

# Responsabilidad social de la PYME

Mónica Vázquez García\*

## 1. Introducción

Estoy segura de que dentro de unos años nos parecerá hasta curioso que en estos años se tuviese que estar sensibilizando a las empresas —y a las Administraciones Públicas—, sobre la necesidad de ser socialmente responsables. Como si se nos tuviese que recordar a los individuos que somos responsables con respecto a nuestros familiares, amigos, vecinos o compañeros de trabajo.

Las empresas, como las Administraciones Públicas, o las ONG, viven en una sociedad, se benefician de formar parte de ella, desempeñan sus actividades en ella, y son por tanto, responsables de las consecuencias que esas actividades puedan ocasionar en la sociedad. Ni más ni menos. Debería ser, por tanto, un elemento esencial e íntimamente ligado al objeto social (justamente, es ese adjetivo el que se emplea), de esas organizaciones. Este enfoque sería lo que los anglosajones han dado en llamar el «*Moral Case*».

Pero es que también se trata de un «*Business Case*» o «Cuestión de Competitividad» (o sea, no se trata de un juego de suma cero, sino de «ganar-ganar»); la RSE se configuraría aquí como una apuesta por la excelencia empresarial, vía enriquecimiento de su capital intangible como puede ser la mejora de las relaciones laborales, reducción del absentismo o de la rotación incesante de personal, sólo por citar algunos ejemplos.

Y además se trata de un «*Economic Case*», o perspectiva macro, ya que la

gestión con criterios RSE contribuye al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta, y esto como condición necesaria para la que la propia sostenibilidad de la empresa en su entorno sea posible.

La vulgarización del concepto se produce, además, en un momento en que la ciudadanía ha cambiado de configuración. Nuestros Estados se encuentran cada vez más debilitados, el sindicalismo vive una gran crisis sobre todo por la globalización del mercado de trabajo que ha hecho de este factor un factor abundante, barato, y en muchos casos, bien formado; y la caída del comunismo ha otorgado a la empresa una nueva legitimación que es lo que ha colocado al cliente en el centro del sistema, con dosis de poder mucho mayores que en toda su historia. Pero dicho esto, tampoco hay que olvidar que el «capitalismo popular» ha empezado a extenderse, y sólo en España al día de hoy, más de diez millones de españoles poseen acciones.

Después de los escándalos de grandes multinacionales en los noventa, queda claro que éstas tenían la necesidad de comunicar públicamente que «eran buenas»; además, en el contexto americano ultraliberal, no es práctica habitual el ocuparse demasiado por aspectos sociales del negocio, sobre todo si no se ve en ello una mayor rentabilidad a corto plazo.

## 2. Especificidad de la PYME

Unos años más tarde, y ya llegado el concepto a Europa, éste deja de centrarse exclusivamente en grandes empresas y corporaciones, para fijarse cada vez



COLABORACIONES

\* Técnico Comercial y Economista del Estado.

más en la PYME, que además representan en casi todas partes, más del 95 por 100 del tejido empresarial nacional, por lo tanto tiene un potencial de calado mucho mayor. Pero quizá el concepto, al ampliar su objeto de aplicación, no se ha revisado lo suficiente para que sea atractivo y realmente aplicable a la PYME, e incluso a la microPYME.

No vamos a entrar a fondo en la idoneidad de la definición de PYME de la Recomendación CE de 6 de mayo de 2003 (1), pero parece evidente que para estándares de empresas no sólo españolas, sino de toda la Europa mediterránea, está incluyendo a muchas que intuitivamente nosotros ya consideraríamos «grandes». En cualquier caso, este colectivo cuantitativamente tan abundante y cualitativamente tan heterogéneo, sí que comparte algunas características que configuran su diferencia:

- Suele haber poca distinción entre roles de gerencia y de propiedad.
- No suele haber departamentos estructurados con competencias propias específicas, sino que se contrata a personal «multifaceta», básicamente para solucionar problemas diarios.
- La comunicación interna es fundamentalmente informal (lo cual es cierto que en muchos casos puede ser más eficaz que la demasiado formalizada, pero esto ya es otro debate).
- Las relaciones personales con proveedores, clientes y comunidad local son esenciales.
- Y, por supuesto, las PYME se encuentran sometidas a dinámicas de mercado determinadas por grandes empresas, de las que son proveedoras en muchos casos, y son esas grandes las que

en muchos casos les van a exigir certificados de RSE para subcontratarlas o mantener una subcontrata.

