

La Responsabilidad Social como factor determinante en la cadena de abastecimiento de las empresas en Medellín, Colombia

Social responsibility as a Determining Factor in the Supply Chain for Companies in Medellin, Colombia

Recibido: 09-09-2015 • Aprobado: 10-12-2015 • Página inicial: 101 - Página final: 116

Anny Elen Asprilla Agualimpia*
Edenia del Carmen Padilla Cuesta**

Resumen: en los últimos tiempos el planeta ha sufrido una serie de cambios que han llevado a su degeneración y que por ende afectan de forma negativa el existir de su hábitat y todo lo que este contiene. Por tal razón, se ha visto que, poco a poco, los gobiernos a nivel mundial se han dedicado a concientizar a las empresas para que contribuyan a resarcir el daño tanto social como ambiental que generan en el medio que les rodea, lográndolo así, a través de la llamada Responsabilidad Social Empresarial. De esta manera, el propósito del presente artículo es dar a conocer el impacto que tiene la Responsabilidad Social Empresarial en la cadena de abastecimiento de las empresas, especialmente en Medellín, Colombia.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, cadena de abastecimiento, medio ambiente, logística.

Abstract: in recent times, the planet has undergone a series of changes that have deteriorated it, and therefore, affected the way its habitat exists, as well as everything it contains. For this reason, it has been seen that, little by little, governments around the world have raised awareness among companies so they contribute to make up for the social and environmental damage that they cause in their surroundings. This has been accomplished thanks to the so-called corporate social responsibility. Therefore, the purpose of this paper is to make known the impact that corporate social responsibility has on the supply chain of companies, especially in Medellin, Colombia.

Keywords: Corporate Social Responsibility, supply chain, environment, logistics.

JEL: K32, Q56

* Profesional en Negocios Internacionales y Especialista en Logística y Distribución Física Internacional, Medellín – Colombia.
anny.asprilla.0406@gmail.com

** Economista, Especialista en Logística y Distribución Física Internacional. Docente del Tecnológico de Antioquia, Medellín – Colombia.
edenia7@yahoo.es

La responsabilité sociale en tant que facteur déterminant dans la chaîne d'approvisionnement des entreprises à Medellín, Colombie

Résumé: ces dernières années le monde a subi une série de changements qui ont conduit à sa dégénérescence et que par conséquent affectent de façon négative la existence de son habitat et tout ce que ce contient. Pour cette raison, on a vu que, peu à peu, les gouvernements au niveau mondial ont été consacrés à sensibiliser les entreprises pour contribuer à réparer le dommage tant social qu'écologique qui engendrent dans le milieu qui les entoure, par le biais de l'appel de la responsabilité sociale des entreprises. De cette manière, l'objectif du présent article est de faire connaître l'impact de la responsabilité sociale des entreprises dans la chaîne d'approvisionnement des entreprises, en particulier à Medellín, Colombie.

Mots-clés: Responsabilité Sociale d'Entreprise, chaîne d'approvisionnement, l'environnement, logistique.

A responsabilidade social como um factor determinante na cadeia de abastecimento das empresas em Medellín, Colômbia

Resumo: nos últimos tempos o planeta sofreu uma série de mudanças que levaram à sua degeneração e assim afectar negativamente a existência de seu habitat e tudo o que nela há. Por este motivo, foi visto que, pouco a pouco, os governos de todo o mundo têm se dedicado a sensibilizar as empresas para contribuir para corrigir os danos tanto sociais e ambientais que geram no meio que as rodeia, a realização deste modo, através do chamado processo de Responsabilidade Social Corporativa. Deste modo, o objectivo deste artigo é o de dar a conhecer o impacto que a Responsabilidade Social das Empresas na cadeia de abastecimento das empresas, especialmente em Medellín, Colômbia.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa, a cadeia de fornecimento, ambiente, logística.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE, en adelante) se ha convertido en un requisito indispensable para competir en mercados internacionales, ya que esta exige el cumplimiento y el respeto de determinados estándares en materia social y ambiental. Es por esto que ha tomado gran relevancia, puesto que afecta los criterios de compra e inversión en todos los procesos que llevan al desarrollo de los productos y servicios de una empresa. Lo anterior demuestra que la responsabilidad social (RS, en adelante) es la reputación y estrategia para la consolidación de una empresa tanto en el ámbito interno y nacional como internacional, desde el punto de vista social, ambiental y económico, que genera cambios específicos en cuanto al desarrollo de una eficaz y efectiva cadena de suministro (CS, en adelante).

