

INFORME FINAL PERIPLO INTERNACIONAL

Responsabilidad Social Empresarial en Walmart, ¿realidad o fantasía?

PRESENTADO POR:

CAROLINA PABÓN MÁRQUEZ

EMPRESA:

WALMART DISTRIBUTION CENTER

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

ENERO 2017

Tabla de contenido

Introducción.....	3
Antecedentes.....	4
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos	6
Programa de Responsabilidad Social Walmart	7
Revisión de la Literatura	8
Método	17
Resultados.....	18
Conclusiones	20
Bibliografía	22

Responsabilidad Social Empresarial en Walmart, ¿realidad o fantasía?

Introducción

La responsabilidad social empresarial, en adelante RSE, es un tema que cada vez toma más relevancia y el cual todas las empresas quieren adoptar ya que mediante su implementación las organizaciones pueden obtener grandes beneficios, tales como mejorar su productividad, crear vínculos con los clientes, acceder a nuevos mercados y aumentar su confiabilidad. Y aunque muchas organizaciones lo desarrollan solo con el fin de adquirir beneficios económicos existe otro grupo que lo hacen impulsados por el factor social y por dar su aporte a la sociedad.

El primordial objetivo que tiene la RSE es generar un impacto positivo al entorno basados en principios de competitividad y sostenibilidad de la organización, y teniendo en cuenta esto las empresas pueden enfocar sus acciones tanto internas como externas, ya que las prácticas de RSE pueden estar dirigidas a diferentes públicos, tales como colaboradores, accionistas, proveedores, clientes o la comunidad que los rodea.

En este estudio nos centraremos en describir el significado del término RSE, teorías con las que se puede relacionar y si se aplica en Walmart, una de las compañías que fueron visitadas en el periplo, finalmente como se relaciona con los artículos planteados para dar respuesta a los objetivos y tener una conclusión de la aplicación o no frente a este tema en dicha compañía.

Antecedentes¹

Walmart evolucionó a partir de las metas de Sam Walton en el gran valor que tiene el servicio de atención al cliente. Creía que el verdadero liderazgo depende de un servicio voluntario, y ese fue el principio sobre el cual Walmart fue construido. Sam abrió el primer Walmart en 1962 a la edad de 44 en Rogers, Arkansas.

Sam Walton creía que dirigir un negocio exitoso se reduce a 10 reglas simples, que han ayudado a que Walmart se convierta en el líder global que es hoy.

1. Comprometerse con su negocio.
2. Comparta sus beneficios con todos sus asociados, y tratarlos como socios.
3. Motivar a sus socios.
4. Comunique todo lo que pueda a sus socios.
5. Apreciar todo lo que sus asociados hacen por el negocio.
6. Celebre su éxito.
7. Escuchar a todos en su empresa.
8. Superar las expectativas de sus clientes.
9. Controle sus gastos mejor que su competencia.
10. Nadar río arriba.

Lo que comenzó pequeño, con una única tienda de descuento y la simple idea de vender más por menos, ha crecido en los últimos 50 años en el mayor minorista del mundo. Hoy en día, casi 260 millones de clientes visitan las más de 11.500 tiendas en 28 países y sitios de comercio

¹ Tomado del enlace web: <http://corporate.walmart.com/our-story/our-history>

electrónico en 11 países. Walmart emplea a 2.3 millones de asociados en todo el mundo - 1,5 millones en los EE.UU. solamente.

Objetivo General

Determinar si el programa de Responsabilidad Social Empresarial adoptado por Walmart se lleva a cabo en su Centro de Distribución.

Objetivos Específicos

- Contrastar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial planteado por Avendaño para determinar si el programa adoptado por Walmart tiene factores de relación.
- Describir teorías que sustentan la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones sostenibles con el fin de contrastarlas dentro del plan de RSE de Walmart.
- Referir otro punto de vista de lo que significa la RSE y como se sitúa al Walmart dentro de este.

Programa de Responsabilidad Social Walmart²

Para llevar a cabo este trabajo, en la visita realizada al Centro de Distribución de Walmart ubicado en Hammond, Louisiana se utilizó el método de la investigación cualitativa, **el cual se detalla en la metodología** y mediante el cual se puede observar cuál es el proceso que se realiza en su plan de reciclaje, manejo de residuos y abastecimiento responsable.

