

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN LAS PYMES

- Responsable: YONI SAIRE
- Colaborador Externo: CAROLINA SAIRE

INTRODUCCIÓN

El trabajo de recolección de datos se realizó desde el mes de marzo 2021 hasta octubre 2021 vía web mediante el formulario de Google:

<https://forms.gle/Z9WN8e8Lk7f9UZk3A>

Los resultados servirán para orientar respecto al conocimiento que las pymes tienen sobre la responsabilidad social empresarial (RSE) y reflexionar acerca de las prácticas en RSE que vienen desarrollando. No se pretende generalizar los resultados, sino que sean útiles para un estudio cuantitativo posterior, el cual podría abarcar otras empresas dentro del ámbito local, nacional y regional; y que permita obtener información sobre otras poblaciones.

La RSE requiere que las empresas sean cada vez más transparentes y abiertas en sus acciones; en este sentido, las pymes deben comunicar su desempeño empresarial que realicen tanto en lo social, económico y ambiental durante un determinado período de tiempo.

No se debe olvidar que las decisiones del empresario pyme, bajo su condición de actor social, afectan a los otros grupos de interés; por ello, sus responsables deberán pensar en tener una estrategia que les permita diseñar y construir nuevos objetivos vinculados con: sustentabilidad, desempeño responsable y



transparente; este es el camino para construir mejores empresas pymes y, por ende, una mejor sociedad.

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La recolección de datos se hizo sobre 20 empresas pymes, ubicadas en la Argentina (provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.) y el Perú (Lima y Arequipa).

Se contempló, en su primera parte, la clasificación según los siguientes rasgos:

- Rama (industrial, comercial y servicios).
- Cantidad de empleados (10-50, 51-100, 101-200).
- Antigüedad de la empresa (0-5, 6-10, más de 10 años).
- Ubicación geográfica.

En el armado de la segunda parte, se orientó a relevar información acerca de las prácticas de RSE que realice o no la pyme, en función de seis grupos de interés:

- Clientes
- Proveedores
- Empleados
- Medio ambiente
- Comunidad
- Gobierno corporativo / accionistas

En cada grupo de interés, se contemplaron preguntas que debían responder según su grado de conocimiento o práctica desarrollada; estas eran las opciones para responder:

- Sí
- No
- A veces
- No sabe

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

1.ª parte: Perfil demográfico de las pymes encuestadas

CANTIDAD de EMPRESAS RELEVADAS = 20			
Clasificación	TIPO	Cantidad	%
RAMA	INDUSTRIA	4	20 %
	COMERCIAL	8	40 %
	SERVICIOS	8	40 %
Cantidad Personal	10 a 50	12	60 %
	51 a 100	6	30 %
	+ de 100	2	20 %
Años de la Empresa	0 a 5 años	7	35 %
	6 a 10 años	2	10 %
	+ de 10 años	11	55 %
Ubicación Geográfica	Argentina	Bs. As.	44 %
		CABA	6 %
	Perú	Arequipa	23 %
		Lima	27 %

De los resultados obtenidos, se desprende:

- *Rama.* Fueron relevadas, principalmente, pymes que trabajan en lo comercial y de servicios; en menor medida, la industrial.

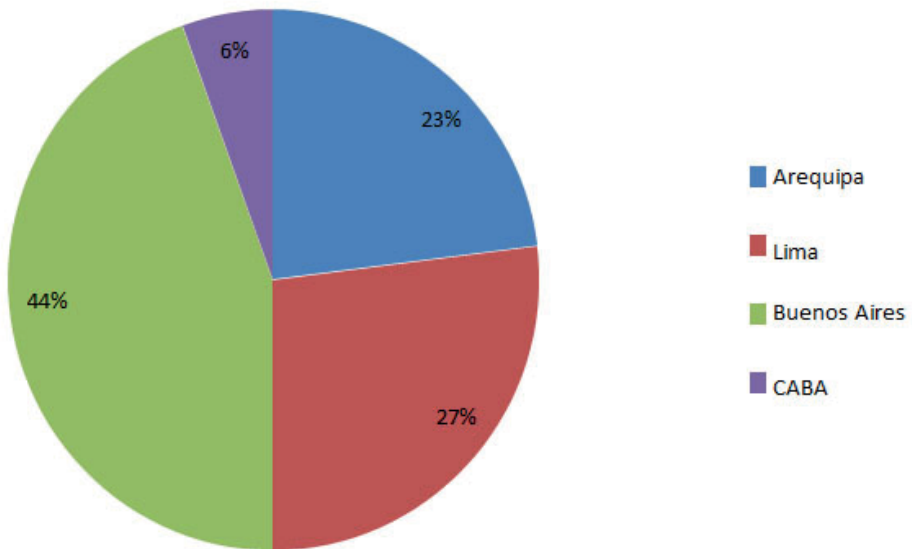
- *Cantidad de empleados.* Se caracterizan las pymes que contemplan de 10 a 50 trabajadores; en segundo lugar, hasta 100 trabajadores, y, en tercer lugar, mayor a 100.