Al hablar de RSE como factor determinante de la CS, se hace referencia a la importancia que esta ha logrado dentro de los procesos regidores de una organización, puesto que genera cambios estratégicos al interior de la planeación empresarial. Es por esto que es importante definir y analizar dichos cambios que esta ocasiona dentro de una compañía, y que se enfocan directamente en la búsqueda de procesos que no perjudiquen el entorno tanto en el ámbito ambiental como en el económico y en el social. Por tanto, la pregunta que esta investigación se plantea es ¿cuál es la incidencia o el impacto que tiene la responsabilidad social en la cadena de abastecimiento de las empresas en Medellín?

Según lo anterior, el propósito principal de este artículo es analizar la incidencia de la RSE como factor determinante en los procesos de la CS de las empresas en Medellín, desde la identificación de los criterios que llevan a la implementación de la RS en los procesos de la CS de las empresas que aplican RS en Medellín, la comprensión de los beneficios y perjuicios de la RS como base de los procesos integradores de la CS, y el planteamiento de la RS como modelo de competitividad en el desarrollo empresarial de las compañías que implementan la RS en Medellín.

En este orden de ideas, este artículo se constituye por una metodología procesal, que permite el desarrollo adecuado de la investigación, por los hallazgos y resultados obtenidos a raíz de los objetivos y actividades planteadas, y por unas conclusiones que denotan el ejercicio final de dicha investigación.

Metodología

Se plantea un desarrollo metodológico cuantitativo, donde se analiza la interrelación entre la RSE y la CS, el impacto que ocasiona la primera sobre la segunda, así como el comportamiento competitivo empresarial derivado de dicha relación. Se operará con un método deductivo, exponiendo generalidades sobre el papel de la RS en los procesos logísticos empresariales, para luego realizar un análisis detallado sobre dicha conducta en las empresas que aplican RS en Medellín. Se revisaron fuentes a través de una investigación de campo y una investigación documental, por medio de un muestreo intencional, para luego trabajar un modelo multicriterio; la investigación de campo se desarrolla por medio de encuestas a empresas en Medellín que implementan la RS en sus procesos, y entrevistas a profesores expertos en cadena de abastecimiento y en Responsabilidad Social Empresarial.

Resultados

Este artículo reconoce que la RSE significa asumir las consecuencias de los actos realizados. Traducido a nivel empresarial, es responder ante la sociedad por los resultados que se generan a partir de las decisiones adoptadas y las acciones que se desarrollan por efectos de ellas, dentro de las cuales se relacionan el concepto de ayuda a la comunidad y al medio ambiente. Por otro lado se entiende como CS todas aquellas actividades que van dirigidas a la satisfacción de las necesidades del consumidor, por medio de la integración de todos los procesos pertenecientes al desarrollo de un producto o servicio; es decir, desde los proveedores, almacenamiento, producción, distribución hasta la venta y consumo final, generando un flujo de información y materiales para la creación de valor.

Criterios para la implementación de la RS en los procesos de la cadena de abastecimiento

Hoy día las empresas enfrentan un gran desafío en materia de RS y su implementación dentro del desarrollo de los objetivos de una compañía.

El ambiente globalizado moderno cambió los actores tradicionales de la rivalidad empresarial, desde una competencia entre organizaciones individuales hacia la rivalidad entre CS integradas por múltiples empresas proveedoras, manufactureras, distribuidoras o comercializadoras que garantizan el flujo del producto hasta el consumidor final (Carr y Pearson, citados por Trejos, Espinal y Flórez, 2012, p.94).

De ahí que las empresas busquen una diferenciación frente a otras desde sus CS, lográndolo muchas a partir de la implementación de la RSE dentro de los procesos regidores, propios de la CS. De esta manera cuando se habla de la RSE dentro de los procesos de la CS, se refiere a que dichos procesos se realicen de forma “limpia” desde las dimensiones sostenibles: social, económica y ambiental, y demás criterios, generando un impacto lo menos dañino posible en la sociedad.

