

**LA GESTIÓN Y LA INFORMACIÓN SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL DE LAS PYMES: LA NECESIDAD DE DIFERENCIACIÓN**

Mauricio Gómez Villegas

Profesor

Escuela de Administración y Contaduría
Director – carrera de Contaduría Pública
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
Ciudad Universitaria Carrera 30 calle 45.
Edificio 311 oficina 3-02
Facultad de Ciencias Económicas

Área temática: h) Responsabilidad Social Corporativa

Palabras clave: RSE y Pymes; Información sobre RSE; Contabilidad y RSE.

LA GESTIÓN Y LA INFORMACIÓN SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PYMES: LA NECESIDAD DE DIFERENCIACIÓN

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en su etapa contemporánea iniciada en la década de 1970, se ha expandido de manera significativa. De la defensa a ultranza del rol económico de la empresa que preconizó y difundió Friedman (1970), pasando por la inclusión de las partes interesadas (Freeman, 1984), se ha llegado a plantear la necesidad de una articulación directa entre la estrategia, la cadena de valor y la RSE (Porter y Kramer, 2006).

Algunos autores argumentan que la RSE surge y se consolida como respuesta de las más grandes empresas multinacionales, en el contexto de su hegemonía económica, frente a las presiones y demandas de múltiples grupos de la sociedad civil (De la Fuente, 2009; Hernández Zubizarreta, 2009). Así, la RSE se ha configurado en un conjunto de acciones voluntarias de las empresas, para “enfrentar” los retos complejos que las recurrentes crisis sociales, ambientales y económicas les imponen. Por lo anterior, han surgido múltiples iniciativas locales e internacionales que pretenden aportar guía u orientación para el diseño de la política, los planes, las acciones, los indicadores y la información sobre el actuar “responsablemente” de las empresas (Vilanova y otros, 2006). Esta tendencia y estas iniciativas, han apoyado la expansión de la RSE.

Con la expansión de la RSE a múltiples campos organizacionales, tales como el sector gubernamental, las universidades, el sector salud, entre otros, no se ha logrado una mayor “clarificación” de lo qué es “ser responsable socialmente”. Lo mismo acontece con la más reciente idea de Responsabilidad Social de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs).

Las Pequeñas y Medianas Empresas pueden ser definidas como organizaciones empresariales que surgen por necesidad o por oportunidad de negocio, caracterizadas por su germinal proceso de división racional y técnica del trabajo, su fuerte limitación de capacidades y recursos y la incipiente formalización de su estrategia (Hernández, 2004, 2008). La diversidad del tejido organizacional que se agrupa bajo la categoría PyMEs es tal, que las condiciones de su caracterización en términos del número de trabajadores, patrimonio y cifra de ingresos varían de un país a otro.

Algunas de las vertientes conceptuales y prácticas de la RSE han planteado la necesidad de que las PyMES se alineen con las herramientas e instrumentos que usan las más grandes compañías. Se argumenta que la búsqueda de un desarrollo sostenible reclama las mismas acciones por parte de las grandes y las pequeñas y medianas empresas (European Commission and Observatory of European SMEs, 2002). Esta concepción y línea de acción supone la condición universal y eficiente de las estrategias y de los instrumentos de gestión e información, sin diferenciar de manera sustancial las formas organizacionales, sus dimensiones, sus sectores de acción y los *stakeholders* vinculados.

Esta comunicación tiene como objetivo presentar una evaluación conceptual y general de las iniciativas para la gestión y la producción de información sobre RSE que se pretende sean usadas por las PyMES. Para ello se plantean argumentos críticos sobre la eficacia y eficiencia de estos instrumentos para la consecución de un Desarrollo Sostenible desde este tipo de organizaciones empresariales, haciendo especial énfasis en el contexto Colombiano.

LA GESTIÓN Y LA INFORMACIÓN SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PYMES: LA NECESIDAD DE DIFERENCIACIÓN¹.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en su etapa contemporánea iniciada en la década de 1970, se ha expandido de manera significativa. De la defensa a ultranza del rol económico de la empresa que preconizó y difundió Friedman (1970), pasando por la inclusión de las partes interesadas (Freeman, 1984), se ha llegado a plantear la necesidad de una articulación directa entre la estrategia, la cadena de valor y la RSE (Porter y Kramer, 2006).

Algunos autores argumentan que la RSE surge y se consolida como respuesta de las más grandes empresas multinacionales, en el contexto de su hegemonía económica, frente a las presiones y demandas de múltiples grupos de la sociedad civil (De la Fuente, 2009; Hernández Zubizarreta y Ramiro, 2009). Así, la RSE se ha configurado en un conjunto de acciones voluntarias de las empresas, para “enfrentar” los retos complejos que las recurrentes crisis sociales, ambientales y económicas les imponen. Por lo anterior, han surgido múltiples iniciativas locales e internacionales que pretenden aportar guía u orientación para el diseño de la política, los planes, las acciones, los indicadores y la información sobre el actuar “responsablemente” de las empresas (Vilanova, Lozano y Dinares, 2006; Berbel, Reyes y Gómez, 2007). Esta tendencia y estas iniciativas han apoyado la expansión de la RSE.

Con la expansión de la RSE a múltiples campos organizacionales, tales como el sector gubernamental, las universidades, el sector salud, entre otros, no se ha logrado una mayor “clarificación” de lo qué es “ser responsable socialmente”. Lo mismo acontece con la más reciente idea de Responsabilidad Social de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs).

Las Pequeñas y Medianas Empresas pueden ser definidas como organizaciones empresariales que surgen por necesidad o por oportunidad de negocio, caracterizadas por su germinal proceso de división racional y técnica del trabajo, su fuerte limitación de capacidades y recursos y la incipiente formalización de su estrategia (Hernández, 2004, 2008). La diversidad del tejido organizacional que se agrupa bajo la categoría PyMEs es tal, que las condiciones de su caracterización en términos del número de trabajadores, patrimonio y cifra de ingresos varían de un país a otro.

Algunas de las vertientes conceptuales y prácticas de la RSE han planteado la necesidad de que las PyMES se alineen con la perspectiva y concepción, las herramientas y los instrumentos que usan y se destilan en las más grandes compañías. Se argumenta que la búsqueda de un desarrollo sostenible reclama las mismas acciones por parte de las grandes y las pequeñas y medianas empresas (European Commission and Observatory of European SMEs, 2002). Esta concepción y línea de acción supone la condición universal y eficiente de las estrategias y de los instrumentos de gestión e información, sin diferenciar de manera sustancial las formas organizacionales, sus dimensiones, sus sectores de acción y los *stakeholders* vinculados.

¹ Este *paper* hace parte de los resultados de investigación del autor, en el proyecto “*Los Informes de Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social En Colombia: Trayectorias de su Elaboración y Dinámicas de sus discursos*” aprobado según Resolución 538 de 2008 del Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas. El autor agradece la financiación de la Facultad y la Escuela para este proyecto. Miembro del Grupo de investigación: Contabilidad, Organizaciones y Medioambiente.

Esta comunicación tiene como objetivo caracterizar algunas de las iniciativas más preponderantes para la gestión y la producción de información sobre RSE y evaluar los argumentos sobre las limitaciones y posibilidades de su implementación en las Pymes. Parte de la pregunta ¿pueden las iniciativas de gestión e información de RSE desarrolladas para las Grandes Empresas ser eficaces y convenientes para la gestión e información de la responsabilidad social de las Pymes?

El trabajo se inscribe en una perspectiva metodológica normativa, atendiendo al llamado por más investigación contable y organizacional de este corte que plantearon Gray (2002) y Parker (2005) y en la que se inscriben trabajos como el de Archel, Fernández y Larrinaga (2008). Las transformaciones en las concepciones y prácticas organizacionales que reclama la sostenibilidad implican imaginación y sentido crítico, por lo que las propuestas normativas recobran vigencia, en el marco de lo posible y lo razonable, para conseguir un cambio valorativo, conceptual, institucional y social.