- *Antigüedad.* Predominaron las pymes de más de diez años; seguidas por las que tienen hasta cinco años, y en tercer lugar, las que tienen de seis a diez años.

- *Ubicación geográfica.* De las pymes argentinas encuestadas, predominó la provincia de Buenos Aires sobre de Capital Federal, y en el caso de Perú, pymes de Lima, seguidas por Arequipa.

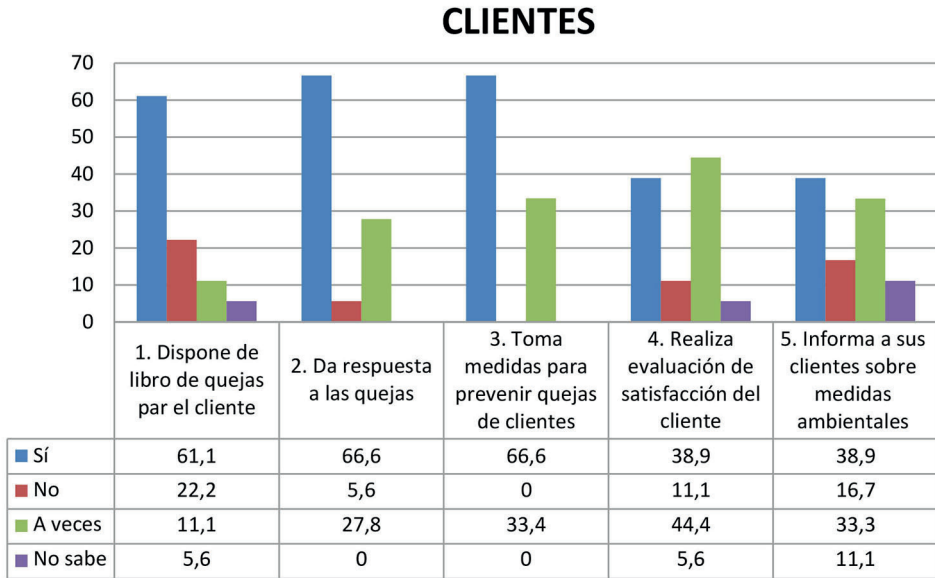
2.^a parte: Ubicación de las pymes que accedieron a la encuesta

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE PYMES



A continuación, se exponen los resultados respecto al nivel de conocimiento y desarrollo según los grupos de interés (*stakeholders*).