Trejos, Espinal y Flórez (2012) definen las principales características de la Responsabilidad Social de Cadenas de Suministro (RCSS, en adelante):

Compromiso de toda la cadena para alcanzar los beneficios sociales y medioambientales; legitimidad y posibilidad de que todos los eslabones en la cadena tengan voz; enfoque de asociación genuina y reconocimiento de los diferentes enfoques éticos de las organizaciones en la CS (p.94).

De esta manera se puede determinar que “gestionar sosteniblemente la CS es manejar los flujos de material, información y capital, así como de la cooperación entre compañías a lo largo de la cadena, que buscan lograr objetivos en las dimensiones del desarrollo sostenible (económico, ambiental y social)” (Seuring y Müller, citado por Mejías, *et al.* 2012, p.24).

En Medellín la tendencia (desde el punto de vista de las empresas encuestadas) está en desarrollar actividades inherentes a la RSE desde ámbitos que confluyen con sus funciones propias como la relación con sus grupos de interés, seguido de las condiciones laborales de los empleados, el comportamiento ético corporativo, el medio ambiente y, por último, la contribución social para de esta manera crear un entorno reputacional positivo, y poder obtener beneficios relacionados con la dimensión gubernamental y el desarrollo de la competitividad internacional.

Pueden existir también dos razones principales por las que las empresas decidan implementar al RSE en la CS, desde el punto de vista material y desde el punto de vista ético. La primera quiere decir que la empresa decide hacer procesos socialmente responsables para reputacionalmente manejar un *goodwill* que le signifique un mejor reconocimiento y posicionamiento con sus grupos de interés y en el medio. Desde el segundo, es porque las empresas se consideran concientes y como decisión responsable desean mitigar impactos que su cadena productiva pueda dejar o ha dejado (L. Duarte, comunicación personal, 2015).

Debido a esto, la mayoría de las empresas poseen programas de RSE dirigidos a la relación con sus proveedores y clientes, al comportamiento ético corporativo

y a las condiciones laborales de sus empleados, seguidos de programas medio ambientales y de contribución social, cultural y/o educativa. De esta manera se comprende que las compañías se interesan en primera instancia por sus grupos de interés directos (clientes, proveedores y empleados), para luego dirigir sus esfuerzos hacia el fortalecimiento de las relaciones con la comunidad y el medio ambiente. Partiendo de lo anterior, los criterios por los cuales una compañía busca implementar la RSE dentro de los procesos de la CS se analizarán desde las dimensiones social, económica, ambiental, ética y política.

Dimensiones del desarrollo sostenible (social, económica y ambiental) en la CS

Las dimensiones del desarrollo sostenible suponen una serie de actividades donde los criterios sociales, económicos y medioambientales confluyen entre sí, llegando a un punto de equilibrio donde “las políticas y acciones para lograr el crecimiento económico deberán respetar el medio ambiente y además, ser socialmente equitativas para alcanzar dicho crecimiento económico” (Artaraz, 2002, p.1).

Criterio social

En esta dimensión las empresas involucran a su público de interés (socios, proveedores, empleados, clientes, sociedad, entre otros) como parte del desarrollo empresarial, para la generación de bienestar social que permita que la compañía dirija sus procesos hacia el logro de una integralidad total en la CS, haciendo a esta lo más eficaz y efectiva posible. Andersen y Skjoett-Larsen (citados por Trejos, Espinal y Flórez, 2012,) afirman que “el elemento más visible en el enfoque de las grandes multinacionales para sistematizar la RCSS es el empleo de códigos de conducta empresarial (p.97)”, donde se origina una conciencia de RS al interior de la empresa, creando un ambiente en el cual, tanto los empleados y socios, como los proveedores, hacen de la RSE parte de la cultura organizacional y del desarrollo de los procesos en el día a día.

De esta manera, las empresas pueden usar dos estrategias de gestión de RS a lo largo de la CS: el cumplimiento de requisitos que establece los estándares para los proveedores, e intenta evitar incumplimientos a través de un estricto programa de monitoreo; y la construcción de capacidad que tiene por objeto aumentar la capacidad del proveedor y de los empleados para el manejo de asuntos de responsabilidad social (Trejos, Espinal y Flórez, 2012, p.98).