Así como también en la visita realizada a la tienda Walmart donde se observan los procesos de reciclaje de productos electrónicos y uso de bolsas plásticas.

El programa de Responsabilidad que maneja Walmart está enfocado en la sostenibilidad y para ello se centra en 4 pilares:

- **Energía**
- **Residuos (Basura cero, bolsas plásticas, envasado, reciclaje productos electrónicos)**
- **Productos**
- **Abastecimiento Responsable.**

² Tomado del enlace web: <http://corporate.walmart.com/global-responsibility/sustainability/>

Revisión de la Literatura

Nombre Artículo: Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas

Autor: William R. Avendaño C

Cita: Avendaño, W. (2013) REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN – Artículo de Revisión

Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v10n1/v10n1a14.pdf>

En este artículo se cita el concepto el concepto del término Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa, para la cual se refiere como:

“Conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos que se derivan de la actividad de las organizaciones y con impacto en las esferas: social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos, es decir, los ámbitos que señala el Pacto Global. Los compromisos son asumidos por las empresas no solo para retribuir beneficios adquiridos a partir de su actividad, sino para mejorar su competitividad y añadir valor. Por lo tanto, se trata de oportunidades para que las mismas organizaciones marquen diferencias competitivas.”

(Avendaño, W. 2013, p. 156)

También se puede resaltar de este artículo la relación que plantea el autor de la responsabilidad social de las organizaciones para con su entorno y stakeholders:

Con las instituciones	Cumplimiento de los requisitos legales. Respeto del principio de legalidad Equilibrio entre transparencia y efectividad
Con el Estado y los gobiernos	Cooperación con la gestión del Estado Gestión de programas que promuevan el desarrollo Cooperación para la solución de problemas sociales y de la administración Cooperación para un desarrollo económico viable
Con la comunidad	Retribución justa hacia la comunidad por impuestos pagados Respeto de los derechos de los consumidores Elaboración de guías a los consumidores Promoción de estilos de vida saludables Productos y servicios de calidad Ofrecimiento de precios justos Garantía del producto o servicio
Con los empleados	Respeto de las normas laborales Respeto y valoración del trabajador Retribución justa y reconocimiento público Mejora de las condiciones laborales Promoción de proyectos de vida
Con el medio ambiente	Disminución del impacto ambiental Protección de los recursos Desarrollo sostenible Uso de energías limpias Promoción de procesos de formación Desarrollo de procesos de investigación

Fuente: (Avendaño, W. 2013, p. 159-160)

Teniendo en cuenta lo anterior y haciendo el contraste del concepto de Responsabilidad Social Empresarial con el programa implementado por Walmart se puede determinar que la compañía aunque realiza un fuerte trabajo en establecer y divulgar su programa. Sin embargo en el ámbito con los empleados y medio ambiental no se encuentra tan bien calificado por sus agentes externos, para la muestra está el caso expuesto por el canal CNN³ donde informa que la corte federal le ordenó a Walmart reintegrar a 16 trabajadores los cuales fueron despedidos por hacer parte de un paro, y el otro caso es publicado por BBC Mundo⁴ en su página web donde publicó

³ Tomado de: <http://cnnespanol.cnn.com/2016/01/22/walmart-pierde-la-batalla-contra-16-empleados-a-quienes-despidio-injustamente/>

⁴ Tomado de:

http://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2013/05/130528_ulntot_walmart_medio_ambiente_multa_cch

en Mayo de 2013 que Walmart tendría que pagar una multa por US\$110 millones por eliminación incorrecta de fertilizantes, pesticidas y demás productos tóxicos.

Nombre Artículo: Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)

Autores: Medina Celis Laura Margarita, Ramírez Chávez Javier, Hernández Lozano Ana Bertha

Cita: Medina, L.; Ramirez, J; Hernandez, A. (2010) Foro Virtual de Contabilidad Ambiental y Social

Recuperado de:

[http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumes/Medina Teor%C3%ADas sobre la responsabilidad.pdf](http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumes/Medina%20Teor%C3%ADas%20sobre%20la%20responsabilidad.pdf)

Con el fin de dar respuesta al objetivo número 2, en este artículo se evidencia información bastante relevante sobre las teorías de Responsabilidad Social Empresarial que llevan a cabo las organizaciones sostenibles.

