

Introducción

La globalización de la economía a nivel mundial es un fenómeno de mucho interés por las enormes implicaciones que tiene para las sociedades. Sin embargo hablar del tema sólo en términos económicos sería abstracto y limitado. De la misma forma que los estudios sobre globalización son importantes y necesarios es importante realizar estudios sobre las empresas transnacionales, agentes económicos que hacen posible dicho proceso globalizador. Las empresas transnacionales o multinacionales se constituyen dentro de este nuevo sistema económico como la fuerza propulsora que promueve el proceso globalizador mundial donde el poder de las firmas incluso ha llegado a superar en muchas ocasiones al ejercido por los mismos Estados. Basado en actividades como la producción, el comercio y la inversión, consiguiendo así que cada día sea más fácil la integración de los países dentro de un mercado global. Es importante del mismo modo hacer notar que el papel desempeñado por las empresas transnacionales en el nuevo orden mundial no sólo abarca el aspecto económico, del mismo modo tiene importancia e injerencia en aspectos políticos y sociales de todos los países.

Tomando en cuenta que existen múltiples estudios sobre los efectos nocivos de las empresas multinacionales, el propósito de esta tesis es realizar un análisis imparcial sobre los efectos positivos que pueden tener las empresas transnacionales sobre los países donde tienen presencia y en el caso particular del país mexicano. En este caso de estudio se escogió a una de las compañías más representativas a nivel económico, y que por su posición pudiera tener gran repercusión en los aspectos anteriormente mencionados. Wal-Mart no es sólo la empresa de productos minoristas más grande de Estados Unidos, si no la empresa con mayor índice de ganancias a nivel mundial y que cuenta con gran presencia internacional al tener inversiones en 15 países y con continuos planes de expansión.

Wal-Mart es una de las empresas más conocidas y a la vez criticadas a nivel mundial por sus prácticas empresariales, que repercuten sobre otras empresas de menor tamaño del mismo sector así como en la sociedad de cada uno de los países donde se ubica alguna filial del corporativo estadounidense. Wal-Mart tiene presencia en México desde el año de 1991. A 15 años de su incursión en el mercado mexicano Wal-Mart de México es la principal tienda de supermercados con presencia en 31 estados de la República Mexicana y posee el control del 55% del mercado minorista en el país. La imagen que tienen sus detractores a nivel global y en el caso mexicano se basa en ideas que afirman que es un gigante imperialista que basa su éxito en el alto índice de explotación de sus trabajadores, mantener los precios bajos de su mercancía a costa de sus trabajadores y proveedores y ser la causante del cierre de un gran número de pequeños comercios. Sin embargo pocas personas saben que muchas de dichas afirmaciones son poco exactas o quizá equivocadas. En el mismo tenor pocas personas tienen conocimiento del papel que representa el gigante minorista en cuanto a responsabilidad comunitaria, compromiso social y los beneficios que acarrea para con la entrada en cada país, en este caso México será el objeto de estudio.

En el contexto del presente debate, el propósito de esta tesis es demostrar la siguiente hipótesis: Wal-Mart, como empresa socialmente responsable, tiene efectos benéficos en México, particularmente en la modernización comercial, el impulso de productos locales y la creación de fuerza de empleo.

Con el objeto de poder demostrar las afirmaciones de la hipótesis en base a juicios sólidos y bien estructurados sobre la organización ya mencionada, la tesis será dividida en tres capítulos informativos. En el primer capítulo, estudiaremos la historia del corporativo Wal-Mart, el crecimiento que tuvo la empresa dentro del territorio estadounidense dentro de sus primeros años así como una breve semblanza sobre los momentos más importantes de su fundador, Sam Walton, pasando desde sus primeros años de vida, su formación académica y las bases que lo hicieron el

artífice de una compañía que llegaría a cambiar el formato ya establecido de negocios dentro de los Estados Unidos.

En segundo término se tratará de realizar un análisis sobre la filosofía corporativa Wal-Mart, pilar fundamental para el éxito de esta gran cadena de supermercados así como los conceptos fundamentales de su cultura organizacional que hacen de esta transnacional ser considerada como una de las empresas más poderosa del orbe. Es evidente que se tratará de mencionar una selección de hechos buscando destacar aquellos con mayor importancia y que han contribuido a configurar lo que hoy día representa Wal-Mart en la sociedad americana y a nivel mundial. Se abordarán aspectos como los valores corporativos, la visión común, las creencias, el papel de los individuos dentro una compañía como es Wal-Mart, así como el compromiso de estos para alcanzar las metas de éxito que se proponga la corporación.

