la RSE desde la perspectiva económica y financiera y cómo es reflejada en los mercados financieros, concluyendo que la RSE puede mejorar las ganancias corporativas y mitigar los riesgos de reputación.

c.- La Perspectiva Económica de la Responsabilidad Social Empresarial

Lindorff y Peck (2010) advierten que muchos ejecutivos tienen la premisa principal del modelo de creación de riqueza en que la responsabilidad principal de la empresa es maximizar el valor para cubrir sus obligaciones con los accionistas.

Para Hillestad, Xie y Haugland (2010) la preocupación por asuntos ambientales puede generar ventajas de reputación y de diferenciación que entreguen una reputación y marca corporativa fuerte.

Francisca (2007) menciona que la RSE puede influir en el valor de la acción de una empresa y que se puede generar valor reflejando los valores de la RSE en el mercado.

Apunta Joyner y Payne (2002) que hay reconocimiento cada vez mayor de que las buenas éticas y la RSE pueden tener un impacto económico seguro sobre el rendimiento de las firmas.

Según Lindgreen, Swaen y Johnston (2009) la RSE en una organización puede incrementar sus ingresos y ganancias, y que mejora su oportunidad de sobrevivir a largo plazo.

Knez, Mulej y Dyck (2006) indican que la RSE exige que seres humanos piensen, decidan y actúen en base a reducir su concepto estrecho de empresas para encontrar la ganancia solamente. El comportamiento de la empresa debe ser destinado a cubrir las necesidades sociales y generar ingresos y ganancias.

Para Mainelli (2004), las empresas deben ser recompensadas por la aplicación de la RSE, y sin recompensas las empresas no van a cambiar su comportamiento y ese sentido expresa que la recompensa ideal para la RSE en las organizaciones comerciales sería el aumento demostrable en valor para el accionista.

De acuerdo a Stovall, Neill y Reid (2006), los llamados a los comportamientos éticos empresariales deben comprender la función económica de la empresa, que en la economía neoclásica, respaldada por la educación de la empresa tradicional, se centra en que el accionista es el grupo de interés principal.

Po su parte, Nikolaeva y Bicho (2011) afirman que la RSE implica gastos importantes y que las empresas lo implementan voluntariamente, dado que al comunicarlos se aumenta la reputación de las empresas, por lo tanto la visibilidad en los medios y los esfuerzos en publicidad son factores importantes en la adopción de la RSE.

Jo y Harjoto (2012) establecen que el compromiso de RSE con la comunidad, ambiente, diversidad y empleados tienen un papel significativo en aumentar el rendimiento financiero corporativo, mientras que Porter y Kramer (2006) indican que la RSE puede ser mucho más que un costo, una limitación o un acto de beneficencia, y puede ser una fuente de oportunidades de innovación y ventajas competitivas.

d.- Ejecutivos y Responsabilidad Social Empresarial

Pelozza y Papania (2008) apuntan que la relación entre la RSE y el rendimiento financiero depende de las habilidades y motivaciones de los ejecutivos para enfocar sus iniciativas de RSE a grupos de presión que los recompensan o castigan según su poder, urgencia y legitimidad.

De acuerdo a Lindorff y Peck (2010) los ejecutivos pueden tener un modelo mental de firma alineado al accionista o al grupo de presión de la firma y que las necesidades de los accionistas y grupo de presión se deben balancear. También señalan que los empleados son un grupo de presión fuerte y que sus influencias pueden ser una palanca clave para el cambio del comportamiento de RSE en una empresa.

Según Robins (2008) la RSE es reconocida por los ejecutivos como moralmente atractiva, pero es juzgada de poca ayuda para los asuntos de negocios y que debe ser impuesta por medio de regulación.

Nord y Fuller (2009) recalcan que el empleado es clave en el cambio del paradigma de RSE y que puede generar los cambios desde abajo hacia arriba en adición a la visión vertical tradicional.

