



El *sutil* poder de las transnacionales








contrasargumentos

El *sutil* poder de las transnacionales



Lógica, funcionamiento e impacto
de las grandes empresas en
un mundo globalizado

Antoni Verger, ODG
Observatorio de la Deuda en la Globalización

Prefacio de Albert Recio
Ilustraciones de Jordi Tolosa

Icaria  editorial





Editado por el Observatorio de la Deuda en la Globalización.
Cátedra UNESCO en tecnología, desarrollo sostenible, desequilibrios y cambio
global de la Universitat Politècnica de Catalunya
www.observatoriodeuda.org

Autor: Antoni Verger (toni.verger@debtwatch.org)

Ilustraciones: Jordi Tolosa

Revisión de contenidos: David Llistar (david.llistar@debtwatch.org) y Albert Recio

Revisión de estilo: Mar Valldeoriola

Coordinación: Iolanda Fresnillo (iolanda.fresnillo@debtwatch.org)

Diseño de la cubierta: Muntsa Busquets

© De esta edición

Icaria editorial, s.a.
Ausiàs March, 16, 3º 2º / 08010 Barcelona
www.icariaeditorial.com

Primera edición: noviembre 2003



ISBN: 84-7426-687-4

Depósito legal: B-47.958-2003

Impreso en Romanyà/Valls, s.a.
Verdaguer, 1, Capellades (Barcelona)

Impreso en papel reciclado.

Printed in Spain. Impreso en España. Autorizada la copia, reproducción y
difusión de los contenidos de este libro, siempre y cuando se citen las fuentes.





Índice

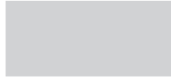
Prefacio	7
1. Conceptos y contextos a tener en cuenta	8
Definiciones clave	10
Origen y evolución de las ETN	13
Expansión y transnacionalización empresarial. De las fusiones a las subcontrataciones...	14
El nacimiento de las ETN españolas o la neocolonización de América Latina	19
Principales razones para invertir en el extranjero	21
Las reglas del juego globales. Un contexto favorecedor.....	22
2. El poder de las ETN. Los nuevos imperios del siglo XXI	32
La estrategia tecnológica.....	36
La gestión empresarial. Cómo hacer más con menos	38
Las irregularidades. Una práctica regular ...	44
El capital financiero... e impaciente	50
Publicidad y medios de comunicación. La configuración de la sociedad de consumo ..	54
Las empresas como actores políticos de primer orden	65





3. Precariedad, desigualdad y violencia.	
El impacto de las ETN	75
Violencia y vulneración de los derechos humanos	76
Incremento de la desigualdad Norte-Sur ...	81
Precarización y explotación en el mundo laboral	89
Contaminación del planeta y depredación de los recursos naturales.....	100
4. Poder ciudadano vs poder empresarial ...	104
A modo de conclusión	106
Alternativas y resistencias	107
Glosario de acrónimos	115





Prefacio

El opúsculo que os presento incide sobre una de las cuestiones cruciales de la globalización económica. Ésta es presentada, a menudo, como un proceso etéreo dirigido por el «mercado» o por organismos burocráticos como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial. Pero hace tiempo que sabemos que hay muchos tipos de mercados y que las políticas siempre tienen detrás grupos de interés y clases sociales. Desde hace doscientos años la clase capitalista ha tenido el poder y la hegemonía cultural de la sociedad y, si bien han sido un poder y una hegemonía contestadas por las clases subalternas, lo han sabido retener con mucha eficacia. Sin embargo, para hacerlo, han tenido que transformarse ellas mismas, adoptando nuevas formas de organización y nuevos sistemas de creación de hegemonía. Los cambios en la estructura organizativa de las empresas forman parte de este proceso. Y la gran empresa transnacional es, por el momento, la forma más desarrollada de organización capitalista, de concentración privada de poder. Por lo tanto no es extraño que sean estas empresas los actores principales a la hora de promover un marco institucional a escala planetaria a la medida de sus intereses. Y por esto resulta muy adecuado que todas las personas que se interesen en luchar contra este poder excesivo, en evitar los negativos efectos sociales, políticos y ecológicos que éste genera, se interesen en conocer quiénes son, qué hacen, cómo actúan estas grandes empresas.

Los conocimientos y la información son la primera herramienta para transformar el mundo. Y por eso considero que el trabajo de los compañeros del *Observatorio de la Deuda en la Globalización* es un instrumento útil para iniciar este trabajo. Una invitación a



seguir estudiando la cuestión y orientar mejor la lucha que mucha gente de todo el mundo ha vuelto a hacer contra el viejo y nuevo poder de las minorías que controlan nuestra sociedad. Es un trabajo que debe hacerse con la mente fría, entendiendo que la historia y el mundo no se pueden reducir a una narración de buenos y malos, e intentando entender los procesos y mecanismos que han dado lugar a una determinada organización social, los efectos que ésta comporta, los mecanismos específicos que aumentan su poder y los que permiten reconducir su acción, reducir su impacto negativo y ofrecer alternativas. Porque no se trata sólo de una cuestión ética, de condenar los abusos de poder, sino de entender su funcionamiento y de empezar a pensar en cómo podemos influir en las dinámicas dominantes, qué propuestas podemos hacer con el fin de que el cambio social nos lleve hacia mundos más deseables que el actual.