GRÁFICO I: CLIENTES

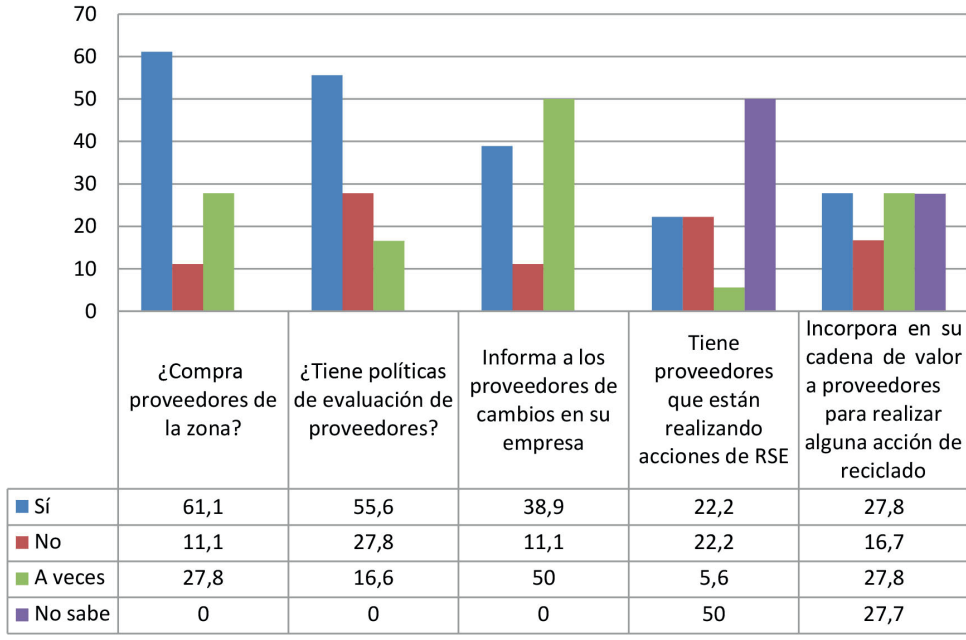


De los resultados obtenidos, se observa que el grado de desarrollo de las actividades dirigidas a este grupo de interés es elevado. Cada vez más las empresas son conscientes del cambio en el comportamiento de los clientes y de la importancia de la percepción que estos tienen con relación a su empresa.

Entre las acciones de RSE dirigidas a la percepción de los clientes sobre la pyme, se destacaron las siguientes: disponen de libros de quejas (61,1 %); da respuesta a las quejas (66,6 %); toma medidas para prevenir quejas de los clientes (66,6 %); informa a sus clientes sobre medidas ambientales (38,9 %), y a veces realizan evaluación de satisfacción del cliente (44,4 %).

GRÁFICO II: PROVEEDORES

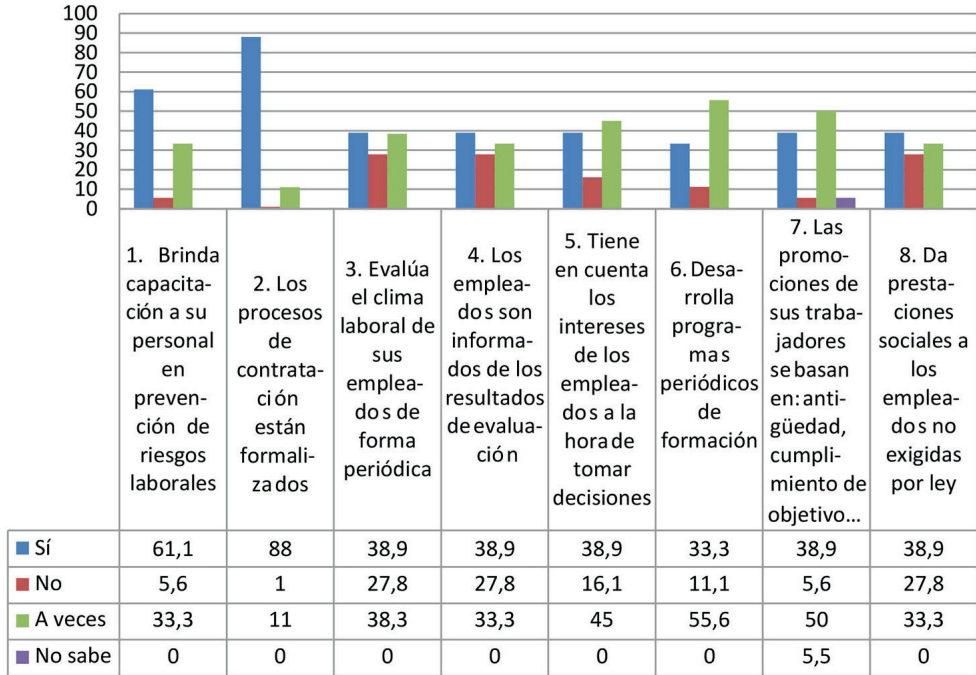
PROVEEDORES



En términos generales, frente a las preguntas propuestas, lo más destacado es el hecho de que el 61,1 % afirma estar vinculados con proveedores de su zona, y el 55,6 % tiene políticas de evaluación de proveedores. Por otro lado, se observa que existe un escaso nivel de desarrollo en prácticas de RSE en sus proveedores, como así también en el hecho de procurar la incorporación de proveedores en su cadena de valor que realicen acciones de reciclado.

