

CÓMO PUEDE PARTICIPAR LAS PYMES MEXICANAS EN LA RSE PARA AUMENTAR SU COMPETITIVIDAD

Dr. Rafael Espinosa Mosqueda¹
Dr. Ricardo Contreras Soto²
Dr. Roberto Rodríguez Venegas³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Rafael Espinosa Mosqueda, Ricardo Contreras Soto y Roberto Rodríguez Venegas (2016): "Cómo puede participar las PYMES mexicanas en la RSE para aumentar su competitividad", Revista TECSISTECATL (abril 2016).

En línea: <http://www.eumed.net/rev/tecsistecatln19/competitividad.html>

Handle: <http://hdl.handle.net/20.500.11763/tecsistecatln19-competitividad>

Resumen.

Las PYMES, son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al PIB. En el caso de México, según información proporcionada por el INEGI en los censos económicos 2009, las MIPYMES, generan el 51 por ciento del PIB y contribuyen alrededor del 75.1 por ciento de los empleos formales. En ese año existían en México 5, 144,056 empresas, de las cuales el 99.8 por ciento son PYMES. Debido a la situación que estamos viviendo día con día, una época más globalizada en todos los sentidos y en la cual solo los más aptos podrán sobrevivir a las demandas de un mercado tan cambiante y competitivo, es necesario que las PYMES mexicanas se adapten de la mejor manera posible a estos cambios, para ello es indispensable implementar ciertos criterios o reglas que guíen su labor en todos los sentidos en los que se desenvuelven dichos organismos. Un modelo claro que puede ayudar a las PYMES mexicanas a lograr sus objetivos, es el que tienen implantado las ESR, ya que este tipo de organizaciones tienen un sistema muy bien definido en el cual sobresalen y por ende llegan a tener éxito, esto lo podemos ver claramente en nuestro país

¹ Dr. en Administración, Profesor Investigador de la Universidad de Guanajuato, Campus Celaya Salvatierra, México.

² Dr. en Administración; Profesor Investigador de la Universidad de Guanajuato, Campus Celaya, Salvatierra, México.

³ Dr. en Contabilidad Universidad Nacional de Trujillo, (Perú)-Universidad de Guanajuato, (México).

puesto que hay muchas entidades que llegan a triunfar debido a que aplican dicho modelo.

La Corporate Social Responsibility in SMEs (CSR) perteneciente a la Unión Europea propone una serie de ejemplos prácticos para fomentar la competitividad de las PYMES; los ejemplos pertenecen a un estudio realizado En el marco del Concurso de Propuestas “Mainstreaming Corporate Social Responsibility (CSR) among SMEs”, Programa de Ayudas 2005. La propuesta se centra en los cinco ejes de la RSE, conjugando las relaciones con sus diversos grupos de interés (stakeholders). Si las PYMES participan activamente en la RSE pueden beneficiarse y ser más competitivas.

Palabras clave.

Responsabilidad social empresarial, pequeñas empresas, competitividad.

Keywords.

Corporate social responsibility, small companies, competitiveness.

Características y generalidades de la PYME en la actualidad

La pequeña y mediana empresa (PYME) es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad (Villa, 2010).

Según indagaciones iniciales en el mercado local, las pequeñas empresas son reactivas al entorno y por lo tanto, no planean de forma sistemática sus actividades, la mayoría son directivos-dueños, y las decisiones las toman en forma unilateral de acuerdo a su experiencia y a su intuición, por lo tanto no formulan estrategias que les sirvan de guía en su crecimiento (Cereceres, 2003).

Figura 1

Participación de las PYMES en México

PYMES por Actividad Económica en México



Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI Y SE

Se puede decir que en su conjunto, las PYMES, son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto (PIB). En el caso de México, según información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en los censos económicos 2009, las MIPYMES, generan el 51 por ciento del PIB y contribuyen alrededor del 75.1 por ciento de los empleos formales. En ese año existían en México 5, 144,056 empresas, de las cuales el 99.8 por ciento son PYME'S. Lo anterior pone de manifiesto la importancia de que estas organizaciones se fortalezcan y desarrollen, como se muestra en la figura 1 (INEGI, 2010 y Secretaría de Economía, 2013).

Para definir qué es una pequeña, mediana y gran empresa, se pueden tomar sus diferentes características, desde el monto de las ventas anuales, el número de empleados, la forma de su estructura organizacional, pero para fines de esta investigación se retoma la clasificación de PYMES publicada por la Secretaría de Economía (Moreno, 2009).

