



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**La competitividad y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como
estrategia de negocios en la PYMES de la CABA**

Directora: Malva Feldman
mfeldman@uces.edu.ar

Co Directora: Natalia Becherman
nataliabecherman@gmail.com

Informe de Avance

Noviembre 2013

“Los datos sostienen que las empresas que practican la RSE en serio y no como mera propaganda aumentan su competitividad, los consumidores verdes y pro RSE las prefieren, los inversionistas confían más en ellas, la productividad de su personal es mayor y tienen más sustentabilidad.” (Bernardo Kliksberg, Clarín, 2007)

1) Introducción

La idea principal de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) se vincula al compromiso que toma la empresa con los llamados grupos de interés, es decir aquellos grupos con los cuales se relaciona en forma directa tanto en el ámbito externo como interno. Esto implica que va más allá de las cuestiones legales, sobre las cuales existe un control por parte del Estado y una obligación de cumplirlas. Por ello no se puede considerar que una empresa se asienta sobre una estrategia de RSE considerando sólo los aspectos legales.

El concepto de RSE está avanzando aceleradamente en el mundo, con diversos matices, y ha dejado de ser una moda o una estrategia de marketing para transformarse en la forma de gestionar una empresa.

Esta evolución se ha debido en parte a las demandas de la sociedad, que consideran que la empresa como motor de la economía, que toma recursos del ambiente, y tiene una incidencia en la vida de la sociedad en su conjunto debería actuar con responsabilidad, preservando no sólo el eje económico, sino también el social y el ambiental. Es decir que estamos hablando del “bien común” y no sólo el de un sector.

El debate acerca del rol de la empresa es de larga data, y desde la frase de Milton Friedman de que la única función de la empresa es incrementar su riqueza se ha evolucionado hacia un cambio de paradigma en la relación empresa-sociedad. A partir de los 90 se produce un punto de inflexión con la creación de organismos preocupados y ocupados en temas vinculados a la responsabilidad de las empresas, la sustentabilidad, el medioambiente. Entre los más destacados podemos citar el International Business Leaders Forum en Gran Bretaña (1990), la asociación empresaria Business for Social Responsibility en Estados Unidos en 1992. En 1995 se crea el World Business Council for Sustainable Development; en 1996 surge The European Business Network for Corporate Social; en Latinoamérica se crea el Instituto Ethos en Brasil en 1998; en 1999 se lanza el Pacto Global, promovido por la Naciones Unidas que recurre al sector empresario para que adhiera a una serie de normas y valores éticos, ambientales, etc. En 2001 la Comunidad Europea publica el Libro Verde. Ya en esta década, las empresas multinacionales o las nacionales de gran tamaño comienzan a informar no sólo sus resultados económicos-financieros anuales, sino también los logros y

acciones que la convierten en una empresa responsable socialmente, y publican también los Balances Sociales.

Por otra parte, las organizaciones que establecían normas de calidad de procesos y otras que surgen a partir de los 90 comienzan a diseñar una serie de normas relacionadas con lo ambiental y social. Las normas ISO 14001 (manejo ambiental) en 1996; SA 8000 (condiciones de trabajo); AA 1000 en 1999 (toma en cuenta a todas las partes interesadas). También se comienza a aplicar indicadores para medir la RSE, como los del Global Reporting Institute (GRI) a partir de 1997 con sus posteriores modificaciones. En nuestra década se ha avanzado también y publicado las ISO 26000.¹

Como se ha expresado, a partir de los 90 fue un continuum en la creación y reelaboración de diferentes herramientas destinadas a mejorar la calidad de la gestión empresarial haciendo hincapié en el desarrollo sostenible, entendido como “un proceso continuado de cambios (y no un estado fijo) en el cual la utilización de los recursos, la orientación de la evolución tecnológica y la modificación de las instituciones deben ser acordes con el potencial actual y futuro de las naciones humanas” (Albuquerque,2003.). Para lograr ello, las empresas deben comprometerse a llevar a cabo estrategias de RSE como transversal a todas las decisiones que se tomen. Tal como sostiene Vidal Martínez(2004), “la RSE representa una nueva forma de conceptualización no sólo de la política social sino también una nueva forma de hacer en la empresa privada, es un concepto que permite establecer puentes entre las racionalidades económicas y sociales”.

La RSE es un concepto flexible, que permite adaptarse a los diferentes tipos de empresas y su tamaño o nivel de facturación no es un impedimento para que sea la forma de gestionar una empresa. Como concepto que abarca prácticas éticas, sociales, ambientales, económicas, etc. se la debe enmarcar dentro de cada contexto y adaptarse a las posibilidades que cada país posee y como es la situación de sus empresas. Es decir que es deseable que se recorra un camino que se adapte a cada realidad y no que se quiera replicar lo que países más desarrollados y con mayor experiencia están llevando a cabo con prácticas de RSE que tienen años de aplicación.

Este concepto es tan flexible que depende de enfoque que le de cada autor hay una definición diferente. Sin embargo todos coinciden en que debe contemplar prácticas éticas, transparentes y comprometidas en los aspectos económicos (eficiencia económica), social (equidad social) y ambiental (equilibrio ecológico).