Para London (2010) la RSE dependerá de las actitudes y comportamientos individuales en el cambio organizativo de los ejecutivos de las empresas, que deberían ser líderes sociales. Pearce y Manz (2011) reconocen el liderazgo de los ejecutivos como contribución a la implementación de la RSE.

En su investigación Bonazzi y Sandar (2007) concluyen que los incentivos incluyen opciones de compra de acciones que son directamente relacionados con los intereses de los accionistas y los resultados de las decisiones de la dirección. Por su parte, Bolos, Ortan y Otgon (2010) destacan que los accionistas seleccionan las inversiones que generan una alta rentabilidad y por ello tenderán a forzar a las empresas a buscar un alto rendimiento.

Por otra parte, Micewski y Troy (2007) afirman en su trabajo que los ejecutivos en su proceso de toma de decisiones deben trascender a la simple ganancia o su maximización, y que sus decisiones deben ser éticas, considerando el “deber moral” (deontología) y así la revigorización ética en el mundo de los negocios debe estar apoyada en una auto regulación, basada solamente en una postura ética deontológica.

e.- Gobiernos Corporativos y Responsabilidad Social Empresarial

Wise y Ali (2008) establecen que los GC se vinculan con procesos éticos de la empresa y hacen referencia a la RSE, y que el GC es requerido para asegurar un uso sensato de recursos corporativos y tiene un impacto multidimensional en la RSE.

El GC es un término que se refiere a las reglas en general, procesos o leyes por los que las empresas son operadas, ordenadas y controladas, pero también hace énfasis en una definición holística que promociona el idealismo ético y social (Sivakumar, 2009).

Señala Huang (2010) que en investigaciones previas se ha analizado y debatido sobre la RSE y los GC por separado, indicando que los modelos de GC que incluyen a directores externos independientes tienen impacto en el rendimiento social del trabajador de la empresa, clientes y proveedores y mejoran el rendimiento financiero.

Shahin y Zairi (2007) determinan que los conceptos de RSE y GC están asociados e integrados, y que hay elementos de los GC que afectan la RSE, como por ejemplo el liderazgo de los ejecutivos en las organizaciones socialmente responsables y sus transformaciones.

Para Frynas (2010) la RSE actual y sus respectivas iniciativas de políticas son completamente insuficientes para abordar los desafíos sociales del GC y que estas políticas de RSE pueden estar contribuyendo a los fracasos del GC.

De acuerdo a Beltratti (2005) en teoría el GC hace referencia a los mecanismos que protegen y aseguran un trabajo eficaz de la empresa, mientras que la RSE hace referencia a la función objetiva de la firma y a la atención para grupos de presión. Al relacionar la RSE y el GC dice que la atención especial es la maximización de la ganancia y que la relación está absolutamente ligada a la cotización de la firma en el mercado.

Jo y Harjoto (2012) explican que la elección voluntaria de la RSE está absolutamente relacionada con el GC, el liderazgo e independencia de la junta, y el tipo de propiedad de la empresa. Además, indican que las actividades de RSE que abordan aspectos sociales internos dentro de la firma, como la diversidad o relación con los empleados y la calidad de producto, aumentan el valor de la firma más que otras categorías de RSE externa como la amplitud de la relación con la comunidad y las incumbencias ambientales.

Kahn (2006) resalta el concepto de la ciudadanía corporativa y la responsabilidad de sociedades anónimas contemporáneas como agentes del cambio social en que la rentabilidad corporativa y el bienestar social deben darse a través de la colaboración mundial.