La RSE se debe enfocar principalmente en cuatro niveles:

- 1.- “Estimular a la industria para mejorar su desempeño ambiental y social a través de iniciativas voluntarias que incluyan sistemas de gestión ambiental, códigos de conducta, certificación, directrices sobre informes de sostenibilidad u otros estándares, entre otras.
- 2.- Propiciar el diálogo entre empresas y comunidades, incluidos todos sus partícipes.
- 3.- Incorporar el desarrollo sostenible en la toma de decisiones de las organizaciones.
- 4.- Desarrollar asociaciones y programas con base en los lugares de trabajo que incluyan educación y entrenamiento.”

Teoría de los grupos de interés:

Para iniciar la explicación de esta teoría primero nos remitimos al concepto del termino Stakeholders cuyo significado según Freeman, E. (1984) citado por Medina, L.; Ramirez, J; Hernandez, A. (2010) los señala como “cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y

clasificaciones y que además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”.

En esta teoría los grupos de interés representan un factor muy importante ya que son los principales participantes en el desarrollo de la actividad de una organización lo cual los convierte en actores vitales que se preocupan por las nuevas exigencias de la sociedad en busca de un bien común.

La idea consiste en tomar en cuenta los intereses de todos los Stakeholders y no solamente de aquellos que representan un tipo económico para lograr los objetivos de la compañía.

Teoría de la Legitimación:

Nace de la creación de un contrato social entre organización y sociedad, dicha legitimación existe a través del tiempo en una compañía cuando los objetivos y formas de operar están alineados con las normas sociales y las fortalezas de la comunidad.

En esta teoría se dice:

“El que hacer empresarial se ajusta a partir del sistema de valores en que una sociedad se ha establecido en su devenir, considerando una visión más amplia de sus precedentes y expectativas autentificando las actuaciones que las organizaciones habrán de considerar entre sus objetivos con identificación total a su entorno. Incluso la propia empresa será hábil para influir en las propias reglas y expectativas de la sociedad, siempre que comparta el sistema de valores de ésta.”

Teoría de la política económica:

En esta teoría se comprenden a las organizaciones desde un horizonte más trascendente que están influidas por un sistema de complejidad social, económico y político. Se enfoca institucionalmente pero a un nivel macro, donde los intereses de los involucrados se benefician por medio de los mecanismos del mercado que los unen.

“Por ello se desprende que en esta teoría no basta ser consciente de su deber autorregulado, sino que también hay que acatar disposiciones imperativas que el Estado impone sin restringirse únicamente a su actuación voluntaria y propositiva.”

Teoría Institucional:

Para esta teoría en lugar de explorar directamente al sistema de valores de la sociedad se centra en el patrón de las organizaciones ya establecidas como la representación simbólica del sistema de valores.

“En esta teoría se concibe el análisis institucional de la RSE como un proceso desde dentro, tomando en consideración el dominio y el control que les confiere su capacidad institucional concedida por sus representados para afrontar las decisiones y los costos de su actuación.”

Teoría de Dependencia de Recursos:

Esta teoría se centra en buscar maximizar el poder de las compañías basadas en un proceso de intercambio de recursos.

“Esta teoría es consistente con el aspecto ecológico y la teoría institucional en que las organizaciones son vistas como estructuras persistentes bajo la premisa de la negociación y adaptación que día a día presenta nuevos requerimientos, a los que la corporación debe responder interactuando en una múltiple diversidad de intereses.”

Nombre Artículo: Aproximación y Cuestionamientos al Concepto Responsabilidad Social Empresarial

Autor: Javier Sabogal Aguilar

Cita: Sabogal, J. (2008) Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, Vol. 16, Nº. 1, págs. 179-195

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4237658>

En este artículo se encuentran diferentes puntos de vista acerca del concepto RSE y de acá se puede extraer que la RSE se presenta como:

“Una propuesta válida que se vuelve acción; que ha devuelto legitimidad a discusiones y términos que van más allá de la eficiencia y productividad en el corto plazo y la racionalidad económica individualista. En este contexto se vuelve nuevamente aceptado hablar de ética y moral; de interrelaciones entre las organizaciones y los grupos de interés con ellas relacionados; de unos deberes y derechos que se presentan en este marco de interrelaciones; de la organización con ciudadanía corporativa y de los límites que se imponen al actuar de las empresas. Es claro entonces que bajo estas discusiones ya no es aceptado defender la legitimidad escudada en la eficiencia financiera de cualquier tipo de acción empresarial. Esta legitimidad debe por tanto además de ese beneficio financiero, responder a parámetros sociales, económicos y ambientales. Una propuesta válida que se vuelve acción; que ha devuelto legitimidad a discusiones y términos que van más allá de la eficiencia y productividad en el corto plazo y la racionalidad económica individualista. En este contexto se vuelve nuevamente aceptado hablar de ética y moral; de interrelaciones entre las organizaciones y los grupos de interés con ellas relacionados; de unos deberes y derechos que se presentan en este marco de interrelaciones; de la