Por otra parte, la RSE permite que aumente la disposición al trabajo, que disminuya el proceso de contratación y reclutamiento del personal; esto se

evidencia en la capacidad productiva de la empresa y en la calidad de vida de los trabajadores. Es por esto que para las empresas es vital que sus empleados tengan una conciencia de RS frente a las actividades que desempeñan; por tal razón muchas compañías cuentan con programas de capacitación continua donde le dan a conocer a sus empleados la importancia de la RSE y lo que implica el integrarla adecuadamente a todos los procesos de CS.

Igualmente la RSE permite potenciar las relaciones que surgen entre las empresas, los consumidores y la sociedad, por tanto, existen empresas que cuentan con programas de acercamiento a la comunidad y de desarrollo de clientes, que les proporciona una mirada más amplia sobre los comportamientos y necesidades de los mismos, para luego proveer una solución a dichas exigencias.

Criterio económico

La RS se vuelve primordial en las empresas u organizaciones que desean interactuar en un mundo que cada día es más exigente, más globalizado e internacionalizado, donde las grandes multinacionales llegan a tener un capital superior a los otros permitiéndoles tener una mayor ventaja competitiva. En la relación economía y RS encuentra implícita la racionalidad de los recursos, así como la sustentabilidad en el tiempo, lo que lleva al logro del objetivo principal de toda empresa: rentabilidad.

La RSE contribuye al desarrollo sostenible equilibrado del planeta, generando, por consiguiente, una riqueza sostenible y macro ambiental. Esto repercute directa e indirectamente en una mayor inversión, y por ende en beneficios financieros, produciendo retornos en utilidades a corto y a largo plazo, al mismo tiempo que aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas y la productividad impactando directamente a la CS.

Uno de los pilares fundamentales de la cadena de abastecimiento es la producción, la cual, de manera implícita, necesita de materia prima y/o materiales en óptimas condiciones para la satisfacción de las necesidades del cliente final, y solo aplicando los parámetros o estrategias de la RSE se puede llegar a ello. La RSE desde el enfoque económico permite a la compañía lograr procesos integrales que vayan orientados a la obtención de altos niveles de utilidad desde el desarrollo de una CS socialmente responsable.

Criterio ambiental

Desde la dimensión ambiental se puede afirmar que “promueve la protección de los recursos naturales necesarios para la seguridad alimentaria y energética y, al mismo tiempo, comprende el requerimiento de la expansión de la producción para satisfacer a las poblaciones en crecimiento demográfico” (Duran, 2010).

El desarrollo socioeconómico mundial ha llevado a que el ser humano, día a día, transforme el medio ambiente para lograr la satisfacción de sus necesidades; y esto ha traído enormes consecuencias negativas, como la disminución sostenible y acelerada de la calidad de este, y su capacidad para sustentar la vida. Esta crisis ambiental se manifiesta en la existencia y agravamiento de diversos problemas ambientales que afectan al planeta a nivel global, entre los que se encuentra el calentamiento global de la atmósfera, el agotamiento de la capa de ozono, la contaminación del agua, el aire y los suelos, el agotamiento de la cubierta forestal, la degradación del suelo y la pérdidas de especies en su ámbito natural, entre otras.

En el informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo ocurrida en 1987, se definió que el desarrollo sostenible es “Aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias”; entonces se buscan estrategias que frenen este impacto ambiental negativo de tal manera que no se afecten de manera irracional los recursos naturales, que se garanticen el progreso, la justicia y la equidad social, que se respete y estimule la diversidad y la riqueza de las identidades culturales, así como el precepto de la eficiencia ecológica.

En la CS se debe incorporar procesos productivos ambientales limpios para no generar o mitigar la contaminación del aire, el agua, o la generación de desechos sólidos; lo que implica no solo utilizar tecnología que evite la contaminación sino el aprovechamiento de materias primas que por desconocimiento se consideran desechos; y la investigación sobre el consumo de nuevos materiales que garanticen el uso más racional de los recursos naturales y su conservación; para luego obtener los beneficios que se derivan de la implantación de las actividades mencionadas anteriormente. De lo anterior se puede afirmar entonces que “hacer que la CS sea ecológica puede salvar recursos, eliminar o reducir los residuos, y mejorar la productividad y las ventajas competitivas al mismo tiempo” (Porter y Linde, citado por Mejías, *et al.* 2012, p.24).

