

TEORÍA RRL
2º CIENCIAS DEL TRABAJO

¿CÓMO HACER UN CASO PRÁCTICO?

Un caso práctico es un *argumento científico muy breve en torno a un texto o a una serie de textos*. El texto puede ser de cualquier tipo (artículos científicos, noticias periodísticas, resoluciones judiciales, normas jurídicas, acuerdos entre interlocutores sociales...). En el caso práctico, la descripción y el argumento aparecen entrelazados de manera indisoluble. En el texto que se analiza siempre hay datos que analizar, y a veces hay también argumentos planteados por otras personas.

El caso práctico debe ser un *argumento*, es decir, una afirmación lógicamente coherente, fundamentada en una serie de *conexiones* entre diversos datos y conceptos, ya los hayas tomado del texto texto, de las clases teóricas, de la búsqueda de información adicional o de tu propia reflexión. Lo que se pide es CAPACIDAD DE RELACIONAR, y de argumentar. Ni los datos ni la teoría utilizada deben estar aislados del argumento, la conexión debe ser visible; tampoco puedes limitarte a repetir los datos y argumentos que figuran en el texto; debes descubrir algo que el texto no dice explícitamente pero que puede deducirse de él. Eso no significa que haya una ÚNICA RESPUESTA; lo que se valora no es el resultado al que se llegue sino el proceso, el camino que se ha seguido.

Algunos ejemplos de conexiones entre datos y conceptos: explicación (determinar las causas de un fenómeno), prospección (determinar las consecuencias de un fenómeno), interpretación (determinar el significado, el sentido de una determinada acción social), comparación (confrontar dos textos, o dos teorías, o dos fenómenos).

Me gustaría que, además, al elaborar el caso tuvieras una cierta desconfianza crítica respecto a tus propias preconcepciones, a lo que te han explicado en las clases de ésta y otras asignaturas, a los tópicos recurrentes al hablar de un tema, a “lo que todo el mundo sabe” y a la retórica publicitaria que emiten sindicatos, partidos políticos y organizaciones empresariales. Aunque al final pudiera ser que estuvieras de acuerdo con todo eso y en cualquier caso siempre te va a ser útil, es preciso que lo pongas en duda, para hacer un ejercicio real de reflexión más allá de lo que “se supone que tienes que decir”.

ERRORES TÍPICOS:

- Errores lógicos: “*La pérdida de afiliación depende en gran medida de factores económicos, laborales o culturales y no del descenso de la afiliación sindical*”. Obviamente, la pérdida de afiliación no puede depender de la pérdida de la afiliación.
- Falta de claridad en las conexiones: “*Las empresas se centran en la flexibilidad interna, por medio de cláusulas de apertura. Para conseguir este objetivo, pretenden disminuir el gasto en Seguridad Social y beneficios sociales*”. Puede percibirse vagamente la relación

entre cláusulas de apertura y flexibilidad interna (aunque no está demasiado claro), pero lo que no queda claro es por qué la disminución del gasto en Seguridad Social fomenta la flexibilidad interna o se lleve a cabo mediante cláusulas de apertura. Quizás podría razonarse de alguna manera, pero al dejarse implícita producen la impresión de que el alumno no distingue entre la Seguridad Social y la regulación del contrato de trabajo.