Desde el posicionamiento del trabajo planteamos que el propósito de conseguir la sustentabilidad es loable y urgente, y que en su materialización deben comprometerse tanto las grandes como las medianas y pequeñas empresas. No obstante, la utilización de estándares internacionales como criterios universales y transversales, puede simplificar en demasía la complejidad del fenómeno de la (in)sostenibilidad organizacional (Bebbington, 2000). Por ello la promoción de la aplicación de tales criterios en las Pymes puede comprenderse más como una estrategia emergente (Mitzberg, XXX), o quizás diseñada, de expansión y legitimación de los estándares mismos, por parte de sus productores y de los agentes vinculados con el mercado que tales estándares configura, antes que un proceso realista de transformación en la gestión y en las prácticas de reporte de las pequeñas y medianas empresas que las lleve hacia un auténtico desarrollo sustentable. Esto puede plantearse puesto que tales estándares no han sido fruto de una preocupación en las formas organizacionales, contextos, necesidades, impactos y particularidades de las Pymes. Resulta por tanto indispensable un proceso de diferenciación de los criterios o instrumentos para este tipo de organizaciones que, promoviendo estructuras acordes con su realidad, impacto socio-ambiental, capacidad y compromiso con el cambio organizacional, permitan conseguir transparencia y rendición de cuentas sobre su Responsabilidad Social.

Para conseguir el objetivo planteado, el documento se estructura en cuatro partes y esta introducción. En la primera parte se presentan una síntesis de las perspectivas preponderantes sobre RSE, el contexto socioeconómico de su surgimiento y los argumentos que promueven expandir la visión dominante de la RSE a las Pymes. Se hace un especial énfasis en la diversidad y ambivalencia de concepciones en la materia. En la segunda parte se describen y caracterizan dos de los instrumentos preponderantes para la gestión y la información de Responsabilidad Social Empresarial. Son la norma ISO 26000 y la guía para la producción de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative – GRI –. En la tercera sección se presentan algunas de las posibilidades y limitaciones de estas regulaciones o iniciativas, en términos de la eficacia y la conveniencia de su uso en las Pymes. Finalmente, la cuarta parte está constituida por unas breves conclusiones y el horizonte de investigación que plantea la problemática.

1. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la diversidad y ambivalencia de definiciones y su expansión a las Pymes.

Por años, la RSE ha sido un tema de reflexión y debate en el entorno académico, la praxis empresarial, la política pública² y los organismos internacionales de corte intergubernamental, multilateral y no gubernamental. Podría caracterizarse la segunda mitad del siglo XX y lo corrido del siglo XXI como el periodo contemporáneo de concepción, difusión y expansión de la RSE (Garriga y Melé, 2004; Ariza, Gómez y León, 2008).

La revolución tecnológica que propició el chip, la expansión y penetración de la informática y las telecomunicaciones y los cambios sociales y políticos en materia de desregulación financiera y económica, de re-localización de la producción y de promoción de “innovaciones financieras” propiciaron una hegemonía de los mercados financieros y de sus principales actores (Pérez, 2004). Particularmente de las más grandes empresas multinacionales. Este proceso caracteriza el periodo iniciado en la década de 1970 y que subsiste hasta nuestros días. Se conoce este periodo como Globalización Financiera, o capitalismo financiarizado (Lapavitsas, 2009).

La dinámica de la globalización financiera ha implicado desde sus inicios una “retirada del Estado” de las preocupaciones por el equilibrio social, la redistribución y el bienestar generalizado (Strange, 2001). Con ello, la hegemonía y concentración de poder económico y político de las corporaciones multinacionales se ha consolidado y se ha tornado cada vez más evidente e impactante en el bienestar colectivo. Tal hegemonía y rol determinante han sido cuestionados por una parte de la sociedad civil de los países industriales. Este cuestionamiento inició en un momento en el que cada vez se hacían más evidentes los límites naturales y sociales del crecimiento económico (Meadows y otros, 1972), el deterioro de las condiciones sociales de los países industriales y en el que se puso en duda la expansión de la democracia liberal y del bienestar occidental a lo largo y ancho del planeta (v.g Mayo del 68). Es en este contexto en el que resurge el debate por la Responsabilidad Social de la Empresa y que se inaugura su etapa contemporánea.

Una síntesis de la evolución pragmática de la RSE en las empresas daría para identificar tres grandes cambios en su concepción y aplicación. Las primeras concepciones implicaron una defensa a ultranza del rol económico de la empresa. Friedman (1970) se preguntaba: *“The discussions of the “social responsibilities of business” are notable for their analytical looseness and lack of rigor. What does it mean to say that “business” has responsibilities?”*. Poniendo en duda el rigor de los argumentos que justificaban el accionar de la empresa más allá de los fines económicos convencionales, él señalaba:

“The businessmen believe that they are defending free enterprise when they declaim that business is not concerned “merely” with profit but also with promoting desirable “social” ends; that business has a “social conscience” and takes seriously its responsibilities for providing employment, eliminating discrimination, avoiding pollution and whatever else may be the catchwords of the contemporary crop of re-formers” (Friedman, 1970; n.i.).

Y concluía con la muy conocida sentencia:

² La variable medioambiental, una de las dimensiones centrales de la RSE, ha sido objeto de regulación y acción estatal, intergubernamental y multilateral por años, consiguiendo un mayor audiencia luego de la cumbre de la tierra en Rio de Janeiro y el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, conocido como informe Brundtland (1988), que definió la noción de Desarrollo Sostenible. En esta definición el compromiso con la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras y de las generaciones presentes, implica las dimensiones social, ambiental y económica.

"in a free society ... "there is one and only one social responsibility of business—to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition without deception or fraud”.(Friedman, 1970; n.i).

Fiel a su tradición filosófica y metodológica, la concepción de Friedman es positivista - descriptiva, por tanto expresión plena del “es” que por años caracterizó la acción de la empresa, concretamente en el contexto de los países industriales. Una acción utilitarista y maximizadora de los rendimientos económicos (mayoritariamente centrados en la maximización del rendimiento financiero). Toda acción más allá de lo económico en pos de la sociedad, era filantropía y, por tanto, ineficiencia económica que solo cabía en el “altruismo” de la caridad. Por ello, hacer dinero en el marco legal, era la única responsabilidad de una empresa.

Posteriormente, la evidenciación social de que las empresas multinacionales tenían la capacidad para condicionar (por medio del Lobby, la presión y muchos otros medios) y determinar las leyes locales y los acuerdos y regulaciones internacionales – *lex mercatoria* – a su favor (Hernández Zubizarreta, 2009), muchas veces incluso en contravía de la competencia abierta y de la eficiencia, llevó al cuestionamiento profundo de esta perspectiva. Dado que la expansión internacional y el dominio de mercados podrían enfrentar la acción coordinada de consumidores conscientes y sensibilizados – *boicot* – que reaccionaban frente a los abusos legalizados, pero ilegítimos, de las corporaciones, llevó a que la estrategia prestara atención a la RSE. Una estrategia aún entendida como respuesta a las presiones del entorno.

El título del libro de Edward Freeman (1984) es muy significativo al respecto: “Strategic Management: A Stakeholder Approach”. A partir de aquí se instauró un ideario según el cual: *“managers bear a fiduciary relationship to stakeholders”*³. Por ello: *“stakeholder management” is oriented towards “stakeholders” or people who affect or are affected by corporate policies and practices*” (Freeman, 1984; citado en Garriga y Melé, 2004; 59). Con ello, la identificación de los intereses de los diferentes partícipes, y la respuesta efectiva a tales intereses-expectativas, descentraría el ideario económico según el cual la empresa solo debe maximizar las utilidades para el propietario-accionista (shareholder), referente que la economía neoclásica estándar plantea, y que estaba, o quizás aún está, en la base de las estrategias, las políticas y las acciones de la empresa promedio.