organización con ciudadanía corporativa y de los límites que se imponen al actuar de las empresas. Es claro entonces que bajo estas discusiones ya no es aceptado defender la legitimidad escudada en la eficiencia financiera de cualquier tipo de acción empresarial. Esta legitimidad debe por tanto además de ese beneficio financiero, responder a parámetros sociales, económicos y ambientales.”

Con lo anterior, se establece que la Responsabilidad Social Empresarial es un tema que cada día cobra más fuerza y por ende las organizaciones lo están adoptando con el fin de volverse más competitivas.

En el caso de Walmart, se puede evidenciar desde el punto de vista del Centro de Distribución y sus tiendas que tienen una política clara de RSE, sin embargo y debido a los acontecimientos mencionados en el primer artículo, es contradictorio como la empresa es sancionada por malas conductas con su personal y con el medio ambiente pero al interior de su estructura prevalece su interés por las buenas practicas.

Nombre Artículo: Corporate social responsibility: WalMart, Maersk and the cultural bounds of representation in corporate web sites

Autor: Constance Kampf

Cita: Constance Kampf, (2007) "Corporate social responsibility: WalMart, Maersk and the cultural bounds of representation in corporate web sites", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 12 Iss: 1, pp.41 - 57

Recuperado de: <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/13563280710723741>

De este artículo es notable como se analizan las estrategias utilizadas por Walmart para comunicar la Responsabilidad Social Empresarial y al ser esta una multinacional con presencia en más de 28 países.

Se resalta el trabajo desarrollado por Walmart para compartir en su página web detalladamente cuales son las estrategias que se tienen para llevar a cabo los propósitos de su plan de Responsabilidad Social Empresarial, esto demuestra que para la organización es vital dar a conocer a los interesados sus acciones, sin embargo pese al esfuerzo que hace Walmart por dar a conocer su plan de RSE las múltiples demandas en su contra y sus sindicatos opacan dicha imagen, y dejan ver que no es suficiente tener un buen plan de RSE y comunicarlo a los interesados si no se cumple a cabalidad con el mismo.

Método

Tal y como lo mencionan Hernandez Sampieri, R., Fernandez-Collado, C., Baptista Pilar, L. en Metodología de la Investigación (2006) “el proceso cualitativo no es lineal, sino iterativo o recurrente, las supuestas etapas en realidad son acciones para adentrarnos más en el problema de investigación y la tarea de recolectar y analizar datos es permanente.”

Basados en este enunciado se toma la investigación cualitativa como método de investigación utilizado para realizar este trabajo, y consiste en aplicar Seis elementos que resultan fundamentales para plantear un problema cualitativo: “objetivos de investigación, preguntas de investigación, justificación de la investigación, viabilidad de esta, evaluación de las deficiencias en el conocimiento del problema y definición inicial del ambiente o contexto.” Hernandez Sampieri, R., Fernandez-Collado, C., Baptista Pilar, L. en Metodología de la Investigación (2006)

Resultados

Los resultados obtenidos con esta opción de grado son múltiples y de gran aporte tanto a la vida personal como profesional de cada uno. Por medio de esta opción se permite aplicar el conocimiento que se ha adquirido en la universidad durante la carrera y además aplicarlo en cada una de las visitas a las organizaciones que nos recibieron.

El tema de Responsabilidad Social Empresarial cada vez toma más fuerza en nuestro país y fue esa la razón que me motivó a escogerlo para desarrollar este trabajo, ya que poder realizar el contraste con las políticas y culturas de otro país lo hace más retador. De las dos organizaciones que teníamos previsto visitar mi inclinación por Walmart radica en que hace parte del grupo de grandes superficies en el cual tengo contacto diario gracias a mi trabajo y es intrigante conocer la historia, los procesos y políticas de una empresa del mismo grupo pero originaria de una potencia mundial como lo es Estados Unidos.