- Plagio: de Internet, de fuentes bibliográficas, de otros compañeros, etc. Si es detectado, se sanciona con el suspenso en la asignatura teórica.
- Copia literal del texto comentado: La única “voz” y lenguaje que debe aparecer en el caso práctico es la de la persona que hace el comentario. En ocasiones se utiliza la *terminología técnica* que aparece en el texto, pero esto no es lo mismo que transcribir frases literales. En algunas ocasiones resulta necesario citar una frase literal del texto por su especial expresividad o significación; en tal caso, se cita con comillas (y, si el caso está a ordenador, con cursiva) y no como si formara parte del discurso de quien escribe.
- Limitarse a un resumen del texto comentado: Resulta innecesario extenderse en volver a contar los hechos. Eso NO SIGNIFICA QUE NO TENGAS QUE HACER REFERENCIA AL TEXTO, O QUE NO TENGAS QUE APLICAR TU CAPACIDAD DE SÍNTESIS, la cuestión es que tengas claro quién es el destinatario del texto. Piensa en el comentario que puedes hacer de una película; no es lo mismo lo que le dices a alguien que ha visto la película (tienes que hacerle una síntesis más minuciosa del argumento), que lo que le dices a alguien que ya la ha visto; en este último caso, sólo haces referencia a los hechos que te resultan significativos para tu comentario. Pues bien, escribes para alguien que ya ha leído los textos, pero al que le puede interesar que le resaltes algo que es importante para que tu argumento quede convincente.
- Limitarse a aportar una opinión descontextualizada: Algunos alumnos han interpretado esto erróneamente como que no quiero opiniones personales. Nada más lejos de la realidad, muy al contrario, estoy interesado en leer tu visión personal del asunto. Lo que sucede es que la opinión se formula en un marco analítico, no son comentarios casuales “sobre política” como los que pueden hacerse en un entorno más relajado. Tú práctica no es sólo una opinión, sino un argumento; la opinión no está desconectada del argumento, no es un añadido que no tiene nada que ver con el resto; al contrario, tu opinión es el alma del argumento, y está fundamentada y razonada conforme a herramientas analíticas (conexiones entre datos y conceptos). El resultado puede estar MUY influido por los presupuestos ideológicos de partida y posiblemente necesites hacer explícitos estos presupuestos ideológicos o las premisas valorativas de las que partes para que se vea limpiamente la formación del argumento. Pero YO NO EVALÚO tu

ideología, tu religión, tu sistema de valores o tu ponderación de distintos intereses sociales, SINO tu capacidad para construir un argumento coherente, congruente y relativamente creíble. Así, por ejemplo, si en una práctica te limitas a repetir que los empresarios (o los sindicatos) tienen una actitud muy negativa porque se aprovechan de los trabajadores de manera egoísta sin contribuir al bienestar de la sociedad y no hay más análisis ni me dices nada más que contribuya a la comprensión de la situación, no me has dicho nada que pueda evaluar.

- Limitarse a exponer la teoría que se considera que tiene algo que ver: al igual que sucede con la síntesis del texto comentado y con la opinión personal, la teoría (extraída de las clases prácticas o de los artículos científicos que se comentan) también debe aparecer en el texto COMO PARTE DEL ARGUMENTO, no descontextualizada. No necesito, ni quiero introducciones teóricas innecesarias que rellenan espacio pero en realidad no aportan nada a tu argumento; puesto que el espacio que tienes es limitado, tendrás que evaluar en cada caso hasta qué punto la teoría es relevante.

PASOS (RECOMENDADOS) PARA HACER UN CASO PRÁCTICO

Esto es una simple guía, no quiere decir que todo el mundo tenga que hacer los casos así, ni todos los casos se hacen de la misma manera (tendrás que tener en cuenta las peculiaridades de cada uno) pero quizás pueda servir de ayuda.

1. Lee la pregunta o las preguntas que se te plantean. Aunque en principio no te aporte mucho, puede orientar tu lectura de los textos para ir determinando qué es lo importante para tu trabajo.

2. Lee atentamente el texto o los textos que se te plantean. Sobre todo si es un texto largo (como los que se proporcionan para los trabajos obligatorios), puede que necesites subrayar o anotar fragmentos que te parezcan especialmente significativos (porque te resulten interesantes o, especialmente, porque aporten algo en relación con la pregunta que se te plantea. Si es un texto largo, te resultará útil sistematizar cuáles son las líneas básicas del argumento del autor. Observa que los textos científicos suelen estar contruidos sobre una idea que normalmente se puede resumir en una o dos frases, el resto es el importante armazón de datos y teorías que sirve para justificar lo que se dice, o para ilustrarlo, o para darle sentido; fijate en ese procedimiento porque tú tienes que hacer lo mismo, sólo que en menos espacio.