La aceptación e implementación de la gestión de los partícipes⁴, implicó erogaciones, ajustes en formas de operar y, efectivamente, impactos en los rendimientos financieros en el corto plazo. Pese al énfasis normativo y a la expectativa sobre los beneficios a largo plazo fruto de una gestión de los partícipes (Garriga y Melé, 2004; Ariza, Gómez y León, 2008), las visiones más conservadoras no tardarían en retornar al escenario señalando los altos costos del proceso de *stakeholders management*. Con estos reclamos y las propuestas de cambio de enfoque inicia una profundización, y de fondo un re-direccionamiento, en la relación entre Sociedad y Estrategia.

³ “Los gerentes soportan una relación fiduciaria con las partes interesadas”. Esta expresión tiene una profunda vinculación con el rol de la contabilidad y el Stewardship, o relación de mayordomaje que implica una responsabilidad profunda de rendición de cuentas y de control. (Archel, Fernández y Larrinaga, 2008). En adelante nos referiremos a los Stakeholders como los partícipes.

⁴ Con todas las múltiples limitaciones y direccionamientos aún dependientes del interés del accionista.

Como muestra de esta “renovada” aproximación, dos adalides de esta concepción del vínculo entre *estrategia y sociedad*, con un fuerte cuño descriptivo, señalarían: *“Muchas empresas ya han hecho bastante por mejorar las consecuencias sociales y medioambientales de sus actividades, pero estos esfuerzos, por un par de razones, están lejos de ser todo lo productivos que podrían. Primero, confrontan a las empresas con la sociedad, cuando obviamente ambos son interdependientes. Segundo, presionan a las empresas a pensar de manera genérica en responsabilidad social corporativa, en lugar de que lo hagan en la forma más apropiada para la estrategia particular de cada una”* (Porter y Kramer, 2006; 3). Los argumentos de estos autores, planteados y contruidos a la luz de experiencias empresariales concretas, como es propio del método de casos tipo Harvard de tanta valía para gurús como Porter, los llevarían a plantear la necesaria alineación de la estrategia, la cadena de valor y la Responsabilidad Social. En sus palabras:

“La actual preocupación por medir la satisfacción de los stakeholders va en la dirección equivocada. Lo que debe medirse es el impacto social. (...)

Las corporaciones no son responsables de todos los problemas del mundo, ni tienen los recursos para resolver todos ellos. Cada empresa puede identificar el conjunto particular de problemas sociales que está mejor equipada para ayudar a resolver y del que puede obtener el mayor beneficio competitivo. Abordar temas sociales creando valor compartido conducirá a soluciones auto-sostenibles que no dependen de subsidios privados o gubernamentales”(Porter y Kramer, 2006; 15).

La evolución de la RSE en el contexto empresarial, se manifiesta de forma sintética en las definiciones, aún diversas, ambiguas y polivalentes, que se han ido consolidando sobre el concepto en los foros internacionales, en las asociaciones empresariales globales y en los organismos multilaterales que se ocupan del tema⁵.

Por ejemplo la más activa y promocionada de las asociaciones empresariales internacionales explícitamente comprometidas con perseguir el “desarrollo sostenible”, plantea que la RSE es la: *“Decisión de la Empresa de contribuir al desarrollo sostenible, trabajando con los empleados, sus familias y la comunidad local, y también con la sociedad en su conjunto, para mejorar su calidad de vida”*. (World Business Council for Sustainable Development, 2006).

El propio Kofi Annan, padre inspirador de los Objetivos del Milenio planteó: *“Les propongo que ustedes, los líderes empresariales reunidos en Davos, y nosotros, las Naciones Unidas, iniciemos un pacto mundial de principios y valores compartidos, que darán una cara humana al mercado global”* (Annan, 1999; citado en Hernández Zubizarreta y Ramiro, 2009, 47).

Desde el punto de vista de la Unión Europea, el conocido libro verde señala que la RSE es *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”* (Libro Verde, 2001; p 7).

⁵ Entre otras iniciativas multilaterales pueden citarse el establecimiento de los ocho (8) Objetivos del Milenio por parte de las Naciones Unidas (<http://www.undp.org/spanish/mdg/basics.shtml>), los diez (10) principios del Global Compact (<http://www.unglobalcompact.org/aboutthegc/thetenprinciples/index.html>) que ha cumplido el año 2010 una década desde su lanzamiento y que ha sido suscrito por cerca de 6000 empresas de 130 países. (Informe del Global Compact Foundation, 2010; pág. 5).

Finalmente en cuanto a las definiciones institucionales y empresariales, es importante recordar el sorprendente llamado del actual Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-Moon, que es una expresión más que sintetiza esta evolución (involución?) de la RSE: *“Tenemos que pasar de la Responsabilidad de los Negocios al Negocio de la Responsabilidad (...) el interés propio bien entendido es la esencia de la responsabilidad empresarial y la clave para un mundo mejor”*(Citado en Hernández Zubizarreta y Ramiro, 2009, 59) ¿Ha cambiado la visión institucional de la RSE o continúa soportada en las bases de la economía clásica y neoclásica, como leyendo a Smith o a Friedman?.

Ahora, desde un punto de vista académico, la polivalencia y diversidad de enfoques, concepciones y la dualidad en definiciones reclama una taxonomía para diferenciar y agrupar las múltiples teorías y arsenales conceptuales que hacen presencia en el campo de la RSE. En un riguroso trabajo de síntesis y caracterización Garriga y Melé (2004) han “mapeado” el territorio de las teorías sobre RSE.

Garriga y Melé (2004) agrupan en cuatro grandes grupos de teorías todas las manifestaciones conceptuales y reflexiones en materia de RSE. Tales clasificaciones son: a) teorías instrumentales, b) teorías políticas, c) teorías integrativas y, d) teorías éticas.

La categoría instrumental, recogería la diversidad de teorías de corte economicista neoclásico y del *management* estratégico que ponen el acento en los rendimientos de corto y largo plazo que la RSE puede promover y/o garantizar (maximización del valor para el accionista, teorías de la estrategia para alcanzar ventajas competitivas como: inversiones sociales en un contexto competitivo, visiones basadas en los recursos y en las capacidades dinámicas, visiones fundamentadas en el fondo de la pirámide y marketing con causa).

Por su parte, la clasificación de teorías políticas se enfoca en una RSE que reconfigura los acuerdos colectivos y/o explican el rol dominante de las compañías multinacionales y su responsabilidad en, y frente a, la sociedad (Constitucionalismo corporativo y Ciudadanía corporativa).

Las teorías integrativas, tienen la “condición” de buscar una ubicación de la RSE en el “corazón” o “core” de los procesos, la estrategia y la estructura. Plantean una reconfiguración del operar, vinculándose de forma integral con el entorno social, cultura y medioambiental (*Issues Management*, el principio de la responsabilidad pública, la gestión de los partícipes – stakeholders management – y teoría del Desempeño social corporativo).

Finalmente, en cuanto a la caracterización de las teorías académicas, estarían las denominadas como éticas. Perspectivas que, según Garriga y Melé (2004), tendrían una visión normativa del cambio social e institucional, cifradas o fundadas en valores de corte universalista (Teorías normativas de los stakeholders – desde autores como Rawls, Kant, entre otros –, teoría de los Derechos Universales, teoría del Desarrollo sostenible y teorías desde la perspectiva del bien común).

Desde un punto de vista académico, podemos concluir con Garriga y Melé: *“We can conclude that most of current CSR theories are focused on four main aspects: (1) meeting objectives that produce long-term profits, (2) using business power in a responsible way, (3) integrating social demands and (4) contributing to a good society by doing what is ethically correct”*. (Garriga y Melé, 2004; 65). Lo cual muestra la diversidad y polifonía de concepciones, nociones, y perspectivas prevalecientes sobre lo que significa “ser responsable socialmente”.

