

TESIS  
6420



TESIS

WALMART Y LA ÉTICA LABORAL

The section header is centered on the page. It features the word "TESIS" in a large, bold, black font. Below it, the title "WALMART Y LA ÉTICA LABORAL" is written in a slightly smaller, bold, black font. A faint, light gray watermark of the USAL crest is visible behind the text.

MICHELLE G. NUTKOWICZ

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES

AÑO 2014

## ÍNDICE

I.	Introducción.....	4
II.	Objetivos.....	7
III.	Conceptos Clave.....	8
IV.	Introducción a Walmart .....	10
V.	¿En qué consiste Walmart?.....	12
	Biografía de Walmart .....	14
	Walmart Siglo XXI .....	20
VI.	Cultura Walmart.....	24
VII.	Walmart en el Mundo .....	28
	Estados Unidos.....	28
	Walmart trasciende sus fronteras .....	32
	Walmart México .....	34
	Puerto Rico .....	36
	Canadá.....	37
	Brasil.....	37
	Walmart en América Central .....	38
	Walmart en Europa .....	39
	Walmart en China.....	40
VIII.	¿Por qué funcionó Walmart?.....	42
IX.	Estados Unidos y el problema de la alimentación: Obesidad y Sobrepeso .....	48
X.	Let's Move! .....	50
	Let's Move! & Walmart.....	52
XI.	Walmart Argentina .....	57

“Gestión de Recursos” en Walmart .....	57
Herramientas de Control.....	61
Mecanismos de Comunicación .....	66
Sindicalización en Walmart .....	67
XII. Conclusión.....	73
XIII. Bibliografía.....	75



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## I. Introducción

En el transcurso de mi vida universitaria en la carrera de Relaciones Internacionales proliferaron y abundaron temáticas históricas, filosóficas y económicas; autores que expusieron teorías impresionantes sobre el origen de grandes acontecimientos mundiales y profesores con una gran visión del mundo, haciendo inevitable despertar mi interés y pasión por las Relaciones Internacionales.

La elección de mi tema de investigación tuvo un disparador particular. Habiendo seleccionado anteriormente un tema de estudio relacionado con Medio Oriente y prácticamente sin posibilidades de ser analizado seriamente en el plazo de unos meses, tuve que buscar una alternativa de investigación. Prácticamente tenía todo el proyecto desarrollado en mi cabeza. Pero en vez de verlo como un problema, lo tomé como una oportunidad de cambio y acudí a mi tutor del proyecto. Con una sola pregunta y una sola respuesta pudimos resolver el tema. “¿Qué es lo que te gusta?”, me dijo. Y espontáneamente, respondí: “Las multinacionales”. Sí, las empresas multinacionales fueron mi mundo en estos últimos años.

Sin encontrar un motivo específico, desde que comencé la carrera de Relaciones Internacionales siempre que hubo una oportunidad de investigar libremente un tema de interés personal, una y otra vez elegí aquello referido a las empresas multinacionales y el impacto sobre la sociedad y economía internacional.

Entiendo que este interés podría pensarse en que actualmente hablar de las Relaciones Internacionales es hablar también de estas Organizaciones que trascienden fronteras, influyen e intervienen en las decisiones socio-económicas de los Estados y contratan un gran número de ciudadanos de diferentes estratos sociales. Sus dotaciones de empleados pueden llegar a superar las 200.000 personas y cubren áreas geográficas completamente diferentes como Latinoamérica, Asia-Pacífico o Europa.

Cada uno de nosotros conoce una o más personas que trabajan en una empresa multinacional (yo trabajo en una de ellas) donde se viven los beneficios de la globalización con equipos de trabajo distribuidos a lo largo del planeta - tu jefe puede vivir en los Estados Unidos o Filipinas- y la forma de relacionamiento es a través de herramientas tecnológicas de última generación (video conferencias, virtual corridors, office communicators, entre otros). En estas empresas el trabajador promedio recibe beneficios difíciles de conseguir en empresas de mediana estatura, como prepagas gratis, bonos anuales, descuentos en diferentes comercios (gimnasios, restaurants, locales de ropa), planificación de la propia carrera profesional; incluso pueden solventar tu carrera universitaria. En algún punto, es el "sueño americano de la clase media" que no podemos alcanzar por nuestros propios medios.

Pero hay empresas que escondidas bajo slogans modernos de "mejor calidad de vida" o "Great Place to Work", aprovechan el poder que ostentan y su posición dentro del mercado local para destruir a la competencia "autóctona", aprovecharse de las necesidades de la economía local de generar nuevos puestos de trabajo y lucrar con las carencias de sus poblaciones.

Y este es el caso paradigmático de Walmart. Porque Walmart no representa la típica empresa transnacional que busca universitarios prontos a graduarse para formarlos como futuros profesionales. Walmart está allí, sin importar la región geográfica donde se encuentra, buscando a la población con necesidades reales de trabajo. Y es allí donde toma ventaja de su situación de poder dentro de la economía local, desmantelando la geografía local y tomando ventaja de la situación socio-económica de su población.

Más allá de los objetivos de carácter profesional que pueda tener esta investigación, personalmente quisiera poder hacer una radiografía lo más imparcial posible pero que sea un fiel reflejo de la realidad.

Al fin y al cabo, las empresas transnacionales sólo buscan hacer negocios allí donde pueden aprovechar las condiciones locales y obtener la mayor cantidad de rentabilidad posible. Y los países en vía de desarrollo estamos “siempre listos” para ofrecernos como centros de bajo costo. Como me solía decirme mi primer jefe en Accenture<sup>1</sup>: “Tenemos que aprovechar la ola de trabajo porque somos baratos para el primer mundo. Una vez que se termine, cierran todo y se van.”

**Tema de Investigación:** *Walmart y la Ética laboral*

**Problema de Investigación:** *Nuevas formas de condicionamiento de trabajo en el orden global en el siglo XXI: Walmart y su instalación paradigmática en Estados Unidos y Argentina.*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

---

<sup>1</sup> Accenture es una compañía global de Consultoría de Gestión, Servicios Tecnológicos y Outsourcing. Sus capitales son de origen norteamericano y posee alrededor de 250 mil empleados distribuidos en 120 países. Para más referencias ingresar en <http://www.accenture.com>

## II. Objetivos

Los objetivos de esta Investigación son los siguientes:

- Definir el concepto de walmartización e identificar sus prácticas más comunes a escala internacional.
- Establecer este fenómeno como un nuevo paradigma internacional de relaciones laborales.
- Analizar el impacto económico, social y urbano que genera la Walmartización a nivel local.
- Analizar la presencia de Walmart en Argentina y las condiciones laborales de sus trabajadores.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR