

La Responsabilidad Social en las PyMEs, ¿un concepto lejano o una realidad?

Por Jorge Reyes Iturbide*

En los últimos años, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha adquirido gran relevancia no sólo en México sino a nivel internacional, y aún cuando no existe una definición única, este concepto ha ido evolucionando, hasta poder ser concebido como una estrategia integral que aumenta el valor agregado y mejora la posición competitiva de las empresas, centrándose en el respeto por la ética, las personas, la sociedad y el medio ambiente.

De esta manera, se puede decir que “la RSE es un compromiso continuo y permanente que adoptan voluntariamente las empresas para responder, a través de su gestión directiva, por la forma en que su actividad impacta las dimensiones social, económica y ambiental, actuando éticamente para garantizar que este impacto genere el desarrollo humano y sustentable a todas las partes interesadas en cuestión”¹.

Durante la última década, junto con el surgimiento de diversas iniciativas a nivel mundial encaminadas a la promoción del tema, un número creciente de compañías ha reconocido los beneficios de la incorporación de políticas y prácticas de RSE en su actividad diaria: prestigio de la organización y mejor imagen de marca; confianza de clientes y proveedores; motivación y lealtad del personal; mayor competitividad; comprensión y apoyo de la comunidad; reputación internacional y calificación frente a mercados

* **Jorge Reyes** (jreyes@anahuac.mx) es Coordinador del Programa IDEARSE de la Universidad Anáhuac, México.

¹ Definición utilizada dentro del Modelo de RSE de IDEARSE (Programa de RSE de la Universidad Anáhuac, el Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac y el Banco Interamericano de Desarrollo).

comerciales y financieros; y finalmente, permanencia en el mercado a mediano y largo plazos.

En contraste, para muchas otras, principalmente las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), éste sigue siendo un tema lejano, poco conocido y/o difícilmente aterrizable, teniendo la creencia errónea de que las únicas capaces de incorporarlo dentro de su planeación estratégica son las grandes empresas, pues son éstas las que tienen los recursos para ello, o las multinacionales, al concebirlas como un mecanismo para estandarizar globalmente sus principios de ética y ciudadanía corporativa en todas sus filiales.

Sin embargo, es sorprendente el número de casos exitosos de PyMEs que operan bajo cánones de responsabilidad social y es precisamente por sus limitaciones tecnológicas, financieras y de recursos donde mayor innovación y creatividad se puede encontrar en este campo.

Como ejemplo de ello pudiera mencionarse la “Recopilación de casos de buenas prácticas entre Pequeñas y Medianas Empresas de Europa”, publicada el año pasado por la Dirección General de Empresa de la Comisión Europea, en la cual se presentan diversos casos de PyMEs europeas que han destacado por sus buenas prácticas de RSE, haciendo posible que el éxito empresarial y la responsabilidad social no sólo sean compatibles, sino que también se refuercen mutuamente mediante la apertura de nuevas oportunidades comerciales.

Asimismo, en dicho estudio se reconoce el papel de los más de 20 millones de PyMEs que hay en Europa, como impulsoras de la innovación, la iniciativa empresarial y la competitividad en la región, al afirmar que “las PyMEs son un elemento clave para alcanzar el objetivo estratégico dejado en Lisboa por la Unión Europea para 2010², objetivo que se basa en los tres pilares del desarrollo sostenible: crecimiento económico, cohesión social y protección del medio ambiente”.

Principales motivadores que tienen las PyMEs para adoptar e implementar la RSE en sus actividades:

- Atraer, retener y desarrollar empleados comprometidos y motivados, para hacer frente a los rápidos cambios tecnológicos y de mercado.
- Ganar y mantener clientes y consumidores, que se traducen en ingresos para la empresa.
- Ser un buen vecino, para mantener una buena relación con la comunidad local y seguir operando.

² El Consejo Europeo de Lisboa del 23 y 24 de marzo de 2000 adoptó un nuevo objetivo estratégico para la década: “convertirse en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social”.

ARTÍCULOS

- Responder a las presiones de bancos y prestamistas.
- Mejorar su reputación frente a todas las partes interesadas.
- Cambiar la percepción del papel del negocio en la sociedad (no sólo una fuente de utilidades).
- Aumentar su eficiencia y el ahorro en costos.
- Obtener mayores y mejores oportunidades de negocio.
- Favorecer la innovación de producto/mercado, diferenciación y competitividad.
- Anticiparse a la legislación futura, obteniendo experiencia práctica en el tema.

Fuente: Reporte Final del “European Multistakeholder Forum on CSR”

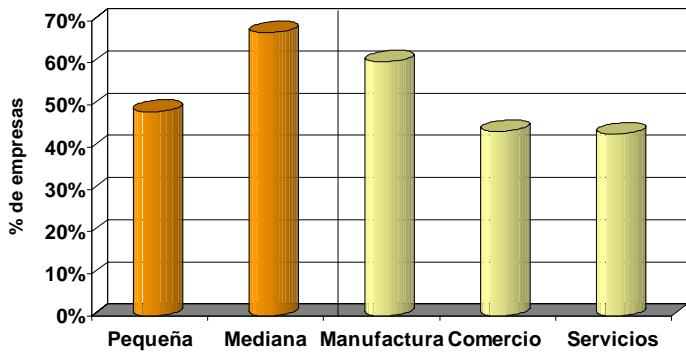
Si bien es cierto que la discusión de estos temas tiene más tiempo en Europa y Estados Unidos, y que por lo mismo, sus PyMEs pudieran estar más familiarizadas con su implementación, las latinoamericanas también han avanzado en el tema, ya que de acuerdo a los resultados de un estudio reciente realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Instituto Vasco de Estudios e Investigación (IKEI) sobre la situación de la RSE en PyMEs de 8 países de Latinoamérica, alrededor del 48.5% de éstas tienen un grado de implantación de acciones de RSE entre alto y medio, tendiendo principalmente a lo que denominan acciones de responsabilidad interna (cuestiones laborales y de derechos humanos, seguridad y salud en el trabajo, etc.), debido a la preocupación “natural” que las empresas tienen por estos temas de carácter interno.