Así pues, por un lado la perspectiva académica muestra diversidad y polifonía. Al mismo tiempo, algunas encuestas de corte gremial, empresarial o de consultoría, muestran que al interior de muchas empresas, incluso grandes, las concepciones de lo que “es” ser responsable son diversas (KPMG, 2005, 2008). Pero, por su parte, el nivel institucional, que de suyo es ampliamente corporativo o influenciado por las más grandes empresas multinacionales, se alinea y plantea consensos determinantes sobre “una” visión de la Responsabilidad Social, que no se apellida como debería: “Corporativa”, sino que busca extenderse a la generalidad de lo **Empresarial**. “*Porque la RSC es, entre otras cosas, el resultado de que las grandes corporaciones hayan aprendido cómo deben afrontar las críticas que se les hacen desde la sociedad civil por efecto de sus actividades*” (Hernández Zubizarreta y Ramiro, 2009, 54). Incluso, como hoy se observa a nivel global con múltiples estándares, se pretende extender una misma comprensión y concepción de la RSE a TODAS las formas organizacionales, desconociendo sus diferencias esenciales (Hassard y Parker, 2006; Aktouf, 2004).

Así, se han “construido” consensos que se hacen asimilables gracias a las manifestaciones oficiales y prescriptivas de los órganos institucionales y que se imponen como regla de oro en el mercado global. Entre tales consensos se plantean argumentos que ahora son sentido común en materia de RSE:

1. La Responsabilidad Social Empresarial es un campo aún indefinido, con múltiples concepciones y visiones en el que apenas estamos configurando su mejor comprensión. En cualquier caso es mejor una RSE blanda en construcción, como la actual, a su ausencia.
2. La Responsabilidad Social Empresarial ha evolucionado de la mano de la Voluntariedad, la obligatoriedad de una RSE es *contra natura* a su espíritu.
3. Las prácticas e iniciativas de responsabilidad social han ido evolucionando a partir de las demandas de la sociedad, lo que muestra que las empresas están “comprendiendo” e interactuando con sus diversos stakeholders. Esto también implica que se debe alinear la RSE con la estrategia de negocios.
4. Conseguir un trabajo coordinado en pos de la transparencia, implica el carácter universal y transversal de criterios que nos permitan medir, comparar y evaluar el avance en el camino hacia el desarrollo sostenible, por lo que las iniciativas internacionales son preferibles sobre prácticas locales o regionales, que pueden estar alineadas con objetivos y visiones poco “transparentes” y homogéneas y no promueven la internacionalización.

Estos cuatro elementos, pese a que pueden ser muchos otros, se pueden definir como característicos del campo propio de la RSE en la actualidad (Bourdieu, 2003). Ponerlos en duda no es admisible dentro de la corriente dominante tanto en la praxis empresarial, los organismos institucionales y la academia convencional. Son la base para poder partir de “acuerdos” sobre cómo instrumentalizar la RSE. Por nuestra parte pensamos que comprender críticamente el proceso de surgimiento, evolución y expansión de la RSE, especialmente en su vertiente corporativa, si reclaman un detenido escrutinio a la construcción compleja del consenso y el consentimiento alrededor de estas acepciones básicas. Pensamos que la implementación de esquemas instrumentales es una vía privilegiada para “conseguir” consensos y consentimientos implícitos sobre temas muy controversiales o todavía no agotados en el debate social y político.

Por ello, podemos señalar que el mecanismo por excelencia para expandir una concepción es su instrumentalización (Chanlat, 1995; Aktouf, 2004). La gerencia y la gestión se caracterizan por su vocación a la acción, a la ejecución y a la instrumentalización. Por ejemplo el *Management* universalista de corte norteamericano es una expansión e instrumentalización de “una” forma de ver el mundo y “una” vía de organizar nuestra interacción económica en él. Una visión organizacional que es profundamente utilitarista, cortoplacista, mecanicista y eco-suicida (Aktouf, 2004; Mintzberg en entrevista de Bunge, 2008; Raufflet y Barrera, 2010). Los más significativos estándares internacionales, pese a no ser producidos geográficamente en los Estados Unidos, son una manifestación clara del pensamiento y pragmática anglosajona. Hoy por hoy, los estándares internacionales en temas como gestión de la calidad, el medioambiente y, ahora, la Responsabilidad Social (toda la familia ISO) se expanden de forma geométrica en su implementación como aparente reflejo de la “excelencia de talla mundial”. Lo mismo acontece con la información financiera y con la renovada información social y ambiental, también disponible en lenguaje XBRL (GRI, 2010), el lenguaje financiero internacional.

Ahora, las Pymes también deben seguir esta lógica de “asimilación” y ponerse a tono con el modelo corporativo de la RSE. Como lo señaló un organismo Europeo: *“Aunque la RSE suele ser analizada en el contexto de las grandes empresas, es también una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las Pymes. Sin embargo, su impacto no suele poder expresarse en datos concretos y no suele manifestarse en el corto plazo”* (European Commission and Observatory of European SMEs, 2002).

2. Caracterización de la Norma ISO 26000 y de la guía para la construcción de Memorias de sostenibilidad del GRI – G3.

Dado el surgimiento y expansión de múltiples iniciativas para promover la instrumentalización de la RSE (Vilanova, Lozano y Dinares, 2006; Berbel, Reyes y Gómez, 2007), cada vez más se ha posicionado la idea de construir marcos instrumentales comunes de actuación que sinteticen y promuevan criterios homogéneos y comparables para la gestión y la producción de información sobre la Responsabilidad Social de las Empresas. A ello se debe en parte la relevancia que hoy por hoy toman la Norma ISO 26000, de reciente expedición⁶, y la ya más difundida y aplicada Guía del GRI, que en este momento va por su tercera versión. En este acápite describimos de manera sintética las generalidades de estas dos iniciativas, que de forma manifiesta señalan estar dirigidas también a las Pequeñas y Medianas Empresas.

2.1. La Norma ISO 26000.

Desde el año 2000 diferentes usuarios, consumidores y otros interesados requirieron a ISO⁷ por la expedición de una norma sobre temas de Responsabilidad Social, tópico que fue evaluado y consultado por los grupos estratégicos de esta organización por más de cuatro años. En 2004 fue creado un Grupo de Trabajo por parte de ISO para que planteara una Norma Internacional guía sobre el tema de Responsabilidad Social (RS). El Instituto Sueco de Normalización y la Asociación Brasileña de Normas

⁶ Cuya primera versión fue emitida el 1 de Noviembre de 2010.

⁷ La Organización para la Estandarización Internacional ISO (por sus siglas en inglés International Organization for Standardization) está establecida en Suiza y congrega a más de 163 cuerpos normalizadores de diferentes países del mundo. Su objetivo es promover la normalización internacional en temas de industria y comercio.

Técnicas – los cuerpos normalizadores de esos dos países –, fueron responsabilizados de esa tarea, que tenía como objetivo publicar la norma originalmente en el año 2009. (<http://www.iso.org/iso/home.html>) El Grupo de Trabajo debía desarrollar un proceso con un enfoque multi-stakeholder que implicaba la participación de seis grupos distintos de interesados: a) Industria, b) Gobierno, c) Consumidores, d) Trabajadores, e) Organizaciones no gubernamentales, y f) Servicios, apoyo, investigación y otros. La norma, luego de diferentes publicaciones de borradores, comentarios, ajustes y mesas de trabajo, fue publicada a finales de 2010.

Desde el inicio se buscó consolidar una guía que no tuviera pretensiones de ser certificable, sino que se constituyera en un esquema de orientaciones para la implementación transversal de la RS en toda la organización. La norma final está dirigida a todas las formas organizacionales de todos los tamaños y sectores. El énfasis voluntario de la norma, y la ausencia de preocupación inicial por la certificación, sin duda se deben a la diversidad y al debate que aun genera el tema. La norma señala: *“This International Standard contains no requirements and therefore the word “shall”, which indicates a requirement in ISO language, is not used. Recommendations use the word “should”. (...) providing guidance does not contain requirements but may contain Recommendations”*. (ISO, 2010; x).