Según Miller (2010) los sustentos filosóficos de la RSE giran en torno al contrato de negocios - social corporativo, el utilitarismo y el comunitarismo. La estructura de los GC se centra en los aspectos de la junta, marco regulador y legal, análisis de riesgo y la estructura del GC. En la aplicación de los GC trata sobre accionistas versus los intereses de los grupos de presión, las éticas de la inversión y reputación corporativa. Señala que en muchos casos los GC han hecho caso omiso de su rol y la codicia e irresponsabilidad social, se han expresado por casos como el de Madoff, Enron, el soborno o el calentamiento del planeta.

f.- Cambio de paradigma

Hill, Ainscough, Shank y Manullang (2007) concluyen en su investigación que los inversionistas seleccionan dónde hacer sus inversiones de acuerdo a los rendimientos financieros de las empresas, y el rendimiento de la RSE no tiene

impacto en la elección, mientras que Pearce y Manz (2011) destacan que la antítesis de la RSE es la corrupción y los frecuentes hechos delictivos cometidos por ejecutivos y generan irresponsabilidad social corporativa.

Porter y Kramer (2006) indican que los enfoques predominantes de RSE están tan fragmentados y tan desconectados de los negocios y de la estrategia que oscurecen muchas de las mejores oportunidades que tienen las empresas para beneficiar a la sociedad.

Por su parte, Kemper y Martin (2010) establecen que el desafío futuro de la RSE no sólo es abordar la crisis económica actual, sino que también la crisis ecológica, indicando que la teoría de la RSE se ha desarrollado sobre un marco macroeconómico y regulador que ha fracasado.

En este contexto de crítica a las prácticas de RSE, surgen investigadores que señalan que la RSE requiere de un cambio de paradigma.

Según Nord y Fuller (2009) la RSE aparece como un nuevo paradigma dominante, y un asunto de estrategia organizativo que implica un cambio organizacional.

Pearce y Manz (2011) determinan que la RSE es el tema de la dirección de empresas más importante del siglo veintiuno. Para Korhonen (2003) la RSE es un cambio a un nuevo paradigma empresarial.

Briceño (2008) señala que algunos síntomas de cambio en la sociedad se dan a partir de la sociedad post-industrial globalizada por el peso de la sociedad civil y el resurgimiento de los valores globales, generándose un nuevo paradigma social que ejerce presión para que se implementen iniciativas legislativas o de promoción de la RSE.

5.- Resultados de Revisión Bibliográfica

A pesar de las imprecisiones sobre la definición de la RSE, las dimensiones Económica, Social y Ambiental son las más utilizadas por varios autores tales como (Patton, 2010), (Korhonen, 2003) y (Pearce y Manz, 2011).

Algunos autores tratan de darle una justificación económica a la RSE, como por ejemplo; ventajas de reputación y de diferenciación (Hillestad, Xie y Haugland 2010), influencia sobre el valor de la acción (Francisca, 2007), impacto económico seguro (Joyner y Payne, 2002), o Mainelli (2004) que indica que las empresas deben ser recompensadas por sus actividades de RSE.

En algunas investigaciones prima la dimensión económica de la RSE que tratan de explicar de diversas formas, como Stovall, et.al (2006) que señala que la economía neoclásica se centra en el accionista como grupo de interés principal o como Rigoberto (2009) que apunta que el comportamiento de una empresa y sus dueños cuando enfrentan temas de RSE responden a una racionalidad económica. En ese sentido Korhonen (2003) concluye en su investigación que lo social y ecológico se trata como algo complementario a lo económico.

De acuerdo a los resultados de la revisión, es fácil tomar una postura crítica de la dimensión económica de la RSE, apoyados por elementos contundentes de las prácticas empresariales. También se puede caer en la tentación de una postura idealista, viendo RSE dónde no la hay (filantropía) y enfatizando las dimensiones sociales y ambientales de la empresa en desmedro de su función económica. Pero con esta investigación se está proponiendo un camino más complejo, de entender la RSE en sus tres dimensiones, y que éstas se deben equilibrar. Es un camino difícil que requiere de profundos cambios en las administraciones de las empresas.

IV.- Implicancias

A los administradores se les pide maximizar la ganancia de la empresa (teoría de la firma) y se les premia según aporten al alza de las acciones en el mercado (teoría de agencia). De igual forma se les exige que respondan a los grupos de presión de la empresa (teoría de stakeholders), en dónde se agregan requerimientos sociales y ambientales, englobados en el concepto de RSE. Las evaluaciones de los ejecutivos se centran en metas y objetivos económicos de la empresa, como el aumento de la utilidad y/o disminución de gastos, pero no consideran aspectos sociales o ambientales.

