

ELECTRICARIBE DEMANDA A EMBOTELLADORAS POR CONEXIONES FRAUDULENTAS POR PARTE DE LOS VENDEDORES INFORMALES: UNA MIRADA DESDE LA R.S.E.

Diego Cardona Arbeláez¹

La siguiente reflexión está basada en el análisis del artículo² sobre la demanda interpuesta por miles de millones de pesos a las principales embotelladoras: Postobon, SaBMiller Bavaria y Coca Cola; y la exigencia de Electricaribe por un comportamiento ético en la entrega de neveras para la comercialización de los productos, y la indiferencia o falta de interés por promover un comportamiento honesto y responsable hacia la cadena de suministro de éstas empresas.

En el artículo en mención se plantea el derecho al trabajo o la existencia o no de intereses superiores que deben prevalecer, esto en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

En un primer término se tiene que señalar que a la luz de los programas sociales que desarrolla cada empresa, Postobon, Bavaria, Coca Cola y las grandes empresas de consumo masivo, se evidencian acciones y programas dirigidos a la cadena de valor, a la comunidad y el medio ambiente; sin embargo, no se encuentra ningún tipo de acción que identifique la conexión fraudulenta a que

hace mención dicho artículo; se enfoca más al tratamiento de los residuos y programas de reciclaje.

En el rastreo conceptual sobre Responsabilidad Social Empresarial, se identifican diferentes definiciones sobre RSE, en ese orden de ideas y si bien es cierto, no existe un consenso sobre RSE, se logra identificar que las organizaciones y la gerencia deben atender sus grupos de intereses con los cuales se interrelaciona. Una nueva concepción de entender los negocios ha permeado en algunas empresas; sin embargo, el trabajo por hacer es largo y debe ir encaminado a que todos los stakeholders involucrados con las empresas la perciban.

La nueva gerencia ya no administra para sí misma, o sus accionistas o dueños, administran sus stakeholder, y más que administrar genera relaciones sanas y perdurables, de tal manera que se perfeccionen alianzas estratégicas que potencialicen las relaciones y tengan un mayor impacto en la comunidad o su entorno inmediato, tal como lo identifica el profesor de la Universidad de Harvard, James

¹ Doctorante en Administración. Magister en Desarrollo Empresarial. Especialista en Gerencia de Mercadeo. Especialista en Docencia Universitaria. Administración de Empresas. Docente de la Universidad Libre, Sede Cartagena.

² Artículo "Electricaribe demanda a Coca Cola, Postobon y Bavaria" Revista Semana, ver más: <http://www.semana.com/on-line/articulo/electricaribe-demanda-postobon-coca-cola-bavaria/92149-3>.

Austin, *“La filantropía tradicional que practica su empresa es algo bueno. Pero tal vez esté desperdiciando la posibilidad de generar un verdadero valor estratégico, tanto social como financiero, a partir de sus relaciones con la sociedad civil.”*

Lo anterior obliga a reflexionar sobre el papel de las embotelladoras que son muy poderosas por cierto, y su responsabilidad con respecto al manejo ético y técnico que se evidencia con los distribuidores y el problema en mención en dicho artículo. Dicha reflexión nos obliga a indagar sobre las políticas que tienen dichas empresas en el marco de la RSE, así como los informes de sostenibilidad que comunican a la comunidad interesada.

En el caso de Bavaria, cuentan con un último informe de sostenibilidad del año 2012, tiene diez ejes sobre los cuales se cimienta dicha empresa, (no vamos a hablar de todos los ejes, ni de esta empresa ni de las otras, porque no es nuestro objeto de análisis); sin embargo, no se logra identificar el papel de los distribuidores o intermediarios en relación con el manejo adecuado y la conexión a la electricidad. Si bien es cierto, que dichas empresas han logrado avanzar en la transformación de su objeto social hacia uno más sostenible, todavía existen lunares. Ver más: http://www.bavaria.com.co/2-11/desarrollo_sostenible/.

