

BO·LET·IN

Publicación del Laboratorio de
estudios sobre empresas
transnacionales

número 2

septiembre de 2016

El Laboratorio de estudios sobre empresas transnacionales (LET, <http://let.iiec.unam.mx/>) forma parte del Observatorio Latinoamericano de Geopolítica (www.geopolitica.ws), tiene su sede en el Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, y en él participamos:

Raúl Ornelas - IIEc

Ana Esther Ceceña - IIEc

Daniel Inclán - IIEc

Leticia Sánchez - Posgrado de Estudios Latinoamericanos

Juan Carlos Pérez - Programador

Sandy Ramírez - Posgrado de Economía

Becarios:

Moisés Arenas

Álvaro Mendoza

Gerardo Huerta

Josué G. Veiga

Julieta Martínez - posdoctorante

La edición de este número se hizo de forma colectiva.

Todos los textos pueden ser citados libremente; invitamos a que se cite la fuente.

Ciudad Universitaria, septiembre de 2016.

Contenido

PRESENTACIÓN	3
LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES Y LA ECONOMÍA MUNDIAL	
Del monopolio estatal al oligopolio privado.	
Panorama de la competencia entre las mayores empresas de México	
<i>Raúl Ornelas</i>	4
LOS SÚPER RICOS Y LA ÉLITE GLOBAL	
Los súper ricos y la élite global/2	
<i>Sandy E. Ramírez Gutiérrez</i>	16
GENEALOGÍAS CORPORATIVAS	
Presencia e interés de ExxonMobil en México	
<i>Leticia Sánchez Hernández</i>	32
AVANCES DE INVESTIGACIÓN	
Empresas transnacionales en Tijuana	
<i>Julieta Martínez Cuero</i>	41
EN SÍNTESIS	
Dos perspectivas sobre el estudio de las corporaciones	
<i>Daniel Inclán</i>	54

Presentación

Los tiempos se agitan: de Estados Unidos al borde del abismo llamado Trump a China que amenaza con estancarse; las perspectivas de la economía mundial no dan lugar al optimismo. Ello exige profundizar nuestros análisis sobre la acción de los sujetos dominantes. Empresas gigantes y súper-ricos siguen en el centro de las reflexiones de nuestro Bo-LET-ín.

En controversia con el sentido común, que propone la competencia como remedio de los monopolios, Raúl Ornelas presenta la evolución de las empresas más importantes de México, caracterizada por el fortalecimiento del gran capital privado nacional y extranjero.

El estudio del consumo de los súper-ricos ofrece una mirada a relaciones difícilmente imaginables, tan alejada de la cotidianidad de la mayoría de la población. Sandy Ramírez completa el panorama de la plutocracia, cuya riqueza sin precedentes se corresponde con un consumo extravagante, mostrando una arista poco conocida de la crisis civilizatoria: lo suntuario insostenible, social y ecológicamente.

Leticia Sánchez dedica su genealogía corporativa a la presencia de Exxon en México, concentrada en la privatización del sector energético de México y en el desarrollo de la explotación petrolera transfronteriza.

En otro abordaje sobre la frontera norte de México, Julieta Martínez hace un recuento de las principales empresas que constituyen la industria maquiladora de Tijuana, Baja California. La instalación de fábricas y talleres ha creado un tejido industrial centrado en las grandes empresas.

Daniel Inclán reseña dos abordajes teóricos sobre las empresas transnacionales. *En síntesis* recoge un par ejemplos del trabajo bibliográfico realizado en el LET como una ventana para conocer esta vertiente de nuestra base de información.

Reiteramos la invitación para que otros colegas y jóvenes investigadores se incorporen a este espacio y a que nuestros lectores dialoguen con los textos y los autores que acá presentamos. Nuestro correo electrónico: let@iiec.unam.mx.

Todas las investigaciones fueron realizadas gracias al apoyo del Programa UNAM-DGAPA-PAPIIT IN-302215.

Las empresas transnacionales y la economía mundial

En esta sección abordamos el desempeño empresarial en su contexto global.

Del monopolio estatal al oligopolio privado

Panorama de la competencia entre las mayores empresas de México

*Raúl Ornelas**

Es un lugar común achacar a la falta de competencia los problemas económicos. Se afirma que tanto la pobreza como el desempleo o la falta de competitividad en los mercados internacionales serían producto de empresas y mercados ineficientes y poco competitivos. Esta visión no es exclusiva de los gobiernos y los empresarios, incluso ha permeado en la población, hasta convertirse en un "sentido común". Una de las mayores expresiones de este tópico es la caracterización del libre comercio como la política que permitirá a las economías dependientes "despegar", "incorporarse con éxito en los mercados globales", y por esa vía, aumentar el bienestar social.

En este artículo queremos controvertir ese sentido común de la economía convencional, observando y analizando los cambios que ha vivido la competencia entre las mayores empresas que operan en México. Contrastando el peso y la presencia de empresas de capital estatal, privado local y privado extranjero, mostramos que el proyecto neoliberal, consolidado a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), logró desmontar los "monopolios estatales" pero no creó mercados competitivos sino "oligopolios privados" (Ornelas, 2002a, 2002b, 2015).

El panorama general

Para este análisis recurrimos a la muestra de *Las empresas más importantes de México*, publicada anualmente por la revista *Expansión*. La pertinencia de usar esta

* Investigador Titular del IIEc-UNAM. Correo electrónico: raulob@iiec.unam.mx

información reside en la alta y creciente concentración de la economía mexicana: las actividades más rentables y dinámicas son realizadas por las grandes empresas, por lo que su análisis nos permite trazar tendencias acerca del comportamiento general de la economía de México y de su articulación con el mercado mundial. Elegimos contrastar el año 1993, momento de despegue del neoliberalismo marcado por las negociaciones del TLCAN, y el año 2015, a mitad del sexenio de Peña Nieto y de la puesta en marcha de 11 reformas estructurales.

El Cuadro 1 compara la participación de los capitales locales y los capitales extranjeros en la muestra de *Expansión*. En 1993, 610 empresas reportaron ventas por más de 491 mil millones de pesos (mmp). De ese monto, el capital local concentró 86.8%, correspondiendo a Pemex una importante cuota de 16.8% de las ventas totales. Las empresas con capital extranjero aportaron 13.2% del total con ventas, equivalentes a 64.7 mmp.

En 2015, 22 años después, el panorama es radicalmente distinto. Las ventas de las 500 mayores empresas ascendieron a 13.8 billones de pesos (bp), con un crecimiento nominal de 28 veces respecto del valor de 1993.¹ Las firmas de capital local reportaron ventas por 8.4 bp, 61.4% del total; en cambio, las empresas con capital extranjero muestran un crecimiento muy marcado, alcanzando ventas de 5.3 bp, cifra que representa 38.6% de las ventas totales.

Esta visión agregada nos permite observar cómo ha ganado importancia el capital extranjero en la economía de México, logrando controlar casi 40% de las ventas de las mayores empresas. A ello podemos añadir el desempeño de Pemex, el principal monopolio estatal. En 1993 la empresa petrolera nacional concentraba casi 17% de las ventas de la muestra, cuota que desciende hasta 8.4% en 2015. La mayor participación del capital extranjero se combina con el desmantelamiento progresivo del monopolio energético, el cual deberá profundizarse en los años por venir si el gobierno federal logra consolidar la reforma energética. Si dejamos de lado las ventas de Pemex, la participación de las empresas con capital extranjero pasa de 16 a 42% en el periodo de estudio.

¹ Deflactando los valores mostrados en el cuadro con el índice de precios al consumidor (base 2010), el crecimiento es de sólo 3.3 veces.

Cuadro 1. Distribución de las ventas de las 500 por tipo de capital

	1993		2015	
	Núm. empresas	Ventas (mdp)	Núm. empresas	Ventas (mdp)
Total	610	491,359	500	13,803,424
Total sin Pemex	609	408,568	499	12,637,062
Total capital local	529	426,597	273	8,478,626
Total capital local sin Pemex	528	343,807	272	7,312,264
Pemex	1	82,790	1	1,166,362
Total capital extranjero	81	64,761	227	5,324,798
Porcentajes sobre el total				
Total	100.0	100.0	100.0	100.0
Total sin Pemex	99.8	83.2	99.8	91.6
Total capital local	86.7	86.8	54.6	61.4
Total capital local sin Pemex	86.6	70.0	54.4	53.0
Pemex	0.2	16.8	0.2	8.4
Total capital extranjero	13.3	13.2	45.4	38.6
Porcentajes sobre el total sin Pemex				
Total sin Pemex	100.0	100.0	100.0	100.0
Total capital local sin Pemex	86.7	84.1	54.5	57.9
Pemex	0.2	20.3	0.2	9.2
Total capital extranjero	13.3	15.9	45.5	42.1

Fuente: elaborado con datos de Expansión.

El predominio estadounidense

Los estudios ahora ya clásicos de José Luis Ceceña (1963), Bernardo Sepúlveda y Antonio Chumacero (1973), y Fernando Fanjzylber y Trinidad Martínez (1976), establecieron que uno de los rasgos típicos de la modernización capitalista entre 1938 y 1970 fue la presencia creciente de empresas estadounidenses en las actividades marcadas por la entonces nacionalista regulación estatal. Las industrias agroalimentarias y automotrices fueron paradigma de esta forma de articulación con el mercado mundial. El capital extranjero realizaba las actividades consideradas "modernas" para los niveles de desarrollo capitalista en México. Como resultado de la vecindad con la principal potencia económica, las inversiones extranjeras provenientes de Estados Unidos dominaban la inversión externa alojada en la economía nacional. A partir de los datos de Banco de México, hemos establecido que, en 1950, 91.5% de la inversión extranjera directa era realizada por empresas estadounidenses, y en 1979 esa cuota era aún de 65% del total (Ornelas, 1991).

Cabría esperar que la apertura económica impulsada desde entonces acentuase la diversificación de las fuentes de inversión extranjera. De acuerdo con los datos de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (2016) en 1999, tras 13 años de políticas neoliberales, y ya con el TLCAN en marcha, la cuota de las inversiones estadounidenses en el total anual recibido era de 54%, lo cual habla de una diversificación de las fuentes de inversión; sin embargo, 16 años después, en 2015, la cuota anual de las inversiones estadounidenses no varió de manera significativa, alcanzando 52%; ello muestra que la apertura de nuevas fuentes de capital parece haber alcanzado su límite. Si consideramos la inversión extranjera directa acumulada entre 1999 y 2015, los principales orígenes de capital son: Estados Unidos que aporta 52% (223 mil millones de dólares), España con una cuota de 12.4% (53 mmd), Países Bajos con 12.1% (52 mmd), Bélgica con 3.9% (16.8 mmd), Alemania con 2.6% (11.3 mmd), Japón con 2.5% (10.9 mmd) y Reino Unido con 2.3% (10.1 mmd). Estos 7 países de origen de las inversiones concentran casi 88% de las inversiones alojadas en México; el 12% restante se reparte entre más de 34 fuentes de inversión, todas con

participaciones marginales. Aunque la diversificación de las fuentes de capital se ha tenido lugar, se conserva el predominio de las inversiones de origen estadounidense.

En lo que toca a las empresas de capital extranjero, observamos una concentración similar. En 2015, la muestra de *Expansión* contabiliza 227 filiales de empresas extranjeras entre las 500 más grandes. De ellas, las empresas con sede en Estados Unidos representan 45% del número de empresas y aportan 53% de las ventas de ese grupo (2.8 bp); la segunda posición la ocupan las empresas con sede en España, con 7% del número de empresas y 9.2% de las ventas; las empresas con sede en Alemania aportan 7.2% de las ventas, las de Japón, 6.5% y las de Italia, 4%. Estos cinco grupos de empresas concentran 80% de las ventas de las firmas con capital extranjero.

Además de la asimetría entre el grupo de empresas estadounidenses y el resto de sus competidoras, es importante consignar el carácter puntual de las inversiones extranjeras no-estadounidenses. Así, el grueso de las inversiones originadas en España corresponden a los bancos Bilbao-Vizcaya Bancomer y Santander, y a la telefónica Movistar.

En el caso de Alemania, las inversiones en las industrias automotriz (Volkswagen), química (BASF y Bayer), y fabricación de maquinaria y equipo (Thyssen y Siemens), son las más importantes. Los capitales holandeses se alojan en la industria de bebidas, y entre sus principales operaciones en México, se cuenta la compra de una participación en el capital de FEMSA-Operación cervecera, por 7.3 mil millones de dólares en 2010, por parte de Heineken. Sólo las inversiones provenientes de Estados Unidos muestran una distribución más diversificada, operando en el conjunto de actividades más dinámicas y rentables de la economía mexicana.

Cuadro 2. Principales grupos de empresas extranjeras, 2015

	Empresas		Ventas	
	Número	%	Millones de pesos	%
Total	227	100.0	5,324,798	100.0
Estados Unidos	104	45.8	2,822,773	53.0
España	16	7.0	490,457	9.2
Alemania	18	7.9	386,569	7.3
Japón	10	4.4	345,582	6.5
Italia	6	2.6	211,808	4.0
Corea	4	1.8	184,262	3.5
Canadá	13	5.7	178,541	3.4
Francia	9	4.0	136,051	2.6
Suiza	9	4.0	130,991	2.5
Reino Unido	10	4.4	107,203	2.0
Bélgica	1	0.4	62,153	1.2
Singapur	1	0.4	55,150	1.0
Suecia	6	2.6	50,782	1.0
Holanda	1	0.4	47,000	0.9
Luxemburgo	3	1.3	36,677	0.7
China	2	0.9	14,764	0.3
Argentina	2	0.9	14,234	0.3
Colombia	2	0.9	11,411	0.2
Irlanda	2	0.9	10,614	0.2
Chile	3	1.3	9,375	0.2
Brasil	2	0.9	8,095	0.2
Portugal	1	0.4	5,246	0.1
India	1	0.4	3,180	0.1
Austria	1	0.4	1,880	0.0

Fuente: elaborado con datos de Expansión.