GRÁFICO III: RESULTADOS OBTENIDOS CON RELACIÓN A EMPLEADOS

EMPLEADOS



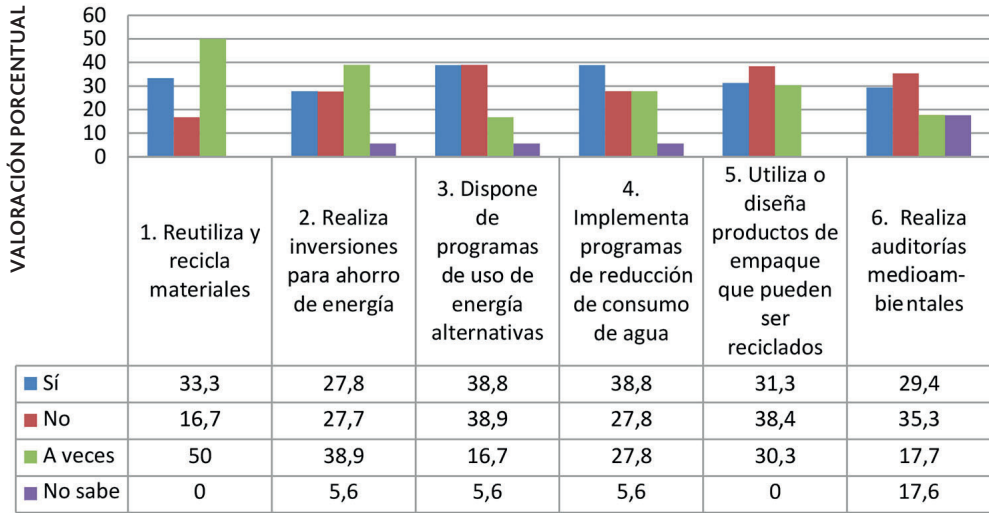
En el cuadro, se observa que las pymes prestan mayor atención con relación a sus empleados en temas vinculados con el cumplimiento de la ley laboral vigente en cada país¹, en cuanto a los procesos de contratación (88 %) y en temas de riesgos laborales (61,1 %). Existe una alta conciencia sobre las actividades relacionadas con la formación, promoción, capacitación laboral, las cuales son desarrolladas en mayor o menor medida por gran parte de las empresas participantes.

La Guía ISO 26000 hace mención respecto a las prácticas laborales (trabajo y relaciones laborales): «Una organización debería asegurar que las condiciones de trabajo cumplan las leyes y regulaciones nacionales y que sean coherentes con las normas laborales internacionales aplicables..», con lo cual observamos que las pymes cumplen con la legislación vigente.

¹ Argentina: Ley Empleo 24013 y Ley 20744.
Perú: Ley 29783- Ley 25327 y Dto. Legislativo N.º 728.

