

PYMES

Desarrollo de prácticas de compra y consumo responsables y transformadoras

4.1 Introducción

En este apartado damos a conocer los resultados de la encuesta distribuida a personas que trabajan en el sector empresarial, y que se ha elaborado con el objetivo de profundizar sobre hasta que punto las PYMES incorporan criterios sociales en los procesos de compra y contratación.

El objetivo que se ha perseguido mediante estas encuestas ha sido identificar qué elementos es necesario reforzar para establecer un proceso de sensibilización que motive a las PYMES sobre la importancia de incorporar criterios sociales y medioambientales en sus compras, como una práctica responsable con los Derechos Humanos de todas las personas y la Sostenibilidad de la Vida. También se ha querido identificar cómo facilitar a nivel práctico la incorporación de criterios de compra responsable en las PYMES, reforzando su compromiso con el entorno, así como con su contribución a los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

En las siguientes paginas presentamos en primer lugar, los resultados obtenidos del análisis de la encuesta y en segundo lugar, avanzamos unas conclusiones finales vinculadas a los enfoques transversales contemplados en el proyecto.

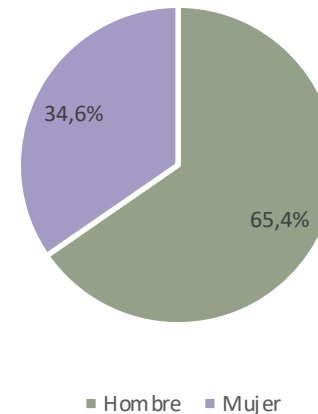
4.2 Análisis de la encuesta distribuida a PYMES

PERFIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

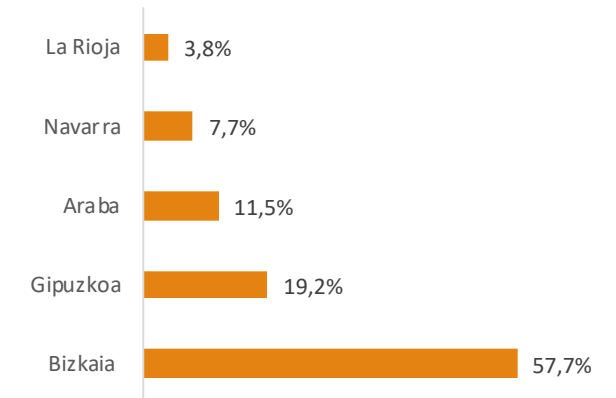
La encuesta ha sido contestada por un total de 26 personas de las cuales, el 34,6% han sido mujeres y el 65,4% hombres.

Casi el 60% de las empresas tienen sede en Bizkaia, el 19,2% en Gipuzkoa y el 11,5% en Araba. También han contestado empresas ubicadas en Navarra y en La Rioja.

Gráfica 1. Personas que han contestado por género



Gráfica 2. Ubicación territorial de las organizaciones que han contestado



4.2 Análisis de la encuesta distribuida a PYMES

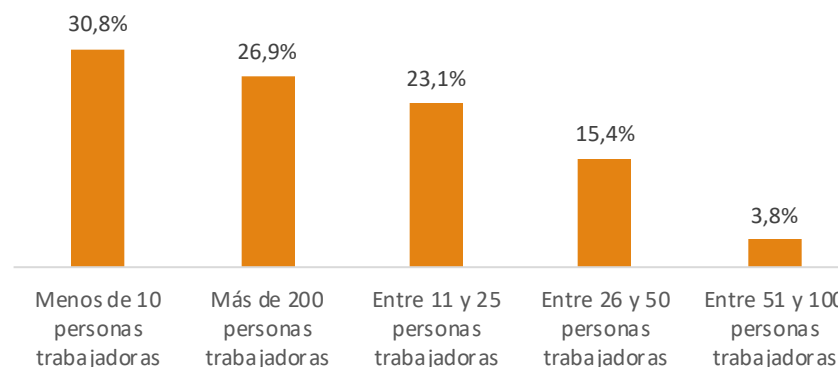
Tal y como refleja la siguiente tabla, hasta el 42,3% de las empresas que han contestado son del sector Servicios (jurídicos, tecnológicos, consultorías, etc.), seguidas por las del sector industrial (23,1%). También han respondido empresas del sector educativo y de la ingeniería, entre otras.

