

UNA RELACIÓN IMPOSIBLE: LA RSE Y LAS PYMES LA HISTORIA DE PEPITO

Por Rodrigo Kambayashi*

Antes de contarles la historia de Pepito y su Pyme, una breve introducción a la problemática parece inexcusable. En México, cuando hablamos de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) es casi imposible evitar la imagen seductora de las acciones filantrópicas de las grandes multinacionales en comunidades marginadas. Pero, volteemos hacia otro ángulo olvidado últimamente: Las Pymes, la columna vertebral de nuestra economía. Mucho se ha hablado de ellas como una fuente responsable del motor fértil de cualquier tejido económico, sin embargo en este artículo tomaremos como ángulo a los emprendedores quienes con sus diferentes características tallan y dirigen las actividades económicas de sus organizaciones.

Está en chino, pero no es imposible, existe un área de oportunidad donde las propias Pymes podrían organizarse en grupos dentro del mismo sector para crear pequeñas alianzas a fin de impulsar la RSE.

El discurso normativo de los emprendedores es confuso. En temas de marketing y comunicación se tiende a confundir la pequeña escala con lo artesanal, y por ende, con lo socialmente responsable. Lo que nos lleva a entrar en un ciclo no precisamente prodigioso, donde además la filantropía se diluye en el interior de las pequeñas y medianas empresas tomando el lugar formal de la RSE en su desarrollo.

Un estudio remarcable¹ revela que una gran mayoría de Pymes latinoamericanas realizan acciones y actividades ligadas con la RSE a pesar del desconocimiento formal del concepto. Sin embargo también existe el caso opuesto, más peligroso: Hay quienes dicen tenerlas cuando en realidad no existen. La única realidad es que muy pocas tienen infraestructura y acciones coordinadas sistemáticamente para llevar a cabo acciones de RSE².

Todo esto hace aún más difícil la tarea de mapear a gran escala el vínculo real de la RSE con las Pymes. No es que mi afición por los cuentos se desborde cuando pienso en RSE, pero creo que en este caso podría ser útil al querer discutir de los emprendedores y la RSE, junto con todas sus elocuentes falacias. Basado en un estudio de caso³, este cuento está inspirado en los emprendedores normales⁴. Los que ya tienen una idea de negocio puesta en marcha que funciona poco a poco. Se dieron de alta en Hacienda y además, quieren apoyar el desarrollo social de alguna manera. Así que, les contaré la historia de Pepito.



¹ la Situación de la Responsabilidad de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica y el Caribe, Vives & Corral. BID e IKEI 2005

² la Situación de la Responsabilidad de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica y el Caribe, Vives & Corral. BID e IKEI 2005

³ Kambayashi, 2014

⁴ excluyendo a los emprendedores sociales.

Del famoso Pepito

El señor Pepito, que ya creció y dejó los chistes atrás (aunque le siguen pesando en su pasado), tiene una familia, puso su changarro, y por azares del destino, se da cuenta de que la responsabilidad social es algo más que puro blablablá. Le gustaría poner en marcha algunas de esas ideas en su negocio.

Pepito no tiene mucha experiencia en su nuevo negocio, fue más bien una oportunidad en donde invirtió todos sus ahorros y se juntó con otros de sus familiares para abrirlo. Uno de ellos medio conoce de administración y el tercero nada de estudios, pero pues tenía un dinerito guardado también.

Si tomáramos una radiografía al negocio de Pepito sería algo así:

El negocio empezó hace poco más de un año y medio, a pesar de que el registro de la sociedad llegó hasta hace un par de semanas. En contabilidad, las cuentas apenas se están poniendo en orden y están saliendo justas, aunque nadie sabe cómo. Lo cual es una buena señal, aunque ya se viene la renta del mes. En recursos humanos, tienen tres empleados que son amigos y dos familiares que eran desempleados. Tienen registrado sólo a uno de ellos, para no pagar las cargas sociales tan altas, además prefieren pagar su nómina en efectivo para que los empleados ganen más y le cueste menos al negocio.

Esto fue una sugerencia del contador, quien por cierto es amigo de un primo de Pepito. Los empleados se sienten muy cercanos a los socios, pues trabajan codo con codo y se conocen de años. Lo mismo pasa con los proveedores: Es un amigo de toda la vida y, a pesar de que no sean los mejores precios del mercado, se echan la mano y éste les aguanta los pagos hasta dos o tres meses. Reina la confianza y la *buena onda*.

