

La pyme ante el desafío de la RS de la empresa

JAIME URCELAY
presidente de
Profesionales
por la Ética



La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), que interpeló primero a las grandes corporaciones, parece llamar en los últimos tiempos a la puerta de las pequeñas y medianas empresas. Y es que difícilmente va a ser viable la ambición de un desarrollo sostenible si excluimos de este planteamiento al conjunto de empresas que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. Recordemos que en España, por ejemplo, el 81,66% de los asalariados trabajan en empresas con menos de 250 empleados.

Esta segunda ola de la RSE, que constituye hoy una de las prioridades de la estrategia social de la Unión Europea y que justamente ha sido destacada entre nosotros en el Foro de Expertos del Ministerio de Trabajo y en la Subcomisión del Congreso de los Diputados, puede estar sin embargo llamada al fracaso si pre-tende ser una extensión mimética de los enfoques y desarrollos alcanzados en las grandes empresas.

La integración de la RSE en la gestión de la pyme, que en su mayor parte son microempresas con menos de diez trabajadores y escasos recursos, requiere una previa reflexión de fondo sobre el significado último de la RSE, que está muy vinculado al por qué y el para qué de la empresa, y una adaptación flexible y cuidadosa de los instrumentos desarrollados para la gestión socialmente responsable de las grandes empresas.

Ese ejercicio de reflexión y adaptación del enfoque de la RSE a la pyme es precisamente el objeto de nuestro reciente estudio en EOI Escuela de Negocios, en su programa de investigación del Fondo Social Europeo, que lleva por título *Integración de la Responsabilidad Social de la Empresa en la gestión de la pyme y su incidencia en el empleo*.

La principal conclusión de dicho estudio, que comprende una investigación de campo sobre las actitudes y las pautas de compor-

tamiento de la pyme española en relación con la RSE, es que dicho desafío de integración tiene un punto de partida favorable y positivo: la gran mayoría de las pequeñas y medianas empresas son ya socialmente responsables, aunque una buena parte (el 60,5% de las empresas encuestadas) no haya oído hablar de la RSE o no sea consciente de las ventajas competitivas que sus prácticas de sostenibilidad pueden proporcionarle. No existe, según la investigación realizada, correlación entre el conocimiento de la RSE y las buenas prácticas socialmente responsables.



LA DECIDIDA APUESTA DE LA PYME

Esta espontaneidad de la RSE en la pyme tiene mucho que ver con las convicciones éticas de ese casi 93% de pequeños empresarios fuertemente comprometidos con sus empleados y sus clientes, y perfectamente integrados como "buenos vecinos" en sus entornos locales, que, de acuerdo con la investigación, dan la misma o superior importancia a la honestidad y el respeto a la persona que a los beneficios económicos.

En un entorno de pocos recursos y presión por la supervivencia comercial, resta tan sólo a estos buenos empresarios tomar conciencia de que, ante la actual demanda por el mercado de Responsabilidad Social a las empresas, necesitan ordenar, poner en valor y tal vez comunicar lo que espontáneamente ya hacen: esencialmente, atender las necesidades sociales mediante la fabricación de productos o la prestación de servicios de calidad, creando riqueza y empleo.

Porcentajes muy altos de la pyme española que aparecen en la significativa muestra del estudio de la EOI cuentan ya con buenas prácticas de RSE como son la calidad de producto/servicio, la atención de los clientes por encima de los requerimientos lega-

les, la prevención de riesgos laborales, el cuidado del clima laboral y la atención de las necesidades de los empleados, o la protección del medio ambiente.

BUENAS EXPECTATIVAS

La extensión por las grandes compañías de la RSE a su cadena de suministro, el apoyo institucional -que sería un grave error confundir con la mayor presión legislativa y regulatoria- y la disponibilidad de valiosas herramientas de autodiagnóstico, mejora continua y comunicación, simplificadas y adaptadas al tamaño y recursos de la pyme, deben favorecer que este tipo de empresas, en las que todo suele tener una verdadera escala humana, puedan avanzar en sus comportamientos socialmente responsables, superando las debilidades que en estos momentos puedan constatarse.

El éxito de la pyme ante este desafío será, en definitiva, una de las condiciones para que el movimiento de la RSE se consolide, más allá de las modas y de las lamentables operaciones de estética corporativa, como una verdadera oportunidad para empezar a construir una nueva cultura empresarial al servicio de la dignidad de la persona y el desarrollo integral de nuestra comunidad. ☺

El éxito de la pyme ante el desafío de la RSE será una de las condiciones para que este movimiento se consolide, más allá de las modas y de las lamentables operaciones de estética corporativa