¹ V. Apéndice 1

Económico (Profit)
(eficiencia económica)

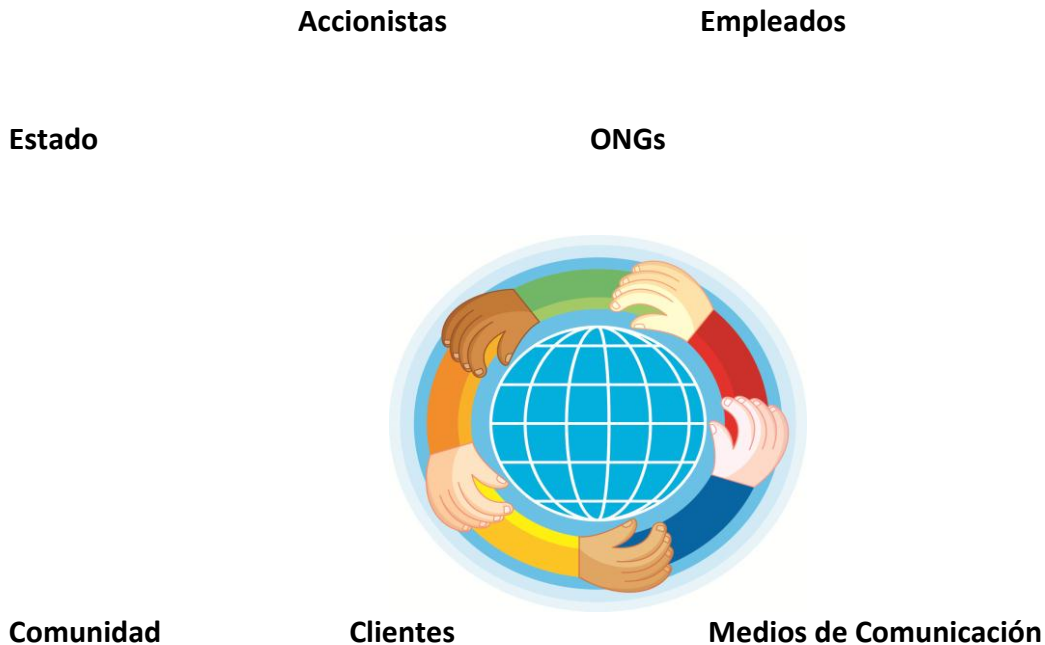


Ambiental (Planet)
(equilibrio ecológico)

Social (People)
(equidad Social)

Para el especialista Pierre Hupperts (2008), la RSE es un concepto amplio, contenedor, que abarca cuatro aspectos:

- 1) Es una parte esencial de la gestión y de la estrategia empresarial. Va más allá del patrocinio o voluntariado de los empleados. Se trata de la manera en cómo una empresa fabrica su producto u otorga sus servicios.
- 2) La RSE trata de buscar el equilibrio entre tres resultados distintos: económico, social y ecológico. Lo que en inglés se denomina la *Triple P (Profit, People and Planet)*. *Profit*, es decir ganancias, se refiere al rendimiento financiero de una empresa; *People*, trata de las personas adentro y fuera de la empresa; *Planet*, trata de los efectos del medio ambiente. Por ello se vincula con el concepto de “**desarrollo sustentable**”, que según la Comisión Mundial para el Desarrollo y el Medio Ambiente de las Naciones Unidas es “*el desarrollo que guarda relación con las necesidades de la actualidad sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para atender sus propias necesidades*”. Este nuevo paradigma (1987) surge a partir de observar los problemas ambientales, la finitud de los recursos y se comienza a tomar conciencia de la importancia de que se minimice el impacto ambiental negativo de las actividades productivas.
- 3) La vinculación con sus grupos de interés o stakeholders. En el esquema se presentan algunos de los stakeholders de las empresas:



- 4) La RSE requiere de sinceridad y transparencia. Los stakeholders desean ver la rendición de cuentas.

En esta investigación la definición que se ha elegido es la del Instituto Ethos de Brasil (2005) que plantea: “La responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando los recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”

Los últimos trabajos realizados acerca de la RSE en Argentina, muestran un avance hacia la concientización de la importancia de que se pase del nivel filantrópico, sustentado en donaciones a la visión de la RSE alineada con la estrategia de la empresa.

De todos modos debemos diferenciar entre las grandes empresas y las PYMES. Entre las primeras, y sobre todo en aquellas que son multinacionales la implementación de la RSE es parte del negocio. Muchas de ellas incluso publican sus balances sociales anualmente para que sus stakeholders conozcan su compromiso socio-ambiental.

La gran empresa puede concebir un modelo formal de RSE que otorgue una gran relevancia a los procesos, los grupos de interés, a la rendición de cuentas mediante mecanismos estandarizados, etc. Es decir tiene los recursos para poder llevar a cabo una estrategia responsable en todos los ámbitos.

El caso de las PYMES, que en nuestro país constituyen el 95% de las empresas, es un camino que ha empezado a recorrerse. Aún es necesario desvincular a la RSE del compromiso monetario, ya que muchas de las acciones que pueden llevarse, no sólo no implican “gasto” para la empresa, sino que muchas veces le dan beneficios. Muchas de ellas están comenzando a incorporar la RSE dentro de su estrategia de negocio, ya que si pertenecen a la cadena de valor de alguna gran empresa esta le exige que cumpla con prácticas sustentables.

Las multinacionales tienen una cultura de RSE que corresponde a la casa matriz. Muchas empresas nacionales grandes han podido replicarlas; es decir que prácticamente no hay duda de que las grandes empresas consideran a la RSE como una práctica que es parte de su estrategia de negocios. Algunas tienen sus propias Fundaciones² o llevan acciones articulando con Organizaciones de la Sociedad Civil. Muchas de ellas, como el caso de Techint³ promueven y exigen a su cadena de valor que cumplan con prácticas responsables. Los capacitan para que cumplan con determinado estándares de calidad en diferentes niveles.

Según la investigación llevada a cabo por la Organización Forética la principal motivación de una empresa para integrar la RSE en su estrategia es la gestión de su reputación, del valor de su marca. En el contexto Pyme donde la marca no es tan notoria, ni su percepción afecta de igual manera al negocio, debemos hablar en cambio de competitividad, basada en la confianza que genera en sus grupos de interés. La credibilidad de una Pyme está muy ligada a la credibilidad de sus propietarios y gestores, y esto es algo absolutamente diferencial con la gran empresa. En esa credibilidad que resulta del buen hacer personal de sus máximos responsables, la que garantiza la diferenciación competitiva, la demanda por parte de los clientes y consumidores, la estabilidad financiera (con un mejor acceso al crédito), la atracción del talento e incluso reconocimientos públicos como empresa ejemplar. Todo esto en conjunto, favorece el éxito de la empresa y su aceptación por parte de la comunidad.