Enfoques éticos de las organizaciones en la cadena de suministro

Las empresas hoy día están siendo más concientes sobre el impacto que puede ocasionar el desarrollo de sus funciones sobre el ambiente y la sociedad, es por esto que para la mayoría de las compañías es un deber ético ayudar a resarcir el daño que el ser humano ha generado sobre el planeta. Las empresas u organizaciones no son solamente centros económicos productores de bienes y servicios sino también agentes socializadores, en los cuales se crean valores, patrones morales y éticos, se construyen y se desarrollan procesos sociales y culturales; resulta imprescindible entonces, en la implementación de estrategias, experiencias e iniciativas de RSE, el desarrollo y la promoción de una cultura y valores organizacionales coherentes con el modelo de sostenibilidad, tales como apertura, participación, trabajo en equipo, colaboración, responsabilidad y procesos democráticos, solidaridad, compromiso, justicia, contribución, consenso, persistencia, equidad, sensibilidad, honestidad. “Para las organizaciones es por tanto esencial, reconocer que los valores representan un capital ético que apalanca la capacidad del crecimiento financiero al aumentar la unidad interna, moral, coherencia, orgullo, y la honestidad” (Goldsmith y Cloke; 2002, citado por Alea-García, 2007, p.4).

La RSE, supone en sentido general, además del logro de los objetivos económicos, la aportación de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad; el cumplimiento cabal de los principios éticos, cívicos y la normatividad legal, es decir las capacitaciones inherentes al mejoramiento continuo que permitan fortalecer las relaciones laborales, personales, familiares y sociales.

La evolución de la sociedad hacia estilos de producción y consumo sustentables implica un cambio en el modelo de desarrollo empresarial (Duran, 2010). Por consiguiente, las compañías buscan procesos que sean acordes con el planteamiento de los valores empresariales y sociales, y que busquen mejorar el funcionamiento de la CS desde la creación de valor y la satisfacción de las necesidades del cliente, sin atentar contra los principios éticos de sus públicos de interés y de sí misma (la empresa).

Las obligaciones políticas de las organizaciones socialmente responsables

Dentro de la RS existen variantes como las responsabilidades económicas, legales, éticas, y discrecionales aportadas por Archie Carroll (citado por Giraldo, 2008, p.45). Desde este punto de vista él concluye que las empresas esperan ser

rentables garantizando su supervivencia, la sociedad en general espera que las empresas cumplan la ley, las organizaciones deben actuar según los valores que imperan en la sociedad, sin dejar de lado las responsabilidades políticas que implica no abusar de la influencia que adquieren como consecuencia de su crecimiento, ya que en el proceso de generación de riqueza obtienen un poder que puede equipararse, en ocasiones, al del Estado, lo que determina que las directrices internacionales se concentren en las multinacionales.

Desde este punto de vista, la implementación de políticas de RS genera reconocimiento por parte de la sociedad; por dicha razón las empresas buscan desarrollar tales políticas desde la inclusión de modelos óptimos para el correcto funcionamiento de una CS socialmente responsable, de ahí que se indague por normas, que sin ser obligatorias, permiten el logro de los objetivos, tales como la ISO 26000 (2010), la cual crea un panorama sobre el comportamiento de las compañías frente a la RSE, abordando “siete materias fundamentales de la RS: gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad”.

Para el cumplimiento de estas estrategias se debe incorporar al gobierno, de tal forma que a través de leyes o normas se haga obligatoria la inclusión de la RSE para el desarrollo competente de las empresas. Algunos temas relacionados con la RSE no solo son de carácter privado sino que entran en el terreno de lo público; de esta manera, se necesitan políticas que reduzcan las asimetrías de información en el mercado y que garanticen el acceso a los datos de los inversores sobre los derechos y el poder que dentro de la economía de mercado puedan ejercer para dirigir la producción, el consumo y la inversión. El gobierno es corresponsable de las conductas de las empresas, por lo tanto deben fomentar el desarrollo social y medio ambiental de los individuos.

Seguido a esto, para una compañía socialmente responsable es importante el alcance de las normas de RSE (sean obligatorias o no), ya que le permite tener una perspectiva más amplia sobre los cambios a afrontar dentro de los procesos que faculten el desarrollo de la CS socialmente responsable, para el cumplimiento de los propósitos empresariales y la construcción de ciudadanía.