Gráfica. Sector de la empresa que ha contestado



Han contestado PYMES de diversos tamaños. De hecho, si bien más de la mitad tiene un máximo de 25 personas trabajadoras, hasta el 26,9% refiere contar con más de 200 trabajadoras.

Gráfica 2. Tamaño de las empresas que han contestado

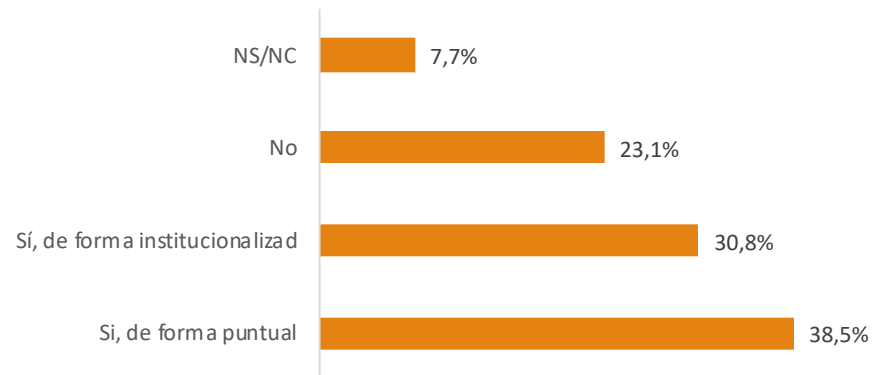


CAMINANDO HACIA PRÁCTICAS DE CONSUMO ORGANIZACIONAL RESPONSABLE

Sólo el **31%** de las PYMES señala incluir criterios sociales y ambientales en los procedimientos de compra y contratación de forma institucionalizada. Según tamaño de empresas, son las empresas de más de 200 personas trabajadoras las que en mayor medida incluyen criterios sociales y ambientales en estos procedimientos; y por tipo de sector, destacan aquellas del sector servicios (gráfica de resultados en la siguiente página).

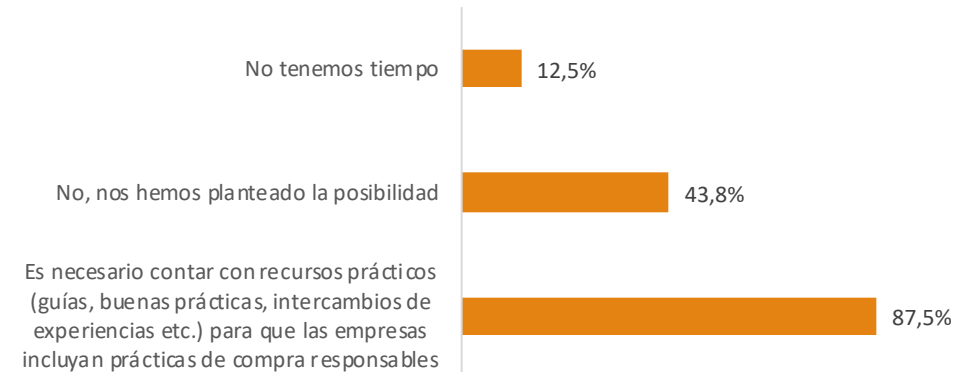
4.2 Análisis de la encuesta distribuida a PYMES

Gráfica. Respuesta a la pregunta: “¿En la empresa en la que trabajas ¿se incluyen criterios sociales y ambientales en los procedimientos de compra y contratación?”



