
“Avances y retos de la promoción de la RSE en Pyme en tiempo de crisis”

Madrid

20 de Mayo 2009

Horario

- 10h a 10.45h. Introducción (30'- 45'). Extracto de las fichas.
- 10.45h a 12h. Discusión y propuestas
- 12h a 12.30h. Pausa- café y networking (catering sostenible)
- 12.30h a 14h. Conclusiones y consensuar documento de propuesta.
- 14h a 14.45h. Cóctel y networking (catering sostenible)

Objetivo de la reunión de trabajo

- ***Detectar propuestas*** para elevar a instituciones de consulta y promoción, como el Consejo Estatal de RSE u otras instancias del Gobierno Central y autonómico (marco también presidencia europea, agenda RSE), y cómo ello puede ser una ***oportunidad para mejorar la competitividad de las Pyme.***

Origen de la reunión

- Importante esfuerzo por acercar la RSE a las PYMEs sin resultados satisfactorios
- Esfuerzos diversos y dispersos (+ de una veintena de metodologías, guías y programas)
- Sensación de “Curso de Inglés”: comenzar siempre en el nivel básico.
- ¿Se pueden sentar bases comunes sobre las que avanzar? ¿Qué apoyos se necesitan?

Por otra parte

- ***Sin las Pymes es imposible pensar en que la RSE tenga un impacto real en la sociedad y el modelo de desarrollo sostenible.***
- Los avances en RSE por parte de las PYMES tienen un gran potencial de impacto dada su presencia y calado social. Los más de 23 millones de empresas de menos de 250 trabajadores que se estima existen en la Unión Europea representan el 99% del tejido empresarial.

¿Qué se ha hecho en España?

- Xertatu:Adi, IZAITE y Foro Bizkaia en Euskadi
- RSE.Coop y RSCat en Catalunya
- EcoInnovaRSE en Navarra
- Zarex en Zaragoza
- FEVECTA en Levante
- Norma SGE 21 de Forética
- SME RATING © y Catálogo NEXOS compra responsable
- Guía Para PYMEs del Observatorio de la RSC y del Club de Excelencia en la Sostenibilidad
- Trabajos de la ISO26000 (En preparación)
- EFQM-Framework on CSR
- CSR Campaing –CE + Caja de Herramientas
- ... Y así hasta más de 200 iniciativas de todo tipo... Ver RSCat.

Quizá vaya siendo hora de ...

- Incrementar la **capacidad de segmentar los públicos destinatarios ajustando las medidas a sus necesidades y expectativas**: además del tamaño o sector, los diferente interés de una Pyme por acercarse a la RSE.
 - por convencimiento, deber moral o traslado natural de sus valores como empresa en la RSE.
 - pymes cuyo núcleo de negocio esté relacionado con la sostenibilidad (agricultura ecológica, energías renovables, empresas de inserción...)
 - exigencia del mercado dado que son proveedoras de grandes empresas o administraciones que comienzan a solicitar criterios de RS.
 - mayoría, que sólo avanzan una vez que puedan contrastar beneficios tangibles y en el corto plazo y para los que la RSE todavía está muy alejada.
- El modelo de acercamiento a cada uno de estos estratos es muy diferente y puede condicionar el éxito de las actuaciones. Se ha acabado el modelo “café para todos”.

Quizá vaya siendo hora de ...

- ***Perder protagonismo a favor de ganar en impacto:***
en muchas ocasiones la aportación de iniciativas, tanto públicas como privadas, se ve mermada por la necesidad de actuar según “mi” iniciativa o proyecto, diluyendo posibles sinergias y sobre todo una gestión más eficiente de los recursos. La participación en acciones sectoriales ya sean locales, nacionales o europeas o la búsqueda de buenos actores que hayan demostrado éxito en su trabajo en fomento de la RSE independientemente de su procedencia ¿es fundamental para asegurar el éxito?.



Quizá vaya siendo hora de ...

- ***Dar un toque de atención y mandar un mensaje claro e impulsado de forma coordinada por todos los agentes:*** durante bastante tiempo hemos sufrido un desconocimiento y confusión sobre lo que representa y los beneficios que puede aportar la RS. En muchos casos esta confusión ha venido provocada por
 - mensajes de las propias organizaciones empresariales = RSE un “nuevo impuesto”
 - los sindicatos que defendían a los trabajadores como el principal grupo de interés y no querían interferencias en su campo de actuación
 - las ONGs que enviaban un mensaje simplista de “RSE = apoye mi proyecto”
 - las grandes empresas , RSE = imagen de marca y reputación
 - las consultoras que defendían su espacio como un nuevo nicho de mercado
 - las administraciones con mensajes tibios y descoordinados.

Quizá vaya siendo hora de ...

- **Generar herramientas para el acceso a la información por parte del consumidor (sea persona física o institución):** Se ha avanzado en herramientas de gestión y diagnóstico, así como en recopilación de buenas prácticas pero sigue existiendo un doble déficit:
 - Acceso a información básica pero fiable, que permita al comprador discriminar positivamente y de forma generalizada, las empresas que mejores prácticas presentan en RSE.
 - Herramientas que permitan poner en práctica la discriminación positiva por parte de organizaciones, empresas e instituciones.
- Sin esto el propio mercado no tendrá criterios de discriminación positiva para apoyar a los que más y mejor contribución están haciendo al desarrollo sostenible.

Quizá vaya siendo hora de ...