Beneficios y perjuicios que ocasiona la RS dentro de los procesos de CS

Los beneficios y perjuicios (así como la magnitud de su impacto) que trae la implementación de la RS a los procesos de CS varían según el tipo, conformación y tamaño de la empresa; sin embargo se han venido percibiendo

ciertas similitudes en cuanto a rubros específicos que determinan qué tan beneficioso o perjudicial resulta ser dicho proceso desde el ámbito interno o externo de una compañía.

Es de tener en cuenta que “la responsabilidad social y ambiental hace parte integral del marco estratégico de las empresas. Es más, la responsabilidad social se convierte como parte de la marca. Eso explica por qué marcas socialmente responsables venden más” (J. Jaramillo, comunicación personal, 2015). De esta manera y según los expertos consultados, se considera que la implementación de la RSE en los procesos de CS fortalece las relaciones y/o alianzas que se generan dentro de la cadena misma, puesto que trae equidad y seguridad, ayuda a fortalecer los eslabones de la cadena que son más débiles, y a aumentar la capacidad productiva entre los mismos, así como transparencia y coordinación en el desarrollo de las actividades, lo que suscita eficiencia y fortalecimiento de la marca.

Desde dicho punto de vista, los beneficios percibidos se relacionan primeramente con la sostenibilidad y eficiencia en los procesos, es decir, las empresas que deciden apostar por hacer de la RS parte de sus actividades de CS, se vuelven más eficientes y/o eficaces a la hora de entregar al consumidor final el resultado de sus procesos internos, satisfaciendo así las necesidades de dicho consumidor, lo que genera, en segunda instancia, poder de recordación, que se deriva en reconocimiento de la marca y en reputación e imagen positiva. Finalmente, esto hace que las empresas sean más competitivas tanto interna y localmente, como nacional e internacionalmente; ya que “los procesos de RSE representan disminución de costos y optimización de recursos y esto le da competitividad a la empresa” (E. Guisao, comunicación personal, 2015); esta a su vez les facilita el poder obtener certificaciones que se hacen necesarias y de cierta manera “obligatorias”, a la hora de comercializar un producto y/o servicio.

Desde el punto de vista de las empresas, los beneficios que les ha traído la implementación de la RSE en las actividades de CS se centran en sus procesos internos, en la interrelación de sus eslabones, y en la relación con su grupo de interés. Así pues, han percibido que se da un aumento del compromiso y productividad de los empleados, lo que genera mayor eficiencia; igualmente, se da un fortalecimiento de los elementos de la cadena misma, aumentando la capacidad productiva y comunicativa entre los eslabones que la conforman, lo que deriva, al igual que el rubro anterior, en mayor eficiencia, al obtenerse la información en tiempo real; finalmente las empresas consideran que la RSE mejora las relaciones con la comunidad, y fideliza a los clientes con la marca generando posicionamiento, reputación positiva, confianza y seguridad.

Por otro lado, tanto expertos como empresas han percibido como perjuicio principal el aumento de los costos y confusión, es decir:

Inicialmente la RS incrementa los costos. Esto puede perjudicar a los componentes más débiles de la cadena, llevándolos incluso a la quiebra. Adicionalmente, cuando la RS no se coordina, se puede generar confusión en la percepción de la marca, afectado su valor de forma negativa. También, cuando los entes más débiles de la cadena son obligados a implementar medidas que no comparten o que reducen su rentabilidad, la cadena se debilita y se generan resentimientos que a largo plazo afectan el valor de la marca (J. Jaramillo, comunicación personal, 2015).

Más que desventajas, se ha logrado percibir que una compañía que decide apostar por implementar la RSE en sus procesos internos, especialmente en los de CS, recibe una serie de ventajas y beneficios que generan diferenciación y competitividad en el mercado.

RS como modelo de competitividad en el desarrollo empresarial de las compañías en Medellín

Implementar la RS en la CS es un reto bastante difícil, pues significa cambiar todo como se ha venido haciendo y unificar e integrar todo los procesos en función de ella, lo que puede generar sobrecostos y a su vez desordenes internos. Sin embargo, la mayoría de las empresas en Medellín consideran que hacer de la RSE parte de sus procesos de CS las hace más competitivas, principalmente porque les genera un alto nivel de diferenciación, y logran el reconocimiento por ser empresas socialmente responsables, lo que hace significativo el esfuerzo realizado.

