



Wal-Mart en México

Todavía en el lado soleado de la vida.* El Reporte de Responsabilidad Social 2005 de Wal-Mart de México evade alegremente cuestiones incómodas

Por Aleksandra Dobkowski-Joy^a

Periódicamente, LAGJS publica comentarios de relevancia para La Iniciativa Salarios Dignos Norte y Sur (LISDINYS). Este comentario es una evaluación del Reporte de RS 2005 de Wal-Mart de México. Como podría esperarse, su autora considera que Wal-Mart evade los temas torales de RS en los que Wal-Mart sabe que hay problemas en su desempeño, a la vez que se empeña en mostrar una imagen radiante en donde no la hay. En efecto, el dictamen del desempeño de RS es una visión unilateral pues carece de verificación externa y sólo incluye comentarios positivos de algunas partes interesadas.

El mastodonte Wal-Mart se ha hecho presente en México con Walmex, capturando primeros lugares como el mayor empleador privado, el principal detallista y la tercera empresa más admirada. Con utilidades que suman más que las

de sus tres más próximos competidores juntos (Gigante, Soriana y Comercial Mexicana), Walmex no da señal de disminuir su crecimiento explosivo. ¿Mas no es el lema de Walmex de “Precios Bajos, Todos los Días” no sólo un reflejo de precios bajos sino también de baja paga salarial y de recortes en las utilidades de los proveedores?

El Reporte de Responsabilidad 2005 de Wal-Mart de México no arroja luz sobre esta cuestión. En efecto, la característica distintiva del reporte parece ser la visión soleada de Walmex de cada aspecto de sus operaciones. Desde la descripción del adiestramiento de

sus proveedores y políticas de reciclaje y energía ambientalmente correctas, hasta las discusiones de apoyo comunitarios y desarrollo ambiental, la empresa se presenta a sí misma como una fuerza por el bien.

La misma historia de siempre

No obstante, un rápido vistazo revela una conocida letanía de reclamos: presión implacable sobre los proveedores para cortar costos, insatisfacción de los trabajadores con salarios inadecuados, la inhabilidad de tiendas pequeñas para competir con Walmex, y protestas en contra de tiendas que se ubican cerca de sitios culturales o históricos. La disonancia

entre el reporte de Walmex y estos reclamos se combina para confundir al lector – ¿creer o no creer?

No se pueden evadir los problemas eternamente

Sinopsis: Reporte de Responsabilidad Social 2005 de Wal-Mart de México

¿Sigue al GRI? No

¿Verificado? No

¿Metas? Sólo compromisos generales a grupos de “partes interesadas” definidas laxamente.

¿Objetivos? No

¿Participación de las partes interesadas? Sólo incluye declaraciones positivas.

¿Busca retroalimentación? No

Fortalezas claves: Enfoque en impactos económicos directos e indirectos, incluyendo estadísticas de creación de empleos y desarrollo comunitario. Incluye algunos indicadores ambientales y sociales.

Principales debilidades: No hay discusión sobre los retos tales como la reacción de las comunidades a la rápida expansión, salarios bajos, sindicalización, impacto sobre las empresas locales y la presión sobre los precios de los proveedores. Carece de objetivos específicos.

Una mirada más profunda del reporte revela las obligadas descripciones de gobernanza, programas ambientales, relaciones con los empleados, y actividades filantrópicas. Walmex pinta un cuadro económico positivo, citando bajos precios de productos para familias de ingresos limitados, creación tanto de empleos directos como indirectos, generados por una rápida expansión de tiendas, y contribuciones a mayores eficiencias de proveedores y acceso a mercados.

Mas hasta ahí llega. El reporte es apenas un poco más detallado que el del año pasado, sustituyendo las directrices de la Iniciativa del Reporteo Global (GRI – por sus siglas en inglés) por narraciones cualitativas, un puñado de indicadores cuantitativos y testimonios entusiastas de empleados y de quienes recibieron subvenciones. Además, sin voz alguna de crítica externa o de auto-reflexión interna, o ningún testimonio de verificación de una tercera parte objetiva, el reporte de Walmex es más un espejo unidireccional que una ventana transparente hacia las operaciones de la empresa.

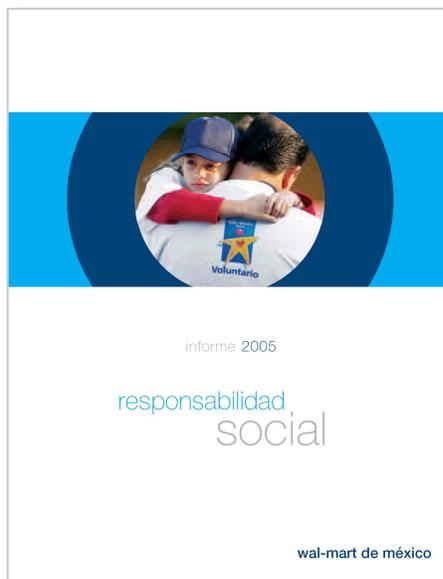
Walmex es una empresa muy admirada en México y puede en efecto estar haciendo lo correcto. Un reporte que aborda de frente temas que son un reto avanzaría mucho en convencer a los lectores de la legitimidad de Walmart como un ciudadano corporativo responsable.

Motivo de esperanza

Muchos observadores han recalcado diferencias fundamentales en la percepción y práctica de la responsabilidad corporativa en Iberoamérica en comparación con Europa y Estados Unidos.

José Antonio Puppim de Oliveira, profesor asociado en la Escuela Brasileña de Administración Pública y de Empresas, dice que los iberoamericanos ven al movimiento de la ciudadanía corporativa como motivo de esperanza en vista de “pobreza persistente, degradación ambiental, corrupción, criminalidad, informalidad, estagnación económica y decaimiento de la calidad de los servicios públicos”.

Mónica Araya, directora del Foro Empresa Informa en el Centro Yale para Derecho y Políticas Ambientales, dice que el reporte no financiero es obstruido por la limitada presión reguladora, la falta de regulación de lo “manifiesto” y una cultura de “confidencialidad”.



Vínculos útiles:

www.walmartmexico.com.mx
www.jussempor.org/Inicio/Index_castellano.html
www.empresainforma.net

* Publicado originalmente en la Revista Ethical Corporation

^a Aleksandra Dobkowski-Joy es Directora de Framework CR