Asimismo, y según la experiencia con PYME, hay unas notas comunes en cuanto a lo que perturba la integración del concepto de RSE por parte de las PYME, que podría resumirse así:

- La empresa considera que va a incurrir en más costes (no se ve la RSE como elemento de competitividad).
- Sobre todo en las PYME de mayor tamaño, la RSE se confunde con la «reputación corporativa» (así, la «Acción Social» no es RSE).
- Para las PYME resulta claro que las empresas grandes están necesitadas de logos y frases «que las unan a la sociedad», y más si cotizan en Bolsa, pero estos símbolos no repercuten de forma tan automática (incluso la repercusión puede ser nula) en el caso de las PYME cuyo nombre, desde luego, no sale todos los días en periódicos o en televisión, y que por tanto «no existen» para el consumidor medio.
- Existe una dificultad real en contar con parámetros homologables de RSE entre PYME, ya que algunas, por su objeto social, necesitan más temporalidad en el empleo, otras están presentes quizá en países diferentes donde el grado y tipo de expectativas de sus empleados, o de sus proveedores o consumidores, son distintas.
- Y por último, no hay cauces estructurados que permitan al consumidor manifestarse en masa en cuanto a lo positivo hecho por la empresa en términos de RSE, con lo que hay menos motivación por parte de las empresas para poner en práctica unas medidas, quizá algo costosas de implantar, para no recibir nunca un *feedback* positivo por parte de su clientela.

Aunque sólo sea por el factor cuantitativo, ese más de 95 por 100 que la PYME ocupa en los tejidos empresariales de ca-



COLABORACIONES

(1) Facturación menos a 50 millones de euros, activo inferior a 43 millones de euros, plantilla menor a 250 trabajadores.

si todos los países, el tema parece jugoso para algunos, como ciertas consultoras, grupos de interés y hasta multinacionales. Estos tratan de presionar para que los informes certificados sean obligatorios y, por supuesto, ser ellos «invertidos» como organismos certificadores. Aunque las políticas públicas, por lo menos a nivel europeo, se han decantado por la no obligatoriedad de los certificados o de un tercer balance, el debate se ha contaminado justo al principio, que es precisamente cuando hay más desinformación.

### 3. Conclusión

De ahí que la primera obligación de los poderes públicos sea difundir el concepto tal y como es para la PYME, para que ésta tenga las ideas claras antes de plantearse su estrategia en la materia y no caiga en manos desaprensivas. En concreto, que la RSE para la PYME no es más que un nuevo elemento de competitividad, que integra la excelencia en la relación de la PYME con su entorno (social, medioambiental).

Así las cosas, sería inteligente comunicar el concepto de RSE a la PYME como:

— Parte de la esencia misma de la actividad empresarial, y no como un añadido; no como algo nuevo sino como una oportunidad de profundizar en lo que ya se hace bien (incorporando mejoras factibles) (2).

— La aproximación debería ser a la vez social y utilitarista, como «Competitividad Responsable», y esto porque es precisamente esta lucha cotidiana por la supervivencia en el mercado lo que determina la necesidad de la PYME de fortale-

cer su red de interdependencias y colaboraciones en red (RSE como forma de fortalecer el capital social de la PYME, en línea con lo que Robert S. Kaplan considera activos intangibles de la nueva empresa, más valiosos actualmente que los tangibles y centrados en la maximización del beneficio a corto plazo, basado en criterios financieros, de hace unos años) (3).

— En la misma línea, deberíamos poder avanzar en la presentación de la RSE definida como «Excelencia de la Gestión», indicador de profesionalidad y como algo transversal a la actividad cotidiana de la empresa, y por supuesto no como RSE sistematizada y formalizada como una nueva área de gestión, que es hoy lo más habitual en la gran empresa, o incluso incluida en el área de «Comunicación corporativa».

— Sería necesario subrayar a la opinión pública que, en materia de RSE, casi ninguna empresa parte de cero. En la historia de cada PYME pueden haberse dado ya elementos de RSE que sí pueden luego ser susceptibles de fortalecerse, y para crear un ambiente receptivo de la PYME hacia la integración del concepto, debería presentarse éste como una oportunidad de profundizar en lo que ya se hace bien (5).

— No existe todavía una traducción explícita de las prácticas de RSE en la PYME, en términos de cuenta de resultados, pero es que en una PYME los resultados de la RSE no se traducen primordialmente, como ya mencionamos, en imagen pública, sino en organización interna (fruto del mejor clima laboral, ma-



COLABORACIONES

(2) Canals, J. y Fontrodona, J., 2006: Responsabilidad corporativa y gobierno de la empresa, Chapters, Abril 2006.

(3) Robert, S. Kaplan y David P. Norton: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes, Strategy Maps Feb 2004.

(4) Chinchilla, Nuria: Equilibrar trabajo y vida de familia en España, 2003, IESE.

(5) Lozano, J.M.: Una política pública sobre la RSE, 2006 IESE.

por implicación de los trabajadores en los objetivos empresariales, menor absentismo o disminución de la rotación de la plantilla).

— Además, por la propia talla y características de la PYME, ésta debería avanzar únicamente hacia una cierta especialización en algún área de la RSE (como el equilibrio laboral, la sostenibilidad medioambiental, la calidad y seguridad laboral,

la participación de los trabajadores en la gestión, etcétera).

Y ello para no crear falsas alarmas, pero también para que no sea letra muerta para la gran mayoría del tejido empresarial, y ello redunde a medio plazo en una sociedad más próspera y más cohesionada, en lo que desde luego todas las empresas tienen una parte de responsabilidad.



**COLABORACIONES**