Guerra de monopolios

En un artículo titulado "México, entre cárteles y monopolios", la Economist Intelligence Unit (2011) afirma que diversos mercados en México están controlados en forma monopólica. Entre ellos, destaca la situación de las telecomunicaciones: "En México el asidero de Slim es particularmente fuerte, con 70% del mercado celular y 80% del de líneas fijas. En la mitad de las 400 zonas locales del país, sólo su empresa posee infraestructura para llamadas a líneas fijas. No es sorprendente que, luego de considerar el poder de compra, las líneas telefónicas domésticas en México cuestan 45% más que el promedio de la OCDE, y las empresariales, 63% más". Otras actividades fuertemente monopolizadas son la farmacéutica, el transporte y la banca. *The Economist*, uno de los oráculos del liberalismo globalizador afirma que el saldo de la desregulación y apertura económicas ha sido la formación de grandes empresas que monopolizan las actividades en que actúan.

La muestra de *Las empresas más importantes de México* ofrece un acercamiento a la situación que guarda la competencia entre empresas. En 1993, 9 actividades, sobre un total de 23, concentran 80% de las ventas totales (Cuadro 3); en 2015 de las 26 actividades reportadas, 9 aportan casi 82%. Las actividades de Minería, Comercio minorista, Bienes de consumo, Automotriz y autopartes, Medios y telecomunicaciones y Holding, figuran en ambas listas, estableciendo una línea de continuidad acerca de cuáles son las actividades más importantes para la competencia entre empresas. Las 12 actividades retenidas representan los principales campos de acción del gran capital en México, y dado el peso de las grandes empresas en la economía mexicana, ofrecen un indicador acerca de qué fracción del empresariado predomina. Entre 1993 y 2015, destaca el desplazamiento de las actividades extractivas, con Pemex a la cabeza, por el rubro Bienes de consumo, lo cual refleja el peso creciente de las actividades dedicadas al mercado interno: aunque su cuota en el total de las ventas apenas varía de 13 a 12.7%, Bienes de consumo ocupa el primer lugar debido a la reducción de las cuotas de la Minería, petróleo y gas, y el Comercio minorista en el total de las ventas. La industria automotriz aumenta su participación en las ventas totales, pasando de 7.8 a 12.4%, impulsada tanto por las exportaciones como por las ventas en el mercado nacional.

Cuadro 3. Principales actividades de las 500 empresas más grandes, 1993 y 2005

Actividades	Empresas		Ventas	
	Número	%	Millones de pesos	%
1993				
Minería	10	1.6	93,258	19.0
Comercio minorista	88	14.4	68,647	14.0
Bienes de consumo	96	15.7	64,048	13.0
Automotriz y autopartes	34	5.6	38,086	7.8
Cemento, cerámica y vidrio	31	5.1	37,351	7.6
Comunicaciones	3	0.5	31,364	6.4
Holding	4	0.7	20,668	4.2
Química y petroquímica	77	12.6	19,894	4.0
Construcción	31	5.1	19,785	4.0
Las 9	374	61.3	393,101	80.0
Otras	236	38.7	98,258	20.0
Total	610	100.0	491,359	100.0
2015				
Bienes de consumo	57	11.4	1,749,310	12.7
Automotriz y autopartes	38	7.6	1,705,165	12.4
Comercio minorista	34	6.8	1,652,525	12.0
Minería, petróleo y gas	26	5.2	1,644,676	11.9
Servicios financieros y seguros	102	20.4	1,606,374	11.6
Medios y telecomunicaciones	17	3.4	1,177,830	8.5
Holding	16	3.2	1,046,831	7.6
Industria electrónica	10	2.0	379,553	2.7
Electricidad, agua y gas	4	0.8	342,585	2.5
Las 9	304	60.8	11,304,849	81.9
Otras	196	39.2	2,498,575	18.1
Total	500	100.0	13,803,424	100.0

Fuente: elaborado con datos de Expansión.

Para analizar la competencia entre empresas de capital nacional y extranjero, presentamos la distribución de las ventas en las actividades seleccionadas por su peso en la muestra (Cuadro 4). En 1993, las empresas de capital local predominan en 9 de las 11 actividades estudiadas con cuotas superiores a 80% de las ventas; en Minería, petróleo y gas, Medios y telecomunicaciones, Holding y Construcción, dicha cuota alcanza el 100%, lo que habla de un control muy sólido de la actividad económica por parte del capital local. Las empresas de capital extranjero sólo controlaban las ventas en la Industria electrónica, en tanto que Automotriz y autopartes mostraba una presencia mayoritaria del capital extranjero, con 65.4% de las ventas, contando con una importante presencia de las empresas locales.

Cuadro 4. Distribución de las ventas por actividades y grupos de origen del capital
Porcentaje

Actividades	1993		2015	
	Local	Extranjero	Local	Extranjero
Bienes de consumo	90.1	9.9	75.6	27.4
Automotriz y autopartes	34.6	65.4	7.5	92.5
Comercio minorista	93.9	6.1	54.5	45.7
Minería, petróleo y gas	100.0	0.0	93.7	6.3
Servicios financieros y seguros	83.5	16.5	51.4	48.6
Medios y telecomunicaciones	100.0	0.0	91.6	8.4
Holding	100.0	0.0	88.6	11.4
Industria electrónica	0.1	99.5	11.5	88.5
Cemento, cerámica y vidrio	81.2	18.8	87.3	12.7
Química y petroquímica	81.3	18.7	66.6	33.4
Construcción	100.0	0.0	71.1	28.9
Electricidad, agua y gas	n.f.	n.f.	89.6	10.4
Ventas (millones de pesos)	345,223	55,593	7,676,130	4,491,592
% sobre ventas totales	70.3	11.3	55.6	32.5

Fuente: elaborado con datos de Expansión.

El panorama en 2015 muestra que la apertura económica ha favorecido al capital extranjero, que aumenta su participación en las 12 actividades más importantes. En los rubros Automotriz e Industria electrónica, el capital extranjero predomina, si bien la última es la única en que el capital local logró aumentar su cuota en las ventas. En Comercio minorista y Servicios financieros y seguros, se establecen situaciones de competencia intensa, dado que el capital extranjero controla más de 45% de las ventas en cada una de ellas. En Química y petroquímica también se advierte una mayor competencia, producto del aumento de la cuota de las empresas de capital extranjero, que aportan un tercio de las ventas de esa actividad. En Bienes de consumo, la actividad más importante en 2015, el capital local predomina al concentrar 75.6% de las ventas, en tanto que la cuota de las empresas de capital extranjero aumenta 2.7 veces respecto de 1993; el rubro de Construcción presenta una evolución similar: las empresas de capital extranjero aportan 28.9% de las ventas. Las cinco actividades restantes en que predominan las empresas de capital local se caracterizan por la presencia de grandes empresas. En Minería, petróleo y gas domina Pemex; en Medios y telecomunicaciones, América Móvil, Televisa, Megacable y Televisión Azteca encabezan esta actividad; Alfa, Grupo Bal y Kaluz son los principales actores en Holding, en tanto que Cementos Mexicanos y Comisión Federal de Electricidad controlan la mayor parte de las ventas de los rubros Cemento, cerámica y vidrio y Electricidad, agua y gas.

En conjunto, la cuota de las empresas de capital local en las actividades más importantes pasa de 70.3 a 55.6%; en correspondencia, la cuota de las empresas de capital extranjero se triplica, alcanzando 32.5% en 2015, mostrando un avance muy importante en 22 años.

Una visión de conjunto

Detrás de la apariencia de una mayor competencia, resultado del ingreso de empresas extranjeras y del fortalecimiento de las grandes empresas locales, el análisis de la competencia entre las empresas más importantes que actúan en México, nos permite observar la especialización y la compartimentación por fracciones del capital. De las

tres situaciones de competencia analizadas, sólo las actividades de Comercio minorista, Servicios financieros y Química y petroquímica muestran grados de competencia creciente. En las restantes predomina el capital local o el capital extranjero, con cuotas superiores al 70% de las ventas, lo cual habla de un desplazamiento de empresas y no del surgimiento de nuevos actores que dinamicen la economía de México. Aún más: los actores que se fortalecen son las grandes corporaciones y no la pequeña y mediana industria, principal generadora de empleo en el país. Durante el periodo de estudio, la economía de México transita hacia formas oligopólicas de competencia.

Nuestro análisis nos permite afirmar que las reformas neoliberales han favorecido a las grandes empresas desregulando los mercados, como lo prueban la Ley Televisa, la Ley Monsanto y las leyes mineras. Es previsible que las reformas impulsadas por el actual gobierno tengan el mismo efecto, como lo muestran los primeros pasos de la apertura del sector energético: en las primeras licitaciones se han inscrito no sólo los gigantes de la industria petrolera (Exxon, Shell, BPH Billiton, etc.), sino empresas asociadas al gran capital local como Carso Oil & Gas, integrante del imperio Slim, y Petrobal, parte del Grupo Bal, un importante conglomerado que figura entre las empresas más grandes del país. Si competencia habrá, será entre gigantes y de carácter monopólica, lo que significa que las ganancias de productividad, económicas y financieras no fluirán hacia los usuarios y consumidores, sino que se quedarán en manos de las grandes empresas.

Este nivel general de análisis ilustra la formulación clásica de Karl Marx (2015:102) sobre la competencia:

En la vida práctica encontramos no solamente la competencia, el monopolio y el antagonismo entre la una y el otro, sino también su síntesis, que no es una fórmula, sino un movimiento. El monopolio engendra la competencia, la competencia engendra el monopolio. Los monopolistas compiten entre sí, los competidores pasan a ser monopolistas. Si los monopolistas restringen la competencia entre ellos por medio de asociaciones parciales, se acentúa la competencia entre los obreros; y cuanto más crece la masa de proletarios

frente a los monopolistas de una nación, tanto más desenfrenada se hace la competencia entre los monopolistas de las diferentes naciones. La síntesis consiste en que el monopolio no puede mantenerse sino librando continuamente la lucha de la competencia.

Santo Domingo, Coyoacán, septiembre 2016

Bibliografía

- Ceceña Gámez, José Luis [1963] *El capitalismo monopolista y la economía mexicana*, México, Cuadernos Americanos, 285 pp.
- Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras [2016] *Informe estadístico sobre el comportamiento de la Inversión Extranjera Directa en México (enero-marzo de 2016)*, México, CNIE, pp. 18.
- Economist Intelligence Unit [2011] "México, entre cárteles y monopolios", *La Jornada*, México, 6 de septiembre.
- Fajnzylber, Fernando y Trinidad Martínez Tarragó [1976] *Las empresas trasnacionales, expansión a nivel mundial y proyección en la industria mexicana*, México, Fondo de Cultura Económica, 423 pp. [Ver ficha en <http://let.iiec.unam.mx/node/840>].
- Marx, Karl [2015], *Miseria de la filosofía. Respuesta a la Filosofía de la miseria de P.-J. Proudhon*, México, Siglo XXI 215 pp.
- Ornelas, Raúl [2002a] "Globalización y hegemonía. Elementos para una crítica del pensamiento dominante", José Luis Calva (coordinador) *Política económica para el desarrollo económico con equidad*, Tomo I, México, Juan Pablos, UNAM, IIEc, pp. 21-41.
- Ornelas, Raúl [2002b] "Para una crítica de la globalización", *Política y cultura*, no. 17, México, UAM-X, primavera, pp. 45-68.
- Ornelas, Raúl [2015] "El capital extranjero en México", Carmen del Valle (coordinadora general) *Crisis estructural y desarrollo en México y América Latina. Tomo II*, México, UNAM-IIEc, pp. 261-285.
- Sepúlveda, Bernardo y Antonio Chumacero [1973] *La inversión extranjera en México*, México, Fondo de Cultura Económica, 263 pp.

Los súper ricos y la élite global

Los súper ricos y la élite global es una sección que intenta radiografiar al selecto grupo de personas que detentan la mayor parte de la riqueza del planeta y mueven los hilos del poder político y económico, a través de una mirada profunda a su modo de vida, sus relaciones y su influencia.

Los súper ricos y la élite global/2

*Sandy E. Ramírez Gutiérrez**

El dinero es la unidad y también la injusticia del mundo.

FERNAND BRAUDEL

Como consecuencia de la polarización en los ingresos, existe una importante diferenciación en el monto y el tipo de consumo entre los diferentes estratos sociales. Fernand Braudel (1984) describió minuciosamente las disparidades en el consumo al interior de las sociedades de los siglos XVI y XVII: la vivienda, el vestido, la alimentación; todas ellas estructuras que determinan el bienestar material de la sociedad, pero son, a su vez, determinadas por la distribución de la riqueza entre sus miembros. Partiendo de esta perspectiva, este trabajo tiene dos objetivos: por un lado, describir la magnitud y el tipo de consumo de los súper ricos a inicios del siglo XXI, como base material de su identidad como bloque relativamente homogéneo, y, por otro, señalar la brecha abismal que se abre entre este grupo y el resto de la sociedad. Ambas tendencias apuntan a la existencia de una élite que no sólo posee más dinero, sino que habita en un mundo que no se enfrenta a problemas de escasez, de contaminación o de violencia. Como dice Jacques Peretti (2015): “[t]he rich now live in their own Elysium-style biosphere [...] In this biosphere, they eat better food, go to better schools, wear better clothes, take better medicine, and thus breed a cleaner, richer tribe. They even breathe cleaner air”.

* Maestrante del Posgrado de Economía, UNAM. Correo electrónico: sanerag@gmail.com

La desigualdad en el consumo

Como se señaló en la primera parte de esta contribución, la riqueza de los súper ricos no ha dejado de crecer desde el fuerte -pero efímero- golpe que le propinó la crisis financiera de 2008. En siete años, la fortuna de los millonarios creció 43.7 billones de dólares (Credit Suisse, 2010 y 2015), y la de los multimillonarios en 2.1 billones de dólares (Forbes, 2008 y 2016).¹ El reporte más reciente de *Forbes* (2016) registra 1,810 multimillonarios con una riqueza neta total de 6.5 billones de dólares. Si se compara con el PIB, en 2015 la fortuna de este pequeño grupo ocupó el tercer lugar entre las economías del mundo, detrás de la estadounidense y la china, y por encima de Latinoamérica (Cuadro 1).