² V. www.gdf.org.ar

³ Pro Pymes es un programa que promueve, desde 2002, el desarrollo a largo plazo de las pymes clientes y proveedoras del Grupo Techint. Los objetivos de Pro Pymes son: lograr una mejora en la gestión de las pymes vinculadas; potenciar su inversión productiva; promover su capacidad exportadora; fomentar la sustitución eficiente de importaciones. Busca canalizar una transferencia de aprendizaje hacia las pymes y promover vínculos asociativos entre la gran empresa y su cadena de valor, y entre las propias pymes. ProPymes focaliza su acción en pymes del sector metalmeccánico, actividad económica que impacta directamente en el desarrollo del tejido industrial argentino, y en pequeñas y medianas empresas de servicios petroleros. (www.siderar.com/acercade/propymes).

En este sentido, en el libro editado por David Murillo y Joseph Lozano (2006), se muestra la característica particular que tienen estos tipos de empresas ante la RSE. Se destaca en primer lugar el rol y los valores del empresario fundador. Su motivación y liderazgo son fundamentales para que la RS sea una estrategia de negocios. A diferencia de las grandes empresas en que generalmente la RSE se proyecta hacia afuera, en la Pymes se mira hacia adentro. Se trata de llevar a cabo acciones concretas que beneficien a los empleados. Al mejorar el clima laboral, mejora el desempeño y por ende la productividad de la empresa.

Como se ha visto, ya adentrados en la primera década del siglo XXI⁴, la RSE se ha consolidado como parte de la agenda de las grandes empresas por su impacto en el desarrollo de su valor estructural, pero ¿cuál es la situación de las PYMES?

Para autores como Michael Porter (2002), las compañías que no asuman la RSE como proceso interno de estrategia empresarial, no tendrán futuro de acá a 20 años.

La RSE viene de la mano de la concientización por parte de empresarios y gerentes de los problemas sociales existentes y del compromiso que ellas tienen con sus grupos de interés, entre los cuales la comunidad que los rodea es parte importante. Esto no es excluyente de las grandes empresas y corporaciones, es un tema que compete a todas las empresas por el impacto que ellas generan en cualquier nivel que se analicen.

En la medida en que las empresas se vinculen y relacionen de modo proactivo con sus grupos de interés comienzan a ganar en una ventaja competitiva, aumentando así su curva de rentabilidad, que no está basada en las condiciones de la competencia clásica, sino en ciertos intangibles, como la captura de más mercado de consumidores interesados en el comportamiento de la empresa, o la lealtad de los empleados que sienten que no sólo colaboran con un negocio sino que están contribuyendo a un impacto positivo en la comunidad.

Las empresas, como pilar básico de las economías nacionales, han comprendido que un buen gobierno empresarial no es sólo la producción de productos y servicios indiscriminadamente, sino que deben ser considerados los impactos

⁴Al respecto, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sancionó la Ley 2594/07, en la cual se fija el Marco Jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental. Si bien esta ley no ha sido aún reglamentada da muestras de la importancia del tema a nivel gubernamental. Aún hay debates acerca de la conveniencia o no de exigir un balance por ley, ya que muchos legisladores preferirían que fuera voluntario.

económicos, ambientales y sociales de su actividad, es decir la sostenibilidad en el tiempo de su empresa y de sus stakeholders.⁵

En este sentido podemos considerar a la RSE como una herramienta para construir redes sociales entre grupos que responden a diferentes lógicas de funcionamiento y campos de actuación y que eso es lo que enriquece y posibilita el desarrollo sustentable, ya que se considera al otro como un sujeto activo y con el cual tenemos que dialogar para comprender sus necesidades. De esta manera se puede lograr una visión compartida de la realidad de cada uno que les permita lograr sus objetivos sin que ello signifique perjudicar al otro. Por ello una red debería estar conformada por todos los grupos de interés y de esa sinergia es que la RSE va a ser posible.

La red, tal cual expresa Daniel García Delgado (2003), es una matriz de interacción distinta a la sindical, es territorial, es un modelo de articulación y coordinación más que de organización dentro de los mismos (se trata de compartir experiencias, de realizar intercambios, generar nexos propios, autoestima); cada unidad funciona con dirección propia y trabaja conjuntamente para propósitos específicos. Están vinculadas al concepto de articulación más que de organización, presuponen mayor énfasis en la horizontalidad.

El primer paso de conformación de una red sería reconocer al otro como un actor indispensable y sin el cual mi desarrollo y el suyo no serían posibles en forma aislada.

Parafraseando a Elina Dabas (2000), las redes son un sistema abierto multicéntrico, que a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo con integrantes de otros colectivos, posibilita la potenciación de los recursos que poseen y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas o la satisfacción de necesidades.

Motta (1998), considera que “el actual cambio de una sociedad estándar a una sociedad turbulenta ha transformado la dinámica de producción y constitución del lazo social, debilitando el entramado comunitario. Este cambio requeriría nuevas estrategias sociales, políticas, organizacionales y educacionales que incorporasen

⁵ Si bien no es tema de esta investigación no podemos dejar de mencionar un nuevo modelo de empresas que nació en Estados Unidos, las Empresas B (www.sistemaB.org), cuya misión es utilizar el poder del mercado para solucionar problemas sociales y ambientales, redefiniendo el sentido del éxito en los negocios,; ser la mejor PARA el mundo y no DEL mundo, operando con grandes estándares de transparencia, sociales y ambientales y considera de manera vinculante los intereses de largo plazo de todos sus públicos de interés en la toma de decisiones. Es decir impulsar una economía al servicio de las personas y el planeta. Hasta la fecha hay 830 empresas certificadas a nivel global en 27 países, 78 en Latinoamérica y 15 en Argentina (entre ellas, Inti Zen, Greca, La costurera, Guayaki, Emprendia, etc).

la cuestión de la generación, construcción y cuidado del vínculo social como un “capital” básico de sostenibilidad de la sociedad y el sistema productivo.

