Estados Unidos y Europa lideran la apuesta global por una mayor diversidad de proveedores

Las empresas que se preocupan por la diversidad en sus cadenas de suministro también la fomentan entre sus empleados, además de tratar de proveerse de forma sostenible.



30 de octubre de 2024

Las empresas estadounidenses y europeas encabezan las iniciativas para promover la

©IESE Business School

diversidad en su red de proveedores. Y las políticas que adoptan son una prolongación lógica tanto de un mayor interés por sus cadenas de suministro como del compromiso con la inclusión organizacional.

Son dos de las conclusiones de un estudio de la profesora del IESE Anna Sáez de Tejada Cuenca, Gemma Berenguer, de la Universidad Carlos III de Madrid, y Natalia Costas Lorenzo, de la consultora Management Solutions. En él, las autoras han examinado las iniciativas en diversidad de proveedores que tenían las compañías de la lista Fortune Global 500 en 2020 y 2022.

Según la investigación, las empresas estadounidenses lideran la implementación de programas de diversidad, aunque las europeas están ganando terreno. En el otro extremo, las firmas del este y sudeste de Asia –la mayoría de las que conforman la lista– han demostrado poco interés en este tema.

Los hallazgos más importantes del estudio son los siguientes:

- De las 117 empresas norteamericanas incluidas en la lista Fortune Global 500, el 86% contaba con programas de diversidad de proveedores en 2022, frente al 79% en 2020. De las 43 empresas de Europa occidental, el 35% tenía este tipo de programas en 2022, frente al 28% en 2020.
- Aunque Asia dominaba la lista con 214 empresas, solo el 7% tenía programas específicos de diversidad de proveedores en 2022, porcentaje que era del 5,4% en 2020.
- Por sectores, las empresas financieras y de salud fueron las que más apostaron por la diversidad, ya fuera con programas específicos o integrándola en su código de conducta de proveedores. El de salud, con el 72% de las compañías, fue el sector con la mayor proporción de programas de diversidad de proveedores, seguido del de vehículos de motor y componentes (51%) y el tecnológico (50%). En el caso de los códigos de conducta, se mencionaba la diversidad de proveedores en el 60% de las empresas financieras y en el 56% de las de salud.

La ubicación marca el enfoque

La ubicación de las empresas no solo influye en su interés por la diversidad. También juega un papel en el enfoque de sus programas de inclusión y los grupos a los que estos van dirigidos.

©IESE Business School

De este modo, las empresas promueven la diversidad de proveedores de dos formas: creando programas específicos y/o incorporando requisitos de diversidad a sus códigos de conducta de proveedores. Los programas suelen ser más proactivos y enfocados, y algunos incluyen pequeños subgrupos de proveedores, como empresas propiedad de una determinada minoría étnica. Por su parte, los códigos de conducta no solo cubren temas de diversidad, sino otros muchos más con el fin de fomentar un comportamiento ético a lo largo de toda la cadena de suministro.

TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE: Más allá de la diversidad, *report* de la revista Insight con claves para fomentar la diversidad y la inclusión en las empresas.

En Estados Unidos, donde el concepto de diversidad de los proveedores surgió del movimiento pro-derechos civiles de los años sesenta como un mecanismo para revertir la larga discriminación sufrida por las empresas propiedad de minorías étnicas y mujeres, las compañías se decantan más por los programas. En Europa, en cambio, suelen agregar objetivos de diversidad a sus códigos de conducta de proveedores.

Grupos desfavorecidos: género, discapacidad y etnia

En líneas generales, las políticas de diversidad de proveedores buscan aumentar las relaciones de la empresa con proveedores propios u operados por miembros de grupos desfavorecidos.

Aunque la definición de grupos desfavorecidos varía entre países y regiones, el género es la dimensión que más mencionan las empresas: el 96% de las que trabajan con una definición específica de la diversidad de proveedores se refieren a esta dimensión más que a ninguna otra.

Otras dimensiones también mencionadas –en más de cien ocasiones– bajo el paraguas de la diversidad son la discapacidad, orientación sexual, edad o generación, etnia, raza e identidad de género, así como la nacionalidad, religión o credo y los veteranos (con o sin discapacidad).

©IESE Business School

También se observan diferencias, que beben de los distintos contextos históricos y culturales y de la demografía. Por ejemplo, muchas empresas de todo el mundo aluden a la etnia, pero desde un concepto que varía de una región a otra (en Europa se habla de inmigrantes y en Australia de pueblos aborígenes). En su definición de la diversidad de proveedores, las compañías estadounidenses incluyen a veces aquellas que son propiedad de veteranos del Ejército. La edad se menciona en Asia y Europa, pero no tanto en Norteamérica, mientras que la orientación sexual suele tenerse en cuenta en Europa occidental y Norteamérica, pero no en las demás regiones.

Retrato de una empresa responsable

Del estudio se desprende que las empresas que prestan atención a la diversidad de proveedores son también las que se preocupan por la diversidad de sus empleados y por la sostenibilidad de sus proveedores.

TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE: 5 pasos para lograr la sostenibilidad de tus proveedores, una guía de Joan Fontrodona para conseguir una gestión sostenible de la cadena de provisionamiento.

Así, las empresas de la lista Fortune Global 500 que aportan algún tipo de datos sobre la diversidad de sus empleados (como el género o la composición étnica) son mucho más dadas a contar con un programa de diversidad de proveedores que las demás. Asimismo, las que tienen programas de sostenibilidad también se prestan más a acompañarlos de programas de diversidad de proveedores. En cambio, las que no emprenden iniciativas de sostenibilidad tampoco acometen en general iniciativas de diversidad.

No es de extrañar, por tanto, que las iniciativas en materia de diversidad de proveedores respondan a una visión más sostenible e inclusiva de la empresa.



Anna Sáez de Tejada Cuenca

Profesora de Operaciones, Información y Tecnología en el IESE. Es experta en sostenibilidad, responsabilidad social, economía circular y la industria de la moda.

©IESE Business School

©IESE Business School