3. Revisa tus apuntes de clase, por si la teoría pudiera arrojar algo de luz sobre los textos o las preguntas.

4. Puede que a estas alturas no comprendas algo importante o necesites buscar información sobre el tema en la biblioteca o en Internet. No dudes en hacerlo si lo crees importante. Si tienes especiales problemas, puedes consultar con el profesor de prácticas.

5. Vuelve a leer la pregunta. Es importante para orientar tu trabajo. Ahora reflexiona sobre ella, teniendo como sustrato todo lo que has leído (los textos, la teoría, la investigación adicional si te pareció necesaria). Concreta un argumento: una idea (o quizás una por pregunta, aunque es mejor que todo siga un mismo hilo) que se puede resumir en una o dos frases y contesta a las preguntas que se plantean. Si lo necesitas, escribe el resumen del argumento para concretarlo.

6. Piensa cómo has llegado a esa idea y cómo puede defenderse. Reflexiona sobre qué datos, que teorías (de la clase, de los textos, de tu investigación) resultan REALMENTE significativos para llegar a ese argumento, para defenderlo, para ilustrarlo.

7. Te será útil hacer un esquema de tu argumentación y de los pasos que vas a seguir antes de empezar escribir. Todo lo que vas a escribir sigue un mismo hilo, gira alrededor de tu argumento.

8. Por último, redacta tu argumento, poniendo cuidado en la claridad, la corrección y la precisión de tu expresión. Si tu argumento no queda claro en el papel, no podrás demostrar que lo tienes claro en la cabeza, así que ten cuidado en decir exactamente lo que quieres decir, ni más ni menos. Al tratarse de un documento formal intenta evitar en lo posible las expresiones coloquiales que utilizamos en el lenguaje oral.

¿NECESITAS UN EJEMPLO PARA VER QUÉ ES LO QUE SE PIDE?

Parece difícil de explicar (o de entender) esta necesidad de que teorías, datos y opiniones vayan entrelazadas en un mismo argumento; la única manera de aprender es, por supuesto, ponerse a hacerlo. En todo caso, aportamos a continuación un ejemplo de cómo podría resolverse un caso práctico (por razones de espacio, un caso práctico “corto” más parecido a los optativos que a los obligatorios). ¡NO HAGAS UN ABSOLUTO DE ESTE EJEMPLO! Recuerda que no hay una única manera correcta de hacer un mismo caso práctico y que cada caso exige su propia forma de trabajar. Puesto que todavía no se ha avanzado en el sistema español de relaciones laborales, se expone un caso correspondiente a la asignatura de Teoría (coincidente con el examen práctico de febrero). De todas maneras, no te centres en el contenido, sino en la forma, en la manera de construir el argumento. Primero aparecen las preguntas, luego la resolución del caso, más adelante una explicación de por qué esta resolución es válida, por último el texto que se comenta por si necesitas consultarlo.

Reflexiona acerca de los textos que se adjuntan utilizando como guía la siguiente pregunta. ¿Qué quiere decir que el gran esfuerzo para frenar el declive sindical en EEUU pasa por organizar a los trabajadores del comercio? Para llevar a cabo tu análisis deberías tener en cuenta:

-Las teorías sobre el desarrollo de las organizaciones sindicales (en particular, los sectores más propicios para formar el núcleo de las organizaciones).

-Tus consideraciones acerca del futuro del modelo de relaciones laborales de EEUU (partiendo de tus conocimientos sobre el modelo).

MODELO DE RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO

El sistema de relaciones laborales estadounidense, como integrante del modelo anglosajón, se caracteriza por una fuerte polarización en lo que refiere a condiciones de trabajo, discrecionalidad empresarial y costes laborales entre el sector sindicalizado de la economía y el sector no sindicalizado; estas diferencias significativas entre uno y otro sector explican el fuerte rechazo a la sindicalización que existe en general entre los empleadores norteamericanos, y en concreto las resistencias de la compañía Wal-Mart que se reflejan en el texto objeto de análisis. En el modelo anglosajón, la actividad antisindical de las empresas –encarnada en este caso en la conducta de Wal-Mart- se ve relativamente poco limitada por el voluntarismo del poder público. En EEUU, el sector sindicalizado es más pequeño que en el Reino Unido, debido a las propias especificidades de aquel país (ideología, densidad del tejido organizativo, diversidad étnica, abundancia económica en el momento de constitución del sistema, etc.)