La RSE es un avance en este sentido al relacionarse con todos los grupos de interés. Sin embargo pareciera ser que la RSE es posible de ser una estrategia de negocios sólo para las grandes empresas. En líneas generales el comienzo de la implementación de la RSE fue más una acción de Marketing que una estrategia que involucrara a toda la empresa. Al tener tanta visibilidad, las grandes empresas se vieron “obligadas” a mostrar qué es lo que hacían hacia afuera. A medida que esta idea comenzó a concientizarse se continuó avanzando hasta llegar a transformarse en una estrategia global de las empresas.

En el presente trabajo nos vamos a focalizar en el caso de la situación de las Pequeñas y Medianas Empresas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como prueba piloto para luego poder replicarla a diferentes puntos de nuestro país.

Las PYMES, aún sin proponérselo, han gestionado en algunos aspectos con responsabilidad social, aunque sin tanta visibilidad como las grandes empresas y sin formalizarlos. Como veremos en otro apartado las PYMES son empresas en las que muchas veces no se diferencia la propiedad y la gestión, sus miembros cumplen multitareas, son la cara visible de la empresa e interactúan día a día con todos sus públicos. Esto deviene en que muchas veces implementar acciones que articulen con otros grupos dependa de la voluntad del dueño y de su compromiso con alguna causa, y que al obviar los pasos burocráticos que debe seguir la gran empresa, hayan gestionado en algún aspecto más allá de lo que exige la ley, pero sin siquiera plantearse si estaban aplicando RSE y menos aún mostrarlo a través de herramientas formales o medir el aumento de su productividad y por lo tanto su competitividad a partir de ello. No es menor el hecho de que las PYMES son más vulnerables que las grandes empresas y deben defender su supervivencia en el mercado y la mejor manera de hacerlo es vinculándose con sus grupos de interés y creando capital social.

Entonces ¿por qué ocuparnos ahora de las PYMES? Así como la ciudadanía fue la que impulsó en la gran empresa que gestionara en forma responsable cuidando no sólo su rentabilidad, sino también el ambiente y la comunidad, hoy en día los valores de los consumidores han cambiado y exigen lo mismo de las PYMES. Es decir que su gestión responda a normas éticas que cuiden y respeten a todos sus grupos. Ya no sólo se compra un producto por su costo sino que se evalúa en qué forma se produjo y qué impacto causa.

A los efectos de esta investigación se realizará una comparación entre PYMES que no aplicaban RSE y que han comenzado a hacerlo en la CABA. El criterio de

selección para identificar a las Pymes será el que toma la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, es decir de acuerdo a las ventas. Deberán tener una antigüedad superior a 5 años y que estén aplicando estrategias de RSE no menor a un año para poder comparar la rentabilidad. Se tomará como muestra Pymes de diferentes sectores industriales para poder observar si hay o no diferencias entre ellos.

Para ellos tomaremos dos variables: productividad y rentabilidad. Una vez definidas podremos comparar:

Situación de aquellas Pymes que la aplican y las que aún no lo hacen. En esta primera etapa de la investigación se ha elegido la línea de análisis respecto del personal, y se han tomado los siguientes indicadores, que permiten medir el aumento de la productividad y por ende de la rentabilidad en forma directa ya que la baja de la rotación de personal, ausentismo y estabilidad laboral ayudan a disminuir los costos de selección, mantenimiento y capacitación del personal interno:

1. Indicador de niveles de Ausentismo en Empresas que aplican RSE vinculada a Higiene y Normas de Medio Ambiente
2. Indicador de niveles de Rotación de Personal en empresas que se vinculan con las zonas carenciadas o contribuyen con programas sociales
3. Indicador de Estabilidad Laboral en Empresas que tienen programas sociales inclusivos de su personal.

3) ¿Qué es una PYME?

Según la Disposición 147/2006 que modificó la Resolución N° 25/2001 de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, se define como “micro, pequeñas y medianas empresas” a aquellas que registren hasta el siguiente nivel máximo de las ventas totales anuales, sin contar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el impuesto interno que pudiera corresponder, expresado en pesos argentinos, detallados en el siguiente cuadro:

Tamaño / Sector	Agropecuario	Industria y Minería	Comercio	Servicios	Construcción
Microempresa	\$ 456.000	\$ 1.250.000	\$ 1.850.000	\$ 467.500	\$ 480.000
Pequeña empresa	\$ 3.040.000	\$ 7.500.000	\$ 11.100.000	\$ 3.366.000	\$ 3.000.000
Mediana empresa	\$ 18.240.000	\$ 60.000.000	\$ 88.800.000	\$ 22.440.000	\$ 24.000.000

Por valor de las ventas totales anuales se entenderá el valor que surja del promedio de los últimos 3 años desde del último balance (inclusive) o la información contable equivalente debidamente documentada.

En la Argentina, las PyMEs constituyen uno de los principales motores de la economía y el empleo. Por eso, a través de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (Sepyme) se implementan y supervisan políticas para impulsar el desarrollo de las PYMES. En general, las PyMEs cuentan con planes de subsidios, créditos y otras facilidades que el Estado les provee para favorecer su crecimiento y desarrollo.

Asimismo, los pequeños y medianos empresarios poseen facilidades para capacitarse en cuestiones de mercado, implementación de planes de negocio, cuestiones impositivas, etcétera, con el fin de guiarlos hacia la creación y mantenimiento de pequeñas y medianas empresas.

