

17/04/2010 04:34

La Nación - Nota - Sup. Comunidad - Pág.1 **Responsabilidad social empresaria Compromiso en toda la cadena de valor**

Las pymes, lideradas por sus dueños, empiezan a implementar gestiones sustentables. En general priorizan mejorar la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que están insertas

Es un día laborable y en la localidad bonaerense de Burzaco, los empleados de la firma Megaflex van llegando a la fábrica. Algunos invertirán unas horas en ir a clases con un objetivo claro: terminar la escuela primaria o lograr el título secundario. A unos mil kilómetros al oeste de allí, un grupo de trabajadores cosecha uvas en los mendocinos viñedos de Bodegas Crotta y no parecen preocupados por controlar qué estarán haciendo sus hijos: ellos están aprendiendo o jugando, cuidados por maestras y auxiliares. Mientras tanto, en el laberíntico barrio de Parque Chas, en la ciudad de Buenos Aires, varios vecinos también tienen ganas de aprender: están en una charla ofrecida por la empresa Metanoia sobre reciclaje y cuidado del medio ambiente.

¿Qué tienen en común estos tres grupos de personas? Que son participantes de programas de responsabilidad social desarrollados por pymes, un segmento de los actores económicos en el cual este concepto no se escucha con tanta frecuencia como en las grandes compañías.

Tal vez por el peso de los costos, por carencias en la estructura organizativa, por dificultades para la planificación a largo plazo o por un mix de factores, la idea de la RSE no es cercana hoy por hoy a muchas pequeñas y medianas unidades de producción. Sin embargo, las empresas que se han animado a sortear dificultades benefician a la sociedad con programas que muestran rasgos propios: suelen concentrarse con más fuerza en los propios empleados y sus familias, o en el barrio o zona de pertenencia, y cuentan con el involucramiento directo de los propios dueños, que entienden que antes de ir por más es indispensable el primer paso de ser respetuosos de las políticas laborales y de las normas de todo tipo que rigen para los negocios.

"La empresa es para la persona y no la persona para la empresa", define Alejandro Tonnelier, director ejecutivo de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE), al sintetizar el espíritu que mueve a la planificación de programas que ponen como centro de atención a quienes trabajan en la compañía. "En el caso de las pymes se ve mucho más eso de que la calidad empieza por casa", afirma, aun cuando advierte que no es un tema todavía instalado entre estas compañías, algo que se verifica en la escasa participación que tienen en las postulaciones para el premio de RSE de esa entidad.

Un objetivo social

Una pyme que se animó a presentarse al concurso -y se quedó con el galardón- es la fabricante de membranas Megaflex. Según sus directivos, se trata de una empresa que se dedica a "proteger el hábitat de la persona".

Así, la propia actividad diaria de la compañía está definida a partir del concepto de un objetivo social.

Megaflex fundó una escuela para que los empleados puedan terminar el ciclo primario. Cuando estaba en marcha ese emprendimiento, y a partir de la inquietud y el ánimo de progresar de los trabajadores, se sumó el dictado de un secundario acelerado. Este año se recibirán 21 alumnos.

"Tenemos la planta en el parque industrial de Burzaco y hay varios empleados que son de Formosa, y son excelentes personas. Pensamos en un momento cómo darles un premio por su fidelidad y surgió la idea de la escuela primaria. Hay tres que terminaron el ciclo y nueve que están haciendo el esfuerzo ahora", relata Víctor Molinari, gerente de Recursos Humanos de la empresa, que tiene 275 empleados.

El programa comenzó hace tres años y mientras que la primaria es exclusiva para quienes trabajan en la planta, al secundario asisten también empleados de otras empresas del parque industrial. En el primer caso los costos están a cargo del gobierno bonaerense y en el segundo, la empresa invierte entre 10.000 y 11.000 pesos cada mes. En algunos casos, la asistencia a clase coincide con horarios de trabajo.

"Por lo general, las pymes se vuelcan a planes para su público interno y a la comunidad vecina", explica Adolfo Brennan, presidente de Valos, organización que intenta impulsar el desarrollo de planes de crecimiento responsable y sostenible en las empresas instaladas en Mendoza, un esfuerzo que otras instituciones hacen en diferentes zonas del país.