La cuestión no es sólo que el sector sindicalizado sea relativamente poco importante, sino sobre todo que su importancia está disminuyendo progresivamente. Las tasas de afiliación sindical están descendiendo en todo el mundo, también en EEUU, pero en este país la situación es especialmente grave, en primer lugar, porque los sindicatos ya estaban en una posición de debilidad en términos comparativos; en segundo lugar, porque los rasgos definitorios de este modelo de relaciones laborales (fuerte oposición por parte de los empresarios, falta de apoyo legal, práctica inexistencia de un papel institucional de los sindicatos, polarización en sectores contrapuestos y por tanto dificultades para que los sindicatos conecten con la totalidad de la fuerza de trabajo, etc.) determinan que el poder de los sindicatos dependa sobre todo del número de afiliados; en último término, los sindicatos norteamericanos corren el riesgo de desaparecer por completo si no se adaptan a la nueva situación. El descenso de las tasas de sindicalización se atribuye, entre otros factores, a los cambios estructurales del sistema productivo, que han producido un declive del sector industrial –tradicionalmente sindicalizado- y un predominio de la economía de servicios –por ejemplo, el comercio-, donde los sindicatos apenas han conseguido adentrarse.

La importancia cuantitativa del comercio en el conjunto de los servicios y en la economía norteamericana en el contexto anteriormente mencionado, explica que el esfuerzo por frenar el declive sindical en EEUU pase por organizar a los trabajadores del comercio. Esta es en gran medida la causa del esfuerzo coordinado de varios sindicatos sectoriales (de servicios, transportistas, comerciales y de alimentos), en el marco de la confederación AFL-CIO, en la sindicalización de una única empresa minorista. Wal-Mart cumple aquí una importante función simbólica, dado que se trata del más importante empleador privado de los Estados Unidos y que su conducta antisindical constituye un arquetipo de la actitud general de muchos empleadores; derrotar al “gigante” supondría para los sindicatos una demostración de poder y una confirmación de que la inserción en el sector de comercio –y por tanto, el freno del declive sindical- es posible; al mismo tiempo, la sindicalización de Wal-Mart tendría consecuencias mucho más directas, puesto que su competencia en precios bajos, unida a su posición en el mercado, arrastra a la baja los salarios y prestaciones sociales en el resto de empresas del comercio –aún en las sindicalizadas, como se aprecia en el caso-,

deslegitimando a los sindicatos, haciendo peligrar sus posiciones, y desde luego impidiendo su acceso a nuevas empresas no sindicalizadas.

Ahora bien, aunque la organización sindical del comercio minorista presenta alguna ventaja específica –en concreto, no es un sector abierto a la competencia internacional, dado que, por más que Wal-Mart sea una compañía transnacional, pretende seguir vendiendo sus productos a los norteamericanos-, lo cierto es que en general se muestra como un sector poco propicio para la organización. Los trabajadores del comercio son un ejemplo paradigmático de empleados “sin voz”, esto es, con bajo poder organizativo (por razones de tradición histórica, escala de producción, formas de organización del trabajo, composición y situación de precariedad) y escaso poder de mercado (puesto que son trabajadores en general de poca cualificación y fácilmente sustituibles, sin que además existan especiales trabas legales para ello); entre estos trabajadores es difícil construir una conciencia de grupo, así como una percepción optimista de sus posibilidades, y aunque ello fuera así, es posible que fueran simplemente sustituidos al tratar de organizarse. Estos rasgos, unidos a las características propias del modelo señaladas en el párrafo anterior, explican los fracasos que se han sucedido en los diversos intentos por sindicalizar establecimientos de Wal-Mart que se detallan en el texto.