En Mercadotecnia no hay plan ni estrategia, pues no hay dinero ni tiempo. La desorganización impera y gira en torno a la operación diaria, con un servicio al cliente altamente personalizado, lo cual implica horas extras de todos.

Teniendo en cuenta el contexto, Pepito se interesa por la responsabilidad social. Investiga en sus ratos libres. Lee la revista *GANAR-GANAR* y se convence. Está dispuesto a proponer un par de acciones a sus socios para ser una organización más responsable. Convoca a una junta de socios y expone con elocuencia los beneficios de la RSE. Propone tres cambios sencillos, casi casi clásicos:

- 1) Escoger mejor a sus proveedores para que ellos respeten los principios del Pacto Mundial.
- 2) Cumplir con los mínimos de la ley y registrar a todos sus empleados en el Seguro Social, para que tengan una cobertura médica básica.

3) Financiar una ONG que siembre árboles dentro de su comunidad donde podrían además hacerlo, deduciendo impuestos.

Los socios se ven a los ojos. Piensan un segundo... ¡y se tiran al piso de la risa! Pepito, frunciendo el ceño, los mira enojado.

Juan (el cuñado de Pepito) toma la palabra. -A ver Pepito, me gustan tus ideas, pero vayamos punto por punto. Si tuviéramos más tiempo y estuviéramos más organizados como para hacer eso, podríamos intentarlo.

-Pero ¿cómo le vamos a decir a Luis (el proveedor principal) que tiene que cuidar al medio ambiente? Ya sabes cómo tiene el genio y no me quiero meter con él. Además está tapado de chamba y es el único proveedor que tenemos, ¿en dónde vamos a encontrar otro?

-Ok, imagínate, lo mareamos y lo convencemos. Este tipo de acciones a él le van a costar, pues tiene que cambiar toda su cadena de suministro. ¿Qué va a hacer con sus demás proveedores? Y ¿quién crees que va a pagar ese excedente? Él no cuenta con la infraestructura para cambiar y ¡nos lo va a querer cobrar!

Lalo (el otro socio, amigo de Pepito) dice: -Y mira, nada más te digo, acabo de echarle un ojo a las cuentas... Si contratamos a los cinco empleados, incluidos nosotros, y pagamos las cargas sociales que nos corresponden, no vamos a poder pagar la renta. Nosotros en México, por cada 1,000 pesos que declaramos por un empleado registrado, pagamos 604⁵ pesos de cargas sociales/patronales y ellos reciben como 700. Es decir, nosotros al final gastamos 1,600 y ellos reciben 700, y todo para recibir un servicio médico de dudosa calidad. Mejor les damos 1,000 a ellos y ¡listo! ¿Tú crees que vale la pena? Salimos ganando los dos.

Pepito, dice pensativo: -Bueno, ¿Y lo de los árboles? ¿No les gusta?

Juan -ya más serio- Uno, esa idea es más filantropía que otra cosa. Y dos, esos de la ONG son de los de alguna multinacional que hacen esto para deducir sus impuestos. Además, nosotros este año nos vamos a declarar en pérdidas como hicimos el año anterior, si no, pagaríamos un chorro de impuestos.

Pepito asiente con la cabeza mientras le da un trago a su café y se queda pensando: -Mejor vamos a descansar pues se hace tarde y mañana hay que darle desde temprano- Ve su reloj y se va a su casa. Juan y Lalo tienen que pagar la cuenta.

Fin de la historia

⁵Varía por sector y, sobretodo, por la prima de riesgo del puesto ejercido

Moralejas

1. La RSE tiene un costo altísimo en las Pymes; no es un tema exclusivo de las grandes multinacionales o corporativos sin embargo, en el sector de las Pymes está considerada como un tema casi lujo. Sus estrategias implican un costo adicional, tanto al interior como al exterior de la organización.

El costo de oportunidad de cada peso extra gastado es altísimo. Eso hace que las barreras de entrada de las estrategias de RSE sean gigantes y además consideradas como una tarea extra a realizar que no aportaría un valor a corto plazo.