4) Características de las PYMES

Existe una serie de características comunes en este tipo de empresas. A continuación se citan algunas de las más generalizadas y son:

- Poca o ninguna especialización en la administración: en esencia la dirección se encuentra a cargo de una sola persona, la cual cuenta con muy pocos auxiliares y en la mayor parte de los casos, no está capacitada para llevar a cabo esta función.
- Falta de acceso de capital: es un problema que se da por dos causas principales que son la ignorancia del pequeño empresario de que existen fuentes de financiamiento y la forma en que estas operan; la segunda es la falta de conocimiento acerca de la mejor manera de exponer la situación de su negocio y sus necesidades ante las posibles fuentes financieras.
- Contacto personal estrecho del director con quienes intervienen en la empresa: la facilidad con que el director está en contacto directo con sus subordinados, constituye un aspecto muy positivo porque facilita la comunicación.
- Posición poco dominante en el mercado de consumo: dada su magnitud, la pequeña y mediana empresa considerada de manera individual se limita a trabajar un mercado muy reducido, por tanto sus operaciones no repercuten en forma importante en el mercado.
- Íntima relación de la comunidad local: debido a sus escasos recursos en todos los aspectos, sobre todo la pequeña empresa, se liga a la comunidad local, de la cual tiene que obtener bienes, personal administrativo, mano de obra calificada y no calificada, materias primas, equipo, etc.

5) Las Pymes en la Argentina

5.1 Introducción

Cuando se analiza la estructura económica de cualquier país encontramos la coexistencia de empresas de distintas envergadura.

Asimismo cuando analizamos sectores determinados en los distintos países, encontramos el mismo fenómeno, es decir que de ello podemos inferir que la dimensión de una empresa no está relacionada con un determinado sector de actividad, no existe una actividad donde inevitablemente las empresas deben tener una dimensión dada para funcionar, tampoco existen países o economías dados que exijan un determinado nivel de actividad para que se conforme una empresa.

Dentro de este proceso entendemos que las Pymes deben cumplir un papel destacado. Debido a la nueva concepción de la competencia, cobra especial relevancia el criterio de "especialización flexible" que contempla la capacidad de las empresas para responder en la forma adecuada a los cambios en el mercado internacional, adaptándose a los tipos de bienes producidos, cantidad y calidad de mano de obra, insumos, etc.

Las PYMES en este contexto encuentran su razón de ser, ya que constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar empleo, con lo que representan un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja, con lo cual fomentan el desarrollo económico de toda una Nación.

5.2 Origen y evolución de las Pymes

Por un lado encontramos a aquellas que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado.

Por otro lado están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión a lo que solo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento.

En su evolución este sector tuvo tres etapas perfectamente definidas.

Las "Pymes en general y las dedicadas al sector industrial en particular, comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía argentina en los años 50'y 60' durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones, tan criticado como admirado por los distintos autores especializados."(Cleri, Carlos: 2012)

Para el caso a que hacemos referencia el modelo exhibió gran dinamismo lo que les permitió, en un contexto de economía cerrada y mercado interno reducido realizar un "proceso de aprendizaje" con importantes logros aunque con algunas limitaciones en materia de equipamiento, organización, escala, capacitación, información, etc.

Estas limitaciones antes comentadas fueron adquiriendo un aspecto lo suficientemente negativo como para afectar tanto la productividad como la calidad de estas empresas, alejándola de los niveles internacionales y provocando que las mismas durante los 70', época de inestabilidad macroeconómica, se preocuparan únicamente por su supervivencia que las sumió en una profunda crisis que continuó en la década del 80'.

Esta sería entonces, la segunda etapa en la historia de la evolución de las Pymes.

"Por el contrario, los cambios que se vienen sucediendo desde 1999 en lo que a disponibilidad de financiamiento externo y estabilidad económica interna se refiere, parecen indicar el comienzo de una nueva etapa para las Pymes, con algunos obstáculos que aún deben superarse." (Cleri, Carlos: op.cit)

5.3 Evolución de la PYME Argentina

Llamando a la PYME empresa con menos de 100 personas y salvando las dificultades que trae aparejado el uso de estadísticas del Registro Industrial que puede decirse que:

a) Según el Observatorio Pyme, más del 90% de los establecimientos industriales ocupan menos de 100 personas.b) La PYME ocupaba el 50,8% de personal en 1974 y el 37,1% de las personas ocupadas por las empresas censadas por el Registro Industrial en 1979.

c) Más de un 25% de la producción industrial es generado por la pyme.

d) Sin lugar a dudas, la productividad laboral promedio de las empresas de más de 100 personas es mayor que el de las empresas que ocupan entre 11 y 100 personas, y sustancialmente mayor de las que ocupan hasta 10 personas.(Observatorio Pyme. Análisis del período 2003 al 2010)

e) La tendencia parece mostrar un lento crecimiento en el tiempo del promedio general de personas por establecimiento, producción por establecimiento y producción por persona ocupada. De todas formas, son estos valores promedios, los que ponen de manifiesto el escaso tamaño de la industria argentina

3- Variables que se tienen en cuenta para determinar la dimensión de una empresa

Las empresas pequeñas y medianas se hallan agrupadas y en nuestro país se identifican con la sigla pymes:

Cantidad de personal

Monto y volumen de la producción

Monto y volumen de las ventas

Capital productivo

Estas son algunas de las variables que se tienen en cuenta para determinar la magnitud de las empresas. Cada país tiene sus propios topes, sobre todo en lo que respecta a la cantidad de personal, que en general oscila entre 50 y 500 personas. Así se consideraría que una empresa es:

Pequeña: hasta alrededor de 50 personas

Mediana: entre 50 y 500

Grande: más de 500

Esto depende del país y del sector productivo o de servicios en el que realice sus actividades.