Pese a que el objetivo de la Norma resulta difícil de asimilar y concretar, se podría señalar que la norma busca presentar unos elementos conceptuales e instrumentales sobre RS y recomienda criterios, temas centrales y dinámicas para construir un diálogo con los partícipes desde una perspectiva de *stakeholders management*. Por su vocación universalista aplicable a cualquier tipo de entidad, no habla de RSE sino que la generaliza como Responsabilidad Social.

La norma está conformada por siete apartados (el cuadro 1 presenta esta estructura). Plantea siete principios de RS (cuadro 2) e identifica siete temas o aspectos centrales (cuadro 3) que deben atender aquellas organizaciones interesadas en alinear sus procesos con la RS.

ESTRUCTURA ISO 26000 - 2010	
1	Alcance
2	Términos y definiciones
3	Entendiendo la Responsabilidad Social
4	Principios de Responsabilidad Social
5	Identificando y vinculando a los partícipes
6	Guía sobre los aspectos centrales de Responsabilidad Social
7	Guía para la integración de la RS en toda la organización
	Anexos
	Ejemplos de herramientas e iniciativas voluntarias para la RS
	Términos abreviados

Cuadro 1. Estructura de ISO. Elaboración propia con base en ISO26000.

La norma sigue una estructura similar a otras normas que si son certificables, pero hace un mayor énfasis en recopilación conceptual y en la sistematización de elementos y acciones para la integración de la RS en los procesos de la organización, reconociendo que la RS es en si misma un proceso continuo que implica la vinculación y el involucramiento de múltiples interesados.

PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ISO 26000	
1	Rendición de cuentas
2	Transparencia
3	Comportamiento ético
4	Respeto por los intereses de los partícipes
5	Respeto por el imperio de la ley
6	Respeto por las normas internacionales de comportamiento
7	Respeto por los Derechos Humanos

Cuadro 2. Principios de RS. Elaboración propia con base en ISO26000.

Es interesante ver que hay aspectos en la concepción de ISO 26000 que se alinean con la idea de Maximización, así sea planteada en términos de Bienestar. Esto se evidencia cuando se explicita que estos principios son útiles ya que el objetivo central de la RS se logra con su observancia y su articulación instrumental a los aspectos centrales de RS, para maximizar su contribución al desarrollo sostenible. *“When approaching and practising social responsibility, the overarching objective for an organization is to **maximize its contribution to sustainable development**. Within this objective, although there is no definitive list of principles for social responsibility, organizations should respect the seven principles outlined below, as well as the principles specific to each core subject outlined in Clause 6”*(resaltado fuera del texto). (ISO 26000, 2010; 20).

ASPECTOS CENTRALES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	
1	Gobierno de la organización
2	Derechos Humanos
3	Prácticas laborales
4	Medioambiente
5	Prácticas de operación justa
6	Cuestiones de los consumidores
7	Participación y desarrollo comunitario

Cuadro 3. Temas centrales de RS. Elaboración propia con base en ISO26000.

Los temas o aspectos centrales se estructuran a partir de la revisión y referenciación de protocolos e iniciativas internacionales que muestran la preponderancia de estos tópicos. Cabe resaltar que las cuestiones de los consumidores, propias de la lógica de orientación al cliente, son más cercanos a otros estándares de ISO, como los de la familia ISO9000.

La lógica de la norma es prestar guía o apoyo para que las organizaciones “persigan” el desarrollo sostenible. Para ello busca que las organizaciones comprendan y se apropien de principios base de comportamiento socialmente responsable. Luego relaciona acciones y expectativas (es decir los aspectos o temas centrales) que una organización debe considerar dentro de su esfera de influencia, identificando y vinculando a sus diversos partícipes (stakeholders). Con tales elementos la guía busca que la organización pueda integrar la RS a sus decisiones y actividades alineando sus políticas, cultura, estrategias y operaciones.

La expectativa mundial alrededor de esta norma es muy significativa y, pese a su carácter voluntario, como en teoría lo son todas las ISO, en esta ocasión no es certificable, pero es muy probable que la expansión en su uso siga tendencias exponenciales (Herrera, 2010).

2.2. La Guía GRI 3.0

El Global Reporting Initiative es una organización, basada en una red de trabajo, fundada en 1997, con sede en Amsterdam, que ha sido pionera en el desarrollo de un marco conceptual común a nivel mundial para la elaboración de reportes de sostenibilidad.

La Misión del GRI expresa que: *“Para (...) informar sobre la sostenibilidad de una forma clara y abierta, se necesita un marco de trabajo común a nivel mundial, con un lenguaje uniforme y parámetros comunes que sirvan para comunicar de una forma clara y transparente las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad. La misión de Global Reporting Initiative (GRI) es satisfacer esta necesidad proporcionando un marco fiable y creíble para la elaboración de memorias de sostenibilidad que pueda ser utilizado por las organizaciones con independencia de su tamaño, sector o ubicación.”* (GRI, 2006; 4)

El trabajo del GRI ha seguido un enfoque multi-stakeholders, lo que ha llevado a la participación de empresas globales, sociedad civil, trabajadores, académicos e instituciones profesionales en el propósito y esfuerzo que coordina esta entidad.

Dado el espíritu de mejoramiento que el propio GRI propone, a la fecha se encuentra vigente la tercera versión de la Guía. No obstante, con los años de avance las propuestas del GRI muestran una mayor estructuración ya no centrándose solo en la Guía, sino desarrollando todo un **Marco para la elaboración de las memorias**. Este marco incluye la Guía en su versión 3.0., los suplementos sectoriales (que en este momento llegan a cinco (5), cuatro (4) más que están en pilotaje y otros cinco (5) suplementos en propuesta de desarrollo), y los protocolos de indicadores y los protocolos técnicos (el cuadro 4 sintetiza esta estructura).

Marco GRI para la elaboración de Memorias	
1	Guía GRI
2	Suplementos sectoriales
3	Protocolos:
	a) de Indicadores
	b) Técnicos

Cuadro 4. Marco GRI para elaboración de memorias. Elaboración propia con base en GRI Framework.

Las pautas para la implementación del Marco GRI permiten varios niveles de aplicación. *“Para indicar que una memoria está basada en la Guía del GRI, los responsables de la misma deben declarar en qué medida han aplicado el Marco GRI para la elaboración de memorias de sostenibilidad a través del sistema de “Niveles de Aplicación del GRI”.* (GRI, 2006; AL 1). Por ello se admiten tres niveles de aplicación: principiantes, fase intermedia o expertos. Cada entidad que aplica de forma voluntaria cualquier elemento del *Marco* debe autocalificarse e informar esto en su memoria y al GRI. También puede desarrollar un proceso de evaluación por parte de terceros sobre la aplicación de los criterios en la producción del reporte. Con ello se consolida una estrategia de visibilización en la aplicación y en el nivel de avance. Los diferentes niveles se califican con letras A, B y C, incluyendo aspectos de mejora para cada nivel con el signo +. GRI publica anualmente la relación de las empresas que a nivel global siguen su *Marco*.

Un reporte de sostenibilidad (o de desarrollo sostenible⁸) tiene como objetivo la rendición de cuentas de la organización sobre el desempeño, en términos de la triple línea de resultados (*triple botton line*), de sus actividades. Esta triple línea de resultados implica el reconocimiento de los impactos, y las acciones para enfrentarlos, de la organización en términos sociales, medioambientales y económicos. El GRI plantea: “La elaboración de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible”. (GRI, 2006; 5).

Para conseguir la transparencia y la rendición de cuentas, el reporte debe contener una estructura mínima que recoja el perfil de la empresa, el enfoque que la dirección tiene en general, y particularmente sobre los asuntos de sostenibilidad, y la batería de indicadores que le permiten medir, comparar, divulgar y rendir cuentas sobre su actuar.

La guía GRI 3.0 se constituye en la pieza central que el Marco de Reporte establece. Es su objetivo recoger los aspectos mínimos que cualquier organización debe observar en la construcción de su reporte. Siguiendo un itinerario, en apariencia lógico deductivo (Archel, 2002), la guía se estructura en cuatro grandes partes. Así, desde los principios básicos que se plantean, se llega por la vía deductiva a los indicadores propuestos, cuya producción se convierte en el núcleo del contenido del reporte. El cuadro 5 sintetiza la estructura de la guía.