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro Pequeña	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
Mediana	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90% Fuente: Moreno, (2009)

Como se puede observar en la tabla 1, el número de empleados y las ventas anuales para ubicar en un rango a la empresa, varían, ya que se considera además de estas variables, el sector al que pertenece. Anteriormente existía una clasificación de las empresas que no tenía incluido el sector, pero sí el monto de las ventas.

Por otra parte, Brigde, Onell y Cromie, citados por Suarez (2010), consideran que el tamaño no es lo único que las hace distintas de la gran empresa, ya que sus diferencias más acentuadas están en la cultura organizacional, su influencia o poder, los recursos con que cuentan y las perspectivas con que son conducidas.

También señalan diversos autores que las diferencias específicas de la gestión de las PYMES son:

- a) El dominio de la estrategia.
- b) Decisiones.
- c) Estructura Organizacional.
- d) Control en relación con las grandes.

En resumen, lo que distingue a las PYMES de las grandes empresas es su estilo de dirección y formas de organización que canalizan la centralización y flexibilidad en la toma de decisiones, pero para fines de esta investigación se considerará como referencia su tamaño basado en el número de empleados y su giro, tal como lo señala la Secretaría de Economía, por ser esta clasificación la más aceptada para todo tipo de trámites en México, además la banca de

desarrollo la considera también para delimitar todos los apoyos gubernamentales y facilidades administrativas.

Con todo lo anterior nos podemos dar cuenta de que este tipo de empresa necesita mayor cuidado en su establecimiento y operaciones, no se puede decir que es una entidad en decadencia y mucho menos que sus actividades son indiferentes a la economía nacional puesto que por ella sola constituye el 51% del PIB nacional, por lo tanto es necesario voltear a ella y otorgarle las armas necesarias para su correcto desarrollo y fomento, así de cumplirse esto, la economía mexicana obtendría las suficientes bases para un crecimiento sustentable.

REQUISITOS PARA SER UNA ESR

Teniendo ahora un pleno conocimiento de lo que es la PYME, sus características y situación actual, así como sus necesidades y oportunidades de crecimiento, nos vemos en la tarea de indagar una herramienta estratégica para el buen desarrollo y estabilidad de ésta podría ser el sello de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Para Fórum Empresa, la RSE es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad (Cajiga, 2009, p.2).

Con la finalidad de llevar a cabo esta visión, la RS debe sustentarse en los valores expresados por la empresa y debe ser plasmada en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas a lo largo de las operaciones empresariales para institucionalizarla.

Es por esto que Cajiga (2009) sugiere que la empresa no solo se debe ocupar de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, sino también abarcar lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos (stakeholders) con los que se relaciona, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Así entonces, el distintivo de RS es un elemento estratégico que se otorga a las empresas que asumen voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio, teniendo sustentado el cumplimiento de los estándares propuestos para los siguientes ámbitos:

- 1) Ética y gobernabilidad empresarial.
- 2) Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).

3) Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.

4) Cuidado y preservación del medio ambiente.

Al participar en este distintivo, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) considera, analiza y valida la información presentada y su evidencia documental con la finalidad de ofrecer a los participantes un punto de vista externo, y poder medir el grado de adopción de la RS en la empresa frente a los indicadores, a sí misma y frente a las otras empresas participantes.

El Comité de RSE del CEMEFI y la Alianza para la Responsabilidad Empresarial (AliaRSE), con el apoyo de un equipo profesional verifica toda la documentación, y se apoya en diversas organizaciones especializadas en la revisión anual de los indicadores.

Para obtenerlo, las compañías se someten a una autoevaluación de más de 120 indicadores y solo aquellas que cumplen satisfactoriamente con el 75% o más, es distinguida (Moreno, 2008).

De tal manera, año con año, el CEMEFI otorga este distintivo a todas las empresas que se distinguen por sus acciones a favor de la sociedad y el medio ambiente, las cuales han adoptado en su cultura y en su visión de negocios, la mejora continua de la comunidad en que operan.

El otorgamiento del distintivo no responde a elementos de juicio, sino en el cumplimiento objetivo de los estándares establecidos y avalados por el comité, fundamentados con evidencia documental que demuestra que la empresa la ha adoptado como parte de su estrategia y cultura de negocio. Este distintivo tiene una duración de un año y es renovable, es decir, si en la empresa ocurren cambios que afecten los resultados de manera significativa, el distintivo puede ser suspendido hasta que el Comité lleve a cabo una nueva revisión.

