

La diffusion de la RSE par la relation fournisseurs

Injonctions paradoxales ou partenariat de progrès ?

Françoise QUAIREL
Université Paris-Dauphine

Marie-Noëlle AUBERGER
Consultante, Gestion attentive

RESUMEN

Los acuerdos internacionales clave y las referencias generales demandan a las grandes empresas que asuman a responsabilidad de difundir los valores medio-ambientales y sociales en su esfera de influencia. De acuerdo con esta visión "mesiánica" de su responsabilidad deben promover prácticas RSE en el seno de su cadena de aprovisionamiento, particularmente con sus proveedores y subcontratistas PyMEs. Dentro de una visión gerencial, le piden a sus proveedores que suscriban códigos de conducta y otras cláusulas contractuales para protegerse de los riesgos ligados a un comportamiento que no se corresponda con valores socialmente aceptables. En todo caso, las grandes empresas son consideradas actores principales en la difusión de prácticas social y ambientalmente responsables a partir de la gestión de su cadena de aprovisionamiento PME. A partir de cinco estudios de caso de grandes grupos industriales consideradas como socialmente responsables y de una encuesta en las PyMEs francesas, este artículo se propone analizar los factores, los obstáculos y los incentivos que explican la influencia ejercida sobre las PyMEs por medio de la gestión "durable" de la relación con sus proveedores. El artículo trata de responder a la pregunta: ¿en qué medida las PyMEs son empujadas por las grandes empresas que son sus clientes, a adoptar políticas RSE?

En los países desarrollados, tales como Francia, la influencia de las grandes empresas en las estrategias RSE de las PyMEs es débil. En el documento se han desarrollado los principales determinantes de esta influencia: el grado de formalización y sobretodo de control sobre el cumplimiento de los compromisos que se solicitan al proveedor, el nivel de contradicciones entre las exigencias de precios cada vez más bajos y las de proceder siguiendo los códigos de conducta u otros estándares. El grado de influencia depende también de la naturaleza de la relación comercial entre los actores, basada en una relación de fuerza y de dependencia económica que conduce a un estricto cumplimiento de las reglas, o que reposa sobre una relación personal y de confianza que lleva a una colaboración "ganador-ganador". El artículo concluye que las grandes empresas, aunque sean proactivas en la RSE, no suelen incentivarla entre sus proveedores PyMEs por todos los factores mencionados que tienen un efecto débil o inclusive negativo. Todo esto se traduce todavía en una puesta en marcha muy parcial de los objetivos enunciados de desarrollo durable en los servicios de compra. El compromiso de los empresarios PyMEs con la RSE es la clave para la adopción en sus empresas de estrategias sostenibles en ese sentido y para ir más allá de una actitud de estricta conformidad con los códigos de conducta y transformar las exigencias RSE del cliente en oportunidades. A partir de la investigación se proponen ocho tipos de respuestas estratégicas de proveedores PME a las exigencias de sus clientes en función de los factores señalados anteriormente.