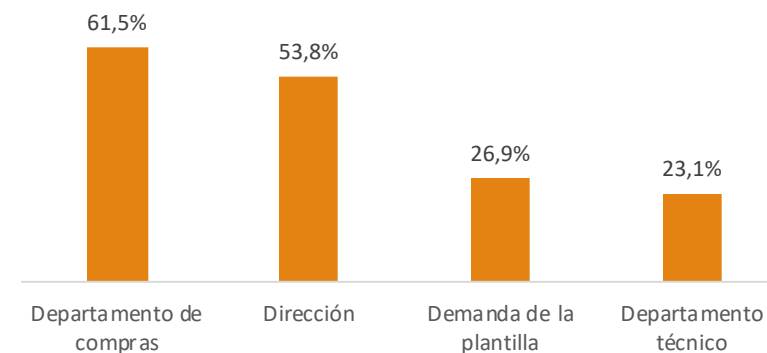
El 87,5% de las personas que ha contestado que incluyen “de forma puntual” o que “no” incluyen estos criterios en los procesos de compra y contratación, afirma que **es necesario contar con recursos prácticos (guías, buenas prácticas, intercambios de experiencias etc.) para que las empresas transiten hacia prácticas de consumo responsable**. El 43,8% además dice que no se ha planteado la posibilidad o que no sabe cómo hacerlo y el 12,5% explica que no tiene tiempo para ello.

Gráfica. Respuesta a la pregunta: Si has contestado “ Sí, de forma puntual ” o “NO” a la pregunta anterior: ¿podrías decirnos por cuales motivos?



La gran mayoría de las personas que han contestado considera que es el Departamento de compras quien debe impulsar la incorporación de criterios de compra responsable, y el 53,8% explica que es la Dirección quien debería responsabilizarse de ello.

Gráfica. Respuesta a la pregunta: “¿Qué departamentos deben impulsar la incorporación de criterios de compra responsable?”



4.2 Análisis de la encuesta distribuida a PYMES

Según las personas encuestadas la incorporación de criterios éticos de compra y contratación aportaría varios beneficios, entre los cuales destacamos: un mayor compromiso con el medioambiente y la sociedad; una mejora de las condiciones laborales de las personas trabajadoras y de la relación con los proveedores; y una participación más activa en el desarrollo del entorno socio económico. Si bien tanto mujeres como hombres señalan el mismo tipo de respuestas en relación a los beneficios que aporta la inclusión de los criterios éticos, de las respuestas dadas por las mujeres, podemos decir que ellas muestran una mayor sensibilización al señalar beneficios de carácter más humano como la mejora de la calidad de vida, la reducción

de la pobreza, y la inclusión de un nuevo paradigma empresarial que permitiría “humanizar” las empresas.

En cuanto a los retos que identifican, hablan de falta de conocimiento sobre esta cuestión, de la necesidad de disponer de unos criterios claros y de impulsar un cambio de mentalidad de la cultura empresarial, a través de procesos de sensibilización para que no primer de manera exclusiva criterios económicos de ahorro.

Tabla. Respuesta a la pregunta: En tu opinión ¿qué beneficios/ventajas brinda a las empresas la incorporación de criterios éticos en las compras y contrataciones ? (mejorar la responsabilidad social, ayudar a reducir pobreza, cumplimiento condiciones laborales, etc.)

Respuesta	Hombre
Ayudar a una sociedad más justa	1
Compras a proveedores bajo premisas de cercanía, responsabilidad y sostenibilidad ecológica. Respecto a contrataciones entendemos utilizamos criterios éticos y de derechos laboral	1
Compromiso con el medio ambiente y sociedad	1
Desarrollo sostenible	1
Enriquecimiento de todos los componentes de la cadena de valor y mejora económica local	1
Fomentar el consumo de proximidad, premiar a la empresa productora responsable, mejora a medio / largo plazo del tejido productivo	1
Genera confianza y muestra visión a largo plazo. Fortalece estratégica, autenticidad y Marca	1
Mejor cumplimiento de ODS	1
Mejora la relación los proveedores, lo que redundará en una mejora en la eficiencia interna	1
Mejorar la responsabilidad social en conjunto y trabajar los ODS	1
Mejorar la RSE propia y de la cadena de Valor. Facilita la Homologación y Generalización de las Buenas Prácticas.	1
Mejorar la sociedad	1
Puede ser transformador si es generalizado, pero también se usa un poco como forma 'sencilla' de concienciación social.	1
Responsabilidad medioambiental y ética	1
Responsabilidad social y ser participe activo en el desarrollo del entorno socio económico.	1