Por una parte, se reconoce que los ejecutivos pueden tener motivaciones relacionadas con la RSE y se le asigna un papel relevante en los cambios que requiere la RSE, pero en adición se reconoce que pueden tener un modelo mental más cercano al accionista que a los grupos de interés. Además se les mide casi exclusivamente por sus desempeños financieros. Esta situación en conjunto con la asimetría descrita, debe ser considerada por las empresas cuando tienen entre sus objetivos la implementación de la RSE.

La implicancia de la asimetría descrita y de la falta de comprensión de la RSE y su interacción con las la teoría de la agencia, los gobiernos corporativos y el modelo económico imperante, no sólo implican dificultades para los ejecutivos que deben lidiar con éstos asuntos, sino que también pueden crear confusiones en otros ámbitos, como por ejemplo en el académico, que están formando los ejecutivos que en el futuro se enfrentarían al escenario descrito.

No siendo parte de esta investigación, se infiere que los académicos pueden tener también confusiones en la comprensión de la RSE y sus relaciones con las teorías de la administración, con un modelo mental más cercano al accionista o al grupo de interés. En este contexto puede ser interesante para futuras investigaciones tratar de entender qué tipo de formación, en relación a la RSE, están obteniendo los ejecutivos del futuro, y sí se están cultivando miradas económicas, idealistas, equilibradas o complementarias de la RSE.

V.- Conclusiones

Aunque existen desacuerdos en relación a la definición y los alcances del concepto de RSE, se puede observar que las dimensiones económicas, sociales y ambientales son las más recurrentes.

La teoría de agencia y los gobiernos corporativos se desprenden del paradigma económico imperante, neoliberal, y hacen referencia principalmente en el aumento de las ganancias para los accionistas centrada en el rendimiento económico.

Por lo anterior, se considera que hay una asimetría entre los requerimientos de la RSE (económico, social y ambiental) y los objetivos que emanan de las teorías de la administración que se desprenden del paradigma económico imperante.

La asimetría se expresa en que las dimensiones sociales y ambientales son consideradas complementarias al objetivo económico y que se trata de justificar e imponer la RSE dándole un sentido y utilidad económica.

Se desprende del estudio un rol clave de los administradores (agentes) en la implementación de la RSE, en base a su liderazgo y motivación, pero igualmente se advierte que es decisivo si en su modelo mental el centro es el accionista (más cercano al objetivo de la ganancia) o de los stakeholders (considerando también objetivos sociales y ambientales).

La creciente presión para que las empresas tengan un comportamiento socialmente responsable conlleva la necesidad de investigar la forma de cómo lidiar con la asimetría señalada, argumentando como señalan algunos investigadores, que la RSE requiere un cambio de paradigma de la empresa.

Si los GC son vistos como una forma de solucionar los problemas de agencias y en ese contexto toman como eje central de su función a los accionistas, seguirán buscando en sus decisiones la rentabilidad de los accionistas, y la RSE en sus dimensiones sociales y ambientales seguirán siendo un complemento.

La RSE no puede ser un complemento, no puede ser vista sólo como una herramienta para aportar al resultado económico o como un ideal de lo social y ambiental que caiga en la utopía. Pero para sustentar un desarrollo equilibrado de las dimensiones económicas, sociales y ambientales, la RSE debe ser más que un enfoque para una mirada ética de la empresa.

La RSE debe ir más allá de la dimensión ética empresarial, y si es necesario debe estremecer a las teorías administrativas, que deben dar un paso hacia una nueva forma de administrar. Así como Chiavenato (1999) al describir distintas escuelas del pensamiento administrativo, asocia distintos tipos de hombres (económico, social, organizacional, complejo), llegó el momento de un nuevo administrador que

enfoque esta asimetría, el “hombre ético”, que sea el pilar de una escuela del pensamiento administrativo, basada en un paradigma ético, que concilié los objetivos y necesidades de la empresa, sus trabajadores, el medio ambiente y la sociedad en general.