Brennan destaca que, por un lado, las pymes tienen una relación más personalizada con quienes integran su entorno: los clientes y los proveedores. Eso les permite ser más concretos en sus acciones.

Pero, por otra parte, existen también varias dificultades que se derivan de la condición de pequeñas compañías a la hora de pensar en un plan de RSE. "Toda la gestión recae sobre el empresario, que no puede pagar una consultora como sí podría hacerlo una empresa grande", especifica el responsable de Valos. Según explica, las acciones muchas veces no tienen continuidad "porque tal vez aparece un tema urgente que demanda la atención del empresario y hace que se desenfoque de un proyecto, que puede quedar a mitad de camino".

Consumidores sin conciencia

La historia de la Argentina, en ese sentido, no ayuda para nada. Las recurrentes crisis hacen que se compliquen los planteos estratégicos, cuando se trata de organizaciones que no tienen una estructura de gran dimensión.

Otra barrera, según Brennan, es la definida por la falta de conciencia que aún existe entre los consumidores respecto de valorar a las empresas que hacen esfuerzos por cuidar a su gente, a los terceros y al medio ambiente.

Una mayor responsabilidad de quienes deciden cómo gastar sus recursos actuaría seguramente como un estímulo.

Lograr esa conciencia, claro está, requiere de que quienes la tienen traten de contagiarla a otros. A eso dedica esfuerzo y entusiasmo la empresa Metanoia, que entre otras acciones ha desarrollado charlas para que las familias del barrio al que pertenece aprendan a usar racionalmente la energía y cuidar el medio ambiente con un consumo responsable.

"Nosotros empezamos a hacer cosas de adentro hacia afuera: una vez que como empresa estamos bien para ayudar a los demás empezamos las acciones en ese sentido", relata Martín Isola, director general de la firma, dedicada a implementar proyectos educativos elaborados por compañías de diferentes sectores.

Metanoia ayuda así, por la actividad que le es propia, al desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria. Pero a su vez tiene sus propios planes que están concentrados en cuatro áreas: los programas se llaman Somos Metanoia (proyectos destinados a los empleados); Verde Metanoia (reciclaje de materiales, con participación de un reciclador urbano); Zona Metanoia (acciones con los vecinos de Parque Chas), y Epidemia Metanoia (trabajo con la cadena de valor, que incluye acuerdos de pautas éticas con los proveedores).

"Para el plan de reciclaje hicimos 5300 contactos en el barrio; son casas que adhirieron a nuestro plan", explica Isola.

Metanoia, donde trabajan 25 personas, fue reconocida en 2009 por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina (AmCham): la empresa ganó el Premio Ciudadanía Empresaria en la categoría Gestión orientada a la sustentabilidad. La AmCham busca desde

hace 12 años premiar a las firmas con prácticas responsables, y allí también observan que, por ahora, la participación de las pymes es baja.

"La primera dificultad de las pequeñas y medianas empresas es no contar con una estructura fuerte o con un presupuesto que les permita contratar a personas que sepan del tema", considera Alejandro Díaz, CEO de la cámara empresarial.

La concreción de un plan depende en gran medida, al menos según lo cree Díaz, de que el concepto de responsabilidad social esté altamente presente en la mentalidad del dueño de una pequeña o mediana empresa.

Los propietarios de Bodegas Crotta son los descendientes de quien fundó la compañía en 1933. Se trata, por lo tanto, de una unidad de negocios familiar, y los planes de RSE están enfocados en el valor de la familia.

Las instalaciones de la empresa, a 37 kilómetros de la ciudad de Mendoza, cuentan con una guardería y un centro de apoyo escolar que evita el trabajo infantil en la cosecha de uva, o que los chicos deambulen por el predio de los viñedos mientras sus padres trabajan, por no tener adónde ir. En muchos casos, se trata de los hijos de trabajadores golondrina, que llegan desde otras zonas para las tareas de recolección de la fruta. El programa se inició en 2004 y prevé que los niños que están en edad escolar concurren a una escuela y reciban apoyo por parte de docentes contratados por la bodega.

Los planes vinculados con la educación, la contención familiar para los propios empleados y el aporte de beneficios para el área de influencia parecen ser características presentes en los programas de RSE por los que optan las pymes.