Respuesta	Mujeres
Ayudan a mejorar el compromiso de la empresa con el desarrollo integral de una sociedad ya aumenta su atractivo	1
Generar confianza en trabajadores, mejora de la imagen pública, ganar competitividad...	1
Incluir un nuevo paradigma en la gestión y humanizar a las empresas	1
Mejora la RSE, la implicación con el entorno y el medio ambiente	1
Mejorar la calidad de vida, ayudar a reducir la pobreza, respetar la individualidad, mejorar sus condiciones laborales, ayudar a reducir el estrés...	1
Mejorar la responsabilidad social; Favorecer la reflexión y ayudar a crear una red de empresas más responsables; ayudar a reducir pobreza; cumplimiento de legislación vigente, etc.	1
Reducir el impacto medioambiental de la empresa	1
Responsabilidad social y mejora de las condiciones laborales	1

Tabla. Respuesta a la pregunta. “En tu opinión ¿qué retos implica para la empresas la incorporación de criterios éticos en las compras?”

Respuesta
Cambio de formas de hacer, incorporación de nuevas pautas y mayor exigencia
Cambio de mentalidad
Cambios culturales, estructurales y en procedimientos
Falta de conocimiento en el área
Implica una labor inicial de concienciación para que no primen de manera exclusiva criterios económicos de ahorros
Implicaría la creación de sociedades más sostenibles si todas las empresas hicieran un esfuerzo por implementar criterios éticos en sus compras
Preguntar y analizar más allá de la propuesta técnica y presupuesto; Disponer de unos criterios de compra claros, establecidos y comunicados;
Un cambio de cultura

4.2 Análisis de la encuesta distribuida a PYMES

El 77% que ha contestado considera que es necesario fortalecer alguna capacidad concreta en el personal de las empresas para que la compra responsable sea incorporada de manera efectiva. Para ello, creen que sería importante contar con acciones de formación, sensibilización y la socialización de ejemplos prácticos así como de buenas prácticas en las empresas.

Por último, en cuanto a los factores externos que podrían facilitar la incorporación de política de compra responsables, destacan principalmente el

Tabla. Respuesta a la pregunta: ¿Crees que es necesario fortalecer alguna capacidad concreta en el personal de las empresas para que la compra responsable sea incorporada de manera efectiva? (por ejemplo, reforzar conocimientos de los criterios sociales, ambientales y éticos en los procesos de contratación y compra)

Respuesta	Hombres	Mujeres
Acciones de formación y de temas legales a las personas implicadas (Dirección y Dpto. Compras)	1	
Criterio de Justicia	1	
Formación	1	
Una pedagogía generalizada siempre ayuda. Aunque el alcance y los requerimientos son suficientemente conocidos sobre las compras responsables. Ayudaría a cada empresa el hecho de que la exigencia fuera una práctica generalizada y transparente. Un registro de Buenas Prácticas de las empresas		1
si, reforzar conciencia social y que se vean con ejemplos los problemas del mundo actual y las previsiones si no se cambian los comportamientos individuales	1	
Ofrecer ejemplos práctico que puedan aplicarse en el día a día		

apoyo público y legislativo, mediante la revisión de la normativa fiscal y la puesta en marcha de programas de apoyo a la transición o que premien la acción empresarial en este ámbito. También señalan que facilitarían que la política de compra responsable se convirtiera en un requisito en los concursos públicos y en las contratación.