La adopción de la RSE no siempre resulta fácil, es un camino que implica decisiones de liderazgo en la empresa para superar problemas como la baja cultura cívica, la corrupción, los insuficientes marcos legales, las formas autoritarias de ejercer el liderazgo y otros que han impedido a la empresa desarrollarse cabalmente como ciudadano responsable, por lo que las principales empresas portadoras de este sello sugieren adoptar un decálogo que marca el camino a seguir para alcanzar la RS (Cajiga, 2009):

1. Promover e impulsar en su interior una Cultura de RSE que busque las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Identificar las necesidades sociales del entorno en que opera y colaborar en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.

3. Hacer públicos los valores de su empresa y desempeñarse con base en un código de ética.
4. Vivir al interior y al exterior de esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana.
5. Promover el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
6. Identificar y apoyar causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
7. Respetar el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
8. Invertir tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9. Participar mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil y/o gobierno en la atención de las causas sociales que ha elegido.
10. Tomar en cuenta e involucrar a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

Cajiga (2009) señala que los principales organismos y expertos coinciden en que cada empresa debe encontrar su propio camino y ritmo. Existen variados ejemplos que han tenido éxito en distintos sectores que las empresas pueden aprovechar, pero al final cada empresa deberá recorrer su propio proceso; de lo contrario, se caería en el riesgo de implementar prácticas que, si bien son socialmente responsables, al no responder a un mandato y cultura institucionales, están en peligro de suspenderse ante cualquier eventualidad, coyuntura, crisis presupuestal o cambio en la dirección de la empresa.

Como se puede apreciar el rango de requisitos a cumplir varía de empresa a empresa, esto no quiere decir que para la PYME sea una tarea sencilla, puesto que los costos para alcanzar el reconocimiento pueden llegar a ser muy altos, pero tampoco se puede decir que resulte imposible; todo en esta vida implica un sacrificio y para la PYME quizás esté en la reformulación de estándares y la dirección de recursos económicos a esta visión.

¿Las PYMES mexicanas tendrán la capacidad de ser empresas socialmente responsables?

Como se ha mencionado anteriormente el ser una ESR es un concepto que no es exclusivo de las grandes empresas ya que cualquier tipo de entidad puede llegar a serlo, para lo cual deben implantar un buen sistema de funcionamiento

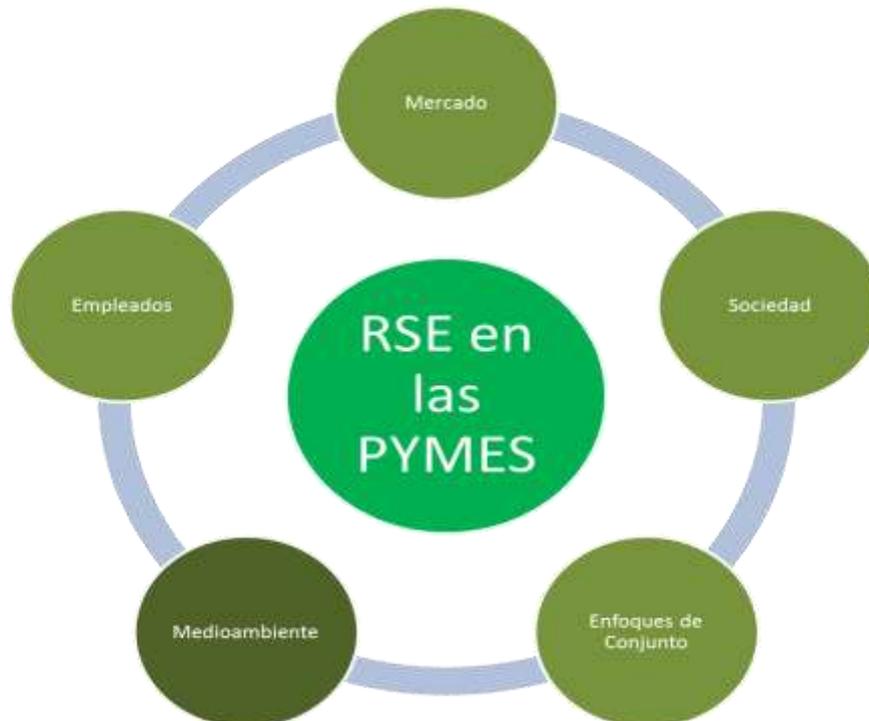
en todos los ámbitos donde se desenvuelven: económico, cultural, ecológico, etc., ya que si existe una sinergia de dichos ámbitos, la organización puede llegar a ser una ESR y por ende tener una cohesión positiva de todos los elementos con los cuales interactúa.

Debido a la situación que estamos viviendo día con día, una época más globalizada en todos los sentidos, y en la cual solo los más aptos podrán sobrevivir a las demandas de un mercado tan cambiante y competitivo, es necesario que las PYMES mexicanas se adapten de la mejor manera posible a estos cambios, para ello es indispensable implementar ciertos criterios o reglas que guíen su labor.