Según analiza Gabriel Berger, director del posgrado de Especialización en Organizaciones sin Fines de Lucro de la Universidad de San Andrés, en los planes de estas empresas tienen mucha influencia los valores personales en los que creen los dueños. "Esto hace que se le ponga más pasión al tema, porque de alguna manera la empresa es la prolongación de la personalidad de su dueño", destaca. Así, según afirma el académico, aquellas causas con las que se sientan más comprometidos en su vida fuera de lo laboral serán las que definan el rumbo de los programas.

Sin embargo, Berger advierte que eso también suele traducirse en una restricción. "A veces ocurre que hay una menor capacidad de pensar estratégicamente qué programa generaría un mayor impacto social", afirma.

Y otro tema por observar es el de los recursos económicos y humanos que pueden ser volcados a las tareas de impacto social. Lógicamente, la compañía grande siempre tendrá mayor capacidad.

Desde el reconocimiento de esa realidad, hace ya un tiempo que es frecuente escuchar el concepto de la responsabilidad de las grandes empresas para con las pymes con las que se vinculan, para ayudarlas en su gestión y para que puedan actuar y desenvolverse en un marco sustentable y haciendo aportes a la sociedad.

A fines de 2009, el gobierno porteño dictó un decreto para impulsar acuerdos desde las grandes firmas que tiendan a "fortalecer la capacidad competitiva de las pymes industriales, comerciales o de servicios, pertenecientes a sus respectivas cadenas de valor". El plan designa al Ministerio de Desarrollo Económico porteño como autoridad gubernamental encargada de generar un entorno y de dar herramientas para que los pactos sean posibles.

Hay bastante consenso sobre que la responsabilidad social debe ser parte de la vida cotidiana de la empresa, aunque alcanzar esa sinergia es muchas veces una tarea dificultosa. Un informe elaborado por el BID en 2003, basado en un relevamiento entre pymes de la Argentina y de otros países de América latina, afirmaba que con mucha frecuencia las actividades socialmente

responsables de estas firmas tenían "un carácter predominantemente reactivo, esporádico y fragmentado", y que surgían sólo como respuesta a situaciones específicas. También en esa publicación se planteó que por lo general faltaba un seguimiento de los resultados de las acciones emprendidas.

Una compañía que desde hace ocho años desarrolla una estrategia para revertir este panorama y ayudar a las pymes es Techint. A través del plan ProPymes, la compañía se plantea la búsqueda del fortalecimiento del tejido industrial de nuestro país. El programa, que involucra a 382 firmas pequeñas y medianas, tiene como finalidad lograr una mejora en la gestión de los negocios, que se promuevan inversiones, que se potencie la capacidad exportadora y que se sustituyan importaciones en forma eficiente.

Desde la visión de que un comportamiento responsable debe empezar puertas adentro y luego extender los beneficios a los demás, se entiende que la meta de hacer aportes para mejorar la calidad de vida de la sociedad debe formar parte de la estrategia propia y cotidiana de la empresa, más allá de cuál sea su tamaño. Algunas pymes ya encendieron los motores y están en camino. Otras tienen por delante el desafío, y la ayuda ofrecida por otros actores, como grandes compañías, organizaciones sociales y gobiernos, será fundamental.

Por Silvia Stang
De la Redacción de LA NACION

En cifras

40% es el porcentaje de empleos formales generados por pymes en la industria, el comercio y los servicios. Un 48% está en las grandes firmas y un 2% en la microempresa.

1,9 millones son los puestos de trabajo declarados por las pymes de los tres sectores, en el primer trimestre de 2009.

129 mil es la cantidad de pymes registradas en la economía formal. Hay, además, 334.000 microempresas, en tanto que las grandes firmas son 9000.

Premio

El Premio a la Excelencia Exportadora La Nación - Banco Galicia va a reconocer a la mejor gestión sustentable en una empresa exportadora de bienes y servicios, que dentro de su proceso productivo, implementan políticas sustentables.

El cierre de las postulaciones es el 5 de mayo y la página Web para conocer más sobre esta iniciativa y sus otras categorías es el www.premioexportadora.com.ar

Contactos

ACDE: www.acde.org.ar

Megaflex: www.megaflex.com.ar

Valos: www.valos.org.ar

Metanoia: www.metanoia.com.ar

Amcham: www.amchamar.com.ar

Crotta: www.crotta.com.ar