

Oportunidades y responsabilidad

Cómo ayudar a un mayor número de pequeñas empresas a integrar las cuestiones sociales y medioambientales en sus actividades





Mensajes clave

1. La responsabilidad social de las empresas (RSE) no es un concepto nuevo para las PYME. Un gran número de PYME han actuado siempre de acuerdo con lo que hoy se llamaría «responsabilidad social de las empresas», incluso sin conocer o emplear este término. La novedad es la creciente atención que los responsables de las políticas, los consumidores, los sindicatos y las organizaciones no gubernamentales prestan a la RSE. Todos estos actores deberían reconocer lo que las PYME ya han logrado en este ámbito. La RSE en las PYME es menos formal y más intuitiva que en las empresas más grandes, pero no por ello es menos valiosa. El reto reside en lograr que más PYME practiquen más RSE.

2. La RSE puede ser ventajosa para las PYME... La RSE no es un atajo hacia el éxito empresarial, sino una inversión que puede dar su fruto a largo plazo. Puede ser ventajosa, por ejemplo, en materia de contratación, retención, desarrollo y motivación del personal, de fidelidad de la clientela y de reducción de los gastos energéticos. En la economía del conocimiento, la RSE puede convertirse, cada vez más, en una fuente de innovación y puede facilitar el acceso y el intercambio de información. Gestionando la RSE de forma más estratégica y consciente, las empresas pueden beneficiarse más de estas ventajas. La RSE se inscribe en una lógica de mejora continua y debería considerarse como parte del modelo moderno de excelencia empresarial.

3. ... pero también las cualidades personales y los valores éticos son importantes. Las cualidades personales y los valores éticos de los propietarios, directores y empleados de las PYME constituyen una poderosa motivación para que las empresas presten mayor atención a las cuestiones sociales y medioambientales. Las medidas de apoyo a la RSE en las PYME deberían reafirmar y responder a este tipo de motivaciones y no reemplazarlas o ignorarlas.

4. La RSE ofrece una oportunidad para resolver problemas reales. La RSE debe tener una dimensión práctica y orientada a los resultados, ofreciendo soluciones a los problemas reales a los que se enfrenta, por ejemplo, una empresa, una localidad o un sector. Es necesario estimular a todos los interlocutores para que sean conscientes de las oportunidades que puede ofrecer el compromiso de las PYME con las cuestiones sociales y medioambientales. Los políticos y demás responsables no deberían abordar la RSE de forma aislada, sino establecer una relación más concreta entre la adopción de la RSE y las políticas tales como la lucha contra la exclusión social, la promoción de la mentalidad empresarial o la reducción de las emisiones de CO₂.

5. Es conveniente trabajar con las PYME a escala regional y local... Por lo general, las PYME se identifican con la región o la localidad donde están ubicadas. Las cuestiones sociales y medioambientales que les afectan serán probablemente de carácter local y regional. El impacto positivo de una mayor aplicación de la RSE se apreciará mejor a escala local y regional, ya sea en términos económicos, sociales o medioambientales.

Oportunidades y responsabilidad

Cómo ayudar a un mayor número de pequeñas empresas a integrar las cuestiones sociales y medioambientales en sus actividades.

6. ... y a través de agrupaciones y sectores industriales. Las PYME pertenecientes a un mismo sector o agrupación se enfrentan a menudo a cuestiones sociales y medioambientales comunes. Hacer frente de forma colectiva a estos problemas puede reducir los costes de acción y posibilitar mejoras que una PYME no lograría obtener por sí sola.

7. Las asociaciones entre interlocutores son fundamentales. Los ejemplos más satisfactorios de aplicación de la RSE en las PYME, en especial en las relaciones con los interlocutores externos a la empresa, involucran una combinación de distintos actores, que aportan sus propias redes y conocimientos. La importancia de un enfoque basado en el diálogo social entre empresarios y representantes de los trabajadores contribuye en gran medida a la promoción de la RSE en cualquier sector empresarial. La cooperación entre distintos sectores empresariales a menudo es importante para abordar problemas locales y regionales. Se debe fomentar una mayor cooperación en el ámbito de la RSE entre, por un lado, las ONG y las organizaciones sin ánimo de lucro y, por otro, las PYME y los organismos que las representan.