Un modelo claro que puede ayudar a las PYMES mexicanas a lograr sus objetivos, es el que tienen implantado las ESR, ya que este tipo de organizaciones tienen un sistema muy bien definido, en el cual sobresalen y por ende llegan a tener éxito, esto lo podemos ver claramente en nuestro país, puesto que hay muchas entidades que llegan a triunfar debido a que aplican dicho modelo (Alto nivel 2009).

Figura 2

Participación activa de las PYMES en uno o más de los siguientes campos de la RSE.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Corporate Social Responsibility in SMEs (2007).

Como una muestra de cómo pueden participar las PYMES en la RSE, podemos referenciar a la Corporate Social Responsibility in SMEs (CSR) perteneciente a la Unión Europea, que propone una serie de ejemplos prácticos para fomentar la competitividad de las PYMES; los prototipos pertenecen a un estudio realizado en el marco del Concurso de Propuestas “Mainstreaming Corporate Social Responsibility (CSR) among SMEs”, Programa de Ayudas 2005.

La propuesta se centra en los cinco ejes de la RSE como se muestra en la figura 2, conjugando las relaciones con sus diversos grupos de interés (stakeholders), ejemplificando de la siguiente manera:

El enfoque hacia los empleados incluye, por ejemplo:

- Mejora de las condiciones laborales (incluida la seguridad y salud laboral) y de la satisfacción en el trabajo
- Conciliación de la vida laboral y familiar
- Igualdad de oportunidades y diversidad
- Formación y desarrollo de la plantilla (incluida la planificación de la carrera profesional)
- Comunicación/información a los empleados y participación en las decisiones de la empresa
- Remuneración justa responsable apoyo económico para los trabajadores (por ejemplo: sistemas de pensiones, préstamos sin interés)

Las actividades de RSE orientadas a la sociedad pueden hacer referencia a:

- Integración social y/o laboral a nivel local.
- Mejoras de las infraestructuras locales
- donaciones en metálico o en especie a instituciones sociales locales (por ejemplo, escuelas, hospitales, asociaciones medioambientales, organizaciones culturales, clubes deportivos o de ocio, etc.)
- Apoyo a la sociedad en un sentido amplio.

Las actividades de RSE orientadas al mercado se dirigen, por un lado, a los clientes y, por otro, a los socios comerciales y/o proveedores. Estas iniciativas incluyen:

- Actividades para mejorar la calidad o seguridad de los productos
- Suministro de servicios de carácter voluntario a los clientes
- Políticas de precio justo
- Publicidad ética
- Remuneración sin retrasos a proveedores o socios comerciales
- Contratación de socios locales

- Mejoras de las condiciones existentes en la cadena de suministros
- Apoyo a la creación de alianzas empresariales a nivel local/regional

Las actividades de RSE en el campo de la protección medioambiental se centran en:

- Diseño de productos o procesos productivos respetuosos con el medioambiente
- Uso eficiente de los recursos
- Reducción de residuos y de la polución
- Realización de una “evaluación ecológica” de los proveedores respecto a sus estándares medio- ambientales
- Información a los socios comerciales, clientes o a la sociedad sobre temas medioambientales

Si las PYMES participan activamente en la RSE pueden beneficiarse y ser más competitivas, ya que podrán:

Mejorar sus productos y/o procesos de producción, lo que resulta en una mayor satisfacción y lealtad del cliente.

Tener una mayor motivación y fidelidad de los trabajadores, lo que aumenta su creatividad e innovación.

Mejor imagen pública, debido a premios y/o a un mayor conocimiento de la empresa en la comunidad (Corporate Social Responsibility in SMEs, 2007).

CONCLUSION:

Cabe resaltar que las PYMES Mexicanas pueden llegar a ser empresas socialmente responsables, no hay que demeritarlas por el hecho de su tamaño o recursos financieros que posean, ya que la habilidad y destreza la puede tener una persona y por ende esta trasmitirla a los demás miembros de la organización. Mucha gente piensa que la capacidad con que cuenta una PYME para operar es pequeña, pero este hecho no hace que este tipo de organizaciones puedan llegar a sobresalir, lo importante es tener un sistema claro y definido con el que va a operar la organización, difundirlo de una manera correcta a cada uno de sus miembros, lograr que exista una verdadera unión entre ellos, lo que va formar una vinculación de todos para poder llegar a conseguir las metas y objetivos planteados por la organización, y nunca olvidarse de estar siempre innovando ya que estamos viviendo en una época de constantes cambios.