- ***Demandar a las administraciones Públicas Planes integrales de RSE y no acciones aisladas:*** El papel de la AAPP como impulsoras de al RSE tiene múltiples facetas, si se realizan de forma puntual, sin sistemática y objetivos globales.
- Debería hacerse un esfuerzo por tener planes (estatales y/o autonómicos) que reúnan algunas características
 - A medio plazo (mínimo 3 años)
 - Integrales
 - Participativos
 - Realistas
 - Retadores

CLASIFICACION DE LAS MEDIDAS PUBLICAS PARA LA PROMOCION DE LA RSE¹

Preceptivas	Legislación <i>(definición de estándares mínimos)</i>	Actividades de control <i>(inspección de cumplimiento)</i>	Penalizaciones y premios legales y fiscales <i>(Multas, créditos fiscales, etc.)</i>
Facilitadoras	Legislación (normas blandas) <i>(requisitos que no exigen la adopción de prácticas pero las incentivan)</i>	Incentivos <i>(Premios, etiquetas sociales, etc.)</i>	Desarrollo de capacidades <i>(Asistencia técnica: información, formación, herramientas de gestión, etc.)</i>
	Asistencia financiera <i>(ayudas y subvenciones)</i>	Sensibilización <i>(Conferencias, etc.)</i>	Estimulación de los mercados
Alianzas	Combinación de recursos <i>(Cofinanciación de actividades de distintos departamentos, sectores, etc.)</i>	Diálogo con grupos de interés <i>(Sindicatos, ONG, etc.)</i>	Diálogo multisectorial <i>(sector público, privado y sociedad civil)</i>
De Apoyo	Apoyo político <i>(Documentos, apoyo en actos públicos, etc.)</i>	Demostración <i>(Compras públicas, inversión, reclutamiento, etc.)</i>	
De Gestión Interna	Uso y gestión de los recursos <i>(Contratos, ISR, introducción de cláusulas, políticas retributivas, gestión de edificios...)</i>	Diálogo con grupos de interés <i>(Sindicatos, proveedores y subcontratistas, ciudadanos...)</i>	Transparencia y buen Gobierno. <i>(Códigos de conducta, memorias, sistemas anticorrupción...)</i>

Quizá vaya siendo hora de ...

- ***Aprovechar todo el potencial de la nueva ley de contratos del estado***, de mayores exigencias sociales y medioambientales, que algunas CCAA ya están empezando a extrapolar en sus pliegos de concursos públicos. ¿Podemos dar argumentos al grupo de trabajo del Consejo Estatal sobre los criterios RSE de elegibilidad en concursos públicos (ya sea para compras como para subvenciones)?

Quizá vaya siendo hora de ...

- ***Demandar a las Grandes empresas que sean “tractores” de la RSE en las PYMES:*** Tenemos ejemplos en la aplicación de sistemas de calidad general o medioambiental. ¿Porqué no en al RSE?.

Algunos comentarios recopilados en las fichas... Frenos

- Inapreciable y **escasa valoración** todavía por parte de Consumidores, Administraciones Públicas, y Grandes Organizaciones hacia propuestas de mercado Responsables, Sostenibles, Transparentes y Éticas.
- **Escasa o Nulo conocimiento de RSC** a nivel usuario o consumidor y poco extendido el conocimiento del concepto RSC entre las Pymes
- Limitados recursos económicos, limitado acceso a financiación por Pymes, para adaptación a nuevos modelos de negocio y actividad.

Frenos

- **Resistencia al cambio** cultural. Las empresas, sobre todo las empresas familiares, ven la responsabilidad social como una moda pasajera.
- **Falta de concienciación** de los equipos directivos. Sin la implicación de la dirección es prácticamente imposible lograr que una empresa sea socialmente responsable.
- Visión **cortoplacista**.
- **Costes**. Si la empresa entiende que ser socialmente responsable es un gasto añadido será difícil que incorpore la RSE en su estrategia.

Frenos

- Uno de los principales obstáculos es la **enorme variedad** que caracteriza a las PYME: por tamaño, por sector, por volumen de actividad, ¿englobar a todas las PYME bajo una misma rúbrica es un factor de fracaso?
- Las PYMEs deben atender numerosos aspectos con un personal reducido por lo que es fundamental **aportar un sistema de gestión de la RSE que sea compatible con el sistema de gestión que ya tengan implantado** y que, siendo riguroso, parta de información fácilmente localizable por ellas.
- El peso específico de las grandes empresas y del tercer sector ha generado un lenguaje y unos mecanismos de promoción de la RSE, **difíciles de entender y asimilar por las pymes**. Se debe de trabajar de forma específica para ellas, entendiendo y usando su lenguaje.

Propuestas

- Las PYMES **valorarán más la RSE si las Administraciones la practican**, para lo cual es necesario que éstas dispongan de unos planes específicos.
- Es necesario proponer la realización de un **encuentro de Administraciones Públicas** organizado por el Consejo Estatal de RSE u otro organismo de la Administración General del Estado
- **Las empresas públicas** como vía de introducción de medidas de RSE en las Administraciones Públicas.

Propuestas

- **Efecto demostración:** la mejor manera de convencer al empresariado es a partir de ejemplos y buenas prácticas de otros empresarios.
- La crisis como estímulo para la creación de confianza: la RSE en tiempos de crisis debería reforzar la confianza empresarial y **estimular la incorporación de valores que refuercen la posición de las Pymes en el mercado** y en la sociedad.
- Aprovechar que el concepto de la RSE se está integrando en la terminología de la **gestión del riesgo** y, al mismo tiempo, las empresas se ven más expuestas al escrutinio de los grupos de interés externos e internos