El listado de multimillonarios de Forbes muestra que la distribución geográfica de la riqueza de los súper ricos está fuertemente concentrada: Estados Unidos es el país de residencia de 37% del valor de las fortunas de los multimillonarios, muy atrás se encuentran China con 9.1%, Alemania con 7.2%, Rusia con 4.3% y otros 63 países (Cuadro 2). Al mismo tiempo, al interior de estos países se ha profundizado la desigualdad. El índice de Gini mide la desviación de una distribución perfecta del ingreso en una sociedad; entre más cercano sea el valor a 1, mayor es la desigualdad.

¹ Aunque se considere un bloque relativamente homogéneo, parafraseando a Thomas Piketty [2014], en el 1 por ciento superior hay diferentes mundos. Chrystia Freeland (2012: 45) habla de una “batalla” cultural, económica y política entre los millonarios y los multimillonarios. La división entre ambos grupos no se reduce al ingreso, sino a modos de vida. Por ejemplo, Jeffrey A. Winters (2011) calculó un índice de poder material (MPI, por sus siglas en inglés) para la oligarquía estadounidense: “El MPI asigna un valor base de 1 al poder material promedio de los ciudadanos ubicados en los nueve deciles inferiores. El MPI de los estratos más altos de la población es un múltiplo de este valor [...] Medido por ingreso, los oligarcas estadounidenses de mayor nivel tienen un MPI mayor a 10,000, similar al de los senadores romanos en una sociedad de esclavos y campesinos. Medido por la riqueza, el MPI de los estadounidenses más ricos es de 30,000. Los oligarcas estadounidenses más débiles tienen entre 125 y 200 veces más poder que el ciudadano promedio”.

Cuadro 1. Producto Interno Bruto por país, 2015

	Millones de dólares	%
Mundial	73,433,644	100.0
Estados Unidos	17,946,996	24.4
China	10,866,444	14.8
Súper ricos	6,482,600	8.8
América Latina y el Caribe	5,148,022	7.0
Japón	4,123,258	5.6
Alemania	3,355,772	4.6
Reino Unido	2,848,755	3.9
Francia	2,421,682	3.3
Brasil	1,774,725	2.4
Canadá	1,550,537	2.1
Rusia	1,326,015	1.8
México	1,144,331	1.6

*Fuente: World Bank, World Development Indicators 2016
Forbes, The world's billionaires list 2015.*

De los cinco países que concentran más de 60% de la riqueza neta de los multimillonarios, en tres se ha incrementado el índice de Gini desde la década de los ochenta: Estados Unidos, China y Rusia. Los casos de Rusia y China son notables pues muestran fuertes contrastes en la distribución del ingreso desde su cambio de régimen político. En Rusia, el índice de Gini casi se duplicó al pasar de 0.23 en 1988 a 0.41 en 2012 y en China el incremento fue de 0.29 a 0.42 entre 1981 y 2010.² China destaca además por el rápido crecimiento que han tenido las grandes fortunas: entre 2000 y 2014, los millonarios chinos se multiplicaron por 18, alcanzando la cifra de 1.2 millones al final de este periodo (Credit Suisse, 2014: 26). El estudio de Thomas W. Volscho y Nathan J. Kelly (2012: 25) sobre el ascenso de los súper ricos encontró que en Estados Unidos este proceso se explica por la mayoría republicana en el Congreso, la desaparición de sindicatos, las bajas tasas de impuestos a los altos

² Los datos fueron tomados de los Indicadores mundiales de desarrollo del Banco Mundial.

ingresos, la apertura comercial y la especulación en los mercados inmobiliario y de valores, particularmente entre 1980 y 2008. Las mismas variables explican el incremento de la desigualdad en Estados Unidos y en gran parte del mundo.

Cuadro 2. Riqueza neta por país, 2016

	Millones de dólares	%
Estados Unidos	2,399,000	37.0
China	593,000	9.1
Alemania	469,100	7.2
Rusia	282,600	4.4
India	248,400	3.8
Primeros 5	3,992,100	61.6
Otros 62	2,490,500	38.4
Total	6,482,600	100.0

Fuente: Forbes, The world's billionaires list 2016.

El consumo suntuario de los súper ricos

La canasta de bienes y servicios que consumen los millonarios y multimillonarios del mundo es bastante amplia: flores, relojes, yates, vinos, educación, filantropía, viajes. Su nivel de gasto sustenta la rentabilidad de algunas marcas de bienes de lujo y explica, en gran medida, la existencia de las industrias de artículo suntuarios, por ejemplo, de embarcaciones de lujo.

De acuerdo con la consultoría *Wealth-X* (2014), en 2015 el 3.7% de la riqueza total de los multimillonarios fue destinado a bienes raíces y gasto suntuario, esto es, casi 285 mil millones de dólares, cifra que sobrepasa los 243 mil millones de dólares que se destinaron al rubro educativo en América Latina durante 2011 (World Bank, 2016). En 2014 *Wealth-X* estimó que el gasto personal anual en bienes y servicios de lujo fue de 1.1 millones de dólares, lo que explica el 19% del mercado total de productos suntuarios. En el caso de los aviones privados y los yates, los multimillonarios consumen entre el 80 y el 90% del valor de esos mercados; en otros,

como el de arte y la joyería supera el 35%. En ese año, el 77% de los gastos se concentró en viajes, automóviles, arte, joyería, aviones privados y yates (Cuadro 3).

Cuadro 3. Gasto suntuario por categoría, 2014

	Gasto		Cuota de mercado	
	mmd*	%	%	%
Viajes/hospedaje	45	19.1	22.5	
Automóviles	40	17.0	8.9	
Arte	25	10.6	37.9	
Joyería/relojes	25	10.6	35.2	
Aviones privados	23	9.8	82.1	
Yates	22	9.4	88.0	
Apariencia	15	6.4	20.0	
Accesorios	12	5.1	14.1	
Hogar	8	3.4	28.1	
Vinos	8	3.4	10.1	
Comida	7	3.0	11.8	
Belleza	4	1.7	6.5	
Otros	1	0.4	8.5	
Total	235	100.0	18.9	

* miles de millones de dólares

Fuente: *Wealth-X, World ultra wealth report 2014.*

Información más detallada sobre el estilo de vida de los súper ricos y su ritmo de consumo la proporcionan *Forbes* y *Hurun*. *Forbes* calcula lo que llama el “Índice de vivir muy bien” (CLEWI, por sus siglas en inglés), un índice que registra la variación anual del precio de 40 productos y servicios de lujo que forman parte de una selección a la que eufemísticamente llama “canasta básica” de los multimillonarios. Esta cesta incluye servicios de *spa* en California, una sesión psiquiátrica de 45 minutos en Nueva York, dos boletos para un espectáculo en el Metropolitan Opera House de esa misma ciudad, un juego de tren en miniatura, perfumes franceses, zapatos de piel hechos en Italia, un set de sábanas de lino italiano, arreglos florales para seis habitaciones por

mes, un auto convertible Rolls-Royce, maletas de viaje Louis Vuitton, botellas de champaña, caviar, entre otros (Cuadro 4). Entre 2014 y 2015, el mayor aumento de precios se registró en los servicios (3.8%), los entretenimientos y juguetes (2.8%) y la ropa y accesorios personales (2.4%). Este índice, calculado desde 1982, ha mostrado una tendencia claramente ascendente y ha superado la tasa de inflación experimentada por el consumo de un ciudadano estadounidense promedio en 2.5 puntos porcentuales anualmente (Chen, 2015).

Hurun hace un seguimiento similar para 124 bienes y servicios consumidos por los multimillonarios chinos. Al igual que en caso del CLEWI calculado por *Forbes*, el crecimiento del Índice de precios al consumidor de lujo duplicó al del consumidor promedio en China y creció 75% en la última década (Hurun, 2016a). Este índice toma como referencia el cambio anual en los precios de 124 productos y servicios suntuarios agrupados en 11 categorías: propiedades inmobiliarias; salud; educación; viajes; bodas; relojes y joyas; accesorios y cuidado de la piel; aviones privados y yates; ocio; alcohol y tabaco; automóviles. En 2015 registró mayores crecimientos de precios en: bienes raíces (13%), servicios de salud (11.7%) y educación (6.2%); y menor crecimiento en: joyería (3.9%), accesorios y productos cosméticos (2.9%) y autos y yates (1%).

La canasta de artículos suntuarios de los multimillonarios no sólo incluye productos de uso cotidiano, sino también algunas inversiones de lujo. El índice de inversiones de lujo Knight Frank sigue los precios de 10 productos: muebles, cerámica china, joyería, vino, relojes, estampillas, arte, monedas, autos clásicos y, recientemente, de los diamantes de colores. En este último caso, los precios de estas piedras preciosas varían según su color: el azul ha crecido 360% entre 2005 y 2014, el rosa 161% y el amarillo 56%. Así, unos pendientes de diamantes amarillos cuestan 5.4 millones de dólares y un dije de diamante azul se cotiza en 30 millones en una venta de Sotheby's (Capgemini, 2015: 65).

Cuadro 4. Bienes y servicios que componen el Índice de vivir muy bien (CLEWI), 2015

	Precio (dólares)	Variación anual (%)
Servicios		3.8
Spa: tarifa mixta semanal, Golden Door, California	8,850	7.3
Psiquiatra: 45 minutos, tarifa estándar, Upper East Side, Nueva York	375	7.1
Hospital: un día, habitación VIP, conserje, seguridad, comidas gourmet, suministros médicos, cuidado especializado en el MedStar Hospital Center, Washington, D.C.	3,478	6.0
Universidad: matrícula anual, habitación y comida, Harvard, Massachusetts	60,659	4.0
Abogado: tarifa promedio por hora, Schlesinger, Gannon & Lazetera, Nueva York	995	2.1
Escuela: preparatoria, matrícula anual, alojamiento y comida, Groton School, Massachusetts	55,700	0.0
Levantamiento facial: cirugía plástica, Nueva York	18,500	0.0
Entretenimiento y juguetes		2.8
Cacería deportiva: par de rifles James Purdey & Sons, Griffin & Howe, New Jersey	285,000	8.5
Piano: para concierto, modelo D, ébano, Steinway & Sons, Nueva York	156,200	5.0
Caballo pura sangre: potro, precio promedio, Keeneland September, Kentucky	303,298	3.9
Yate de vela: Oyster 625, Oyster Yachts, Gran Bretaña	3.4 millones	3.0
Ópera: dos boletos, seis noches, asientos centrales, Metropolitan Opera, Nueva York	5,700	2.4
Yate de motor: 80 MY (con 1,600hp Caterpillar CAT -0.73% motor C-32), Hatteras Yachts, Carolina del Norte	5.8 millones	2.0
Juego de tren: sistema operativo por control remoto, Thomas and Friends, FAO Schwarz, compra por internet	230	0.0
Cigarros: Aniversario No. 1, República Dominicana, 25 cigarros, Davidoff, Nueva York	900	0.0
Revistas: suscripción anual a <i>Forbes</i>	60	0.0
Moda y accesorios		2.4
Camisas: una docena, algodón, hechas a la medida, Turnbull & Asser, Gran Bretaña	6,060	13.5
Bolsa: "Jypsière", piel de ternera, 28cm, Hermès, Francia	8,500	9.7
Abrigo: marta cibelina rusa, Maximilian, Bloomingdale's, Nueva York	295,000	0.0
Mocasines: piel, Gucci, Italia	545	0.0
Perfume: 1000 perfumes, 0.5 onzas, Jean Patou, Francia	350	0.0
Zapatos: negros, becerro, hechos por encargo, John Lobb, Gran Bretaña	6,484	-1.2
Reloj: Calatrava, modelo clásico para hombre, oro amarillo con correa de piel de caimán, Patek Philippe, Suiza	19,700	-5.3
Vestido: viscosa y seda, negro, Gucci, Italia	1,800	NA

Cuadro 4 (cont.). Bienes y servicios que componen el Índice de vivir muy bien (CLEWI), 2015

	Precio (dólares)	Variación anual (%)
Hogar		1.5
Sábanas: juego de lino italiano king-size, “Bicolore,” Frette, Italia	2,200	NA
Alberca: tamaño olímpico (50 metros), Mission Pools, California	1.7 millones	10.5
Flores: arreglos para seis habitaciones, cambio semanal durante un mes, Jerome Florists, Nueva York	8,175	0.0
Sauna: 2.4x3x2.1 metros, madera blanca nórdica, Finnleo Sauna, Minnesota	17,360	0.0
Cancha de tenis: cancha de arcilla, Putnam Tennis & Recreation, Connecticut	55,000	0.0
Juego de cubiertos de plata: modelo Francis I, 12 personas, Reed & Barton, Massachusetts	11,300	-2.9
Viajes		0.4
Automóvil: Rolls-Royce Phantom Convertible 2015	482,275	1.6
Helicóptero: Deluxe VIP S-76D, Sikorsky Aircraft, Connecticut	16.9 millones	0.3
Hotel: Suite de una habitación, Four Seasons, Nueva York	4,595	0.0
Avión privado: Learjet 70, equipamiento estándar, certificado, 7 pasajeros, Bombardier, Canadá	11.3 millones	0.0
Maleta de viaje: Keepall Bandoulière 55 con correa, Louis Vuitton, Francia	1,760	0.0
Comida y bebida		-2.0
Servicio de cena: 40 personas, Ridgewells, Maryland	7,752	2.0
Chateaubriand: 3 kilos, Lobel’s, Nueva York	595	1.4
Caviar: Tsar Imperial Sevruqa, 1 kilo, Petrossian, California y Nueva York	13,600	0.0
Champaña: Dom Perignon 750ml 2005, 12 botellas, Sherry-Lehmann, Nueva York	1,919	-0.7
Cena: Gran menú, estimación por persona (incluye vino y propina), La Tour d’Argent, París	334	-12.5

Fuente: Forbes, Cost of living extremely well index 2015.

Por supuesto, el crecimiento en el consumo de los súper ricos favorece a las marcas de bienes de lujo. Las marcas más vendidas entre los multimillonarios chinos, el mercado más grande de bienes de lujo (D’Arpizio, et. al., 2015: 2), son Apple, Cartier, Tiffany & Co., Chanel, Bulgari, Louis Vuitton, Montblac, Giorgio Armani, Burberry, Givenchi, Gucci, Mercedes-Benz, Porsche, Rolls-Royce, Cadillac, etcétera (Hurun, 2016b). Como señala el reporte de Citigroup:

as the rich have been getting progressively richer over the last 30 years, saving less and spending more, the fortunes of companies that sell to the rich ought to have been good. Not only have the rich been earning and spending more, but they are less price elastic than typical consumers [...] they have a preference for Giffen goods, i.e., the more expensive they are, the more they are purchased (Kapur, 2005: 26).