GRÁFICO IV: RESULTADOS OBTENIDOS CON RELACIÓN AL MEDIO AMBIENTE

MEDIO AMBIENTE

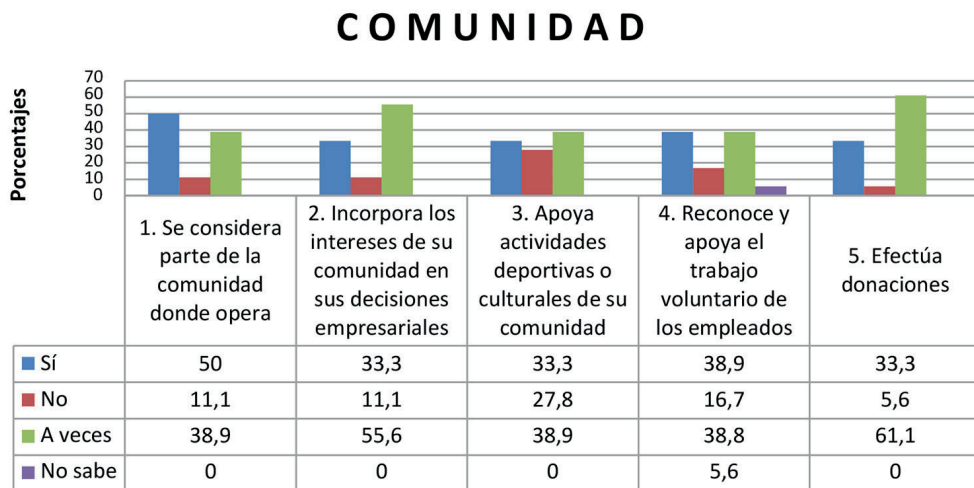


Se percibe que, en la práctica, se minimiza el impacto medioambiental de sus actividades; en función de las respuestas obtenidas, parecen ser más conscientes en cuestiones de rutina, tales como la reutilización y reciclado de materiales (33,3 %); la reducción de consumo de energía (38,8 %); agua (38,8 %); diseño de productos de empaque, que pueden ser reciclados (31,3 %), y en medidas dirigidas a la realización de auditorías ambientales (29,4 %).

Si bien, por el momento, no hay una presión que ejerce la legislación en este aspecto, se percibe que las pymes se preocupan en mayor medida por la protección del medioambiente y por su respeto como una cuestión empresarial; los clientes también valoran estas iniciativas en el momento de evaluar su compra.

El impacto ambiental es una condición previa para la supervivencia y la prosperidad de los seres humanos; por ello, su importancia debe ser considerada por las pymes.

GRÁFICO V: RESULTADOS CON LA COMUNIDAD



En términos generales, se encuentra que hay un bajo desarrollo en las actividades que realizan con su comunidad; la más destacada es la referida a que se considera parte de la comunidad donde opera (50 %) y, en menor medida, los temas referidos a: la incorporación de los intereses de su comunidad en sus decisiones (55,6 %); a veces, el apoyo de actividades deportivas o culturales (38,9 %); reconocimiento o apoyo del trabajo voluntario de los empleados (38,8 %), y a menudo, donaciones (61,1 %).

Aquí podemos inferir que los resultados son contrarios a lo esperado, debido a que se asevera una mejor disposición de las pymes hacia prácticas que demuestran un mayor compromiso con la sociedad² y, sobre todo, en temas relacionados con las donaciones³. La justificación de estos resultados es la influencia de la situación económica en general y de la plena pandemia, hecho que afectaba a las pymes analizadas en ese momento; por ende, ello les imposibilita tomar decisiones de inversión en este sentido.

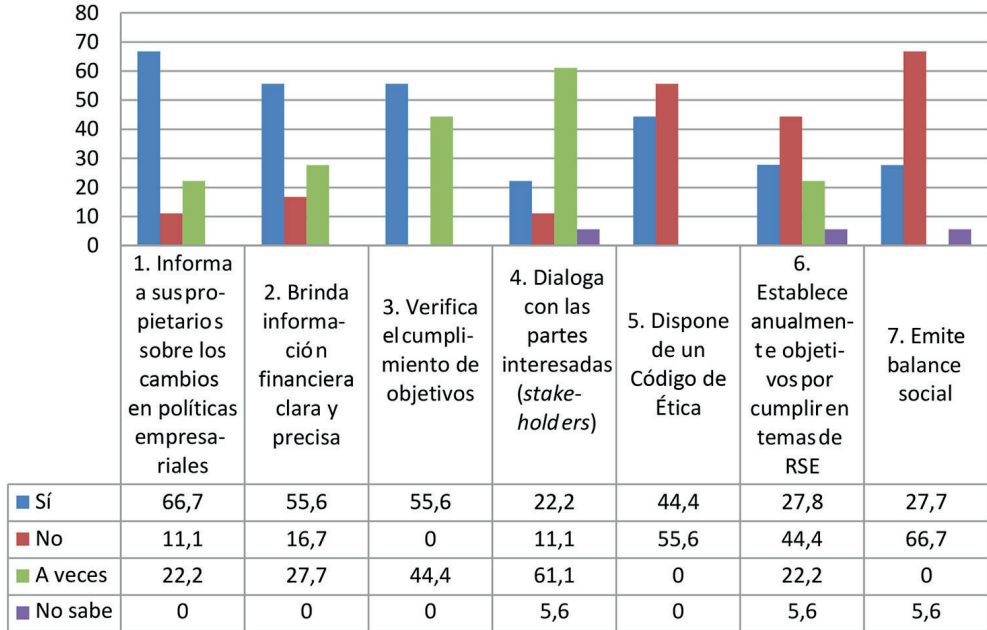
Como expectativas relacionadas, las pymes deberían considerar el apoyo a organizaciones y personas que entreguen los productos y servicios necesarios para su comunidad, que pueden generar empleo local, contemplando cualquier tipo de subcontratación que le permita apoyar el desarrollo de su comunidad.

