

EN LA OPINIÓN DE... 

Gwenaëlle Gerard gwenaelle@responsable

En responsabilidad social: ¿el tamaño importa?

La forma en que las pymes asumen la RS es más intuitiva que estructurada

Es sabido que la aproximación que tienen las pymes a la responsabilidad social (RS) es muy distinta a la de las grandes empresas. Incluso se ha llegado a hablar de las dificultades que representa para las pequeñas organizaciones asumir acciones de RS, porque su principal preocupación se centra en las necesidades más urgentes: pago de nómina, proveedores y servicios; en síntesis, en la supervivencia misma en el mercado.

En el estudio "Panorama de la responsabilidad social en México", realizado por la consultoría Responsable, se preguntó a las pymes cuáles son las razones por las que actualmente no trabajan en RS. Respondieron: falta de presupuesto (30.1%); no saber cómo empezar con el tema (26.2%); metas financieras más urgentes (24.6%); dificultad para entender el concepto (20.8%), y falta de interés e involucramiento de la dirección (20.2%). Para las empresas grandes esta última es la causa número uno.

Esto revela que no es por falta de voluntad e interés que las pymes no trabajan en RS, sino más bien por falta de recursos económicos, desconocimiento y falta de confianza en sí mismas. En el mismo estudio, las pymes mostraron un mayor entusiasmo que las empresas grandes para implementar acciones de RS en el futuro: 26.8 vs 16.7%, y 34% refirió que aunque no cuenta con una estrategia de RS definida ha establecido objetivos sociales y ambientales e, incluso, ha involucrado a sus colaboradores en las acciones que realizan.

Así, el tema de los colaboradores es el punto fuerte de RS en las pymes, a diferencia de las empresas grandes, ya que toman más en cuenta a estos cuando definen la estrategia de RS (31 vs 18% de las grandes). Y una de las razones que las impulsa a trabajar en RS es justamente proporcionar a sus colaboradores una mejor calidad de vida. Lo cual también se ve reflejado en los beneficios que perciben al implementar RS, como indicaron en el estudio: contribuir al bienestar de la sociedad (67.2%); mejora del clima laboral (44%); mejor imagen de marca (36.8%); atracción de nuevos clientes y acceso a nuevos nichos de mercado (28%), y ahorros y reducción de costos (26.4 por ciento).

Contradictoriamente, 18.8% de las pymes encuestadas comentó no estar de acuerdo en que la RS forme parte de su estrategia de negocios. Lo que pone de manifiesto que la forma en que las pymes asumen la RS es más intuitiva que estructurada y, por ende, no la asocian a su *core business*. Al preguntarles los retos que afrontarán en el futuro, reforzar la relación entre la inversión social y los objetivos del negocio fue mencionado en tercer lugar.

En la lista de buenos deseos para el 2014 está que las pymes reconozcan sus logros en materia de RS y no sólo aprovechar, sino también potencializar para el negocio las acciones que ya realizan. El interés y entusiasmo está puesto en la mesa, sólo falta un poco de orientación.

*Directora de la agencia de responsabilidad social ResponSable
Twitter: @RSponsable