

## Responsabilidad corporativa en la gestión de la cadena de suministro



Es frecuente referirse a la responsabilidad corporativa (esto es, la inclusión de normas éticas en la actividad empresarial) con el nombre de triple cuenta de resultados, ya que engloba elementos sociales, medioambientales y financieros (plantilla de empleados, protección de la naturaleza y beneficios). Categorizada dentro de las mejores prácticas corporativas, la responsabilidad corporativa analiza los efectos que la actuación de la empresa ejerce sobre la naturaleza, sobre las personas (empleados, proveedores, clientes) y, en general, sobre la población mundial, e implica la aceptación de plenas responsabilidades bajo el ojo vigilante de los medios de comunicación de todo el mundo. Una responsabilidad corporativa acertada impulsa la imagen de la marca. La empresa debe rendir cuentas no sólo ante los accionistas, sino ante la sociedad en general, al tiempo que criterios como la transparencia, la trazabilidad y la sostenibilidad ocupan un lugar destacado en los informes de responsabilidad corporativa.

Se trata de una tendencia que ha cobrado una importancia creciente durante los últimos años, en los que la opinión pública ha tenido conocimiento de hechos tan deplorables como el incendio de la fábrica de Bangladesh, los talleres de Asia donde se practica la explotación laboral, o el trabajo infantil. Estas graves lacras despiertan una reacción negativa de los clientes, los medios de comunicación e, incluso, los mercados de valores. Es por eso que expresiones como “comercio justo”, “ecológico” o “trabajo digno” han proliferado últimamente en el *packaging* de los productos y en los materiales de marketing.

Puesto que la responsabilidad corporativa afecta a todos los grupos de interés, también incorpora la ética de los proveedores a las prácticas de la empresa, lo que quiere decir que los profesionales de Compras deben tener en cuenta, y equilibrar, todos los aspectos sociales y ecológicos de la gestión de los proveedores, así como la asistencia y la relación calidad-precio de los productos o servicios adquiridos. Debido a la globalización, ese objetivo debe materializarse a escala mundial. Para que la actuación en el ámbito de las Compras sea responsable, debe tener muy presentes y vigilar los elementos siguientes:

· **Impacto medioambiental:**

Las empresas van a tener que vigilar la manera en que la elaboración de los productos y la logística y el transporte de esos productos afectan al medio ambiente. Esa vigilancia cobra una importancia claramente mayor en determinadas actividades (producción industrial, agricultura, minería, productos químicos...) o sectores (alimentación, energía, farmacéutico...).

Es preciso medir la huella de carbono de los proveedores y observar la estrategia de responsabilidad corporativa del comprador en cuestiones como las emisiones de gases con efecto invernadero, el consumo energético y de agua, o la gestión de residuos (aumento del reciclado de residuos, reducción de residuos peligrosos).

La protección de la biodiversidad y el fomento de la sostenibilidad revisten una gran importancia para los países en vías de desarrollo, en los que las directrices medioambientales pueden no ser tan estrictas como en Europa. Se trata de una cuestión que ha saltado a la palestra, por ejemplo, con el aceite de palma y el problema de la deforestación del sureste asiático. Algunas marcas han tenido que enfrentarse a las llamadas al boicot de sus productos y al desarrollo de una imagen negativa.

· **Impacto social y humano:**

Para evitar la explotación y proteger los derechos humanos, así como la seguridad y la higiene en el lugar de trabajo, la responsabilidad corporativa debe garantizar el cumplimiento la normativa local por lo que respecta a la jornada laboral fijada por ley, la edad mínima para trabajar, salario justo, y salud y seguridad. Además, la empresa y sus proveedores deben velar por la igualdad de oportunidades y por la diversidad en su plantilla de empleados, garantizando que no se produzca discriminación por motivo de raza, género, religión, orientación sexual, discapacidad o edad. En algunos casos, puede ser necesario aplicar una cierta discriminación positiva.

· **Financiero:**

Si bien los beneficios siguen siendo el objetivo último, la participación en actos benéficos y de recogida de fondos se ha convertido en una actuación fundamental de la conducta ética de la empresa. Por ello, en la elección de proveedores también puede valorarse el compromiso económico con las causas humanitarias, benéficas o sociales. Otra forma de colaboración financiera pueden ser las becas, la concesión de ayudas o las prácticas profesionales, así como el patrocinio o el voluntariado en beneficio de la sociedad en general.

A través de la implantación de una estrategia de responsabilidad corporativa, el comportamiento de la empresa con la sociedad pasa a ser un comportamiento propio de un buen ciudadano, convirtiéndose la empresa en un modelo de conducta empresarial. La responsabilidad corporativa en la gestión de la cadena de suministro es algo que hay que dar a conocer y propiciar entre los empleados, accionistas, clientes, proveedores y organismos públicos a fin de beneficiar tanto la imagen de la marca como la imagen de la empresa.