Con una canasta que incluye 24 marcas de productos de lujo, Citigroup calculó en 17.8% la cuota de ganancia anual que recibieron estas empresas por vender al segmento más rico de la economía estadounidense entre 1985 y 2005 (2005: 28).

El consumo básico de los súper ricos

A diferencia de los artículos de lujo, los súper ricos y el resto de la sociedad tienen en común el gasto en vivienda, educación y alimentos, aunque ni su capacidad de compra ni su calidad se acercan. Las decisiones

de los millonarios con respecto a su educación, vacaciones y vivienda no están determinadas únicamente por su nivel de ingresos, sino que varían de acuerdo a sus preferencias de inversión, las políticas impositivas, la calidad del

"No es la especie humana quien ha puesto en riesgo la vida en el planeta, sino una fracción minúscula de la especie, probablemente el 1%." Víctor Toledo
(<http://let.iiec.unam.mx/node/749>)

medio ambiente, la seguridad alimenticia, su círculo de amistades o la facilidad de adaptación (Hurun, 2015). Como resultado, la geografía de los súper ricos está compuesta por una red de ciudades como Nueva York, Londres, París, Shanghai, Hong Kong, Dubai, San Francisco, que ofrecen a los millonarios ventajas en educación, políticas de migración, libertad financiera y contactos de negocios. Esta movilidad internacional los convierte en lo que algunos han denominado ciudadanos globales (Mazlish y Elliott, 2005; Freeland, 2015; Hurun, 2015); es decir, multimillonarios con educación, experiencia de vida y conexiones personales en diferentes países, pero con una visión compartida de sentido de mundo.

Educación

El gasto en educación es una de las principales inversiones de los multimillonarios. En primer lugar, la asistencia a una escuela prestigiosa garantiza una red de conocidos del mismo grupo social. Según *WealthInsight* (Morrison, 2016), 31 de las 50 universidades preferidas por los millonarios son estadounidenses: Harvard, Universidad de Pennsylvania, Stanford, Universidad de California, Universidad de Texas, Cornell, etcétera. En estas escuelas se reúnen familiares de ricos, de personas influyentes en la política o en la industria. Por ejemplo, en la escuela de negocios de Harvard estudiaron algunas de las personas más poderosas de Estados Unidos de acuerdo con *Forbes*, como Jamie Dimon, director ejecutivo de JPMorgan Chase; Michael Bloomberg, ex alcalde de Nueva York; Jeffrey Immelt, director ejecutivo de General Electric; George W. Bush, ex presidente de Estados Unidos; Robert Kraft, dueño del equipo de fútbol los Patriotas de Nueva Inglaterra; Sheryl Sandberg, directora de operaciones de Facebook, y Bill Gates, dueño de Microsoft, quien abandonó sus estudios (Forbes 2015).

Estudiar en estas universidades asegura enormes sueldos. Chrystia Freeland cita un estudio de las elecciones de los estudiantes en Harvard en el que se concluye que: en 1970, 22% de los estudiantes masculinos optaron por estudiar finanzas y administración, para 1990 la cifra aumentó a 38%, principalmente por las altas remuneraciones. En el mismo estudio se calcula que los altos sueldos en finanzas son cercanos a 1 millón de dólares, 195% por encima de otras ocupaciones (2015: 115).

La brecha que se abre entre los hijos de los súper ricos y el resto de los estudiantes es abismal. En las universidades de los multimillonarios las colegiaturas son de entre 100 mil y 200 mil dólares por un programa universitario de dos años (Byrne, 2016). En contraste, según el departamento de educación de los Estados Unidos, en el año 2014 al finalizar la universidad los estudiantes debían en promedio 35 mil dólares (Kantrowitz, 2015: 2).

Bienes raíces

Wealth-X reporta que los multimillonarios del mundo poseen en promedio 4 casas, dos de ellas para vacacionar (2015b: 15). Sin embargo, las propiedades de los súper ricos rebasan la noción de “casa”: se trata de palacios, de islas enteras, incluso de terrenos en la luna³. Lo que destaca son las características de las propiedades: casas ecológicas, terrenos vírgenes privatizados o construcciones que, por su lujo, perjudican a los vecinos. Como Fernand Braudel señaló al respecto de la vivienda: “es en la casa, en el mobiliario y en el vestir donde mejor puede manifestarse el lujo. Se muestra avasallador. Parece como si tuviera derecho a todo” (1984: 222).

La agencia inmobiliaria de lujo Sotheby’s International Realty, ofrece casas de lujo que cuentan con tecnología inteligente, paneles solares, diseño interior “verde” o certificación LEED⁴. Los precios varían según el país, la extensión de la propiedad y la tecnología verde incorporada en el diseño o la construcción. Por ejemplo, una casa de 600 metros cuadrados que utiliza paneles solares en Mallorca, España, cuesta casi 8 millones de dólares; una “ecológicamente amigable” de 49 hectáreas en Fortunago, Italia tiene un precio de más de 18 millones de dólares; y otra de más de 1,500 metros cuadrados en la bahía de San Francisco cuesta 35 millones de dólares (Galante, 2012). Este tipo de propiedades incluye sistemas de refrigeración geotérmica para enfriar el aire en la casa, calentamiento de la piscina con energía solar, sistemas de filtración de agua de lluvia para regar los jardines, ventanas de alto rendimiento con tres paneles de vidrio para mantener la energía, tanques que la calientan y distribuyen instantáneamente el agua (Maher, 2006). Además, en el diseño interior se utilizan telas y alfombras de fibras naturales, muebles hechos con madera

³ Roman Abramovich, quien ocupa el lugar 151 en la lista de multimillonarios de Forbes gracias a sus negocios con petróleo, regaló a su esposa 40 hectáreas en el hemisferio sur de la luna en 2008, además tiene dos submarinos y una flotilla de yates privados (Pruneda, 2016).

⁴ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) es una certificación del US Green Building Council que garantiza que, en cualquier etapa de la construcción de un edificio, se utilice menos energía, agua, se reduzca la emisión de gases de efecto invernadero y se utilicen materiales locales, para reducir el uso de combustibles fósiles en su traslado. Según los puntos que se obtengan, el proyecto puede recibir uno de los cuatro reconocimientos: certificado, plata, oro o platino (US Green Building Council, 2016).

producida de forma sustentable, pisos de una mezcla de cemento, papel y vidrio que se asemeja al mármol, etcétera (Stahura, s/f). No obstante, una mayor eficiencia en la utilización de energía no implica, en el caso de los millonarios, un cambio en sus patrones de consumo. De hecho, este minúsculo segmento de la población contamina más que el resto de la población mundial. De acuerdo con Oxfam(2015), el 1% de la población más rica en el mundo genera 175 más emisiones de carbono que el décil más pobre, derivadas de sus hábitos de consumo (2015: 4). En palabras de Davison “uno de los artículos de primera necesidad que el dinero compra es la habilidad para vivir en un ambiente sano y atractivo, y de evitar los riesgos de la contaminación en agua, aire y alimentos” (Davison, 2016: 345).

Las propiedades que sirven para vacacionar van desde los ranchos, casas con playas exclusivas, islas privadas, entre otros ambientes naturales. La compra de una isla privada se hizo popular entre los súper ricos en los años sesenta del siglo pasado, cuando Aristotle Onassis y Jacqueline Kennedy se casaron en la isla griega Skorpios, propiedad de Onassis, actualmente en manos del empresario ruso Dmitry Rybolovlev, quien se ubicó en el lugar 8 de la lista de multimillonarios que publicó *Forbes* este año. En Hawái, uno de los dueños de Oracle, Lawrence J. Ellison, compró Lanai, una isla de 36,500 hectáreas por 300 millones de dólares, para convertirla en un “próspero y sustentable paraíso en el Pacífico”, con la instalación de tecnologías verdes, para exportar productos orgánicos y crear bodegas de vino orgánico. Otros millonarios han adquirido terrenos considerados reservas naturales para su disfrute personal y el de sus familias, como Ted Turnes y Louis Bacon (Mohn, 2016).

Además de la privatización de islas, playas y bosques, la construcción de residencias y mansiones de lujo implica el uso indiscriminado de agua para fuentes decorativas; de energía eléctrica para calefacción, piscinas, innumerables lámparas, etcétera. Por ejemplo, en una colina de Bel-Air, en Los Angeles, el agente inmobiliario nacido en Israel, Mohamed Hadid, construyó una mansión de 2,787 metros cuadrados y 21 metros de altura, dos veces el límite legal, situada en un área de deslizamiento de tierras; que puso a la venta por 100 millones de dólares. Los vecinos se han quejado del peligro que representa para sus casas por la altura y el deterioro

que ha ocasionado en los suelos, por la cantidad de agua que utiliza y por el aumento de precios que ha generado en el vecindario (Story, 2015).

Consideraciones finales

El consumo suntuario es uno de los elementos articuladores de la identidad colectiva del pequeño grupo de los multimillonarios, como sustrato de una visión particular de mundo y como su base material. Los súper ricos comparten amistades, educación, proyectos y estrategias corporativas, recreaciones, intereses, incluso agendas.⁵ Esta visión y su materialidad están marcadas por el lujo excesivo e innecesario, por el despojo y el despilfarro de las riquezas naturales y humanas: agua, minerales, bosques, hombres y mujeres, son susceptibles de ser privatizados bajo este patrón de consumo. El consumo de los súper ricos no se caracteriza sólo los precios que pagan, sino porque el mundo material que han construido excluye al resto de la población.

No obstante, de ningún modo se trata de un grupo aislado, está estrechamente ligado con los círculos del poder corporativo, político, incluso militar: comparten lazos familiares, toman decisiones conjuntas en los foros mundiales, se ayudan para aumentar su poder político y económico.⁶ El siguiente paso en esta caracterización es ahondar en los vínculos entre los multimillonarios y las élites política y militar.

⁵ Según el *Billionaires Census* (Wealth-X, 2015a: 12), los eventos anuales donde se reúnen los multimillonarios son, entre otros, el Foro Mundial de Davos, el Festival de Cine de Cannes, el Grand Prix de Mónaco, la Semana de la Moda en París y el Abierto de Golf en Estados Unidos.

⁶ Oxfam señala la importancia del cabildeo pagado por los súper ricos en Estados Unidos, donde los dos ámbitos a los que se dirigen la mayoría de los esfuerzos son el presupuesto federal y la asignación de fondos federales y los impuestos (Hardoon, 2015: 9).

Bibliografía

- Braudel, Fernand [1984], *Civilización material, economía y capitalismo, Tomo I. Las estructuras de lo cotidiano: lo posible y lo imposible*, Madrid, Alianza, 546 pp.
- Byrne, John [2016], “Full Cost Of The MBA Keeps Rising: Four Schools Above \$200K”, *Poets & Quants*, 7 de marzo, <http://poetsandquants.com/2016/03/07/mba-costs-keep-rising-four-schools-now-200k/>
- Capgemini [2015], *The wealth report 2015*, Capgemini, pp. 58-67
- Chen, Liyan [2015], “Want To Live The 1% Life? Here's How Much It Costs”, *Forbes*, 30 de septiembre, <http://www.forbes.com/sites/liyanchen/2015/09/30/want-to-live-the-1-life-heres-how-much-it-costs/#48ad468e3dda>
- Credit Suisse [2010], *Global Wealth Report 2010*, Credit Suisse, pp. 1-29.
- Credit Suisse [2014], *Global Wealth Report 2014*, Credit Suisse, pp. 1-27.
- Credit Suisse [2015], *Global Wealth Report 2015*, Credit Suisse, pp. 1-28.
- Davison, Aidan [2016], “The luxury of nature: the environmental consequences of super-rich lives”, Hay, Iain y Jonathan V. Beaverstock (editores), *Handbook on wealth and the super-rich*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing.
- D'Arpizo, Claudia, et. al. [2015], *Luxury goods worldwide market study*, Bain & Company, Milan, 36 pp.
- Forbes [2015], “The Best Business Schools 2015”, *Forbes*, <http://www.forbes.com/business-schools/>
- Forbes [2008], “The world's billionaires 2008”, *Forbes*, http://www.forbes.com/lists/2008/10/billionaires08_The-Worlds-Billionaires_Rank.html
- Forbes [2016], “The world's billionaires 2016”, *Forbes*, <http://www.forbes.com/billionaires/list/#version:static>
- Freeland, Chrystia [2012], *Plutocrats. The rise of the new global super-rich and the fall of everyone else*, The Penguin Prees, Nueva York, 162 pp.
- Galante, Meredith [2012], “10 Beautiful Eco-Friendly Mansions That Are Currently On The Market”, *Business Insider*, 15 de octubre, <http://www.businessinsider.com/10-beautiful-eco-friendly-luxury-homes-2012-10?op=1>