Además esos topes se van actualizando de acuerdo con la realidad económica y social.

En Argentina, el Ministerio de Economía estableció los topes para que las empresas sean consideradas Pyme, a los efectos de las diferentes medidas de apoyo, tanto a lo que se refiere a la política económica, como a lo fiscal, a la crediticia y otros. Sin embargo a la hora de definir quién es una Pyme, en la Argentina se sigue tomando en cuenta el nivel de facturación, tal como se detalla en el cuadro anterior y no la cantidad de trabajadores.

La Pequeña y Mediana Empresa

6.1 Características

Una PyME “es una unidad económica, dirigida por su propietario de forma personalizada y autónoma, de pequeña dimensión en cuanto a número de trabajadores y cobertura de mercado. Se puede concebir su tamaño como la “mejor respuesta” posible dadas las condiciones institucionales, económicas, sociales y culturales de un país”.⁶

En la Argentina la clasificación para determinar una Pyme es la que utiliza la Sepyme, y que la relaciona con el nivel de facturación.

A los objetos del presente trabajo hemos tratado de vincular ambos conceptos con la intención de caracterizar a este tipo de empresas observando sus características.

La definición de PYMES se ha realizado en dos formas:

Cuantitativa: Calidad del personal o facturación.

Cualitativa: Se indica que la empresa es una pyme si cumple con dos o más de las siguientes características:

Administración independiente (generalmente los gerentes son también propietarios).

Capital suministrado por los propietarios.

Fundamentalmente área local de operaciones.

Tamaño relativamente pequeño dentro del sector industrial en que actúa.

La importancia de las pymes.

La importancia de las Pymes en la economía se basa en que:

Asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra cumple un papel esencial en el correcto funcionamiento del mercado laboral.

Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.

⁶ Observatorio Pyme: Informe especial. Definición de Pyme en Argentina y el resto del mundo (www.observatoriopyme.org)

Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares.

Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura.

Obtienen economía de escala a través de la cooperación Inter empresaria, sin tener que reunir la inversión en una sola firma.

La importancia de las Pymes como unidades de producción de bienes y servicios, en nuestro país y el mundo justifica la necesidad de dedicar un espacio a su conocimiento.

Debido a que desarrollan un menor volumen de actividad, las Pymes poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultaran una buena fuente generadora de empleo, sobre todo profesionales y demás personal calificado.

En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, incluidos los micro emprendimientos, constituyen una parte sustancial de la economía.

6.2 Responsabilidad Social en las PYMES

La definición clásica de responsabilidad social de las empresas es obra de Andrew Carnegie en su libro “El Evangelio de la riqueza” (1889). Se basaba en el principio de la caridad (los miembros más afortunados de la sociedad tienen la obligación de ayudar a los menos afortunados) y en el principio de la custodia (los ricos son custodios de la riqueza y los bienes públicos). (Stoner:1994).

Los inconvenientes de dicha definición eran que mantenían el status quo y protegía a los negocios contra formas de presión y el término responsabilidad social era tan vago que dejaba demasiado a la discreción individual. (Stoner; Administración)

Como hemos visto, desde la década del 90 el concepto de RSE ha ido cobrando fuerzas y evolucionado constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia tecnológica y el desarrollo de las nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RSC, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino.

Una definición más adecuada a la realidad actual en el mundo empresarial sería, definirla como una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

Bajo este concepto de administración y de management se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.

Hoy en día los consumidores, clientes y usuarios cuentan con más información que antes para llevar a cabo sus decisiones de compra o inversión. Este grado de conocimiento les lleva a exigir a las organizaciones un mayor cuidado del medio ambiente, a reclamar respeto por la dignidad de las personas o a exigir transparencia en la información. Por ello, las empresas deben ser muy conscientes de cuáles son sus responsabilidades y deben medir los riesgos que afrontan en todos sus ámbitos de actuación; no es sólo lo que hacen sino también el cómo y el con quién lo hacen.

En este sentido, las PYME cuentan con un mayor nivel de flexibilidad, lo que les permite responder rápidamente a las demandas de la sociedad y advertir las señales que genera el mercado. Estas respuestas y la importancia de establecer sistemas de gestión de RSE acordes a las señales del mercado, se demuestra a través de los beneficios que dicha integración reporta a las PYME. Los beneficios más destacados son:

Normativos:

- Posesión de certificaciones de estándares internacionales: principal vía para evidenciar el cumplimiento de determinadas obligaciones, facilitando así el acceso a nuevas oportunidades de negocio.
- Cumplir con las exigencias de ciertos criterios de RSE exigidos por las Administraciones Públicas.

Económico-Financieros:

- Atracción y fidelización de clientes y/o consumidores a través de acciones de RSE.
- Incremento de la calidad en el proceso productivo gracias a las exigencias de una buena política de RSE.
- Mayor acceso a recursos financieros y mercados de capital.

- Facilitar el acceso a subvenciones, concursos públicos y licitaciones de las Administraciones Públicas

Gestión:

- Disminución del riesgo de conflictos con los Grupos de Interés.
- Mejora de la relación con los sindicatos y los poderes públicos.
- Ayuda a la identificación de nuevos mercados y nuevas ideas de negocio.
- Creación de valor añadido: mejora de la productividad, eficiencia y reducción de costes operativos.
- Incremento cualitativo de la relación entre proveedores y contratistas.
- Disminución de litigios y sanciones legales.
- Gestión de riesgos: intangibles, reputacionales, operacionales.
- Investigación y Desarrollo: productos, mercados, tecnología, rentabilidad, competitividad

Reputacionales (Marca):

- Reducción del riesgo de dañar la marca por motivos externos a la PYME (especialmente en la cadena de suministro).
- Mejora de la relación con los Grupos de Interés, especialmente, con la opinión pública y los medios de comunicación.
- Opción a reconocimientos oficiales o premios.
- Mejora de la imagen de la PYME ante la sociedad, las Administraciones Públicas y la comunidad empresarial

Aumento de competitividad en los mercados:

- Diferenciación en el mercado frente a las PYME competidoras.
- Incremento de ventas y atracción del capital de inversión.
- Mayor confianza y lealtad de los consumidores

Recursos Humanos:

- Atracción de mejores profesionales motivados por la política de Recursos Humanos y beneficios sociales para los empleados de la PYME.