COMPONENTES DE LA GUIA GRI 3.0	
1	Principios para la Elaboración de Memorias
2	Orientaciones para la Elaboración de Memorias
3	Contenidos Básicos (Incluye indicadores)-
4	Los indicadores son:
	a) Principales
	b) Adicionales

Cuadro 5. Componentes de la Guía GRI 3.0. Elaboración propia con base en GRI Framework.

Los principios que direccionan la producción de la información sobre el desempeño *triple botton line* siguen una lógica similar a los principios más convencionales de la información contable financiera que producen las organizaciones para usuarios externos. No obstante, las diferencias significativas entre la información financiera y la social y los vacíos y/o énfasis que la información financiera convencional no provee y que se requieren de la información social, hacen necesario evaluar detenidamente estos principios. Llama la atención la incorporación, en la tercera versión de la guía, del principio de Materialidad que no estaba presente en la versión 2.0. El cuadro 6 presentado a continuación sintetiza estos principios agrupándolos, como lo hace la Guía GRI, según sean principios para la definición del contenido de la memoria y/o para garantizar la calidad de la información que la misma provee.

⁸ Aunque las denominaciones de los informes son aun muy diversas, estos son los nombres preponderantes que se les han dado. Existe en la actualidad un fuerte debate sobre si “de Desarrollo Sostenible” es una denominación adecuada para el informe, puesto que algunos autores plantean que el Desarrollo Sostenibilidad puede conseguirse a nivel local, regional o global, pero no solo así a nivel organizacional, con lo que tal denominación se torna significativamente retórica. (Archel, Fernández y Larrinaga, 2008).

Principios de la Guía GRI 3.0	
<i>Transparencia</i> <i>Rendición de cuentas</i>	
Principios para la definición del Contenido de la memoria	
	1 <i>Materialidad</i>
	2 <i>Participación de grupos de interés</i>
	3 <i>Contexto de sostenibilidad</i>
	4 <i>Exhaustividad</i>
Principios para definir la calidad de la memoria elaborada	
	5 <i>Equilibrio</i>
	6 <i>Calidad</i>
	7 <i>Precisión</i>
	8 <i>Periodicidad</i>
	9 <i>Comparabilidad</i>
	10 <i>Fiabilidad</i>

Cuadro 6. Principios de la Guía GRI 3.0. Elaboración propia con base en GRI Framework.

Finalmente, debe señalarse que la Guía propone indicadores para medir y rendir cuenta sobre las tres dimensiones de la sostenibilidad (Social, Ambiental y Económica). La presentación y evaluación de los indicadores que la guía plantea implican un espacio y trabajo que esta comunicación no persiguió. No obstante, desarrollar esta actividad es determinante a la hora de evaluar la relevancia de los mismos para ser aplicados a cualquier tipo de organización.

Se puede plantear, al estudiar conjuntamente estas dos iniciativas internacionales, que la transparencia y la rendición de cuentas (Accountability) se tornan en dos principios o valores determinantes de la estructuración de ambos estándares. Así mismo, desde el punto de vista teórico, se puede plantear que ambas iniciativas encuentran su referente en la teoría de los Stakeholders, por la vinculación que manifiestan ambos estándares, deben tener los partícipes en su implementación.

Desde un punto de vista optimista, ambas circunstancias implicarían una apertura y un compromiso con el mejoramiento en la gobernanza de las más grandes empresas. Ahora, desde un énfasis de duda y crítica, también se podría plantear que la transparencia y la rendición de cuentas se constituyen en los dos nuevos “pretextos” globales para la gestión de la legitimación organizacional y para la expansión del modelo corporativo en el pensamiento de gestión (Hassard y Parker, 1996), especialmente la legitimación y expansión de valores de las más grandes empresas multinacionales (Hernández Zubizarreta y Ramiro, 2009). Así mismo, se pondría en duda la verdadera vinculación de los interesados a los procesos de gestión, que en muchos casos no pasa de ser una enunciación, desde el punto de vista de la gerencia, de lo que grupos genéricos (como trabajadores, comunidad, etc) buscarían recibir de las organizaciones. En general la gran mayoría de los ciudadanos queremos y trabajamos por una mayor rendición de cuentas y por más transparencia, pero ¿promueven y, en verdad, consiguen estos estándares la aplicación de tales valores? ¿En realidad hay diálogo, apertura y cambios en la gestión de las empresas para responder a los intereses de los empleados o las comunidades fruto de escuchar sus expectativas (stakeholders)? En el contexto socioeconómico actual parece que hay una contradicción esencial entre la sociedad de los afectados y lo que hacen las empresas (Weiss, 2003).

A continuación desarrollamos una evaluación general de estas dos iniciativas desde el punto de vista de la conveniencia y eficacia de los mismos para su implementación en las Pymes.

3. Evaluación crítica de ISO 26000 y GRI para PYMEs

Como se ha documentado, de forma explícita estos dos instrumentos manifiestan estar dirigidos a cualquier organización, bien sea lucrativa o no lucrativa, grande o pequeña, sin importar el sector en el que operen. Más allá del argumento, apenas evidente, de la urgencia de conseguir un cambio en los procesos productivos de todas las organizaciones para buscar la sostenibilidad, se debe plantear que la complejidad y diversidad del tejido organizacional reclama lecturas críticas y detenidas, que permitan evaluar con rigor los logros y posibilidades de estas propuestas y de las formas de razonamiento que las soportan.

No trataremos aquí el complejo aspecto que implicaría comparar el operar empresarial en contextos económicos tan diversos como los de los países industrializados del primer mundo versus la lógica del operar de estas mismas empresas en los países en vías de desarrollo. Existe abundante bibliografía que muestra la existencia de políticas diferenciadas por zonas geográficas de una misma empresa multinacional, bien sea por presiones regulativas, tendencias de mercado o por dinámicas del marketing y la estrategia (Raufflet y Barrera, 2010). La idea de una gestión indiferenciada, universal y transversal, propia del management científico a la americana, está afincada en la hiper-simplificación del tejido organizacional y sus contextos, haciendo caso omiso de las dinámicas institucionales, culturales y sociales particulares (Aktouf, 2004; Chanlat, 1996). *“América Latina, al contrario de lo que podría indicar la sabiduría convencional del hemisferio norte, se halla inmersa en la diversidad económica, social, cultural y geográfica”.* (Raufflet y Barrera, 2010; 391).

Por el contrario nos preocupa plantear en esta evaluación que las PYMEs, siendo la categoría PYMES una expresión aparentemente “homogénea” con la que se designa al mayor número de organizaciones productivas a lo largo y ancho del mundo contemporáneo, representan una diversidad y complejidad que trasciende las más generalizadas ideas sobre ellas. Aun desde variables sencillas y manejables, como desde el punto de vista del número de sus trabajadores, la cifra de sus negocios y de activos, es muy complejo comparar una pequeña empresa en distintos contextos económicos. Más aún es igualmente difícil comparar medianas y pequeñas empresas entre diferentes sectores económicos. Por ello, la concepción, recursos e instrumentalización de la RSE en PYMEs es nuestra preocupación.

Las Pequeñas y Medianas Empresas pueden ser definidas como organizaciones empresariales que surgen por necesidad o por oportunidad de negocio, caracterizadas por su germinal proceso de división racional y técnica del trabajo, su fuerte limitación de capacidades y recursos y la incipiente formalización de su estrategia (Hernández, 2004, 2008). Sus acciones en los mercados varían de un entorno a otro. En países o regiones con amplios grados de asociatividad y buenas señales institucionales, políticas públicas e infraestructura mesoeconómica, las pymes operan en redes, cadenas o clusters. En contextos donde los valores, estrategias e infraestructura están ausentes o aún débiles, las Pymes compiten entre sí, e incluso intentan hacerlo con las grandes empresas locales y/o internacionales. En algunas regiones del mundo están volcadas a procesos exportadores y en otros actúan como proveedores directos de empresas grandes y mercados locales. Por consiguiente pareciese que las

estrategias, políticas y acciones de una gran empresa no son necesariamente convenientes y eficaces para las PYMEs.