En el caso de Coca-cola, a través de su plataforma sustentable: “Vive positivamente”, ha

venido realizando acciones sociales y ambientales dirigidas hacia un mejor estilo de vida; sin embargo, no se evidencia ningún rol sobre el papel del distribuidor o intermediario, como la cadena que logra llegar al consumidor final. Se indagó sobre FEMSA que es la dueña de las embotelladoras a nivel nacional y que viene de México, no se logra evidenciar tampoco ninguna política social dirigida hacia sus intermediarios. Se ciñen a programas de mejoramiento de calidad de vida humana y ambiental. Ver más: <http://www.femsa.com/es/social/global-vision/colombia.htm>.

En el caso de Postobon, pueden ocurrir dos cosas o no cuentan con políticas sociales claras y definidas o simplemente no las comunican. A partir de la indagación de si bien es cierto, Postobon tiene acciones sociales como es el caso de OASIS, agua que simboliza el compromiso con la educación y la niñez. No se evidencia políticas administrativas que sean de orden transversal, y sus acciones sociales están aisladas de la gestión de la empresa, como efectivamente parece ocurrir en dicha organización. Ver más: <http://www.postobon.com/media/pdf/CodigoBuenGobierno.pdf>.

El otro lado de la moneda, la demandante Electricaribe, que aunque tiene razón en su reclamo, no es precisamente el icono o pionera de la RSE, a pesar de que cuenta con proyectos establecidos para su cadena de valor, energía que crece, dirigida a las comunidades vulnerables y voluntariado,



la empresa se ve opacada por la calidad en la prestación de sus servicios, así como los exagerados precios que por ser monopolios están obligados a pagar a la comunidad. Ver mas: <http://www.electricaribe.com/co/inicio/conocenos/reputacion+corporativa/1297110273655/proyectos+de+responsabilidad+social.html>.

CONCLUSIONES:

Lo expuesto anteriormente permite explicar que, si bien las empresas están comprometidas con acciones sociales y ambientales tal como lo señala la revista Portafolio, en el caso de sus distribuidores, todavía no es claro cómo desarrollar una agenda común para un objetivo común. Ver más: <http://www.portafolio.co/negocios/postobon-y-exito-se-destacan-labores-sociales>.

El derecho a trabajar es un derecho, pero más que un problema se puede evidenciar una oportunidad para generar las alianzas, entre embotelladoras, electricaribe y los distribuidores.

En este caso, se propone que a la luz de la esencia de la RSE y la importancia de buscar alianzas para un mayor impacto; Electricaribe que cuenta con programas de RSE, debería buscar un acercamiento con las embotelladoras, ya que los distribuidores de estas últimas (COCACOLA, POSTOBON, BAVARIA) son usuarios de sus servicios, y deberían cualificarse de una mejor manera

para que hagan uso responsablemente del servicio de energía.

Concretamente, se debería desarrollar una agenda común a las partes, donde Electricaribe ofrezca unas alternativas viables y de largo plazo para sus fraudulentos usuarios, como lo señalan, y las embotelladoras apoyadas en una gestión transparente y ética debe ayudar y acompañar a dichos distribuidores que son brazos extendidos de sus empresas. De tal suerte que la ganancia sería por partida triple, ganan los usuarios-distribuidores, al contar con un servicio fiable y de calidad y posible de pagar; gana Electricaribe porque tiene un menor peso administrativo al tener las cuentas claras; y ganan las embotelladoras, porque ayudan y rescatan valores como la honestidad y la responsabilidad en su cadena de valor; y en si, gana la sociedad, porque ve posible una evolución en el desarrollo de las relaciones de partes tan distintas pero que se alinearon a una causa justa y socialmente responsable.

BIBLIOGRAFÍA

1. <http://www.semana.com/on-line/articulo/electricaribe-demanda-postobon-coca-cola-bavaria/92149-3>.
2. http://www.bavaria.com.co/2-11/desarrollo_sostenible/.
3. <http://www.femsa.com/es/social/global-vision/colombia.htm>.
4. <http://www.postobon.com/media/pdf/CodigoBuenGobierno.pdf>.