Como última parte del primer capítulo de esta tesis, se tratará de dar una breve explicación del proceso expansionista de la empresa así como de las bases filosóficas y estructurales que permitieron la expansión no sólo a nivel continental si no ha tener presencia en mercados como el europeo y el asiático, proceso expansionista que hoy es artífice del rol preponderante que juega le gigante minorista a nivel mundial. Dentro de este apartado se buscará brindar una secuencia cronológica de la entrada de la compañía en cada uno de los países donde se tienen inversiones así como una breve explicación de su forma de actuar en la búsqueda de integración dentro de la sociedad de cada país. En el mismo sentido se darán a conocer los retos y dificultades que representó la entrada en cada país debido a las diferencias culturales, estructurales y sociales que tienen con la cultura americana. Los errores y aciertos que ha cometido la compañía dentro de sus operaciones internacionales. Así como los métodos determinados por la misma para poder resolverlos. De igual forma para poder tener un análisis correcto e imparcial se mencionará el nivel de éxito o fracaso que haya alcanzado la compañía dentro su aventura expansionista en cada país.

El segundo capítulo será dividido de igual manera en tres secciones, la primera consistirá en un análisis del efecto que tiene la empresa Wal-Mart dentro la economía mundial. Teniendo presente que en la actualidad las compañías transnacionales son parte del manejo económico del mundo, que manejan un gran porcentaje del comercio mundial e incluso llegan a tener mayores ingresos que gran cantidad de países. Se estudiará el papel que tiene la transnacional Wal-Mart dentro del contexto económico internacional y la forma en la que tiene injerencia dentro de la vida de los países y regiones donde tiene presencia la compañía. Así como los efectos tanto positivos como negativos que tiene dentro de las economías locales y se hablará de la presencia que tiene la compañía en aspectos como inversión, empleo e índices de inflación. En la segunda parte del capítulo se tratará de hacer una reseña de la forma en la que el consorcio de tiendas minoristas ha influido para marcar una nueva tendencia en las formas de realizar los negocios alrededor del mundo. Se abarcarán aspectos sobre sus prácticas empresariales que han acelerado el proceso de modernización de sus competidoras no sólo del mismo sector comercial si no de las distintas ramas de la economía, para poder permanecer vigentes dentro del mundo comercial. Se abarcarán los aspectos tecnológicos, culturales, mercadológicas, empresariales que hacen a Wal-Mart uno de los principales referentes de los nuevos paradigmas empresariales del nuevo siglo.

Además, en este capítulo se estudiará la preocupación de una empresa como Wal-Mart por constituirse como socialmente responsable y regresar a cada comunidad que tiene una filial comercial algunos de los beneficios que esta le ha brindado al minorista. Dejando así de lado la idea que una compañía exitosa de tales alcances debe ser entendida como una empresa apegada a la avaricia corporativa. Así mismo se ilustrará la relevancia que tienen las nuevas tendencias de la población mundial a favor de la buena ciudadanía corporativa para que empresas como el gigante minorista estén preocupadas por cambiar la imagen que se tiene de ellas y como la negación para ingresar dentro de esta nueva corriente social corporativa puede acarrear represalias por parte del consumidor.

Se examinarán parte de las prácticas dentro de la estrategia de negocios de Wal-Mart que hacen que se tenga un impacto positivo en los países en los que se opera. Tratando de dejar en claro que cada acción benéfica que realiza la compañía está enfocada al bienestar de la sociedad abarcando aspectos cívicos, educativos, ecológicos. Se abordará el establecimiento de una fundación propia de carácter filantrópica para ser el principal canalizador de recursos en búsqueda de la mejora continua de las comunidades donde tiene presencia. Que de igual manera esté encargada de invitar y orientar a la población en general a tomar parte, junto con asociados y empresa a ser parte del cambio en la cultura cívica. Además se mencionará dentro de este apartado las ideas vanguardistas de nuevos formatos de locales comerciales experimentales donde se busca la mejor forma de protección del ambiente. Dentro de la responsabilidad social cívica se hará mención de las acciones emprendidas por parte de la empresa para estar presente y ayudar aquellas personas y comunidades que más lo necesiten dentro de la vida diaria como en casos de desastres naturales, y que hacen de la compañía una empresa con responsabilidad comunitaria en todos los sentidos.