Ahora bien, desde la preocupación por la RSE, si existe tanta diversidad sobre su comprensión y sentido en las corrientes dominantes y en las grandes empresas, ¿cuál es la definición, visión y sentido de la RSE que las Pymes tienen? ¿puede ser la misma que aquella aproximación, comprensión y compromiso de una empresa multinacional? ¿Tienen los mismos intereses y relacionamientos en términos de impactos sociales, ambientales y económicos las Pymes y las Grandes empresas?

Diferentes trabajos de investigación están mostrando que no es conveniente hacer similares la visión de la RSE de las grandes empresas y la concepción de este tópico por parte de las PYMEs, puesto que en la realidad ambos tipos de organizaciones tienen visiones distintas. *“The focus of research on large firms assumes that CSR as it is understood from a large firm perspective is universally applicable to all firms (Wilkinson, 1999). However, it has recently been argued that CSR such as it is understood for large companies cannot simply be “cut and pasted” onto the SME reality (Jenkins, 2004). Large and small firms are different in nature (Spence and Lozano, 2000), for example, they have different structures and management styles (Perez-Sanchez, 2003; Tilley, 2000) which can affect the content, nature and extent of their CSR activities”.* (Sweeney, 2007; 517). También las grandes empresas pueden identificar más claramente un conjunto de Stakeholders genéricos, mientras que las pequeñas empresas hablan especialmente de la sociedad.

De igual manera acontece en las vías en que las grandes empresas responden y enfrentan presiones y construyen relaciones con el mercado y el Estado. Por ejemplo, las más grandes empresas tienen una capacidad significativa para condicionar su entorno, induciendo a sus consumidores (gestión de la reputación, marketing, entre otros) o condicionando al estado (lobby con políticos, participación en mesas de definición de política pública y leyes, entre otros). Por su parte las PYMEs tienen serias dificultades para operar de forma coordinada y por lo tanto son más dependientes del entorno que condicionantes y constructoras intencionadas del mismo. En materia de respuestas a las presiones ambientales, recientes investigaciones han encontrado evidencia de este planteamiento. *“Environmental pressures have to be considered as a key issue for future survivability of SMEs; however, their intervention will be directly related to their company size, sector and particular circumstances”.* (Perez-Sanchez et al, 2003; 74).

En este marco de análisis, las empresas construyen diferentes concepciones sobre su relación con el entorno, sobre su Responsabilidad Social. Por ello valdría preguntarnos, ¿están las iniciativas internacionales que hemos evaluado alineadas con la concepción y necesidades de las Pymes y sus partícipes?. O por el contrario estas normas y guías promueven una UNIDIMENSIONALIZACIÓN de las concepciones y de las formas de intervención sobre la RSE?

Veamos internamente lo que plantean estas iniciativas. Pese a la manifestación expresa que señala ISO 26000 de no ser una norma de requerimientos, como lo citamos en la descripción, adopta posturas categóricas que si se tornan en exigencias; esto se evidencia cuando señala: *“When approaching and practising social responsibility, the overarching objective for an organization is to maximize its contribution to sustainable development. Within this objective, although there is no definitive list of principles for social responsibility, organizations should respect the seven principles outlined below, as well as the principles specific to each core subject outlined in Clause 6”.* (ISO 26000, 2010; 20). Y surge la pregunta ¿si el verbo Should

no obliga, cumplir con tres de los temas centrales es un buen indicador de la RSE de una entidad, o deben atenderse a los siete temas centrales? Quizás las limitaciones y excepciones del alcance de la norma dirían que ese no es el problema de la norma, porque ella solo da guía. Pero entonces ¿por qué son siete los principios y siete los temas centrales? ¿Qué pretende entonces ISO?.

También ISO 26000 plantea: *“This International Standard is not a management system standard”* (pag 1.) Y en la página vi se lee: *“This International Standard is intended to be useful to all types of organizations in the private, public and nonprofit sectors, whether large or small, and whether operating in developed or developing countries. While not all parts of this International Standard will be of equal use to all types of organizations, all core subjects are relevant to every organization. All core subjects comprise a number of issues, and it is an individual organization's responsibility to identify which issues are relevant and significant for the organization to address, through its own considerations and through dialogue with stakeholders”*. Si no es un estándar que promueve un sistema de gestión, por demás universal, entonces ¿qué es ISO26000? ¿Por qué entonces si tiene claro que aplica a cualquier organización sin importar tamaño, sector u orientación productiva y de lucro?

El caso del GRI es aun más significativo y complejo, puesto que con la ampliación de sus instrumentos a protocolos y suplementos entra en debate y se pone en duda el ideario universal que el mismo Marco de Reporte plantea. Por un lado GRI señala: *“Se anima a todas las organizaciones (privadas, públicas o sin ánimo de lucro) a que presenten su información con arreglo a la presente guía, tanto si elaboran una memoria por primera vez, como si tienen una dilatada experiencia en la materia, y con independencia de su tamaño, sector o ubicación. La presentación de la información se puede realizar de distintas formas, ya sea en formato web o impreso, como informe separado, o bien dentro de los informes financieros o de las cuentas anuales”*. (GRI, 2006; 7). Pero por otro lado profundiza el desarrollo de nuevos suplementos que no muestran sino la condición limitada y ajustada de la propia guía. A la fecha, los suplementos sectoriales que tiene el Marco GRI vigentes son: Electricidad, Servicios financieros, Procesamiento de Alimentos, Minería y Metales, Organizaciones no Gubernamentales. Al mismo tiempo están piloteando los suplementos: Automovilístico, trasportes y logística, Agencia Pública y Telecomunicaciones. Y se encuentran en propuesta de desarrollo: operadores de aeropuertos, construcción, organizadores de eventos, medios de comunicación y petróleo y gas. Esto muestra que las especificidades sectoriales no caben en una lógica universal. No obstante el problema no es solo de sectores, sino de tamaños, recursos, condiciones y concepción de RSE que tienen las PYMEs.

Ahora bien, la expansión y crecimiento en el uso de la Guía GRI puede dar cuenta de la forma como se expande e instrumentaliza la visión de RSE que las corporaciones promueven. El crecimiento de las empresas que expresan aplicar la Guía GRI para la producción de sus informes es geométrico (Archel, Fernández y Larrinaga, 2008). Por ejemplo, para diciembre de 2010 el GRI informaba sobre un total de 1370 entidades que estaban aplicando su marco de reporte a nivel global. En el Report List 2010, 143 entidades reportantes se clasifican a sí mismas como SMEs (Pequeñas y Medianas entidades), lo que significa que un poco mas del 10% son entidades de esta categoría. (www.globalreporting.org/ReportServices/GRIReportsList/).

La auto-clasificación que hacen las empresas resulta a todas luces complicada. Por ejemplo, para el caso de las empresas colombianas que informaron al GRI la aplicación de la Guía en 2010, la única que en este año se clasificó como SMEs fue CARACOL T.V. (Report List Dec2010). A todas luces esta empresa no pudo ser entendida en el contexto colombiano como una pequeña o mediana empresa, dado

que es el principal canal de televisión privado del país, tiene una canal internacional y hace parte de un holding de empresas de comunicación de uno de los mayores grupos económicos de Colombia. El propietario mayoritario (quien ostenta el control conjunto) de esta empresa, Julio Mario Santo Domingo, ha sido catalogado por la revista Forbes como el Hombre más rico del país en 2010. Para mayor información ver su información institucional en su página web (<http://www.caracoltv.com/>). Así mismo, en el año 2009, la única empresa que se catalogo como PYME ante el GRI fue la empresa suministros generales, quien no reportó en 2010. (www.globalreporting.org/ReportServices/GRIReportsList/).