VI.- Fuentes de Consultas

- Ahrens, T. (2008). The hidden ethics of corporate governance and the practical uses of corporate governance codes: A commentary on bhimani. *Journal of Management & Governanc.*
- Bhattacharya, C. B., Korschun, D., & Sen, S. (2009). Strengthening stakeholder-company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives. *Journal of Business Ethics.*
- Beltratti, A. (2005). The complementarity between corporate governance and corporate social responsibility. *Geneva Papers on Risk & Insurance, 30(3), 373-386.*
- Bravo, R., Matute, J., & Pina, J. M. (2012). Corporate social responsibility as a vehicle to reveal the corporate identity: A study focused on the websites of spanish financial entities. *Journal of Business Ethics.*
- Brink, A. (2010). Enlightened corporate governance: Specific investments by employees as legitimation for residual claims. *Journal of Business Ethics, 93(4), 641-651.*
- Bolos, M., ; Ortan, T., Otgon , C.(2010). Information Asymmetry Theory in Corporate Governance Systems. *In: Annals of Faculty of Economics. repec:ora:journl:v:1:y:2010:i:2:p:516.*
- Bonazzi, L. & Sardar M.N. Islam. (2007). Agency theory and corporate governance. *Journal of Modeling in Management, 2(1), 7-7.*
- Briceño L. (2008) ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?, *Conferencia de Mercadotecnia Social en Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente la Universidad Jesuita de Guadalajara.*
- Carson, L. Thomas (2003). Self-interest and business ethics: Some lessons of the recent corporate scandals. *Journal of Business Ethics, 43(4), 389-394.*
- Chiavenato I. (1999), Introducción a la Teoría General de la Administración, *Editorial McGraw Hill. Quinta Edición, Santa Fé (Colombia).*
- Child, J., & Rodríguez, S. B. (2003). Corporate governance and new organizational forms: Issues of double and multiple agency. *Journal of Management & Governance, 7(4), 337-360.*
- Chung, C., y Luo, X. (2008). Institutional Logics or Agency Costs: The Influence of Corporate Governance Models on Business Group. *Organization Science, 19(5), 766-784,802-803.*
- Coelho, P. R. P., McClure, J. E., & Spry, J. A. (2003). The social responsibility of corporate management: A classical critique. *American Journal of Business, 18(1), 15-24.*
- Darus, F., & Mohamad, A. (2011). Corporate governance and corporate failure in the context of agency theory. *Journal of American Academy of Business, Cambridge, 17(1), 125-132.*
- Ekanayake, S. (2004). Agency theory, national culture and management control systems. *Journal of American Academy of Business, Cambridge, 4(1), 49-54.*
- Enderle, G., & Tavis, L. A. (2000). A balanced concept of the firm and the measurement of its long-term planning and performance. *Journal of Business Ethics, 17(11), 1129-1144.*
- Fairbrass, J., & Zueva-Owens, A. (2012). Conceptualising corporate social responsibility: relational governance assessed, augmented, and adapted. *Journal of Business Ethics, 105(3), 321-335.*
- Francisca, D. (2007). Corporate social responsibility: Market regulation and the evidence. *International Journal of Law and Management, 49(4), 141-184.*
- Freeman, I., & Hasnaoui, A. (2011). The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. *Journal of Business Ethics, 100(3), 419-443.*
- Frynas, J. G. (2010). Corporate social responsibility and societal governance: Lessons from transparency in the oil and gas sector. *Journal of Business Ethics, 93, 163-179.*
- Gholami, S. (2011). Value creation model through corporate social responsibility (CSR). *International Journal of Business and Management, 6(9), 148-154.*
- Gyves, S., & O'Higgins, E. (2008). Corporate social responsibility: An avenue for sustainable benefit for society and the firm?. *Society and Business Review, 3(3), 207-223.*