- Hardoon, Deborah [2015], “Riqueza: tenerlo todo y querer más”, *Informe temático de Oxfam*, Oxfam International, 12 pp., <http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/wealth-having-it-all-and-wanting-more-338125>
- Hurun [2015], *Chinese Global Citizen 1.0*, Hurun Research Institute, 36 pp. <http://up.hurun.net/Humaz/201606/20160607130229107.pdf>
- Hurun [2016a], *Hurun Luxury Consumer Price Index 2016*, Hurun Research Institute, <http://www.hurun.net/EN/ArticleShow.aspx?nid=20810>
- Hurun [2016b], *12th Chinese Luxury Consumer Survey and Hurun Best of the Best Awards*, Hurun Research Institute, <http://www.hurun.net/EN/ArticleShow.aspx?nid=15698>
- Kapur, Ajay [2005], *Plutonomy: buying luxury, explaining global imbalances*, Citigroup, 35 pp.
- Kantrowitz, Mark [2015], “Who Graduates with Excessive Student Loan Debt?”, *Student Aid Policy Analysis Papers*, MK Consulting, 18 pp., www.studentaidpolicy.com/excessive-debt/
- Maher, Lucy [2006], “Millionaires' Green Mansions 2006”, *Forbes*, 15 de noviembre, http://www.forbes.com/2006/11/14/green-luxury-homes-forbeslife-re-cx_lm_1115mansions.html
- Mazlish, Bruce y Elliott R. Morss [2005], “A global elite?”, Alfred D. Chandler y Bruce Mazlish (editores), *Leviathans. Multinational corporations and the new global history*, Nueva York, Cambridge University Press, pp. 167-186.
- Mohn, Tanya [2016], “Billionaire Private Islands: 10 Luxurious Retreats and Hidden Hideaways”, *Forbes*, 31 de marzo, <http://www.forbes.com/sites/tanyamohn/2016/03/31/billionaire-private-islands-larry-ellison-richard-branson/#1221c3c74094>
- Morrison, Nick [2016], “These Colleges Produce The Most Millionaire Alumni”, *Forbes*, 18 de agosto, <http://www.forbes.com/sites/nickmorrison/2016/08/18/these-colleges-produce-the-most-millionaire-alumni/#781a591628da>
- Oxfam [2015], “La desigualdad extrema de las emisiones de carbono”, *Nota informativa de Oxfam*, 2 de diciembre, 16 pp.,

- https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/mb-extreme-carbon-inequality-021215-es.pdf
- Peretti, Jacques [2015], “What I learnt about inequality after spending time with some of the richest people in the world”, *Independent*, 01 de febrero, <http://www.independent.co.uk/voices/comment/what-i-learnt-about-inequality-after-spending-time-with-some-of-the-richest-people-in-the-world-10016438.html>
- Piketty, Thomas [2014], *El capital en el siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Pruneda, Ayko [2016], “¿En qué pasiones invierten los millonarios?”, *Forbes México*, 27 de julio, <http://www.forbes.com.mx/forbes-life/pasiones-millonarios/>
- Stahura, Barbara [s/f], *Many Shades of Green Luxury*, <http://www.udll.com/a/articles/many-shades-of-green-luxury.pdf>
- Story, Louise [2015], “A Mansion, a Shell Company and Resentment in Bel Air”, *The New York Times*, 4 de diciembre, <http://www.nytimes.com/2015/12/15/us/shell-company-bel-air-mansion.html>
- US Green Building Council [2016], *LEED*, <http://www.usgbc.org/leed>
- Volscho, Thomas W. y Nathan J. Kelly [2012], “The Rise of the Super-Rich. Power Resources, Taxes, Financial Markets, and the Dynamics of the Top 1 Percent, 1949 to 2008”, *American Sociology Review*, 77(5), octubre, 36 pp.
- Wealth-X [2014], *World ultra wealth report 2014*, UBS, 101 pp.
- Wealth-X [2015a], *Billionaire Census 2015-2016*, <http://www.billionairecensus.com/home.php>
- Wealth-X [2015b], *The global luxury residential real estate report 2015*, *Sotheby's*, 57 pp., <http://www.wealthx.com/wp-content/uploads/2015/02/Wealth-X-Sothebys-Global-Luxury-Residential-Real-Estate-Report-2015.pdf>
- Winters, Jeffrey A. [2011], “Oligarchy and democracy”, *The American Interest*, 7(2), septiembre, <http://www.the-american-interest.com/2011/09/28/oligarchy-and-democracy/>
- World Bank [2016], *World development indicators Database*, <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>

Genealogías corporativas

Genealogías corporativas presenta la historia de las grandes corporaciones y la manera en que transforman economías, sociedades, territorios y la vida. Desde una perspectiva de la competencia se mostrará la trayectoria económica, las tácticas, así como los métodos que utilizan las grandes empresas para generar sus fortunas.

Presencia e interés de ExxonMobil en México

Leticia Sánchez Hernández*

En el número anterior del Bo·LET·in se dedicó este espacio al análisis global de una de las más grandes empresas de petróleo, ExxonMobil. El texto desarrolló una explicación tanto de las formas, así como de las tácticas económicas, políticas y sociales que la compañía ha utilizado para su expansión. En este trabajo toca abordar su presencia en México.

Las primeras operaciones de la actual ExxonMobil en el país datan de 1887, por medio de los trabajos de su subsidiaria Waters-Pierce Oil Company.¹ Esta empresa instaló refinерías en las ciudades de México, Tampico, Veracruz y Monterrey. En aquella época, la petrolera estadounidense importaba crudo al mercado mexicano con singulares privilegios, por ejemplo, el no pagar impuestos aduanales. En sus refinерías se producía queroseno, gasolina, parafina, aceites y grasas lubricantes (Álvarez, 2006).

Durante el porfiriato Waters-Pierce Oil Company tuvo grandes ganancias en territorio mexicano, hecho que motivó la llegada de competidores extranjeros en los primeros años del siglo XX (Brown 1998); esto permitió que, por cuatro décadas aproximadamente, el capital externo operara los hidrocarburos nacionales. Fue hasta 1938, por la expropiación petrolera promulgada por Lázaro Cárdenas, que estas

* Maestra en Estudios Latinoamericanos y Licenciada en Economía, UNAM, leticia2662@yahoo.com.mx

¹ Conformada en Estados Unidos por Henry Clay Pierce y William H. Waters en 1873.

compañías perdieron toda concesión en las reservas minerales y de combustibles. La nacionalización afectó a por lo menos 17 empresas, dentro de las cuales figuraba la filial de ExxonMobil (López, 2013), la Huasteca Petroleum Company, que realizaba actividades de perforación.

Jonathan Brown (1988) muestra que antes de la expropiación no existían estímulos a empresas nacionales para la extracción de hidrocarburos. Reiteradamente se hablaba de incentivar la llegada de empresas extranjeras porque éstas poseían grandes cantidades de capital, una administración experimentada y, lo más importante, tecnología de punta.

Hoy en día, a 78 años de la expropiación petrolera y a causa de desajustes internos provocados por una mala administración de la empresa nacional de petróleo, se continúa con el mismo problema y discurso. El mayor esfuerzo por revertir de forma legal la nacionalización de los hidrocarburos, es la llamada reforma energética, aprobada en 2013, a través de la cual se ha abierto el sector petrolero a la participación extranjera, tras décadas de monopolio estatal.

Entre las empresas que se encuentran en primera fila para participar en el sector energético de México está ExxonMobil, firma que en 2011 anunció dos descubrimientos de petróleo y uno de gas natural en aguas profundas del Golfo de México (ExxonMobil Corporation, 2016). Se trata del campo Hadrian, cercano a la línea fronteriza México-Estados Unidos, en el Cinturón Plegado Perdido (CPP) del lado estadounidense (ver serie 1). La petrolera cataloga a este descubrimiento como uno de los más grandes en la última década. Su extracción de gas natural comenzó en marzo de 2015, con un promedio diario de 257 millones de pies cúbicos y 64 mil barriles de líquidos² (Exxon Mobil Corporation, 2015: 26). Esta reciente práctica de extracción (con una profundidad cercana a los dos y medio kilómetros) suma puntos en la experiencia en aguas profundas para las ofertas del CPP de la zona mexicana.³

² La producción es de petróleo crudo y líquidos de gas natural en un mismo pozo.

³ Además de la operación de ExxonMobil en el campo Hadrian, en el que tiene una participación de 47%, en colaboración con otras compañías opera en aguas profundas del

Esta zona está catalogada como área estratégica porque existen valiosos descubrimientos de petróleo, tanto en la parte mexicana como en la estadounidense, y porque contiene importantes trampas potenciales de hidrocarburos⁴ (Patiño, et., al. 2003). En ella también se encuentra el Campo Trión de crudo ligero, en el que Pemex tenía exclusividad por asignación directa a partir de la primera oferta de áreas para la extracción y explotación de hidrocarburos (ronda cero) establecidas como parte de la reforma energética. Dejando de lado el derecho de ser el único operador en una destacada zona, la empresa estatal mexicana optó por ofertarla como la primera propuesta para asociarse con empresas extranjeras.

Esta oferta ha atraído el interés de inversionistas extranjeros. El director general de Pemex Exploración y Producción (PEP), Gustavo Hernández García, manifestó que la extracción de hidrocarburos en aguas profundas se realizará con empresas que tengan experiencia en el campo, como Exxon, Chevron, Shell y British Petroleum, dentro de las principales (Rodríguez, 2014). Mismas empresas que desde junio de 2013 ofrecieron a Pemex la infraestructura ya existente en el lado estadounidense (Rodríguez, 2014), además de esta oferta, la atracción de la zona ha generado rumores de alianzas entre grandes empresas, poco antes de la publicación de la precalificación para la cuarta convocatoria de la ronda uno, *Blommborg* reportó que ExxonMobil, Chevron y Hess acordaron ofertar juntas por el derecho a operar el crudo en aguas profundas (Williams y Stillman, 2016), cinco días después se publicaron los resultados de la precalificación en la que figuran 25 empresas extranjeras y Pemex,⁵ ahora es un

Golfo de México del lado estadounidense, éstos son las plataformas de Hoover-Diana y Thunder Horse Lucius.

⁴ En la exploración petrolera, una trampa de hidrocarburos se refiere a un “yacimiento petrolífero con una geometría que permite la concentración de hidrocarburos y los mantiene en condiciones hidrodinámicas propicias impidiendo que estos escapen” (Base de Datos Institucional – BID).

⁵ El listado de las empresas precalificadas se puede consultar en la siguiente liga: <http://rondasmexico.gob.mx/104-ap-seguimiento-y-transparencia/#precalificados>.

hecho que ExxonMobil y las demás megacorporaciones señaladas se encuentran incluidas para participar en la subasta de aguas profundas del 5 de diciembre del presente año (Comisión Nacional de Hidrocarburos, 2016).

Recientemente, Anne Leonard (2015) ha estudiado la importancia del Golfo de México en materia petrolera y la actividad que el Bureau of Ocean Energy Management (BOEM) de Estados Unidos ha realizado a partir de la reforma energética mexicana para ofertar en 2017 los bloques abiertos en el Área de Planificación Central y Occidental del Golfo. Lo que se puede avizorar es que una vez abiertos los bloques en ambos lados de la frontera habrá flexibilidad para la exploración e inversión transfronteriza intensificada.

El énfasis dedicado al tema de exploración y explotación se debe a que es la actividad más rentable e importante en la industria. Sin embargo, hasta ahora el negocio de ExxonMobil en México es principalmente en refinación y petroquímica, gracias a estas actividades es que la empresa ha permanecido por más de 130 años en la nación. Pablo Conrad, director General de ExxonMobil México, afirma que los dos segmentos más relevantes para la empresa son la industria de lubricantes y la de químicos. Actualmente cuenta con una planta de lubricantes en la zona de Vallejo en la Ciudad de México y una terminal química en Tuxpan, Veracruz (Vázquez, 2013).

La estrategia de la petrolera tiene como eje la creación de ventajas en materia tecnológica; por ejemplo, en 2012 Jaime Buitrago, Director de ExxonMobil Exploración y Producción México, manifestó que Pemex utiliza tecnología de ExxonMobil en sus refinerías (The Business Year, 2012). En 2013, ambas petroleras firmaron un acuerdo de colaboración técnica y científica en materia de investigación, desarrollo científico, tecnológico y de recursos humanos, para todas las fases de la producción, exploración, perforación, explotación, transporte y almacenamiento (ExxonMobil Corporation, 2016).

Esta empresa se va incorporando en operaciones de mayor importancia por medio de acuerdos que le darán ventaja en su avance para explorar y extraer

hidrocarburos en el país, ahora que el gobierno mexicano acoge a los capitales externos en actividades y zonas estratégicas.

Cuadro 1. Datos generales de ExxonMobil en México, 2016

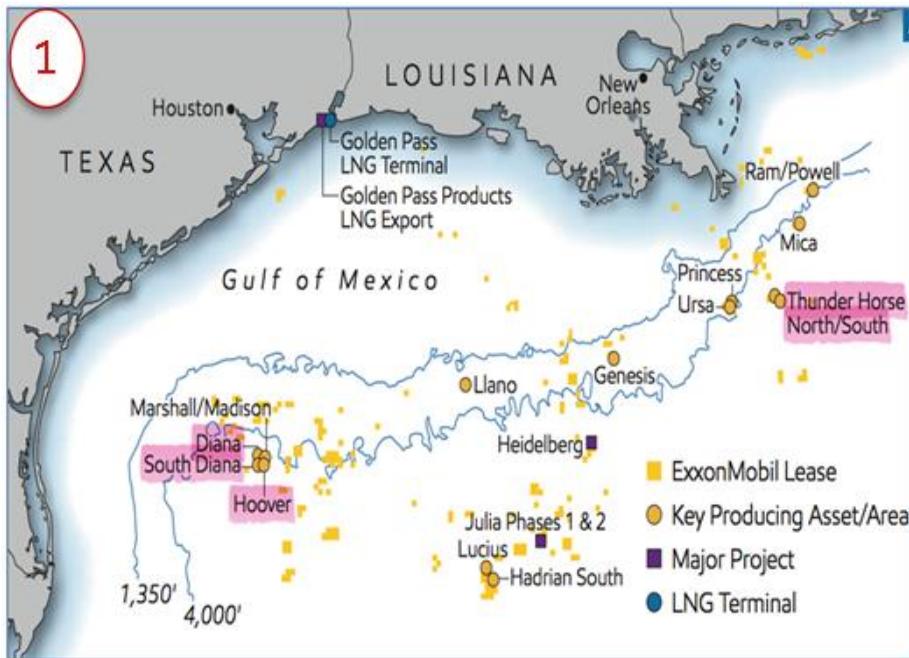
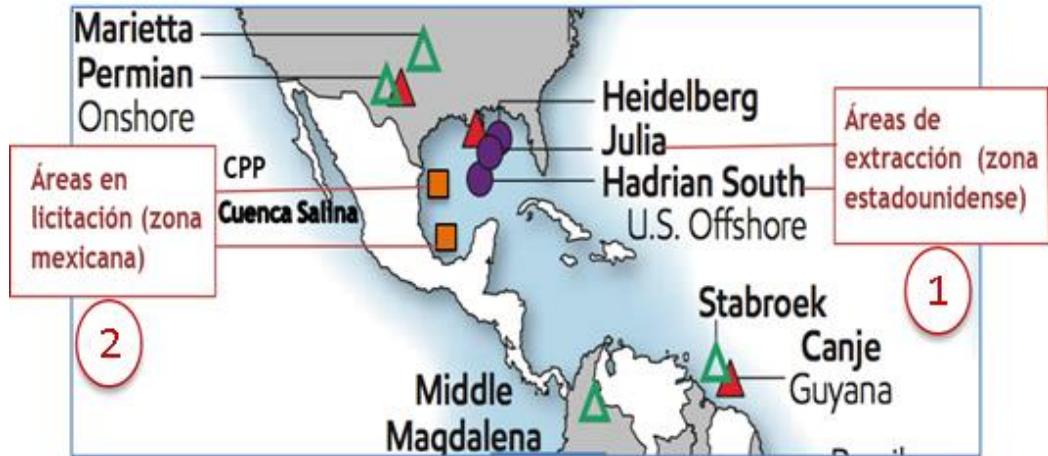
Director General	Pablo Conrad
Director de Exploración y Producción	Jaime Buitrago
Presidente Ventures Mexico	Enrique Hidalgo
Operaciones en México	
Planta de lubricantes:	Una en Vallejo, Ciudad de México
Empleos:	200 directos y más de 1500 indirectos
Terminal química:	Una en Tuxpan, Veracruz
Empleos:	no determinado
Principales productos:	Mobil 1, Mobil Super, Mobil Special, Mobil Delvac y Mobil SHC