En el último capítulo de la tesis, examinaremos el caso específico de la relación México-Wal-Mart. La primera parte del capítulo estará enfocada a saber más acerca de la forma en la que la transnacional entró al mercado mexicano. Se mencionará la forma en la que la empresa se ha expandido físicamente alrededor del país, logrando tener presencia casi en la totalidad de los estados de la república mexicana. Se mencionarán del mismo modo los distintos formatos comerciales con los que cuenta la empresa dentro del país y los giros comerciales de cada uno de ellos. De igual modo explicaremos la forma en que el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica le brindó una oportunidad única al corporativo norteamericano para poder alcanzar su éxito mexicano, que permitieron la entrada de nuevos productos así como el ahorro en distintos sectores que dieron la posibilidad a la empresa de poder mantener su políticas de precios bajos.

De igual modo en la primera parte de este capítulo se abordarán temas relacionados a sus prácticas empresariales, prácticas que han sido factor clave como ventaja comparativa sobre las

demás empresas minoristas del país y que le han brindado gran preferencia de la clientela mexicana alcanzando el control de la mayor parte del mercado minorista dentro del país, porcentaje que ha ido incrementándose año con año. Se expondrán las cifras que afirman que el crecimiento alcanzado en la actualidad sobre sus competidores es notable así como el lugar que juega dentro de los indicadores bursátiles que la hacen una de las compañías más poderosas y de más injerencia dentro de la economía mexicana.

Se mencionará una breve semblanza de la evolución del sistema de minorista dentro de la historia de México y la evolución que ha alcanzado desde la entrada del minorista norteamericano en el país. Observaremos como la compañía vino a revolucionar la forma de ir al mercado de la sociedad mexicana con sus distintas estrategias comerciales en sectores mercadológicos, culturales, estructurales, conjunta a la visión de dividir su mercado comercial según las estructuras socioeconómicas existentes dentro del país y lograr que la compañía no sea catalogada como dirigida para un solo nivel. Se abordarán las estrategias desarrolladas por las demás tiendas del mismo sector para poder competir con la evolución de Wal-Mart México.

Analizaremos los beneficios que ha traído a México la relación con la empresa estadounidense en ámbitos como el económico, ecológico y social. Se explicará cómo el beneficio del país estará ligado al buen funcionamiento de la empresa y cómo las bases estructurales de la misma son las que permiten que la relación entre empresa y país sea benéfica. Se revelará como a pesar de opiniones que afirman que desde la entrada al país de Wal-Mart, ésta se ha desarrollado como un monstruo imperialista, que sólo se ha dedicado a recabar dinero, la realidad es muy distinta. Se abordará la forma en que cada comunidad que tiene una filial de la compañía encuentra beneficios, las preocupaciones que tiene la compañía por el crecimiento económico del país, cómo se preocupa por las raíces históricas de la cultura mexicana, y de igual modo por mantener en equilibrio la relación existente entre humano y medio ambiente.

Finalmente, mediante la presente tesis se pretende dejar en claro que el papel que juegan las empresas transnacionales puede ser a favor y de múltiples beneficios para las comunidades que las hospedan, no como muchos afirman sólo en perjuicio de las mismas y en la búsqueda de ganancias económicas. Esperamos dejar en claro que las prácticas empresariales del gigante minorista Wal-Mart en México están basadas en contribuir en la mejora de la calidad de vida de las familias mexicanas y de la sociedad en todo su conjunto. Sería un error e ilógico afirmar que la empresa no busca sacar ganancias de su estancia en el país, pero igual de erróneo sería el decir que no se preocupa por el desarrollo de México. Se debe dejar en claro que la relación es de mutuo beneficio y que ambos han entendido esta cuestión. Todo esto puede ser comprendido y demostrado basándonos en los resultados que han arrojado las cifras económicas desde la entrada del consorcio minorista hace 15 años a la nación mexicana, así como las acciones que a través de su fundación filantrópica hace a favor de la sociedad mexicana.