- Heal, G. (2005). Corporate social responsibility: An economic and financial framework. *Geneva Papers on Risk & Insurance*, 30(3), 387-409.
- Hillestad, T., Xie, C., & Haugland, S. A. (2010). The founders role in creating a trustworthy corporate brand through "green innovation". *The Journal of Product and Brand Management*.
- Hill, R. P., Ainscough, T., Shank, T., & Manullang, D. (2007). Corporate social responsibility and socially responsible investing: A global perspective. *Journal of Business Ethics*, 70(2), 165-174.
- Huang, C. (2010). Corporate governance, corporate social responsibility and corporate performance. *Journal of Management and Organization*, 16(5), 641-655.
- Idowu, S. O. (2011). An exploratory study of the historical landscape of corporate social responsibility in the UK. *Corporate Governance*, 11(2), 149-160.
- Jeannot, F. (2000). "De las fallas del mercado a las fallas de las organizaciones". *Análisis Económico*, 1er. Semestre. Vol. 15, N° 031. Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapotzalco, DF, México. 5-33.
- Jennings, M. (2005). A Blind eye and Winking Tolerance: Correcting Corrupt Corporate Cultures:[1]. *Corporate Finance Review*, 9(6), 41.
- Jensen, M. y Meckling, W. (1994). The Nature of Man. *Journal of Applied Corporate Finance*, V. 7, No. 2,
- Jo, H., & Harjoto, M. A. (2012). The causal effect of corporate governance on corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 106(1), 53-72.
- Joyner, B. E., & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297-311.
- Kahn, S. R. (2006). The accountable corporation: V.1: Corporate governance; v.2: Business ethics; v.3: Corporate social responsibility; v.4: Business-government relations. *Choice*, 43(11), 2038-2038.
- Kemper, A., & Martin, R. L. (2010). After the fall: The global financial crisis as a test of corporate social responsibility theories. *European Management Review*, 7(4), 229-239.
- Knez-Riedl, J., Mulej, M., & Dyck, R. G. (2006). Corporate social responsibility from the viewpoint of systems thinking. *Kybernetes*, 35(3), 441-460,280,282,284.
- Korhonen, J. (2003). Should we measure corporate social responsibility? *Corporate Social - Responsibility and Environmental Management*, 10(1), 25-25.
- Koslowski, P. (2009). The ethics of corporate governance. *International Journal of Law and Management*, 51(1), 27-34.
- Lee, S. y Carroll, C. E. (2011). The Emergence, Variation, and Evolution of Corporate Social Responsibility in the Public Sphere *Journal of Business Ethics*.
- Lefort, F. y González, R. (2008). Hacia un mejor gobierno corporativo en Chile. *Abante*, 11(1), 19-45
- Lindgreen, A., Swaen, V., & Johnston, W. J. (2009). Corporate social responsibility: An empirical investigation of U.S. organizations. *Journal of Business Ethics*, 85, 303-323.
- Lindorff, M., & Peck, J. (2010). Exploring Australian financial leaders views of corporate social responsibility. *Journal of Management and Organization*, 16(1), 48-65.
- London, M. (2010). Understanding social advocacy. *The Journal of Management Development*, 29(3), 224-245.
- Mainelli, M. (2004). Ethical volatility: How CSR ratings and returns might be changing the world of risk. *Balance Sheet*, 12(1), 42-45. <http://search.proquest.com/docview/204698749?accountid=45394>
- Martínez, J. L. (2008). The why, when, and how of corporate social responsibility. *Journal of Strategic Management Education*, 4, 117-133.
- Matsumura, E. M., & Jae, Y. S. (2005). Corporate governance reform and CEO compensation: Intended and unintended consequences. *Journal of Business Ethics*, 62(2), 101-113.
- Micewski, R. E. & Troy, C. (2007). Business Ethics - Deontologically Revisited. *Journal of Business Ethics*, 72(1), 17-25. Retrieved October 12, 2011, from ABI/INFORM Global.
- Miller, R. A. (2010). A handbook of corporate governance and social responsibility. *Choice*, 48(2), 344-344. <http://search.proquest.com/docview/757732168?accountid=45394>
- Nord, W. R., & Fuller, S. R. (2009). Increasing corporate social responsibility through an employee-centered approach. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 21(4), 279-290.
- Nikolaeva, R., & Bicho, M. (2011). The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards. *Academy of Marketing Science. Journal*, 39(1), 136