Tabla: Respuesta a la pregunta: ¿Qué otro tipo de factores externos podrían facilitar la incorporación de políticas de compra responsable?

Respuesta	Hombres
Apoyo público y legislativo: normativa, fiscal, de programas de apoyo a la transición o que premien la acción empresarial en este ámbito	1
Aspectos impositivos que impulsen desde las administraciones públicas, incentivos fiscales si la compra es cercana,...	1
Cambios en la mentalidad de la sociedad	1
Cambios legales y cambios culturales de la sociedad que puedan estar incentivados por movimientos sociales.	
Colaboración institucional en cuanto a referencia de empresas, reconocimientos, concienciación...	1
Compromiso de las Administraciones que se traduzca en fijar una Normativa de cumplimiento de mínimos que reciba la sanción (reconocimiento y sanción) de las empresas.	1
Creación de productos innovadores , cultura y política de igualdad, bienestar y Salud...	1
Exigencias de la administración (con penalizaciones si fuera necesario)	1
Exigencias por parte de concursos públicos, o por cualquier tipo de contratación.	1
Leyes	1
Que las AAPP y los grandes portales de compra lo pusieran en valor	1
Sensibilización + Transparencia + Reconocimiento	1

5.3 Conclusiones

Presentamos a continuación las conclusiones vinculadas a los enfoques transversales contemplados en el proyecto y que han sido obtenidas a través de la encuesta distribuida a las PYMES

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Sólo el **31% de las PYMES señala incluir criterios sociales y ambientales en los procedimientos de compra y contratación**. Según tamaño de empresas, son las empresas de más de 200 personas trabajadoras las que en mayor medida incluyen criterios sociales y ambientales en estos procedimientos, **hecho que indica la necesidad de trabajar desde el fortalecimiento de capacidades y la sensibilización en las pequeñas y medianas empresas**.

Para las personas encuestadas, incorporar criterios éticos de compra y contratación aportaría varios beneficios, entre los cuales destacamos: un mayor compromiso con el medioambiente y la sociedad; una mejora de las condiciones laborales de las personas trabajadoras y de la relación con los proveedores; y una participación más activa en el desarrollo del entorno socio económico.

GÉNERO

Si bien tanto mujeres como hombres muestran el mismo tipo de respuestas en relación a los beneficios que aporta la inclusión de los criterios éticos en las PYMES, de las respuestas dadas por las mujeres, podemos decir que ellas muestran una mayor sensibilización al señalar beneficios de carácter más humano como la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía, la reducción de la pobreza, y la inclusión de un nuevo paradigma empresarial que permitiría “humanizar” las empresas.

PARTICIPACIÓN Y ORGANIZACIÓN

El 87,5% de las personas que ha contestado que incluyen “de forma puntual” o que “no” incluyen estos criterios en los procesos de compra y contratación, afirma que **es necesario contar con recursos prácticos (guías, buenas prácticas, intercambios de experiencias etc.) para que las empresas transiten hacia prácticas de compra responsable**.

La gran mayoría de las personas que han contestado considera que es el Departamento de compras quien debe impulsar la incorporación de criterios de compra responsable, y el 53,8% explica que es la Dirección quien debería responsabilizarse de ello. **Hecho que indica la importancia de establecer procesos de sensibilización dirigido específicamente a los Departamentos de Compra y a la Dirección**, para que entiendan la importancia de establecer una política de consumo responsables.

En cuanto a los retos que identifican, hablan de falta de conocimiento sobre esta cuestión, de la necesidad de disponer de unos criterios claros y de impulsar un cambio de mentalidad de la cultura empresarial a través de procesos de sensibilización para que no primer de manera exclusiva criterios económicos de ahorro.

El 77% que ha contestado considera que es necesario fortalecer alguna capacidad concreta en el personal de las empresas para que la compra responsable sea incorporada de manera efectiva. Para ello, creen que sería importante contar con **acciones de formación, sensibilización y la socialización de ejemplos prácticos así como de buenas prácticas de consumo responsable en las empresas**.