- Aumento de la productividad del equipo humano y reducción del absentismo laboral.
- Creación y consolidación de empleo estable y de calidad.
- Fomento de la participación del equipo humano en las acciones de la PYME.
- Desarrollo profesional del equipo humano.
- Mejora del clima laboral.
- Incremento de la fidelidad y confianza del equipo humano hacia la entidad.
- Identificación con los valores y políticas de la PYME.
- Vinculación de la retribución salarial a los objetivos de RSE de la PYME

¿Cuáles son las oportunidades y desafíos que la RSE presenta a las Pymes en la Argentina?

La responsabilidad social de la empresa (RSE) es un concepto que suele aparecer como muy lejano para la gran mayoría de las Pymes, quienes la visualizan como algo exclusivo a las grandes empresas o a una serie de prácticas que se encuentran fuera de sus capacidades económicas y organizativas. Sin embargo, esto no siempre es así, muestra de ello es que cada vez hay más Pymes que la practican y otras, que lo hacían desde hace tiempo atrás, aunque sin un programa articulado y reconocido, por lo que ahora descubren dentro del proceso de implementar la RSE, poder capitalizar sus propias acciones.

Para que el círculo cierre, las empresas deben ligar la RSE con la estrategia del negocio. Esta situación les exige redefinir su visión y objetivos, incluyendo el concepto de Responsabilidad Social, lo que implica abrir sus puertas a una nueva forma de gestionar en la cual, si bien se mantiene el foco en su estrategia de negocio y en el logro de la rentabilidad económica, se asigna una relevancia mayor a los impactos que esta persecución de objetivos ocasiona entre los diversos actores que se hallan involucrados.

Es clave entender que la RSE se trata de un comportamiento tanto interno como externo de la empresa, que busca generar beneficios mutuos entre ella y la comunidad, y que para ello es necesario una relación fluida y abierta entre todos los actores involucrados.

El desafío es, sea cual sea la forma que adopte el nuevo modelo de gestión en la empresa, construirlo desde la propia Pyme por la Pyme y para la Pyme.

Un punto a favor de las Pymes al momento de implementar prácticas de RSE, es que tienen una relación mucho más directa entre sus miembros y la comunidad en la que están insertas. Situación que les permite tener una visión mucho más legítima y personalizada sobre las principales problemáticas contextuales y el vínculo entre empresa y comunidad. Si a esto le sumamos, que los procesos de decisión suelen ser más rápidos y ágiles en comparación con las grandes empresas (cuyas decisiones en muchos casos vienen de su casa matriz), veremos que las pequeñas empresas tienen ventajas que pueden ser maximizadas.

Por el lado de los desafíos que se presentan, debemos en primer lugar hacer mención a la necesidad de lograr insertar a la RSE como un concepto integrado y propio de su estrategia de negocios. De nada sirve la realización de actividades sin coordinación entre ellas, ya que no repercuten en el objetivo final que es lograr una mayor rentabilidad para la empresa mejorando su relación con sus públicos de interés.

Otro punto a considerar es que la inversión necesaria para poner en acción estos planes puede resultar dificultosa de absorber por las propias empresas. No obstante, es de destacar, que cada vez hay más actores involucrados que tienen como objetivo ayudar a las Pymes en este proceso. Las grandes empresas tienen la oportunidad de ser socios estratégicos en este proceso, ya que las mejoras que se produzcan en su cadena de valor repercutirán de manera directa en ellas.

El Estado también comienza a posicionarse como un acompañante estratégico, ya sea a través de créditos blandos, asistencia técnica u otorgando beneficios impositivos. En todos los casos, el Estado busca promover la RSE entre las empresas que conforman su comunidad, entendiendo a las mismas como ciudadanos corporativos clave a la hora de trabajar en pos de un modelo de desarrollo sustentable.

La Fundación Observatorio PYME divulgó un informe especial, donde se comprobó que el 23% de las Pyme industriales argentinas desarrolla iniciativas de responsabilidad social empresaria.

La mayor frecuencia se observa entre las Pyme más grandes y dinámicas, lo que demuestra que la RSE es todavía hoy en Argentina una cuestión de disponibilidad de recursos económicos y no de cultura empresarial.

El informe destaca la mayor frecuencia de las acciones de RSE entre las Pyme inversoras y exportadoras. También se observó una mayor difusión de la RSE entre aquellas Pyme que demandan más personal de todos los niveles de calificación y también más crédito bancario.

No puede hablarse de un efecto causal, pero la frecuencia de las acciones de la RSE es mayor entre aquellas Pyme que crecen.

Las acciones de RSE más difundidas son las donaciones para proyectos sociales relacionados con la propia comunidad y el cuidado del medio ambiente.

Todo lo dicho nos lleva a concluir que el camino de las Pymes hacia la RSE no está libre de obstáculos. No obstante es cada vez mayor la necesidad de que éstas se adapten a la realidad cambiante que el contexto les ofrece. La RSE dejó de ser una “moda” para constituirse en una parte fundamental de cómo liderar hoy los negocios, motivo por el cual, los pequeños y medianos empresarios no pueden quedarse al margen.

BIBLIOGRAFÍA

ALBUQUERQUE, F. (2003). Desarrollo rural, desarrollo local y desarrollo sostenible. Un enfoque institucional. Material de la Maestría en Desarrollo Local. UNSAM, cohorte 2007.