Actualmente, la RSE se enfoca en que las empresas desarrollen durante sus operaciones de negocio relaciones responsables con sus grupos de interés. Existe una exigencia social para que las empresas hagan bien su negocio. Esto quiere decir que es fundamental que las empresas creen valor y no transfieran valor. Crear valor implica un desarrollo de negocio que potencia la generación de utilidades vía aumentos en eficiencia, en innovaciones o a través de mejoras en la reputación de la empresa (Cancino y Morales, 2008, p.53).

Este proceso funciona correctamente si todos los eslabones de la CS están alineados e interrelacionados entre sí, para que haya una correlación en el desarrollo de las actividades; es por esto que es importante que en la CS exista una planeación estratégica y “un grupo con poder de decisión y recursos para implementar las medidas que fortalezcan la visión de responsabilidad social y que creen valor. Dichas medidas deben ser coordinadas para garantizar su eficacia. Una cadena sin

transparencia y coordinación no funciona” (J. Jaramillo, comunicación personal, 2015). Adicionalmente se deben crear políticas organizacionales basadas en la RS y capacitar a todos los empleados de la compañía, para que realicen todas sus actividades en función de la misma.

Las empresas deben invertir en investigaciones sociales, en la capacidad integral de los empleados, en procesos de retiro o desvinculación, invertir en la reparación de los grupos de personas afectadas, para el mejoramiento de su estilo de vida, enseñando a visionar y a manejar el uso de los recursos. En este sentido, las compañías necesitan sensibilizar y capacitar a todos los empleados y socios de la CS sobre la importancia de la RSE, a través de diálogos, proyectos de aprendizajes y de alianzas y contribuir a la creación de una cultura de RSE como se señala en el Pacto Mundial de Naciones Unidas, que a través de sus diez principios universales busca “alinear las estrategias y operación de una empresa en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y corrupción; y tomar acciones que permitan avanzar en los objetivos sociales, y crear una economía global sostenible e integradora, que ofrezca beneficios duraderos a las personas, comunidades y mercados”.

Para que la implementación de la RSE en los procesos de la CS sea viable y duradera en el tiempo, también es importante contar con indicadores que muestren la efectividad y el impacto de dicha implementación, y las variaciones y mejoramientos que se deben hacer según el entorno en el que se desempeña la empresa.

Por otro lado, las empresas en Medellín consideran que la implementación de la RSE en los procesos de CS fortalece las relaciones y/o alianzas que se generan dentro de la cadena misma, porque transmite confianza, mejorando las relaciones con su grupo de interés; además de que las vuelve más competitivas tanto en el ámbito nacional como en el internacional, frente a otras compañías que no disfrutaban de la posición reputacional que proporciona la RS. Es por esto que es importante que las empresas visionen políticas complementarias que fortalezcan la planeación organizacional en función de una RS competitiva, ya que hoy en día la RSE se ha vuelto casi que necesaria a la hora de hacer cierto tipo de negociaciones, y quien cuenta con este tipo de procesos tiene la oportunidad de sobresalir frente a otras compañías que carecen de los mismos. “La RSE es una tendencia no sólo nacional sino internacional, lo que permitiría penetrar en otros mercados donde este concepto sea una prioridad, además, se considera un condicionante en el momento de negociar con otros países” (E. Guisao, comunicación personal, 2015); es por esto que es importante crear una conciencia de RS en el entorno empresarial, puesto que

el mercado global actual lo ha venido exigiendo, volviéndose prácticamente en requisito u obligación para tener relaciones comerciales a largo plazo.

Conclusiones

La RSE ha creado un entorno en función de sí misma, donde todo el mundo se relaciona para llegar a un mismo fin. Las empresas de ahora planean y crean sus estrategias a partir de dicha relación, de ahí que estas deciden integrar la RS en todos sus procesos. Muchas lo logran a través de políticas puntuales de RSE, con contenidos y planeación estratégica, que generan pensamientos unificados entre todos los actores de la cadena para llegar a un mismo fin, así como un área encargada que coordine las actividades de RSE en la CS para la generación de valor.