Las PYMES pueden ser ESR, adoptando y cumpliendo con la normatividad y certificaciones que garanticen la calidad y seguridad, para con la sociedad y el medio ambiente, de los servicios o productos que éstas ofrezcan a sus

consumidores, con precios competitivos manejando siempre la mejora continua.

Inclusive puede iniciar aplicando en su empresa alguno de los ejemplos planteados en el presente artículo, cada uno de ellos le permitirá participación activamente en uno o más de los campos de la RSE, mejorando el posicionamiento de su negociación.

No hay que olvidar que toda grande empresa, nacional o trasnacional, incluso los monopolios, comienzan siendo pequeñas. La llave de todo está en la mentalidad de su emprendedor.

Fuentes de consulta.

Altonivel (2009, septiembre). Gigantes apoyan a pequeñas empresas, Altonivel. Recuperado el 21 de marzo de 2011 de <http://www.altonivel.com.mx>

Blogspot (blogspot.2010) página web. Alfonso tercero blogspot apartado dedicado a la PYMES también pueden, del sitio llamado El inicio de una empresa socialmente responsable, recuperado el 25 de Marzo de 2011 de: <http://alfonso-tercero.blogspot.com/2010/06/el-inicio-de-una-empresa-socialmente.html>

Cajiga, J. (2009). El concepto de responsabilidad social empresarial. Recuperado el 03 de marzo de 2011, del Centro Mexicano para la Filantropía. www.cemefi.org/esr/

Cereceres, L. (2003). La evolución de la pequeña y mediana empresa: El caso de Servicios al campo, S.A. de C.V. (Tesis de disertación doctoral, Universidad Autónoma Metropolitana, 2003).

Corporate Social Responsibility in SMEs (2007). "Mainstreaming Corporate Social Responsibility (CSR) among SMEs", Programa de Ayudas 2005. Recuperado el 12 de febrero de 2013 de: http://www.csr-in-smes.eu/downloads/brochure_spanish.pdf

Ediciones Especiales (ediciones especiales. s/f) pagina web. Ediciones especiales apartado dedicado a PYMES del sitio llamado Análisis ¿Cómo puede ser una PYME socialmente responsable? Recuperado el 25 de marzo de 2011 de: <http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/destacadas/detalle/index.asp?idnoticia=0126102005021X1020002&idcuerpo>

Emprendedores (emprendedores.2008) página web. Emprendedores, apartado dedicado hacer que la PYME sea socialmente responsable del sitio llamado empresas de éxito recuperado el 24 de Marzo de 2011 de: http://www.emprendedores.es/empresa/estrategia/haz_que_tu_pyme_sea_socialmente_responsable

INEGI (2010, 21 de septiembre). INEGI presenta resultados definitivos de los censos económicos 2009. Comunicado 302/10. Recuperado el 18 de junio de 2011, de:

http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CCwQfjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.inegi.org.mx%2Finegi%2Fcontenidos%2Fespanol%2Fprensa%2Fboletines%2Fboletin%2FComunicados%2FEspeciales%2F2010%2FSeptiembre%2Fcomunica2.doc&ei=_yMtUZzXDIPoqwGWoIFQ&usg=AFQjCNH6N_vg_FkuYrot99Ratrym8OaAIA

Moreno, T. (2008, 12 de marzo). Responsabilidad Social aumenta en México. CNN Expansión. Recuperado el 07 de marzo de de 2011, de <http://www.cnnexpansion.com>

Moreno, T. (2009, 01 de julio). México reclasifica a las PYMES. CNN Expansión. Recuperado el 12 de marzo de 2011, de <http://www.cnnexpansion.com>

Presidencia (presidencia. 2006) pagina web presidencia de la república, apartado dedicado buenas noticias, del sitio llamado las buenas noticias también son noticia, recuperado el 25 de marzo de 2011 de: <http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/?contenido=23940&pagina=113>

Rodríguez, J. (2002). Administración de pequeñas y medianas empresas (5ª. ed.). México, D.F., México: Ed. Thomson.

Secretaría de Economía (2013). *Página web*, portada, apartado dedicado a la pequeña y mediana empresa, sección titula: *Emprendedores, empresas*. Recuperado el 02 de enero de 2013, de:

<http://www.economia.gob.mx/inadem/empresas>

Suárez, T. y López, L. (2010). Procesos de cambio y desarrollo en las organizaciones: La investigación en gestión y organizaciones en México. Mérida, Yuc., México: Ed. Universidad Autónoma de Yucatán.

Villa, J. (2010). Tipos de empresas. Recuperado el 22 de marzo del 2011, de la Secretaria de Educación de Antioquia de la República de Colombia: <http://www.tareanet.edu.co>