CLERI, C (2012). El libro de las Pymes. Argentina: Granica

COLLI, C. (2009) El libro de las Pymes. Argentina: Granica

DABAS, E. (2000). Redes, el lenguaje de los Vínculos. Buenos Aires: Paidós.

ENDERLE, G.(2004), «Global competition and corporate responsibilities of small and medium-size enterprises». *Business Ethics: An European Review*, n.º 13(1), pp. 51-63.

GARCIA DELGADO, D. (2003). Estado y Nación y la crisis del modelo. El estrecho sendero. Buenos Aires: Norma.

HUPPERTS, P (2008), El Tango de la Sostenibilidad. El desafío de las Responsabilidad Social Empresaria.

KLIKSBERG, B, (2012). Emprendedores Sociales. Buenos Aires: Temas.

MORIN, E, (1995). Introducción al Pensamiento Complejo. Barcelona: Gedisa

MURILLO, D, y LOZANO, J. (eds.) (2006). RSE y Pymes: Una apuesta por la excelencia. Barcelona: Eseade

PORTER, M y KRAMER, M. (2006). Estrategia y Sociedad, HBR América latina, Diciembre.

STONER, J y otros. (1996). Manual de Administración, ed. Prentice Hall, 6ª ed.

VIDAL MARTINEZ, I. (2004). Introducción a la Responsabilidad Social Empresaria. IES. Barcelona: Universitat de Barcelona

Páginas WEB

www.ethos.br.org

www.gdf.org.ar

Las 30 reglas de oro de la RSE para la pyme. 30 reglas sencillas para ayudar a las pymes a incorporar la RSE en su gestión, recuperado de www.foretica.org

www.iarse.org.ar

Urriolagoitia, Lourdes; Murillo, Davis; Lozano, Josep, RSE Y PYME: Del discurso a la implementación, una perspectiva europea, recuperado de www.ipyme.org/Publicaciones/RSE-PYME.pdf

www.observatoriopyme.org

www.sepyme.gov.ar, Secretaría de la pequeña y mediana empresa.

www.sistemaB.org.ar

ANEXOS

Anexo 1 Algunas Iniciativas para promover la RSE

International Business Leader Forum (IBLF), es una ONG que nace en Inglaterra y que actúa a nivel global. Sus miembros son empresas multinacionales líderes (actualmente tiene más de 150 miembros) y trabajan con los CEOs de las mismas en temas vinculados a la responsabilidad corporativa, sustentabilidad y cómo generar cambios hacia esos principios en las empresas. (www.iblf.org).

Business for Social Responsibility, es una red global de empresas que investiga desde 1992 con temas vinculados a la responsabilidad social y sustentabilidad especialmente en los que se refiere a prácticas laborales (www.bsr.org).

World Business Council for Sustainability Developments, creada en el año 1992 por el suizo Stephan Schmidheiny (creador de AVINA y de Fundes) con sede en Suiza y una oficina en Washington, es una red de empresas que se ocupan de investigar, difundir y asesorar a las empresas en los negocios y el desarrollo sostenible. (www.wbcsd.org)

The European Business Network for Corporate Social Responsibility, es una red empresarial europea, con sede en Bélgica, que engloba a más de 5000 compañías. Su Misión es conectar a las empresas y trabajar entre pares para un mundo sustentable. (www.csreuropean.org).

Ethos, es una Ong de origen brasilero, creada en 1998, con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a que sus negocios sean dirigidos de forma responsable, para construir una sociedad justa y sustentable.

Pacto Global, es una iniciativa voluntaria de las Naciones Unidas, creada en 1999. Su objetivo es lograr el compromiso de las empresas en el cumplimiento de 10 principios dividido en 4 áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción. Es la iniciativa más grande del mundo en estos temas, ya que su número de participantes de más de 6000 en más de 135 países. (www.unglobalcompact.org).

Libro Verde, creado por la Unión Europea en 2001, para fomentar un marco europeo para la RSE, estableciendo un marco legal europeo para promover la calidad y la coherencia de las prácticas en materia de RSE.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI), es una organización líder en los temas de sustentabilidad. Promueve los reportes de sustentabilidad como un medio para lograr organizaciones más sustentables y así a un crecimiento sustentable. Para ello han elaborado una guía que contiene aspectos vinculados entre otros a la

gobernanza, derechos laborales, cuidado ambiental, derechos humanos, sociedad, etc, que las organizaciones deben comprometerse a cumplir. Fue fundada en Boston en 1997 a partir de una iniciativa de la Coalición para una economía ambiental responsable (CERES) y el Instituto Tellus (ONG formada en 1976 para avanzar en la transición hacia una civilización mas sustentable, equitativa y humana). (www.globalreporting.org).

Balances Sociales, son herramientas de medición de la RSE que aplican muchas empresas a nivel global. En nuestro país todas las grandes empresas lo presentan, en algunos casos junto con el balance financiero y en otros en tiempos diferentes. Generalmente se guían por los principios del GRI.

ISO 14001, es una certificación de protección al medio ambiente.

SA 8000, es una certificación voluntaria creada por la Social Accountability International con el objeto de tratar aspectos relacionados con el trabajo.

AA 1000, es una norma desarrollada por el Instituto de Responsabilidad Social y Ética (ISEA, Reino Unido) en 1999 y lanzada como norma en el 2003. En esta norma no hay indicadores que cumplir sino que mas importante es fortalecer el diálogo y el vínculo entre la empresa y sus grupos de interés. Describe procesos que una organización puede seguir para lograr un comportamiento ético y social consensuados por ambas partes.

ISO 26000, es una norma centrada en la RSE, es una guía que sirve tanto para el sector público como privado para implementar mejores prácticas en la RS. La norma es una guía voluntaria por lo tanto no es certificable. (www.iso.org).