Estas dificultades para la organización y estos fracasos han llevado a los diversos sindicatos coordinados en el intento de sindicalizar Wal-Mart a un cambio de estrategia, que se aprecia en el segundo de los artículos analizados. En lugar de luchar directamente por la sindicalización de los trabajadores de la compañía se ha optado por presionar sobre ella a través de la influencia sobre los consumidores a modo de boicot, la lucha junto con grupos comunitarios contra la construcción de tiendas, las demandas judiciales relativas a las horas extraordinarias y la coordinación internacional. Con independencia del eventual éxito o fracaso de esta estrategia nos parece bastante adecuada al contexto del sistema, tanto en lo que refiere a los fines (necesidad de adentrarse en el sector comercio) como en lo relativo a los medios utilizados (que tratan de superar los inconvenientes que presenta el sector para la sindicalización).

¿POR QUÉ SIRVE ESTA RESOLUCIÓN DE MODELO?

A) Hay un argumento estructurado y organizado:

- 1-Polarización de sectores. Resistencias empresariales a la sindicalización.
- 2-Debilidad del sector sindicalizado.
- 3-Declive del sector sindicalizado.
- 4-*Terciarización de la economía. Inserción en el sector comercio como una manera de superar el declive.* (Núcleo de la pregunta)
- 5-Sindicalización de Wal-Mart como la manera de entrar con fuerza en el sector del comercio.
- 6-Dificultades específicas en la sindicalización del sector.
- 7-Valoración de la estrategia sindical.

Todos los elementos de la resolución del caso están interconectados en este argumento, no se trata de una mera acumulación de materiales diversos; cada una de las partes del argumento da sentido a las demás y el conjunto forma una unidad reconocible. La

esencia del argumento consiste en explicar las causas de la estrategia sindical, así como valorar su ajuste a las condiciones del contexto.

B) Se da sentido (explicación, interpretación, prospección de futuro) a elementos del texto, más allá de lo que aparece en él expresamente:

- Resistencias a la sindicalización por parte de Walmart.
- Esfuerzo coordinado de diferentes sindicatos por ganar fuerza en el sector del comercio en general.
- Esfuerzo coordinado de diferentes sindicatos por ganar fuerza en Walmart en particular.
- Fracaso de los intentos anteriores.
- Estrategia concreta por medio de una campaña pública.

En algún caso, la interpretación va más allá de la mera aplicación mecánica de la teoría relevante para el caso.

C) Se responde a la pregunta, ¿Por qué los esfuerzos por frenar el declive sindical en EEUU pasan por organizar a los trabajadores del comercio?, suministrando contexto.

- La respuesta directa está al principio del párrafo tercero, en relación con los dos párrafos anteriores.
- Se suministra contexto para entender la respuesta a la pregunta central: en los dos párrafos anteriores para entender el problema, en los siguientes para comprender el modo de actuación y las consecuencias posibles de la afirmación central.
- El argumento está organizado en torno a la pregunta central y a las “pistas” teóricas que se dan, no es una construcción arbitraria.

D) Se utiliza la teoría en conexión con los datos del texto y con las necesidades del argumento

Centrándonos en la teoría que se mencionaba a modo de “pista” en la pregunta:

- Los rasgos del modelo anglosajón y su evolución (sin detenerse en los detalles históricos o de regulación) permiten comprender la importancia de sindicalizar Wal-Mart y algunas de las dificultades que existen para ello.
- Las teorías sobre el desarrollo de las organizaciones sindicales permiten valorar las dificultades específicas del sector comercio.

Además se han utilizado las teorías acerca de las dimensiones del poder sindical.

E) La opinión personal no está desconectada de toda la argumentación anterior

- La oportunidad de la estrategia sindical se fundamenta en la necesidad de los sindicatos de acceder al sector comercio y en la importancia de esta empresa concreta para poder llegar a todo el sector.

-La oportunidad de los medios utilizados se fundamenta en las dificultades impuestas por las propias características del modelo

Observa como lo importante para la evaluación no es cuál sea la opinión en sí, sino su conexión con la unidad del argumento.

TEXTO COMENTADO

La opinión digital. 3-12-2004.

En un movimiento que no ha tenido éxito en otras partes de Estados Unidos, 17 trabajadores de un establecimiento Wal-Mart Tire & Lube Express han dado el primer paso para sindicalizar al minorista más grande del mundo.