² Spence et al. (2003); Perrini et al. (2007).

³ Tencani, Perrini y Poguts (2004); Gulyas (2009).

GRÁFICO VI: RESULTADOS OBTENIDOS CON RELACIÓN A SU GOBIERNO / ACCIONISTAS

GOBIERNO CORPORATIVO/ACCIONISTAS



Podemos observar que las prácticas de RSE dirigidas al gobierno de la empresa y sus accionistas están poco desarrolladas, salvo en temas como los siguientes: informar a sus propietarios sobre cambios de las políticas empresariales (66,7 %); brindar información financiera clara y precisa (55,6 %); cumplir sus objetivos (55,6 %). Y, en menor medida: en temas como diálogos con sus partes interesadas (22,2 %); si dispone de un código de ética (44,4 %), si establece objetivos en temas de RSE (27,8 %), y la emisión de balance social (solo el 27,7 %).

Las pymes, a fin de considerar un rumbo en la responsabilidad social empresarial como parte de sus políticas, estrategias y operaciones, deberían contemplar acciones que integren la RSE en toda su organización.

CONCLUSIONES

Entre las limitaciones, cabe destacar que, frente al contexto sanitario y económico que estamos atravesando, se pudo recabar información mediante una encuesta vía web; se consideró para la selección de la muestra empresas pymes localizadas en dos países de la región: Argentina (provincia de Buenos Aires y CABA) y Perú (Lima y Arequipa). En este sentido, se podría replicar ampliando el abanico de empresas, lo que posibilitaría corroborar evidencias que permitan evaluar distintas características explicativas según el país o la cultura organizativa.

Mediante el presente trabajo, podemos evidenciar que las pymes encuestadas en los países citados llevan a cabo prácticas de RSE, a pesar del desconocimiento sobre el tema en sí.

La RSE no es una herramienta estratégica que debería ser estudiada únicamente desde las grandes empresas, sino que también debería ser contemplada por las pymes. En este sentido, enfatizamos que, tanto en la Argentina y en el Perú, las empresas pymes representan el 96 % de su economía global, por lo que el interés desde el punto de vista para la RSE está más que justificado.

Las actividades de RSE más desarrolladas en la gestión normal de las pymes encuestadas no difieren demasiado respecto a lo que se realiza en otros países, como Colombia, Chile, España o Italia, donde se pone en evidencia no solo la importancia de los clientes desde el punto de vista comercial, sino también el reconocimiento de los trabajadores como un factor de importancia para incrementar la productividad.

En aspectos medioambientales, se observa que ambos países cuentan con una disminución en el consumo de recursos, como energía eléctrica, agua, y un incremento en el tratamiento de residuos; es posible alcanzar un aumento del rendimiento económico y de la eficacia organizativa a través de mejores disposiciones medioambientales.

De forma adicional al objetivo del presente trabajo, hacemos mención de la oportunidad para investigar algunos temas en futuros trabajos, por ejemplo, balance social, Ley BIC, emisiones, finanzas sostenibles, mediciones sostenibles (GRI).

REFERENCIA

26000, I. (2010). ISO 26000-Guía de Responsabilidad Social. Ginebra-Suiza: Norma Internacional.

PERELMUTER, L. (2007). La Responsabilidad Social Empresaria y las Pymes. Buenos Aires: CENARSECS, FCE-UBA.

KLIKSBERG, B. (2007). Responsabilidad Social Empresarial: ¿Moda o Demanda Social?". Buenos Aires, CENARSECS, FCE-UBA