Una de las maneras que las empresas utilizan para conformar la relación RS-CS es la aplicación del sistema de las dimensiones sostenibles, donde se analiza el impacto social, económico y ambiental que genera el desarrollo de sus actividades, siendo estos los principales criterios para la implementación de la RSE en la compañía. Otra manera de buscar la relación RS-CS es analizando las dimensiones éticas y políticas que se derivan de la misma, y que determinan la correcta función de esta.

En Medellín todavía falta más sensibilización en esta práctica, de allí que algunas empresas desconocen los beneficios tangibles e intangibles que les puede aportar la RS en su proceso productivo. Sin embargo, son muchas las compañías que han percibido sus beneficios, puesto que estas implementan la RSE principalmente porque les proporciona una reputación e imagen positiva, mejora las relaciones públicas y facilita la obtención de certificaciones. Adicionalmente hace que sus procesos sean más eficientes, creando posicionamiento de marca, fidelización por parte de sus clientes, confianza y seguridad.

También han percibido que la RSE las hace más competitivas, pero para serlo, las compañías deben alinear todas sus políticas en función de la misma, sensibilizando y capacitando a todos los empleados y socios de la CS sobre su importancia. Las compañías que apuestan por integrar la RS en sus procesos tienen grandes posibilidades en el ámbito internacional, ya que hoy en día la RS se hace obligatoria a la hora de realizar cierto tipo de negociaciones y es prerequisite para tener relaciones comerciales a largo plazo.

Las empresas no solo deben preocuparse por su crecimiento y rentabilidad sino también por los impactos que pueden generar en toda la cadena de abastecimiento. Se hace necesario que las grandes compañías asuman el rol

principal en las prácticas medioambientales y que sirvan de apoyo para que más pequeñas y medianas empresas puedan, poco a poco, involucrarse en la aplicación de la RS en la CS.

Referencias

- Alea, A. (2007). Responsabilidad Social Empresarial: su contribución al desarrollo sostenible. *Revista Futuros*, 5(17).
- Artaraz, M. (2001). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Ecosistemas*, X(3), 1-6. Recuperado de <http://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/view/614>
- Asprilla, A. y Padilla, E. (Entrevistadores) y Duarte, L. (Entrevistado). (2015). (Archivo de audio).
- Asprilla, A. y Padilla, E. (Entrevistadores) y Guisao, E. (Entrevistada). (2015). (Archivo de audio).
- Asprilla, A. y Padilla, E. (Entrevistadores) y Jaramillo, J. (Entrevistado). (2015). (Archivo de audio).
- Cancino, C. y Morales, M. (Diciembre de 2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Christian_Cancino/publication/43650508_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL/links/53f1a1f50cf23733e815be14.pdf
- De la Cuesta, M., Valor, C. y Kreisler, I. (2003). Promoción institucional de la RSE. *Boletín ICE Económico*, 2813, 9-20.
- Duran, D. (2010). Las dimensiones de la sustentabilidad. *Revista Eco Portal*. Recuperado de http://www.ecoportall.net/Temas-Especiales/Desarrollo-Sustentable/las_dimensiones_de_la_sustentabilidad.
- Giraldo, G. (2008). Responsabilidad Social Empresarial en Antioquia. *Revista Universidad EAFIT*, 44(149), 38-59.
- Guisao, É. y Giraldo, L. (2013). Perspectivas comerciales y logísticas hacia Brasil para el empresariado antioqueño. *En-Contexto*, 1, 141-158.
- ISO. (2010). *ISO 26000: Responsabilidad Social*. Recuperado de http://www.iso.org/iso/diCSovering_iso_26000-es.pdf
- Mejías, A., García, J., Prado, J., Fernández, A. y Comesaña, J. (2012). Modelo para la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa en la Gestión de la Cadena de Suministro. *Revista Dirección y Organización*, 45, 20-33.

Naciones Unidas. (s.f.). *Los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas*. Recuperado de <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Trejos, E., Espinal, A. y Flórez, J. (2012). Responsabilidad social de cadenas de suministro. *Revista Gestión y Región*, 13, 89-105.

Para citar este artículo:

Asprilla, A. y Padilla, E. (2016). La Responsabilidad Social como factor determinante en la cadena de abastecimiento de las empresas en Medellín, Colombia. *En-Contexto*, 4(4), 101-116.