- OECD (1999), "*Principios de la OECD del gobierno corporativo*", disponible en: www.oecd.org/dataoecd/32/18/31557724.pdf
- Panapanaan, V. M., Linnanen, L., Karvonen, M., & Phan, V. T. (2003). Roadmapping corporate social responsibility in finnish companies. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 133-148.
- Patton, C. (2010). Sustainability & safety. *Professional Safety*, 55(1), 6-6. <http://search.proquest.com/docview/200356305?accountid=45394>
- Pearce, C. L., & Manz, C. C. (2011). Leadership centrality and corporate social ir-responsibility (CSIR): The potential ameliorating effects of self and shared leadership on CSIR. *Journal of Business Ethics*, 102(4)
- Pelozo, J., & Papania, L. (2008). The missing link between corporate social responsibility and financial performance: Stakeholder salience and identification. *Corporate Reputation Review*, 11(2), 169-181.
- Porter, M. y Kramer, M. (2006), Estrategia y Sociedad, El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa, *Harvard Bussines Review* , 80 (12), pp. 33-51.
- Quiroz - Onate, D., & Aitken, M. (2007). Business and human rights: A critical assessment of the notion of CSR and measurement. *Journal of International Trade Law & Policy*, 6(2), 79-90.
- Reeve, P. (2004). Committed for good. *The Safety & Health Practitioner*, 22(8), 32-35. <http://search.proquest.com/docview/200969866?accountid=45394>
- Rigoberto J. (2009). A valuation model for corporate social responsibility. *Social Responsibility Journal*, 5(3), 284-299.
- Robins, F. (2008). Why corporate social responsibility should be popularized but not imposed. *Corporate Governance*, 8(3), 330-341.
- Rost, K., Osterloh, M., Frey, B. S., & Inauen, E. (2010). The corporate governance of benedictine abbeys. *Journal of Management History*, 16(1), 90-115.
- Rubach, M., & Picou, A. (2005). The enactment of corporate governance guidelines: An empirical examination. *Corporate Governance*, 5(5), 30-38. <http://search.proquest.com/docview/205183079?accountid=45394>
- Shahin, A., & Zairi, M. (2007). Corporate governance as a critical element for driving excellence in corporate social responsibility. *The International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(7), 753-770.
- Sivakumar, N. (2009). Values-based corporate governance and organization behavior - guidelines from manusmriti for ethical and social responsibility. *Corporate Governance*, 9(5), 573-585.
- Stovall, O. S., Neill, J. D., & Reid, B. (2006). Institutional impediments to voluntary ethics measurement systems. *Journal of Business Ethics*, 66(2-3), 169-175.
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427.
- Uhlener, L., Wright, M., y Huse, M. (2007). Private Firms and Corporate Governance: An integrated economic and management perspective. *Small Business Economics*, 29(3), 225-241.
- Vitaliano, D. F. (2010). Corporate social responsibility and labor turnover. *Corporate Governance*, 10(5), 563-573.
- Wieland, J. (2005). Corporate governance, values management, and standards: A European perspective. *Business and Society*, 44(1), 74-93. <http://search.proquest.com/docview/199417409?accountid=45394>
- Wise, V., y Ali, M. (2008). Case Studies on Corporate Governance and Corporate Social Responsibility. *South Asian Journal of Management*, 15(3), 136-149.