En la visita realizada al Centro de Distribución de Walmart desde el inicio se evidencia lo claros y definidos que tienen sus procesos así como su política de responsabilidad social empresarial al interior de la organización, la comunicación de la misma a sus empleados y como cada uno en sus procesos la aplica. La guía que recibimos durante la visita por las funcionarias de Walmart nos permito recorrer todo el Centro y conocer en tiempo real su funcionamiento, además la oportunidad de poder realizarles todo tipo de preguntas que nos permitieran despejar las dudas que se tenían para llevar el correcto desarrollo de este trabajo.

Walmart es una organización robusta y estructurada, con una política muy definida de RSE y la cual durante el recorrido por el Centro de Distribución se puede observar su aplicación, desde las múltiples estaciones de reciclaje que tienen dispuestas para el manejo de desperdicios en cada bodega de almacenaje de productos hasta el manejo a todas las cajas de cartón donde son

recibidos los productos por parte de los proveedores, las cuales son recolectadas y transferidas al plan de reciclaje que maneja la organización.

En cuanto a los resultados de esta investigación, se puede evidenciar que de acuerdo a las teorías planteadas por diferentes autores el plan de RSE de Walmart está diseñado para atacar cada uno de los frentes que se establecen, sin embargo al contrastar dicho plan con la realidad que se vive al interior y exterior de la organización se generan varias contradicciones ya que al tener un plan tan claro y definido no deberían existir tantos temas jurídicos que los afecten, y con esto se deduce que las organizaciones deben tomar conciencia y empezar a aplicar la RSE por real convicción y no solo por estar a la vanguardia pero sin aplicarla.

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial es un tema que cada vez toma más fuerza y en el desarrollo de este trabajo se muestra como Walmart una de las empresas más grandes e importantes en el mundo tiene una política alienada internamente pero cuenta con unas falencias a nivel externo lo que deja una brecha amplia y da pie para que se presenten fallas y acciones judiciales en contra de la compañía que opacan su nombre y su trabajo frente a este tema.

Dando respuesta al primer objetivo planteado en este trabajo, se puede evidenciar claramente como el plan de RSE implementado por Walmart se ajusta en todos los aspectos mencionados por el autor Avendaño quien plantean una teoría clara sobre el significado del término Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo a los lineamientos del Pacto Global.

En su programa Walmart abarca las cinco aristas de impacto: Con las instituciones, al preocuparse no solo por su gestión sino por la de sus proveedores y aliados; con estado y gobiernos, con su estrategia de producción de energía; con la comunidad, al permitirles un nivel de vida más asequible como lo es por ejemplo con sus planes de permuta de equipos electrónicos; sin embargo con los empleados encontramos que Walmart se enfrenta a miles de demandas laborales, lo que evidencia que este grupo no está siendo bien atacado y con el medio ambiente, ya que se enfrenta a demandas por el mal manejo de los desechos, una de ellas que falló en su contra.

Dentro de las cinco teorías planteadas por los autores Medina, L.; Ramirez, J; Hernandez, A, Walmart abarca a cada una de ellas y hacen de su plan de RSE uno de los más completos que se encuentran implementados en las Grandes Superficies, respondiendo de esta manera al objetivo número dos.

Finalmente y para concluir con el objetivo número tres se puede decir que ya no es aceptado defender los intereses de la organización a costa del sacrificio de los demás interesados, sino que dentro de las acciones de las empresas ahora y bajo este concepto se busca el beneficio común sin dejar a un lado la búsqueda de la eficiencia financiera.

Todas las iniciativas de RSE son un pequeño paso hacia un nuevo modelo de organizaciones que se están preocupando por la calidad de sus servicios y productos para con el entorno y la sociedad y que hacen que la Responsabilidad Social Empresarial pase de ser un tema para muchos fantasioso pero que está marcando el camino de las organizaciones sostenibles en el futuro.

Bibliografía

- <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/13563280710723741>
Constance Kampf, (2007) "Corporate social responsibility: WalMart, Maersk and the cultural bounds of representation in corporate web sites", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 12 Iss: 1, pp.41 – 57

- <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v10n1/v10n1a14.pdf>
Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas

- http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumen/Medina_Teor%C3%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf
Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)

- <http://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/12/Estrategia%20y%20Sociedad.pdf>
Estrategia y Sociedad

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez-Collado, C., Baptista Pilar, L. en Metodología de la Investigación (2006)