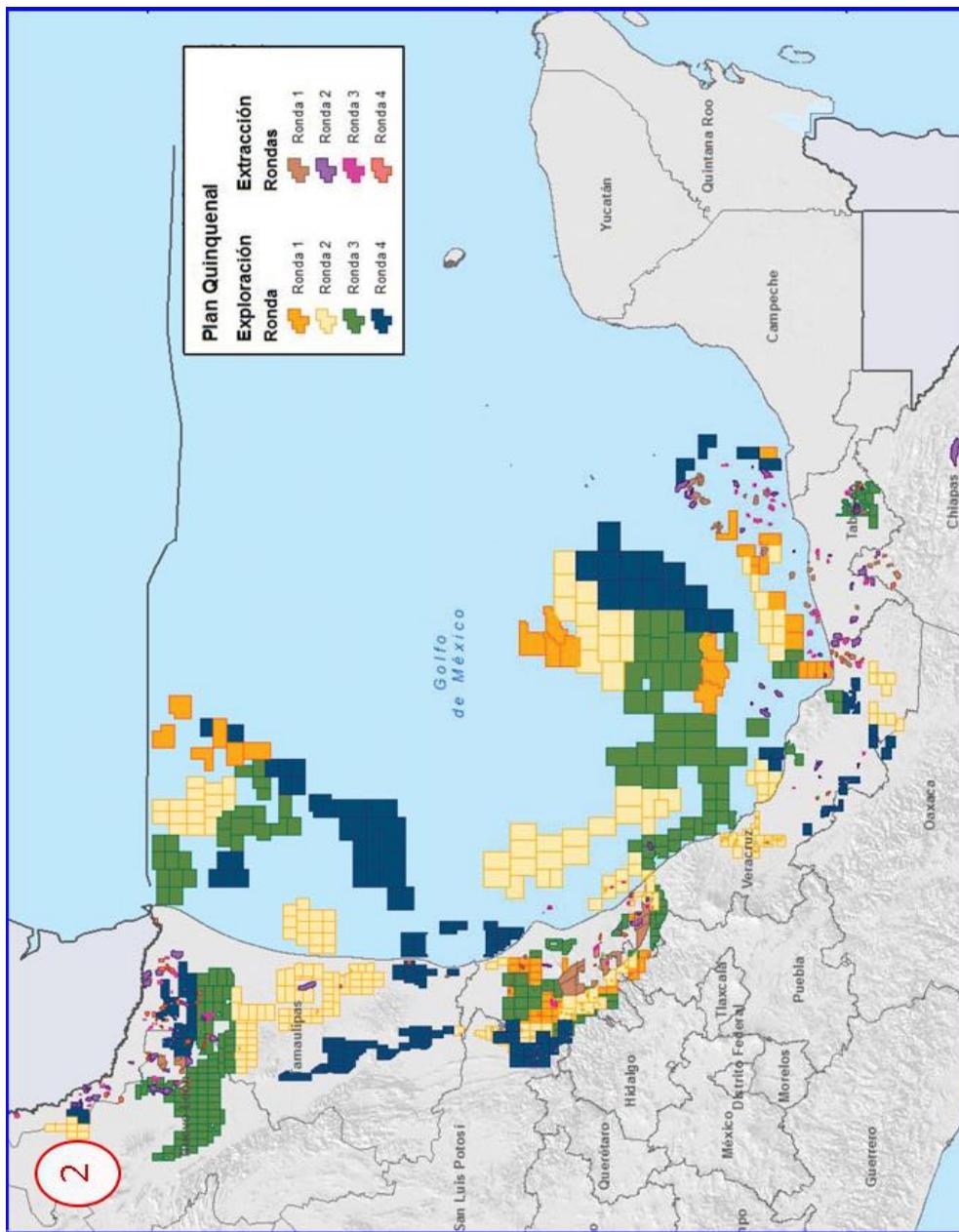
Fuente: ExxonMobil Corporation, 2016.

Es importante identificar el vínculo comercial entre estas empresas, Jaime Buitrago en entrevista con *The Business Year* (2012), afirmó que “ExxonMobil es uno de los principales compradores de crudo de Pemex y uno de sus principales proveedores de productos refinados, como la gasolina”.

En un momento de crisis energética, ecológica y económica mundial, las empresas siguen buscando campos para extraer petróleo, la zona mexicana del Golfo de México no pasa desapercibida por la calidad prometida. La oferta es nada menos que de aceite superligero en el CPP; de cuatro áreas ofertadas, tres contienen aceite superligero y una ligero. En la Cuenca Salina, de seis áreas, cuatro son de aceite ligero y dos de pesado; sin duda, dentro de los próximos socios de Pemex figurará ExxonMobil. Pese a todas las declaraciones oficiales sobre la conservación de la soberanía de los hidrocarburos, concluyamos con una cita de Kindleberger (1969) sobre la inversión extranjera “la clave no es el porcentaje de la propiedad, sino dónde se ubica el poder de la toma de decisiones”, la pregunta es: ¿estará en México?

Serie 1. Mapas de hidrocarburos en el Golfo de México. Áreas de extracción de ExxonMobil y áreas en licitación





Fuente: elaborado con información de ExxonMobil Corporation; Secretaría de Energía, 2016.

Bibliografía

- Álvarez, Joel [2006], *Crónica del petróleo en México: De 1863 a nuestros días*, México, Archivo Histórico de Petróleos Mexicanos, 171 pp., <http://petroleo.colmex.mx/index.php/linea/85>
- Base de Datos Institucional, “Términos usados en la industria petrolera”, *Base de Datos Institucional* – BID, <http://www.ri.pemex.com/files/content/Glosario%2020101221.pdf>
- Brown, Jonathan C. [1998], *Petróleo y revolución en México*, México, Siglo XXI, 412 pp.
- Comisión Nacional de Hidrocarburos [2016], “Precalificación de la Cuarta Convocatoria de la Ronda 1: Licitación CNH-R01-L04/2015”, Comisión Nacional de Hidrocarburos, 25 de agosto, <http://www.gob.mx/cnh/articulos/precalificacion-de-la-cuarta-convocatoria-de-la-ronda-1-licitacion-cnh-r01-l04-2015>
- Exxon Mobil Corporation [2015], *Financial & operating Review 2015*, Irving, 94 pp.
- Exxon Mobil Corporation [2016], *Página oficial*, <http://corporate.exxonmobil.com>
- Kindleberger, Charles P. [1969], *American Business Abroad. Six Lectures on Direct Investment*, New Haven, Yale University Press, 225 pp.
- La razón [2015], “Pemex va por 5 áreas en aguas profundas”, *La Razón*, 24 de julio, <http://razon.com.mx/spip.php?article270144>
- Leonard, Anne [2015], “Offshore Drilling in The Gulf of Mexico: US and Pemex Activity”, *Drillinginfo*, 3 de febrero, <http://info.drillinginfo.com/offshore-drilling-gulf-of-mexico/>
- López, Hedelberto [2013], “México ¿se acaba la soberanía económica?”, *Opciones*, 27 de diciembre, <http://www.opciones.cu/internacionales/2013-12-27/mexico-se-acaba-la-soberania-economica/>
- Patiño, Jaime, *et. al.*, [2003], “El Cinturón Plegado Perdido Mexicano. Estructura y potencial petrolero”, *Boletín de la Asociación Mexicana de Geólogos Petroleros (AMGP)*,

50:3-20, enero-diciembre, http://archives.datapages.com/data/amgp/pdf-content/2003/2003_ENERO-DICIEMBRE_1a_X.html

Rodríguez, Israel [2016], “BP, Chevron, Exxon y Shell van por bloques en el Golfo de México”, *La jornada*, 18 de junio, <http://www.jornada.unam.mx/2016/06/18/economia/017n1eco>

Secretaría de Energía [2016], “Programa Quinquenal de Licitaciones para la Exploración y Extracción de Hidrocarburos 2015 – 2019”, *Secretaría de energía, Sener*, <http://www.gob.mx/sener/acciones-y-programas/programa-quinquenal-de-licitaciones-para-la-exploracion-y-extraccion-de-hidrocarburos-2015-2019>

The Business Year [2012], “Gulf of Opportunity”, *The Business Year*, <https://www.thebusinessyear.com/mexico-2012/gulf-of-opportunity/b2b>

Vázquez, Sonia [2012], “Pablo Conrad, director General de ExxonMobil México”, *Alianza automotriz*, 13 de agosto, <http://www.alianzaautomotriz.com/noticias/pablo-conrad-director-general-de-exxonmobil-mexico/>

Williams, Adam y Amy Stillman [2016], “Exxon, Chevron, Hess in Joint Bid for Mexican Oil”, *Bloomberg*, 19 de agosto, <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-08-18/exxon-chevron-hess-said-to-be-in-joint-bid-for-mexican-oil>

Avances de investigación

Empresas transnacionales en Tijuana

*Julietta Martínez Cuero**

Tijuana es una de las ciudades fronterizas de mayor atracción para el capital transnacional debido a su proximidad geográfica con Estados Unidos, principal mercado del mundo. En 1965, la puesta en marcha del Programa de Industrialización Fronteriza (PIF) alentó la instalación de empresas transnacionales en la zona; desde entonces, el capital extranjero ha ingresado bajo la forma de empresas maquiladoras. A lo largo de los años, su emplazamiento ha definido la organización económica de esta ciudad fronteriza bajo la lógica de encadenamientos productivos dirigidos hacia el exterior. En este trabajo se muestra la actual conformación de la industria maquiladora de exportación (IME) en Tijuana; el objetivo es demostrar el predominio de empresas transnacionales con sede corporativa fuera de México en esta industria; al mismo tiempo se cubrirá un vacío en las estadísticas oficiales sobre maquilas, una vez que INEGI ha dejado de generar la Estadística mensual de industria maquiladora de exportación (EMIME) desde 2006. Para realizar este trabajo se recurre a datos de la empresa Marketing Industrial Integral S de RL de CV, que contabiliza al número de empresas maquiladoras instaladas en Baja California, y al Directorio Nacional de Unidades Económicas (DNUE) emitido por INEGI.

Tijuana: una de las ciudades más dinámicas de la región Noroeste de México

Tijuana es la segunda economía más importante de la región Noroeste de México, en ella se localizan cuatro de las 500 empresas más importantes que operan en el país (Expansión, 2016): Samsung, empresa de electrónica con sede en Corea; Flextronics

* Programa de Becas Posdoctorales en la UNAM, Becaria del Instituto de Investigaciones Económicas. Correo electrónico: julma50@hotmail.com

Manufacturing México, empresa de la industria médica con sede en Singapur; Toyota, perteneciente a la industria automotriz y autopartes con sede corporativa en Japón; y Honeywell Aerospace de México, con sede en Estados Unidos y perteneciente a la industria aeroespacial.

Después de Ciudad Juárez, Tijuana es la ciudad fronteriza que más inversión extranjera recibe, según datos emitidos por la Secretaría de Desarrollo Económico de Baja California, en el primer trimestre de 2016 se registraron 481 millones de dólares focalizados principalmente en la industria manufacturera de Tijuana. Esta cifra superó en 75% registrado en el mismo periodo durante 2015, que fue de 120.2 millones de dólares.

Si consideramos la recepción de inversión extranjera directa a nivel estatal, de 1997 al primer trimestre de 2016, observamos que Baja California ha ocupado el sexto lugar a nivel nacional y el segundo de la región Noroeste con una participación acumulada de 4.9% del total nacional, equivalente a 21,236.5 millones de dólares. En contraste, Chihuahua ha recibido 27,497.5 millones de dólares del total acumulado durante el mismo período y ha ocupado el cuarto lugar a nivel nacional; de acuerdo con los datos de la Secretaría de Economía (2016). La industria manufacturera de Ciudad Juárez y de Tijuana ha sido clave en la atracción de capitales transnacionales en Chihuahua y Baja California.

Mirar la división de la estructura productiva de Baja California permite conocer la dinámica del capital transnacional en Tijuana, considerando que se trata del municipio con mayor dinamismo económico de toda la entidad con una contribución al empleo estatal de 51%.¹ En general, se trata de una economía terciarizada, pero con un importante aporte del sector secundario a la producción y al empleo. En 2014, la participación del sector terciario al Producto Interno Bruto (PIB) estatal fue de 62% y de 59% al empleo; mientras que la aportación del sector secundario fue de 36% y 32.53 % respectivamente (INEGI, 2014). Al analizar las actividades del sector secundario destacan dos hechos que apuntan a la organización económica de Tijuana

¹ Al momento de escribir este documento la ausencia de datos oficiales limitó la desagregación a nivel municipal del PIB.

orientada al exterior. El primero tiene que ver con la especialización de la industria manufacturera en actividades pertenecientes a la IME. El segundo está relacionado con el dominio del capital transnacional en las industrias reconocidas como las más dinámicas y rentables de Tijuana: electrónica, aeroespacial y médica.