Puede plantearse que la expansión en la aplicación de la Guía GRI hace parte del proceso de legitimación propio de la norma y sus productores. Con ello se posiciona la visión de la Responsabilidad Social de las corporaciones, como la Responsabilidad Social Empresarial. La exploración empírica que permita caracterizar los efectos organizacionales en PYMEs de la aplicación de la Guía y en el futuro de la Norma ISO26000 se hace urgente y estratégica.

Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial viene consolidándose como un campo constituido por conocimientos, iniciativas, prácticas y retórica que viene expandiéndose y evolucionado en los últimos 30 años. Su relación con los procesos de crisis social, ambiental y económica en el marco de la globalización financiera es evidente. Surge y se expande en el marco de relaciones complejas entre sociedad-empresa y Estado.

Existe un debate sustantivo entre diferentes concepciones y corrientes de opinión sobre lo que es ser responsable socialmente. Pero la instrumentalización de la RSE por medio de iniciativas internacionales normalizadas que buscan expandirse como posiciones universales y transversales, terminan reproduciendo y expandiendo una concepción particular. Parecen fundarse en las concepciones de la gestión de los partícipes (stakeholders management) pero priman las visiones descriptivas y retóricas. De esta forma, la Responsabilidad Social que han concebido y posicionado las más grandes corporaciones multinacionales se reproduce como “la” visión de lo que es ser responsable socialmente. En esta visión la voluntariedad, la gestión a partir de estándares y el manejo de la reputación por medio de informes son ejes caracterizadores.

Las PYMEs son formas organizacionales con condiciones particulares que tienen preocupaciones, condiciones, estructuras, recursos e intereses diferentes, que nos hacen pensar en la necesidad de comprensiones distintas a la visión dominante de lo que es “ser responsable socialmente”.

Concluimos que la concepción y los instrumentos que prevalecen hoy y que se materializan en estándares como los propuestos por ISO 26000, o la Guía GRI 3, están sintonizados, concebidos y alineados con una visión de la Responsabilidad Social Corporativa, en toda la extensión de lo que implica la “corporación multinacional” (Strange, 2001). Una concepción y unos instrumentos particularmente hechos a su medida, desde sus expectativas “voluntarias” y desde la construcción de su interpretación de lo que es “ser responsable” (Archel, Fernández y Larrinaga, 2008). Por ello están lejos de una concepción y unas herramientas convenientes y eficaces con la Responsabilidad Social de las Pymes.

Así, planteamos que el planteamiento de un programa de investigación que aborde las distancias entre la Responsabilidad Social Corporativa, la Responsabilidad Social

Empresarial y la Responsabilidad Social Organizacional y los diferentes instrumentos de gestión e información que cabrían para cada particularidad. Esto es aún más significativo en el contexto de construir una Responsabilidad Social Empresarial para el contexto Latinoamericano, que promueva una verdadera transparencia y promueva la rendición de cuentas.

Bibliografía

- Aktouf, O. (2004). *La Estrategia del Avestruz*. Post-globalización, management y racionalidad económica. Facultad de Ciencias de la Administración. Universidad del Valle. Cali.
- Archel, P. Fernandez, M. y Larrinaga, C. (2008): The Organizational and Operational Boundaries of Triple Bottom Line Reporting, *Environmental Management* 41, 106-117.
- Ariza, D, Gómez, M, y León, F. (2008). Surgimiento, evolución y expansión de la responsabilidad social empresarial: una propuesta de comprensión crítica. En: *Perspectivas Críticas de la Contabilidad*". VII Simposio Nacional de Investigación Contable y Docencia. Universidad Nacional de Colombia.
- Bebbington, J. (2000). *Sustainable Development: A Review of the International Development, Business and Accounting Literature*. University of Aberdeen Acct, Finance & Mgmt Working Paper No. 00-17. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=257434> or DOI: 10.2139/ssrn.257434.
- Berbel, G. Reyes, J, & Gómez, M. (2007). La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): Análisis y Comparación entre guías y normas de gestión e información. En: *Revista Innovar* No 29, Vo 17. Revista de ciencias sociales y administrativas de la Universidad Nacional de Colombia. (27-48).
- Bourdieu, P. (2003). *Las estructuras sociales de la economía*. Anagrama colección argumentos. Barcelona.
- Brundtland, Gro H. (1988). *Presentación al informe "Nuestro futuro Común"*. Oslo.
- Bunge, M. (2008). Entrevista a Henry Mintzberg sobre Management y Filosofía. En: *Filosofía y Sociedad*. Siglo XIX editores. México.
- Carrol, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*. Vol 4, No. 4.
- Chanlat, A. (1995). "Carta a Richard Déry: El Occidente enfermo de sus dirigentes". *Cuadernos de Administración*, No. 20, Facultad de Administración, Universidad del Valle, Cali.
- Chanlat, J. (1996). *Towards an anthropology of organizations*. In: *Towards a New Theory of Organizations*. Routledge. London.
- European Commission and Observatory of European SMEs (2002). *Mainstreaming Corporate Social Responsibility (CSR) among SMEs*. Consultado en: http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/ms_sme_projects.htm y www.csr-in-smes.eu
- Freeman, R. E.: 1984, *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Pitman, Boston).
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of Business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*. September 13
- Garriga, E. y Melé, D. (2004). "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory". *Journal of Business Ethics*. 53, pp. 52-71.
- Global Reporting Initiative. (2006). Versión G3 Guía para la Elaboración de memorias de sostenibilidad. Ámsterdam. En www.globalreporting.org/boundary
- Gray, R. (2002). The social accounting project and Accounting Organizations and Society Privileging engagement, imaginings, new accountings and pragmatism over critique? *Accounting, Organizations and Society* 27:687–708
- Hassard, J. Y Parker, M. (1996). *Towards a New Theory of Organizations*. Routledge. London.

- Hernández Zubizarreta, J. y Ramiro, P (2009). El Negocio de la Responsabilidad. Crítica de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas transnacionales. Icaria. Barcelona.
- ISO (2010). Guidance on social responsibility; ISO 26000 . International Organization for Standardization. Switzerland
- KPMG (2005) KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2005. KPMG, Netherlands.
- KPMG (2008) KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2005. KPMG, Netherlands.
- Lapavitsas, C. (2009). El capitalismo financiarizado. Expansión y crisis. Maia Ediciones. Madrid.
- Parker, L. (2005). Social and environmental accountability research: A view from the commentary box. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 18:842–860
- Pérez, C. (2004). Revoluciones tecnológicas y capital financiero. La dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza. Siglo XXI editores. Mexico.
- Perez-Sanchez, D., Barton, J., y Coger, D. (2003), "Implementing environmental management in SMEs", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 10 No. 2, pp. 67-77.
- Porter, M, & Kramer, M. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. In: *Harvard Business Review*. December.
- Raufflet, E. y Barrera E. (2010). Algunos Aspectos sobre la Responsabilidad Social en América Latina: Énfasis en la experiencia Colombiana y Brasileña (capítulo 10). En: Arcand, S., Muñoz, R., Facal, J. y Dupuis J.P. "*Sociología de la Empresa. Del marco histórico a las dinámicas internas.*" Editorial Eafit. Medellín.
- Strange, S. (2001). La retirada del Estado. Icaria Editorial. Intermón Oxfam. Barcelona.
- Sweeney, L. (2007). "Corporate social responsibility in Ireland: barriers and opportunities experienced by SMEs when undertaking CSR", *Corporate Governance*. VOL. 7 NO. 4 2007, pp. 516-523.
- Vilanova, M., Lozano, J. y Dinares, M. (2006). Accountability. Comunicación y Reporting en el ámbito de la RSE. Foro para la Evaluación de la Gestión Ética – FORETICA, Madrid.
- Weiss, A (2003). Responsabilidad Social de la Empresa en una Sociedad de Afectados. En: *Revista Innovar* No 22, Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional. Bogotá.
- www.globalreporting.org/ReportServices/GRIReportsList/ consultado en línea 16-12-2010.