2. Ser Pyme no es sinónimo inmediato de responsable. Se dice que estas Pymes son socialmente responsables por naturaleza porque trabajan con proveedores locales y tratan “bien” a sus empleados, pero la verdad es que no siempre es el caso y muchas veces sólo se busca el mejor precio sin importar las consecuencias sociales o ambientales de estas decisiones. Un peso menos, significa mucho más cuando tienes dos en la bolsa que cuando tienes que gastar 1,000 con 2,000 en la cuenta del banco aunque porcentualmente sean equivalentes.

3. La cercanía de las relaciones sociales de los empresarios con su entorno no siempre ayuda al desarrollo de la RSE, sobre todo cuando este discurso no está totalmente asimilado. Este es un concepto aún ajeno a la mayoría de las Pymes y por lo tanto, su interiorización no se lleva a un nivel tal que permita generar un discurso convincente con las partes interesadas que derive en acciones de RSE. Las partes interesadas en gran confianza lo pueden rechazar abiertamente pues saben que no cambiarán de proveedor por un tema “no clave” que sólo implica más trabajo.

4. El primer paso para la RSE es el cumplimiento de la ley. El alto nivel burocrático de registros innecesarios se vuelve una penuria para los emprendedores y esto, aumenta la probabilidad de que las Pymes no estén 100% al día con sus papeleos administrativos. Cuando sus empleados no están dados de alta en el Seguro Social, no es por malicia de los responsables. A pesar de que sea altamente debatible, en el corto plazo es más benéfico para los empleados no estar dados de alta y recibir esa ayuda en efectivo y poder disponer de ella en caso de emergencia.

5. Falta de políticas públicas, e instituciones adecuadas para impulsar la RSE en las Pymes. A pesar del gran esfuerzo de los organismos como el INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor), donde se enfoca en el correcto establecimiento de las Pymes dejando la RSE a un punto relegado donde sólo se toca el tema del distintivo ESR del Cemefi, sin proponer un seguimiento puntual

y sobretodo, más amplio en cuestiones de RSE. No hablamos de una regulación legislativa, pero sí de un fomento sistemático desde el sector público.

6. Falta de Infraestructura y apoyo multisectorial. A pesar de que existe un interés de las Pymes y de los emprendedores por la RSE, no existen organizaciones ni en el sector civil ni en el privado, que se dediquen a este tema con seriedad. La sociedad civil se está inclinando por aquellos a quienes es más fácil apoyar y que no impliquen un cambio de fondo, sino un desarrollo en su forma⁶. Las grandes empresas son un ejemplo a seguir para las Pymes y los pequeños emprendedores ¿Y ellas, qué hacen en temas de RSE? Se tienen que organizar para formar confederaciones y llevar a cabo estas operaciones en conjunto con otras grandes empresas. Esto sigue estando lejos de la realidad de las Pymes y de los emprendedores. Sean del tipo que sean.

7. La falta de organización y comunicación entre las Pymes. Esto se suma a la inestabilidad de la operación y se obtiene un ambiente poco propicio para pensar en otras cosas que el día a día e incluso cumplir con el mínimo legal. Su naturaleza de mercado tan dinámica no ayuda en la planeación a mediano y largo plazo. Agreguemos otro factor clave: La falta de comprensión del concepto de RSE. Esta buena intención original se convierte en una utopía extravagante.

Moraleja de la moraleja

Está *en chino*, pero no es imposible. Independientemente de la clásica crítica de las estructuras fiscales y el sistema de seguridad social actual, más estudios a gran escala parecen más necesarios que nunca. A pesar de sus grandes virtudes la sociedad civil se mueve mucho por modas que sólo siguen el camino para aumentar la posibilidad de la obtención de fuentes de financiamiento. Este tema no puede esperar a ponerse de moda. Mientras perseveramos a que exista una intervención legislativa que se alíe a una sociedad civil emancipada, existe un área de oportunidad donde las mismas Pymes podrían organizarse en grupos dentro del mismo sector para crear pequeñas alianzas con el fin de agrupar ideas, fuerzas, información y concentrar tanto atención a gran escala como poder de negociación, a fin de impulsar la RSE por cadenas productivas, localidad, luego por sector, e idealmente después, por mercado. ●

⁶Las OSC tienden a trabajar en proyectos que estén bajo la mira de las fuentes de financiamiento, es decir, de los temas de “moda” dictados por los financiadores.

*Rodrigo Kambayashi: Maestro en sociología organizacional y candidato a doctor en sociología económica por la Universidad de París Sorbonne. Investigador RSE.