La Junta Nacional de Relaciones Laborales (NLRB) tiene programada una audiencia el próximo jueves para considerar la petición de los empleados de ser representados por el Sindicato de Trabajadores de Alimentos y Comercio, Local 7.

“Los trabajadores de Wal-Mart no tienen que ser ciudadanos de segunda”, dijo Ernest Durán Jr., presidente del sindicato, que también representa a más de 17 mil trabajadores de supermercados King Soopers, Safeway y Albertsons.

Representantes sindicales argumentan que los trabajadores del departamento de servicio automotor están separados de la tienda y son elegibles para una representación independiente. Los representantes de Wal-Mart están en desacuerdo.

“Con aproximadamente 400 personas trabajando en esa instalación en particular, creemos que más de 17 empleados deberían tener voz en un tema de tanta importancia”, dijo Christi Gallagher, portavoz de Wal-Mart, con base en Bentonville, Arkansas.

Wal-Mart dice que trata a sus trabajadores de una manera justa y que tiene una política de puertas abiertas que permite negociar directamente con la gerencia.

“Nuestros empleados se dan cuenta de que no tienen que pagar a nadie el dinero que tanto les cuesta ganar para hacer lo que hacen todos los días”, indicó Gallagher.

El sindicato está en negociaciones con supermercados en Colorado, los cuales mencionan la competencia de las cadenas de descuento no sindicalizadas como Wal-Mart para ofrecer un incremento en salarios y beneficios que los trabajadores han rechazado.

Los esfuerzos para sindicalizar las tiendas de Wal-Mart en Estados Unidos han fracasado, mientras que este año en Canadá una agencia gubernamental certificó como sindicalizados a los trabajadores en una tienda de Quebec y pidió a ambas partes que comenzaran a negociar. Wal-Mart ha dicho que probablemente tendrá que cerrar esa tienda.

En Estados Unidos, el movimiento que estuvo más cerca de lograr que un sindicato representara a los trabajadores de una tienda Wal-Mart ocurrió en 2000. Once miembros de una tienda de empaque de carne en Jacksonville, Texas, votaron a favor de ser representados por el Sindicato de Empleados de Alimentos y Comercio (UFCW) .

En un movimiento que, según se dijo no había estado relacionado con el voto del sindicato, Wal-Mart eliminó el trabajo de cortes de carne en toda la compañía y anunció que vendería sólo carne previamente cortada y empacada. Además ofreció a los trabajadores otros puestos en la tienda.

The New York Times

11 de diciembre de 2004

Sindicatos de Estados Unidos planean gran campaña para mejorar sueldos en la anti-sindical Wal-Mart.

Por Steven Greenhouse

La AFL-CIO y más de media docena de sindicatos planean una campaña inusual, e inusualmente cara, para presionar a Wal-Mart, la cadena de supermercados más grande del mundo, a que mejore los salarios y las prestaciones de sus trabajadores.

La campaña será bastante inusual porque no estará, al menos al principio, enfocada en sindicalizar a los trabajadores de Wal-Mart, sino mas bien en informar a los estadounidenses del hecho que Wal-mart, que paga salarios en promedio de nueve a diez dólares la hora, esta arrastrando hacia abajo los salarios y prestaciones en compañías de todo el país.

Los sindicatos están hablando de gastar 25 millones de dólares al año en este esfuerzo, mas de lo que se ha gastado en una campaña contra una sola compañía en la historia.

“Esto no es una campaña, es un movimiento,” declaro Greg Denier, representante del Sindicato de Trabajadores Comerciales y de Alimentos Unidos. “No hay precedente para esto. Es un movimiento para confrontar la realidad de la “wal-martización”. Ninguna otra compañía ha tenido el impacto económico mundial que tiene Wal-Mart.”

Wal-Mart tiene 1.2 millones de trabajadores en los Estados Unidos, más que cualquier otra compañía, pero ninguno de ellos sindicalizado. Posee una historia de resistir ferozmente cualquier intento de sindicalización.