8. Las organizaciones que colaboran con las PYME desempeñan un papel fundamental. Hay que estimular y ayudar a las organizaciones existentes de apoyo a las empresas así como a los intermediarios de las PYME a que integren mejor la RSE en sus tareas de asesoramiento y apoyo a las PYME. Este tipo de organizaciones son canales privilegiados de comunicación con las PYME, con quienes pueden debatir sobre la RSE de forma relevante y comprensible.

9. El lenguaje y la terminología deben ser apropiados. El término «responsabilidad social de las empresas» resulta confuso y complicado para la mayoría de las PYME. Aunque el término siga siendo útil en los círculos de la elaboración de políticas, en la mayoría de las lenguas, es necesario encontrar términos alternativos para poder comunicar con las PYME. El término «espíritu empresarial responsable» es una alternativa viable en algunas lenguas.

10. Debe mejorar la integración de la RSE en la educación. Para convencer a futuros directores, empresarios y trabajadores de que la RSE es una inversión socialmente responsable y rentable a largo plazo, es preciso mejorar la integración del papel social y medioambiental de las empresas y sus responsabilidades en todos los niveles de la educación. Se debería prestar especial atención a la integración de la RSE en la formación empresarial y en la formación específica para directores y empleados de PYME.

11. Ni todas las PYME son iguales... Dado que las PYME forman un grupo muy heterogéneo (en términos de tamaño, antecedentes, sector, propiedad, etc.), es necesario concebir una serie de enfoques y estrategias diferentes para fomentar la adopción de la RSE. La clave del éxito reside en adaptar el mensaje y la naturaleza del apoyo a los diferentes tipos de PYME. Entre otros, los enfoques a medida son necesarios para las pequeñas empresas y microempresas, en comparación con las empresas medianas.

12. ... ni la RSE es igual en los diferentes países de la UE. La RSE es culturalmente específica: varía según las tradiciones políticas, la naturaleza del diálogo social y el grado de reglamentación de ciertas cuestiones sociales y medioambientales. Resulta útil que exista un consenso a escala europea sobre la definición y la importancia de la RSE, pero, en última instancia, la práctica de la RSE debe adaptarse a las circunstancias particulares de las distintas naciones y regiones.

Oportunidades y responsabilidad

Cómo ayudar a un mayor número de pequeñas empresas a integrar las cuestiones sociales y medioambientales en sus actividades.

13. Debe aumentarse la demanda de RSE. Se necesita un entorno adecuado y propicio para recompensar a las PYME cuya conducta sea más responsable en el ámbito social y medioambiental. Por ejemplo, debe examinarse el papel que desempeñan los consumidores, la contratación pública y los mayoristas en la cadena de suministro. En cualquier caso, hay que tomar en consideración las capacidades de las PYME y velar por que no se las discrimine involuntariamente.

14. También los gobiernos deben actuar con responsabilidad. No se puede exigir que las PYME integren más la RSE sin apelar también a la responsabilidad de los gobiernos en la creación del marco adecuado que permita a las empresas crecer y crear más y mejores puestos de trabajo.

15. Hay que investigar más sobre la RSE y las PYME. Es positivo el creciente interés que los investigadores vienen mostrando por la RSE en las PYME. Deben estimularse otras investigaciones orientadas a la práctica, como el éxito o el fracaso de las diferentes políticas y técnicas destinadas a aumentar la aceptación de la RSE entre las PYME; el impacto económico, social y medioambiental de la RSE a escala regional y local; el uso y la utilidad de las herramientas de responsabilidad social para las PYME; y una clasificación de las PYME según su nivel de compromiso con la RSE.

16. El reto es grande, pero la recompensa es mayor. Hay unos veinticuatro millones de PYME en la Unión Europea. En definitiva, se trata de influir positivamente en la conducta de una proporción significativa de esas empresas. El principio rector debe ser promover pequeños avances significativos en un gran número de empresas, más que fomentar políticas de RSE formales y sofisticadas destinadas a una elite reducida. De esta forma se contribuirá a una evolución positiva de la cultura empresarial europea de manera que mejore su competitividad, su capacidad de desarrollarse de forma sostenible y la calidad de vida de los ciudadanos.