Por su parte, las acciones englobadas como de responsabilidad externa (actividades culturales, deportivas y educativas, participación con la comunidad, apoyo a grupos vulnerables, etc.), se ligan más a empresas de mayor tamaño y con mejor situación económica. En cuanto a las de responsabilidad ambiental (reducción de desperdicios, impacto ambiental, programas de reciclaje, etc.), más de la mitad de las PyMEs no manifiestan realizar acciones en este rubro, y aquellas que si lo hacen, son las que tienen niveles altos en responsabilidad interna y externa.

También cabe destacar, que las PyMEs latinoamericanas más involucradas en el tema son las del sector manufacturero (60.2% de éstas tienen un grado alto/medio de implantación), así como las que exportan sus productos (61.7%), pues son las que encuentran mayores exigencias al respecto por parte de las cadenas a las que están vinculadas, o de sus clientes extranjeros más sensibilizados en el tema.

ARTÍCULOS

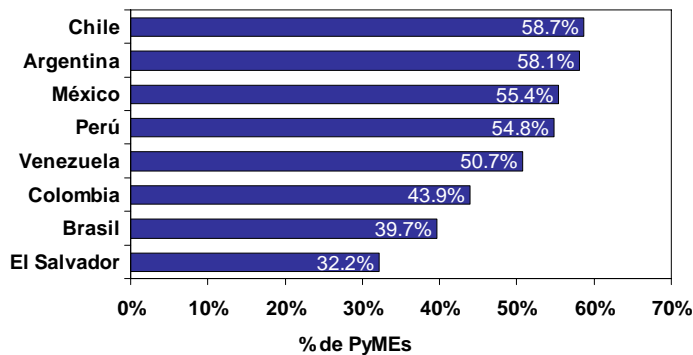
PyMEs latinoamericanas con grado alto/medio de implantación de actividades de RSE, por tamaño empresarial y sector



Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo e IKEI, "Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica", Washington, DC, EUA, septiembre del 2005.

De acuerdo al mismo estudio, a nivel país, México se ubica en tercer lugar considerando el porcentaje de PyMEs con un grado de implantación de actividades de RSE alto/medio (55.4%). La lista es encabezada por Chile y Argentina, con 58.7% y 58.1% respectivamente; en tanto que las PyMEs brasileñas y salvadoreñas presentan los porcentajes más bajos: 39.7% y 32.2%, respectivamente.

PyMEs latinoamericanas con un grado alto/medio de implantación de actividades de RSE, por países



Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo e IKEI, "Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica", Washington, DC, EUA, septiembre del 2005.

Independientemente de la región geográfica en donde se ubiquen, las PyMEs poseen una serie de atributos tales como: mayor adaptabilidad; superior capacidad innovadora; conocimiento de la comunidad y confianza del público local. Pero al mismo tiempo,

también enfrentan obstáculos: no perciben fácilmente los beneficios de negocio que conlleva la adopción de prácticas de RSE; conflictos de interés sobre la asignación del tiempo y otros recursos escasos; fuerte presión en la entrega de resultados inmediatos; falta de *know how* y *know who*; indecisión y lentitud en la búsqueda de consultoría externa, la cual, generalmente, es muy cara; así como la brecha del aprendizaje sobre RSE, que le previene tomar un papel más maduro hacia ésta.

Ante todo esto surge una pregunta fundamental: ¿cómo hacer que más PyMEs incorporen de manera sistematizada los principios de responsabilidad social en su actuar diario? Una de las estrategias para formar PyMEs responsables y altamente competitivas, es formando alianzas con el gobierno y las grandes empresas.

El gobierno, debe fomentar la relación y el acercamiento entre ambos tipos de empresas, generando un ambiente de negocios de entendimiento y ayuda mutua; aunque, queda claro que la promoción de la responsabilidad social no es, solamente, un asunto u obligación exclusiva del gobierno.

La gran empresa, por su parte, puede reforzar la implantación de esquemas de RSE por parte de las PyMEs, apoyando su participación en la cadena de valor, involucrándolas en la inversión social, proveyéndoles financiamiento desde la inversión semilla hasta el capital de riesgo y, en general, compartiendo el *know how* y las habilidades requeridas para adoptar las mejores prácticas en los negocios.

En resumen, aún cuando la RSE se asocia generalmente a las grandes empresas, las PyMEs por sus propias características y dinámica de negocio, pueden presentar grandes avances e innovaciones en el tema, las cuales posiblemente no estén sistematizadas y no se les englobe dentro del concepto de la RSE, pero que mediante un adecuado proceso de sensibilización, capacitación, implantación, medición y adecuación, es decir, de un modelo de gestión y dirección, ayuden efectivamente al desarrollo de ventajas competitivas y a la larga en la permanencia del negocio.