Tijuana, lugar de emplazamiento de empresas transnacionales

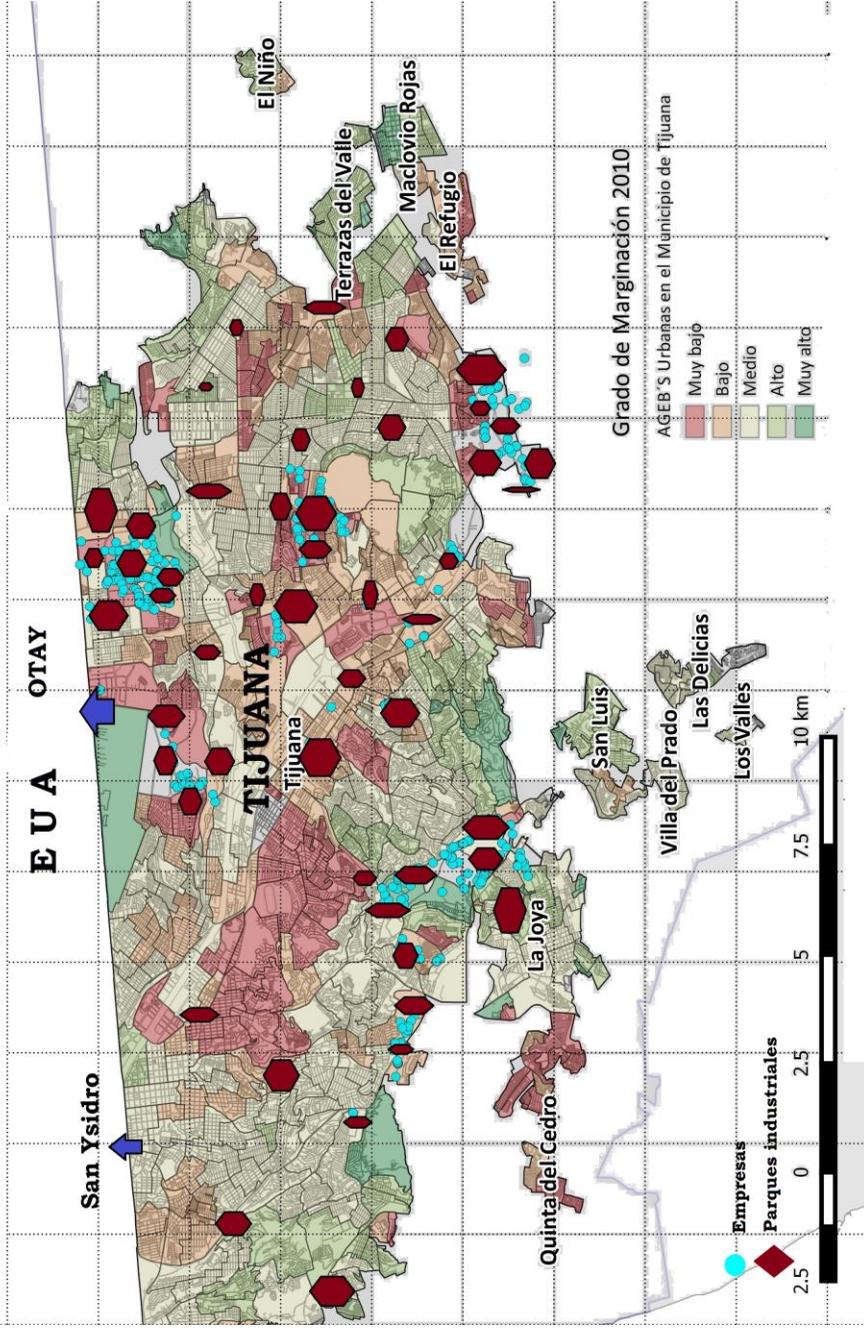
Así lo muestra la aglomeración de empresas y la disposición de infraestructura destinada a la industria. Del total de empresas que conforman a la IME en Baja California, el 60.84% se concentra en Tijuana. La expansión del capital transnacional, alentada por los bajos costos de producción y la cercanía con Estados Unidos, ha provocado una mayor demanda del suelo. Actualmente existen aproximadamente 69 espacios destinados al desarrollo de la industria maquiladora.²

En el Mapa 1, se puede ver cómo la ocupación de 459 empresas y 743 plantas maquiladoras, en un territorio de 879 km², resulta abrumadora; considerando que a la par del ensanchamiento de la IME se ha producido una mayor densidad poblacional alrededor de las zonas industriales.

Tijuana es el municipio con mayor número de habitantes de Baja California, con 1 millón 641 mil 570 personas alberga al 49.4% del total de la población de ese estado, alcanzando una densidad de 1,353.62 habitantes por cada kilómetro cuadrado (INEGI, 2015). En este escenario, la organización del espacio en la ciudad obedece a las necesidades de las grandes empresas emplazadas en la IME. De los 69 parques y zonas industriales, 35 parques y 2 zonas industriales son las de mayor afluencia empresarial y poblacional, entre otras cosas por la facilidad de acceso a la frontera México-Estados Unidos. Entre estos se encuentran: Ciudad Nueva Tijuana-Mesa Otay, que aloja a 65 empresas; El Pacífico I y II, con 44 empresas asentadas; El Florido I y II, con 28 empresas; Los Pinos I, II, III, con 26; Nueva Tijuana Mesa Otay-Sección Dorada, con 19; y Baja Maquila-El Águila con 18.

² Además de los parques industriales existen otros espacios, calles y colonias, destinados a la industria que no se encuentran contabilizados en ninguna fuente oficial.

Mapa 1. Parques y zonas industriales en Tijuana, 2016



Fuente: elaborado con información del Directorio Nacional de Unidades Económicas, INEGI, 2016.

La importancia de ubicar estos espacios industriales al tiempo de mostrar su establecimiento en zonas con diferentes grados de marginación reside en la necesidad de identificar procesos urbanos asociados a la presencia de la IME.

Cuadro 1. Industria Maquiladora de Exportación, Tijuana, 2016

Ramas	Número de plantas maquiladoras
Electrónica	85
Plásticos	83
Aceros y metales	54
Mueble	54
Automotriz	52
Moldeo de plástico por inyección	51
Metalmecánica	49
Médico	48
Accesorios	38
Eléctrico	35
Textil	33
Aeroespacial	31
Cables y arneses	24
Terminados y acabados	23
Varios	21
Artículos deportivos	14
Empaques y embalajes	14
Aluminio y vidrio	13
Productos químicos	8
Alimentos y bebidas	5
Juguetes	4
Herramientas	3
Energías renovables	1

Fuente: elaborado con información del Directorio de la Industria Maquiladora de Baja California.

Por ejemplo, el asentamiento irregular de colonias en las cercanías de las maquilas, la invasión de terrenos, y/o el desarrollo de unidades habitacionales dispuestas para los trabajadores en zonas donde se carece de servicios básicos, agua entubada, drenaje o alumbrado público. Un primer acercamiento nos permite establecer el desarrollo de infraestructura básica dirigida a la industria y al mercado estadounidense marginando a la población local.

Al prestar atención en el número de plantas maquiladoras que conforman la IME se advierte que las ramas industriales con mayor afluencia son: electrónica, 85 plantas; plástico, 83; aceros y metales, 54; mueble, 54; automotriz, 52; moldeo de plástico por inyección, 51; metalmecánica ,49; y médica, 48; la suma de todas ellas representa el 64% del total de empresas maquiladoras registradas en el 2016 (Cuadro 1). El número de maquilas es mayor al número de empresas, debido a que existen empresas con más de una planta maquiladora; por ejemplo, las de las industrias electrónica y médica.

País sede de las empresas emplazadas en la IME

De cada 10 empresas que conforman la IME en Baja California 71% tienen su sede corporativa fuera de México. En el caso de Tijuana la proporción es parecida, el 76% de empresas instaladas en la zona tienen su sede corporativa en el extranjero y solo 24% en México (Cuadro 2).

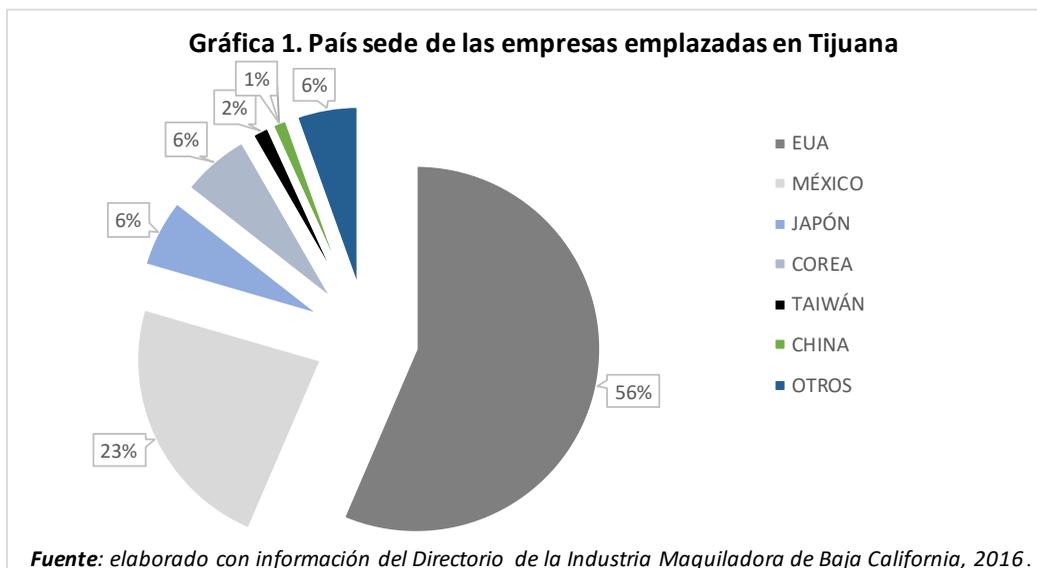
Cuadro 2. Empresas maquiladoras en Baja California, distribución municipal

Municipio	Número de empresas	Número de empleados	Extranjeras	Mexicanas
Tijuana	459	190487	345	114
Mexicali	165	81410	110	55
Tecate	84	10780	55	29
Ensenada	58	17469	32	26
Rosarito	13	3993	10	3
Baja California	779	304139	552	227

Fuente: elaborado con información del Directorio de la Industria Maquiladora de Baja California, 2016.

La concentración de capital transnacional en algunas ramas de la IME obedece a una economía determinada por la lógica de encadenamientos productivos dirigidos al exterior. Desde la creación del PIF, Tijuana es un área periférica de acumulación de capital en beneficio para las empresas con sede corporativa fuera de México.

En la Gráfica 1, se muestra la distribución por país sede de las empresas instaladas en Tijuana. De las 346 empresas con sede corporativa en el extranjero, 75.07% la tienen en Estados Unidos, 8.2% en Corea, 8.1% en Japón, y 2.03 % en Taiwán. Francia y Reino Unido albergan 3 % de las sedes corporativas de las empresas instaladas en Tijuana. Lo anterior apunta a que la industria maquiladora tijuana continúa siendo un elemento central de la capacidad competitiva de la industria estadounidense al mantener el liderazgo en las principales actividades de la IME a pesar que desde los años setenta del siglo pasado, las empresas con sede en Asia se han ido posicionando en la zona.¹



¹ Desde la consolidación de la IME han sido las empresas con sede corporativa en Estados Unidos las que han predominado en la región, aunque a partir de los años setenta del siglo pasado cedieron terreno en ramas estratégicas, electrónicas y eléctricas, a las empresas de capital asiático.

Sectores de mayor atracción para el capital transnacional

Organismos oficiales, como Pro México y Canacintra, señalan que los sectores maduros para atraer inversión extranjera directa a Tijuana son los de electrónica, aeroespacial, producción de dispositivos médicos y automotriz terminal, siendo este último el de menor importancia. En el Cuadro 3, se muestra la distribución de las empresas por rama productiva según el país sede.

Cuadro 3. Distribución por rama productiva según país sede de las empresas (porcentaje)

EUA		México		Japón	
Electrónico	16	Plástico	19	Plástico	33
Médico	12	Mueble	17	Electrónico	18
Mueble	12	Electrónico	14	Metal mecánica	15
Plástico	11	Acabados	9	Acabados	12
Automotriz	10	Misceláneos	8	Eléctrico	6
Aeroespacial	9	Textil	7	Automotriz	6
Metal mecánica	7	Accesorios	7	Arneses y cables	6
Eléctrico	6	Metal mecánica	6	Misceláneos	4
Resto	18		14		0
Total	100		100		100
Corea		Taiwán			
Electrónico	38	Electrónico	58		
Plástico	31	Plástico	14		
Automotriz	19	Textil	14		
Textil	12	Metal mecánica	14		
	100		100		

Fuente: elaborado con información del Directorio de la Industria Maquiladora de Baja California y del Directorio Nacional de Unidades Económicas de INEGI, 2016.

El liderazgo de las empresas con sedes corporativas en Asia en las ramas de la electrónica y eléctrica se corresponde con el número de empresas emplazadas en estas ramas. En el caso de las empresas que tienen su sede en Estados Unidos, se observa una importante diversificación en

“En 1970 existían en México 170 de las empresas más importantes de Estados Unidos, con 242 filiales o subsidiarias, de las cuales 207 estaban constituidas por capital norteamericano en una proporción mayor al 50%” Víctor García [1979], <http://let.iiec.unam.mx/node/799>.

todas las ramas productivas, aunque es evidente su concentración en las industrias: aeroespacial, médica y electrónica. Mientras que, en el caso de las empresas con sede en México, es notoria su especialización en actividades con un bajo componente tecnológico.

Como se muestra en el Cuadro 3, la industria electrónica a pesar de la importancia de otros sectores considerados estratégicos en la captación de inversión extranjera directa, es la rama con mayor número de empresas transnacionales. Su interconexión con otras actividades industriales explica su importancia en la ciudad.

La producción-ensamblaje de televisores es la actividad más relevante de la industria electrónica en cuanto al nivel de producción, flujos de inversión extranjera directa y volumen de exportaciones hacia Estados Unidos. Según datos de la Secretaría de Desarrollo de Baja California, anualmente la producción de televisores de alta tecnología supera los 30 millones de unidades, de los que se exporta 90% a Estados Unidos.

