

Walmart: ¿cómo piensa el gigante egoísta?

Escrito por Germán Segura Nuñez / Rebelión
Miércoles, 29 de Abril de 2015 00:17



La empresa Walmart (WM) fue fundada en 1962 por Sam Y Bud Walton en la ciudad de Bentonville, ubicada en el Estado de Arkansas, EEUU. Ha logrado posicionarse durante la primera década del Siglo XXI, como la empresa multinacional (EMN) que más genera volúmenes de venta en el rubro del retail supermercadista, a nivel mundial.

El énfasis de esta empresa trasciende, ciertamente, los márgenes de ganancia económicos-financieros. La interacción de los campos en donde se desenvuelve el poder (como escribió el sociólogo francés Pierre Bourdieu), se conecta con lo político e ideológico. Al igual que otras empresas, en distintos contextos socio-históricos a nivel mundial, han intentado por medio de distintos métodos articular su búsqueda e imposición de proyectos de sociedad con cosmovisiones determinadas. No solo es lucrar por lucrar.

La empresa de Bentonville, desde su concepción manifestó la intención de transmitir cultura, primero en EEUU y luego desde 1991 a nivel mundial. La transmisión de esta cultura, está dictada por las ordenanzas de su difunto fundador Sam Walton (1918-1992). El cual se declaraba protestante, específicamente de perfil calvinista (reformado o presbiteriano como se denomina en la actualidad a esta corriente), aquel perfil se fusiona con las principales ideas del calvinismo: La Predestinación y el ser humano como instrumento de la voluntad divina. El trabajador, está obligado a cumplir el mandato que se le ha entregado. El empresario no es un explotador, sino que ha sido predestinado por Dios para guiar a un porcentaje del rebaño, y por medio de la vía, económica creer en los mandatos del empresario, puesto que, él es el elegido.

Autores como René-Paul Desse y el profesor de historia en la Universidad de California y Santa Bárbara en EEUU, Nelson Lichtenstein, se han dedicado a investigar a WM en su conjunto. Es decir, en sus dimensiones económica, política y principalmente ideológica. Desse (2009) en su artículo "Wal-Mart: El caballo de Troya de la globalización", explicita que en la construcción de la cultura de la empresa, esta visión de la Norteamérica profunda va de la mano con los valores cristianos de aquellas mismas sociedades rurales (bautistas, metodistas y, más tarde, pentecostales en su gran mayoría) (p. 17-18).

En 1970, Sam Walton y sus dirigidos comenzaron a buscar jóvenes dirigentes en universidades

Walmart: ¿cómo piensa el gigante egoísta?

Escrito por Germán Segura Nuñez / Rebelión
Miércoles, 29 de Abril de 2015 00:17

de confesión protestante tales como The College of Ozarks, la John Brown University de Siloam Springs, y la Southwest Baptist University en Bolivar, Missouri. Los Sam Walton Free Enterprise Fellows se van situando en cientos de escuelas y universidades de EE.UU. a través de otra institución: la SIFE (Student In Free Enterprise), asociación cuya ideología afinada en las pequeñas universidades cristianas de Arkansas y Missouri desarrolla un mensaje de defensa de los valores de un capitalismo completamente exacerbado. A fines de los '90, un tercio de los nuevos dirigentes de Wal-Mart contratados son miembros de la SIFE. A la inversa, la empresa invierte en el consejo de administración de la SIFE, de forma directa a través de sus dirigentes, y de forma indirecta haciendo entrar al consejo a sus principales proveedores (Desse, 2009, p. 34-35).

Claramente el proyecto en marcha de Walton, en aquella fase de su desarrollo, perseguía como objetivo formar una elite gerencial homogénea, que compartiera una cosmovisión protestante en lo axiológico y libre mercadista en lo económico.

Lichtenstein (2003) se ha ocupado de develar los procedimientos y accionar de WM, principalmente en EEUU y China. Nos indica que se trata de una empresa republicana, sin duda, uno de los más altos niveles de gestión, cuya política de contribuciones en 2000 y 2004 fluyeron casi exclusivamente a George Bush y su partido, Wal-Mart ha demostrado ser un éxito notable en la propagación de una marca distintiva del espíritu empresarial y el igualitarismo cristiano de imitación, mucho más allá de sus raíces del sur. Los ejecutivos han jugado un papel sistemático en la traducción de un populismo conservador de la era Reagan en un conjunto de apoyos ideológicos que buscan legitimar la estructura jerárquica (p. 7).

La multinacional, a través de, sus gerentes y principales ejecutivos, es decir su elite dirigenal, se ha encargado de expresar una especie de neo-conservadurismo populista, que tuvo su mayor énfasis en la administración del presidente estadounidense Ronald Reagan (periodo 1981-1989), principal precursor de las reformas de orden neoliberal, en conjunto con Margaret Thatcher en Inglaterra, durante la misma década.

Walton y otros ejecutivos institucionalizaron una construcción social imaginaria con un hábil cambio (eufemismo) lingüístico. Llamaron a todos los empleados (trabajadores) "asociados" o colaboradores. Como hemos señalado, la elite dirigente de esta EMN, busco lograr un equilibrio entre sus esferas ideológica (ética protestante, cristiana), económica (capitalismo, libre mercado) y política (Neoconservadurismo).

Como conjunto homogéneo, se encuentra inmersa en una ética cristiana que une a la salvación personal para el éxito empresarial y de servicios sociales a la libre empresa. Wal-Mart publicaciones (son especies de boletines informativos testimoniales de sus trabajadores), está llenas de historias de dura presión (a los) asociados que encuentran la redención, económica y espiritual, a través de la dedicación a la empresa. El servicio desinteresado, para el cliente, la comunidad. (Lichtenstein, 2003, p. 9).

La construcción racional-axiológica elaborada por las mentes dirigentes del gigante sureño, cuenta con una planificación estratégica exhaustiva y su propósito económico-financiero central es maximizar sus ganancias y aminorar sus costos (meta común de los grandes

Walmart: ¿cómo piensa el gigante egoísta?

Escrito por Germán Segura Nuñez / Rebelión
Miércoles, 29 de Abril de 2015 00:17

conglomerados multinacionales). Con una política depredadora que actúa en desmedro de sus competidores.

Su posición política radica en un perfil de orden neo-conservador sintonizándose con el partido representante de esta tendencia en el país del norte, el partido republicano. Pero cabe destacar que, la adhesión al conservadurismo por parte de WM trasciende los límites del partido en sí.

Cuando se piensa que los diversos tipos de ideologías o proyectos de sociedad recubiertos por diferentes modelos de cosmovisión, han desaparecido o dejado de existir, como en su momento Francis Fukuyama escribió entusiasmado sobre el “Fin de la Historia”, haciendo referencia a la caída de los socialismos reales y el triunfo definitivo de la democracia liberal capitalista como estadio superior de la capacidad organizativa de los sujetos, se alejan un poco de la realidad.

El caso de WM se concatena en tres campos del poder económico, ideológico y político. Su proyecto de sociedad se recubre en lo ideológico con una cosmovisión protestante (cristiana) que moldea matices, características y requisitos. En lo político, el perfil expresado de orden neoconservador, si bien, ha demostrado amplio apoyo económico al partido republicano en EEUU, su compromiso es superior en torno a la corriente señalada. Y en lo económico, su emblema de “los precios más bajos siempre” se ha traducido en una competencia brutal en contra de sus competidores en el rubro del retail supermercadista a nivel planetario.