Los ejecutivos de Wal-Mart dicen que los salarios son competitivos con aquellos de otras cadenas. Pero los críticos afirman que ahora que se ha vuelto la compañía más grande del país, Wal-Mart, como la antigua General Motors, tienen la responsabilidad de ser un modelo en salarios y prestaciones.

Christi Davis Gallagher, representante de Wal-Mart, alerta que unos salarios más altos podrían causar una subida de los precios.

“Parece que los sindicatos quieren tomar millones de dólares en cuotas sindicales de sus miembros y usarlos para robar a los estadounidenses promedio su derecho a pagar menos por los productos básicos para vivir,” dice Gallagher. “Es preciso preguntarse: ¿Es justo pedir a los consumidores estadounidenses que paguen precios mas altos para subsidiar a un grupo relativamente pequeño de individuos simplemente porque están haciendo mas ruido?”

El nuevo esfuerzo, que será anunciado oficialmente en unos meses, también será inusual porque la mayoría de las campañas involucran solo un sindicato. Debido a que Wal-Mart es gigantesco, líderes sindicales han concluido que varios sindicatos deben trabajar con la AFL-CIO en el intento.

Entre los que participan están el Sindicato Internacional de Empleados de Servicios, la Hermandad Internacional de los Transportistas, y el Sindicato de Trabajadores Comerciales y de Alimentos Unidos. Muchos líderes sindicales han criticado a los trabajadores comerciales y de alimentos por haber hecho muy poco para sindicalizar a Wal-Mart durante la década pasada, pero el nuevo presidente de la unión, Joseph Hansen, se ha comprometido a hacer mas.

Andrew L. Stern, presidente del sindicato de empleados de servicios dice: “Wal-Mart es demasiado grande como para que un sólo sindicato lidie con ellos. La “walmartización” de la economía es una amenaza a cada sindicato.”

El invierno pasado, las tres cadenas de supermercados mas grandes de California se enfrascaron en una batalla laboral de 20 semanas, incluyendo cierres y huelgas, en la que pedían a los trabajadores comerciales y de alimentos que hicieran mayores concesiones en salarios y prestaciones para ayudar a las compañías a competir con Wal-Mart. Las cadenas de supermercados salieron victoriosas, logrando que el sindicato aprobara salarios y prestaciones mas bajas para empleados nuevos.

Los sindicatos planean trabajar conjuntamente con grupos comunitarios para luchar contra la construcción de tiendas Wal-Mart y están contemplando demandar a la compañía por forzar a sus empleados a trabajar horas extras sin pagarlas. Los sindicatos también planean una campaña publicitaria en la que los sindicalistas distribuirán volantes y llevaran a cabo protestas en cientos de los 3.600 Wal-Marts del país.

El pasado lunes, mientras asistía a una conferencia en Japón, el presidente de la AFL-CIO, John J. Sweeney, se reunió con líderes sindicales de varios países que cuentan con tiendas Wal-Mart, entre ellos México y Brasil, para planear una estrategia sobre cómo presionar a Wal-Mart. Sweeney dice que los sindicatos deberían exhortar a Wal-Mart a dejar de presionar a sus proveedores para rebajar los costes hasta tal punto que los empleados de los proveedores ganen sueldos bajos.

“También estamos preocupados por los cerca de 20,000 trabajadores de las tiendas Wal-Mart en China y por los cerca de 6 millones de trabajadores chinos que hacen los productos que Wal-Mart vende,” añadió.

Stern, del sindicato de empleados de servicios ha propuesto financiar la campaña usando los 25 millones anuales que recibe la AFL-CIO de su tarjeta de crédito “Union Plus”.

“No estoy seguro de que basten 25 millones,” dice Sweeney.

Gallagher de Wal-Mart dice que “algo que los sindicatos no entienden es que la capacidad de Wal-Mart de ofrecer los precios más bajos radica en el esfuerzo por recortar gastos de fabricación a todos los niveles,” incluyendo tecnologías de la información.

“Aunque los sindicatos quieren hacer creer a la gente que bajamos los costes principalmente a través de los salarios y prestaciones, simplemente ese no es el caso.”