De la industria del televisor, las principales empresas son: Samsung, Foxconn, Plantronics, Panasonic y TCL Moka (Sanyo) (Cuadro 4). De todas ellas la más grande en cuanto a volumen de ventas es Samsung con sede en Corea, con ventas anuales de 97 millones de pesos por ventas anualmente, según el ranking de 2016 emitido por la revista *Expansión*.

Respecto al empleo que generan estas empresas es importante aclarar que no se cuenta con datos oficiales. A partir de la información rastreada en el Directorio de la Industria Maquiladora de Exportación de Baja California, se puede presentar un

balance aproximativo sobre el empleo. En este escenario Foxconn con sede en Taiwán es la empresa más grande con una plantilla de 6,000 trabajadores. Le sigue Samsung con 3,700 empleados y Plantronics con 2,300. Panasonic se queda muy por detrás con 500 empleados. La falta de datos oficiales sobre el empleo hace suponer que la cantidad reportada se refiere solo al número de trabajadores contratados directamente por cada una de las empresas, dejando fuera a los que laboran mediante esquemas de sub-contratación.

Cuadro 4. Principales empresas emplazadas en la industria electrónica

Nombre	País sede	Personal empleado		Actividad
		DIM*	INEGI	
Foxconn Baja California, S.A. de C.V.	Taiwán	6000	251 y más	Fabricación de pantallas LCD
Samsung Mexicana, S.A. de C.V.	Corea	3700	251 y más	TV/Audio/Video
Plantronics	EUA	2300	251 y más	Fabricación de aparatos de comunicación
Bose Corporation, S.A. de C.V.	EUA	1700	251 y más	Fabricación de amplificadores y bocinas
Diamond Electronics, S.A. de C.V.	México	1700	101 a 250	Ensamble de televisiones
Smk Electrónica, S.A. de C.V.	Japón	1300	251 y más	Manufactura de controles remotos para televisión y audio
Harman de México S de RI de C.V	EUA	650	251 y más	Manufactura y ensamble de bocinas para televisores
Inzi Display México, S.A. de C.V.	Corea	600	251 y más	Manufactura de accesorios para televisión
Panasonic Avc Networks	Japón	500	251 y más	Manufactura de televisores
Trend Smart Ce México, S. de R.L. de C.V.	China	350	101 a 250	Ensamble de televisiones
Adi Systems México, S.A. de C.V.	Taiwán	300	251 y más	Ensamble de televisiones.
Delta Electronics México, S.A. de C.V.	Taiwán	300	251 y más	Manufactura y ensamble de televisores y pantallas LCD
Kyung In México, S.A. de C.V.	Corea	200	51 a 100	Ensamble de televisiones
Oshitani de México	Japón	16	11 a 30	Productos de esponja para la electrónica
Tcl Moka Manufacturing	China	619	251 y más	Ensamble de televisiones

* Aproximado y reportado por las empresas al Directorio de Industria Maquiladora de Exportación.

Fuente: elaborado con información del Directorio de la Industria Maquiladora de Baja California y del Directorio Nacional de Unidades Económicas de INEGI, 2016.

En el Cuadro 4, se muestran las actividades realizadas por estas empresas, destacando que en su mayoría se refieren a tareas de ensamblaje de pantallas o de producción de componentes de audio. Esto nos conduce a la idea de que el proceso productivo en las empresas transnacionales-maquiladoras implica una división internacional del trabajo diferenciada respecto a actividades de menor y mayor valor agregado de acuerdo a su posición relativa en la cadena productiva a la que pertenecen. En Tijuana, las grandes empresas de la industria del televisor: Samsung, Foxconn y Panasonic realizan tareas intensivas en fuerza de trabajo.

Por años se ha considerado a Tijuana la capital del televisor y en la actualidad no cabe duda de que esta industria se expande. En el 2014, la empresa Foxconn con sede en Taiwán anunció una inversión de 230 millones de dólares destinados a la ampliación de sus instalaciones a lo largo de la frontera norte de México (El Financiero, 2014). De igual manera Samsung informó inversiones por 100 millones de dólares para expandir sus actividades en Tijuana durante los próximos 5 años a partir de 2016 (Cervantes, 2014). Estas empresas hacen hincapié en la generación de empleos calificados y en el arrastre de otros sectores productivos. Sin embargo, hasta el momento, el número de proveedores locales es reducido y especializado en el abasto de servicios poco calificados como la producción de empaques y embalajes y/o la oferta de servicios de limpieza.

Otro de los sectores clave para el emplazamiento de las grandes transnacionales en Tijuana es el aeroespacial. Sector que es controlado en un 90% por empresas con sede en Estados Unidos. Las empresas más relevantes son Honeywell Aerospace de México y Zodiac Aerospace. La primera con un volumen de ventas de 8,690 millones de pesos anuales. Cabe mencionar que al momento de escribir este documento la industria aeroespacial se expande hacia Mexicali.

Finalmente, la industria de producción de dispositivos médicos también es controlada por Estados Unidos, las empresas con sede en este país son las que más insumos producen y es también el país de destino de casi toda la producción. Aunque hasta el momento la empresa más importante en el giro es las empresas Flextronics con sede Singapur, quien reportó ventas en el 2015 por 55,150 millones de pesos. De

acuerdo a datos de Promexico (2016) las exportaciones anuales de la industria médica son en promedio de 4, 917 millones de dólares.

Reflexiones finales

Como se ha mostrado, Tijuana es el municipio más dinámico de Baja California, con un modelo económico basado en la industria maquiladora de exportación y orientado al exterior. La presencia de empresas transnacionales coincide con la deslocalización internacional de procesos productivos. El posicionamiento y despliegue de empresas transnacionales en la industria maquiladora se explica por las ventajas competitivas que en la región se ofrecen: abundante fuerza de trabajo y flexibilidad en las leyes de regulación fiscal y ambiental.

Hasta ahora el predominio de las empresas estadounidenses es evidente en la industria maquiladora en cuanto al número de empresas, 75.0% del total; empleo generado, 61.1%; y dominio en dos de las ramas industriales más dinámicas y rentables, aeroespacial y médica. El rol de las empresas con sede en Asia es determinante en la organización de la ciudad debido a la importancia de la industria electrónica, especialmente de la industria del televisor.

Finalmente, la evidencia que se proporciona en este trabajo nos permite trazar líneas de análisis asociadas a la presencia de empresas transnacionales considerando que su emplazamiento en Tijuana está determinado por su condición de cercanía con Estados Unidos. Existe una relación peculiar entre la complejidad de movimientos poblacionales en esta ciudad fronteriza y la expansión de la industria maquiladora dominada por empresas

“De acuerdo a un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la industria tecnológica mexicana es 10 veces menos productiva que la de Estados Unidos. Esto debido a la posición que ocupan las empresas ubicadas en México dentro de la cadena de valor. El sector mexicano está concentrado en la parte menos intensiva en tecnología, según palabras de Ramón Padilla, jefe de desarrollo económico de la CEPAL”
La Jornada,
<http://let.iecec.unam.mx/node/909>.

con sede corporativa fuera de México. La población migrante es la principal fuerza de trabajo dispuesta a trabajar en las maquilas por ello es importante analizar las distintas dinámicas urbanas asociadas a la presencia y trayectoria de empresas transnacionales en Tijuana.

Bibliografía

- Cervantes, Sandra [2014], Samsung invertirá en Tijuana 100 mdd. *El Economista*. 10 Julio 2016, <http://eleconomista.com.mx/estados/2014/10/02/samsung-invertira-tijuana-100-mdd>.
- INEGI [2014], “Sistema de cuentas nacionales de México”, *INEGI*, julio 2016, <http://www.inegi.org.mx>.
- INEGI [2016], “Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas”, *INEGI*, julio 2016, <http://www.beta.inegi.org.mx>.
- Marketing Industrial Integral S de RL de CV [2016], *Directorio de la Industria Maquiladora de Baja California*, Marketing Industrial Integral S de RL de CV, mayo 2016.
- El Financiero [2014], "10 gigantes que impulsan la industria de electrónicos en México", *El Financiero*, 10 de agosto de 2016, <http://m.elfinanciero.com.mx/empresas/10-gigantes-tecnologicos-en-mexico>.
- Expansión [2016], “Las 500 empresas más importantes de México”, *Expansión*, <http://expansion.mx/rankings/interactivo-las-500/2015>, 10 de agosto de 2016.
- ProMéxico [2016], “Internacionalización-sectores”, *Pro México* julio de 2016, <http://www.promexico.gob.mx>.

En síntesis

En esta sección se presentan los resultados del trabajo de lectura y fichado del LET. Las fichas completas se encuentran en la página del LET.

Dos perspectivas sobre el estudio de las corporaciones

*Daniel Inclán**

A continuación, se presentan dos formas de analizar a las empresas transnacionales. Separadas por cuatro décadas, cada una pone atención en factores distintos, que son considerados relevantes para la época en la que estas teorías se formulan. El objetivo es reconocer el cambio en las formas de pensar y estudiar el papel de las grandes corporaciones en la definición de la economía.

Kindleberger, Charles P. [1969], *American business abroad. Six lectures on direct investment*, New Haven, Yale University Press, 225 pp. <http://let.iiec.unam.mx/node/737>

Uno de los gestores del Plan Marshall, Charles Kindleberger presenta su perspectiva sobre el papel de las empresas internacionales en la economía capitalista de la posguerra. Haciendo más complejo el análisis de la inversión directa de capital, Kindleberger reconoce que se necesita considerar otros factores, tales como el vínculo con la toma de decisiones: no es suficiente el criterio cuantitativo (el porcentaje de la propiedad), se requiere una posición de control, acciones que aseguren participación en la toma de decisiones. El control pone de manifiesto el nivel político de toda inversión, que tiene efectos diferenciados si son inversiones nacionales o internacionales.

Otro factor que determina el rumbo de las inversiones directas es el mercado. El control del mercado asegura un crecimiento sostenido de la empresa. Esto último también se logra mediante el vínculo de inversión directa y costo de capital: la

* Investigador asociado IIEc-UNAM. Correo electrónico: ttessiss@gmail.com

retención de ganancias para su reinversión dentro de la empresa se vuelve una fuente de financiamiento menos onerosa.

Los pasos anteriores juegan en un entorno de competencia tendiente al monopolio. No sólo se pelean ganancias en el mercado, sino tasas de retorno mayores a las que pueden obtener las empresas nacionales en su mercado. El control monopolístico determina el control de las inversiones. Lo que se disputa es el manejo del mercado de bienes y mercado de factores; así como el control vertical de economías de escala y el apoyo de los gobiernos donde se localizan las inversiones.

La corporación produce dos efectos aparentemente contradictorios, pero necesarios para su funcionamiento: 1) una tendencia hacia el monopolio, que absorbe a los pequeños empresarios locales; y 2) una ampliación de la competencia, por el crecimiento del mercado y de las oportunidades de inversión.

Este desarrollo hace más complejo el papel de las corporaciones. No son sólo corporaciones nacionales con operaciones foráneas o corporaciones multinacionales (empresas nacionales con subsidiarias en otros países); aparece un tercer tipo, la corporación internacional, que no tiene compromisos chovinistas con ningún estado. Cada una mantiene relaciones diferenciadas, en algunos casos contrapuestas, con algunos factores, por ejemplo: el factor monetario o el manejo de los riesgos de inversión, que varían según el emplazamiento.

La tendencia secular de la competencia es que las empresas nacionales con operaciones foráneas se conviertan en multinacionales, y éstas, a su vez, en internacionales. El tendencial crecimiento de las corporaciones internacionales, y el correlativo monopolio, presiona a los gobiernos y sus políticas socioeconómicas. Se convierten en actores centrales del mundo de la posguerra.

Dörrenbächer, Christoph y Mike Geppert [2012], *Politics and power in the Multinational Corporation*, New York, Cambridge, 444 pp. <http://let.iiiec.unam.mx/node/316>

Ante el escenario adverso que desató la crisis de 2008, resultado de la mala operación de las empresas multinacionales, Christoph Dörrenbächer y Mike Geppert hacen un análisis de sus abusos de poder. Yendo a contracorriente de los estudios

que sólo ponen atención en las estrategias de gestión y las negociaciones con actores políticos locales para ganar terreno a favor de las empresas, esta investigación se centra en una comprensión sociológica del poder y cómo se incorporan ahí las empresas multinacionales.

Los autores estudian las relaciones de poder de las empresas en tres niveles: 1) macronivel o nivel internacional, donde los actores no son sólo los accionistas y los gerentes, también juegan un rol importante las agencias internacionales, los organismos no gubernamentales y ciertas movilizaciones sociales de alcance internacional; 2) mesonivel o nivel gerencial, los protagonistas de este espacio son, sobre todo, los directivos de la matriz y de las filiales; y 3) micronivel, en el que los procesos particulares de las filiales y sus entornos son decisivos: las relaciones con los empleados, los gerentes inmediatos y las relaciones políticas locales definen el rumbo.

Si bien las empresas multinacionales se han convertido en actores decisivos de las políticas en las regiones donde se instalan, no han logrado dejar de depender de las condiciones sociales locales, por lo que tienen que seguir experimentando formas de adaptación y formas de consolidar sus capacidades de manipulación y negociación. A esto se suma la competencia entre empresas, lo que va creando territorios en disputa y espacios sociales definidos por las relaciones empresariales. De ahí que no exista una forma única de organización, cada situación jugará con los tres niveles y con los actores involucrados respectivamente.

El poder de las empresas multinacionales es dinámico y relacional, establecido sobre relaciones asimétricas que no sólo dependen de las habilidades y fuerzas de las empresas, sino del juego de los actores locales. Las empresas multinacionales juegan en la definición de los patrones del poder social, con el objetivo de asegurar su poder, controlar los mercados y reducir la competencia, para ello tienen que adaptar tanto sus interacciones con actores locales, como sus formas de operación administrativa y sus dinámicas de relación entre inversionistas, agencias internacionales y gobiernos.

BO·LET·ÍN

Publicación del Laboratorio de
estudios sobre empresas
transnacionales

número 2

septiembre de 2016