El material que se deposita en vuestras manos, limitado en extensión pero denso en contenido, es una invitación a seguir estudiando e informándose, a seguir analizando las fuerzas que dominan nuestra existencia y seguir imaginando las vías para transformarlas, así como las propuestas específicas que hagan viable esta transformación. Porque la denuncia de los abusos de poder que aquí se explican pide de todos nosotros un esfuerzo colectivo, comprometido e inteligente para encontrar fórmulas más justas, democráticas y sostenibles de organización de la actividad económica de la sociedad. El trabajo de documentación y análisis llevado a cabo por el colectivo que ha elaborado esta obra, es sin duda una gran forma de contribuir a este trabajo colectivo, un trabajo de respuesta a unas grandes empresas que anteponen el lucro a las necesidades de la mayoría de la población mundial. Una muestra de cómo hay que ir uniendo la reflexión rigurosa y fría, con la acción participativa, entusiasta en busca de otro mundo.

Albert Recio

1

Conceptos y contextos a tener en cuenta



Definiciones clave

¿Cuándo se considera que una empresa es transnacional?

El concepto de empresa transnacional o multinacional no está estipulado jurídicamente, ya que las empresas poseen la nacionalidad del lugar donde se encuentra su casa matriz o sede central. Podemos definir a la **empresa transnacional (ETN)** como a una organización económica compleja en la que una empresa detenta la propiedad —o parte de la propiedad— de una o varias empresas en países extranjeros, a las cuales se les denomina **filiales**.

«Las multinacionales actuamos como un lubricante para la integración económica mundial.»

Percy Barvenik,
presidente de
ABB

Para que una empresa sea considerada una multinacional, no es necesario que cotice en bolsa o consiga un mínimo de ventas o exportaciones. Si nos basamos en lo que dice la *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo* (UNCTAD), el control de una sola filial extranjera equivalente al 10% de su capital ya le confiere el carácter «multinacional» o «transnacional» a una empresa.¹ En base a esta definición nos encontramos con que en el mundo, en el año 2000, había 63.000 ETN controlando unas 690.000 empresas filiales.

Pero la definición por la que nos regimos, al ser muy amplia, comporta que sea necesario diferenciar entre pequeñas y grandes corporaciones, o considerar que hay grandes empresas que sin ser transnacionales, como sucede con el Corte Inglés, se rijan por lógicas de funcionamiento tan criticables como la de otras que sí lo son.

Puestos a categorizar el mundo de las grandes empresas, es interesante hacerlo en base a los sectores de actividad económica a los que se dedican, aunque una misma empresa puede actuar en más de uno de estos sectores. A continuación especificamos los principales

1. Para ser multinacional una empresa debe tener instalaciones de fabricación de gestión directa de los servicios en el país extranjero, no es condición suficiente que distribuya o exporte productos fuera.

sectores de actividad empresarial, junto con las empresas más poderosas que se dedican a ellos:

- *Sector energético*: Exxon Mobil (en el n. 2 en ventas en 2002), BP (4), Royal Dutch/Shell Group (8). En el n. 94 se encuentra Repsol-YPF.
- *Automoción*: General Motors (3), Ford Motor (5), Daimler Chrysler (7), Toyota Motor (10).
- *Finanzas (bancos y aseguradoras)*: Citigroup (11), Alliance (18), ING Group (20).
- *Alimentación*: Philip Morris (24), Nestlé (55), Unilever (68).
- *Telecomunicaciones*: Nippon Telegraph&Telephon (16) o Telefónica (151), la segunda ETN española.
- *Electrónica*: IBM (19), Siemens (23).
- *Venta al detalle (grandes superficies)*: Wal Mart (1), Carrefour (35).

De esta clasificación destaca que las ETN más poderosas se dedican al sector energético, en concreto al petróleo, y que la mayoría de las empresas más grandes del mundo están ubicadas en EUA.

Inversión Directa en el Extranjero, la clave de la globalización

Para entender qué es una ETN, es necesario incidir en un concepto clave como es el de la **inversión extranjera directa (IED)**. La inversión en el extranjero consiste en la adquisición de activos en un país extranjero (depósitos bancarios, bonos de deuda pública, valores industriales,...) por parte de un gobierno, de empresas, o de los ciudadanos de un país. Decimos que la inversión en el extranjero es directa cuando se asume la compra y control directo de activos: tierra, edificios, equipos o plantas productivas. De este modo, cuando las empresas de un país llevan a cabo IED pueden convertirse en empresas transnacionales, ya que con la inversión pretenden o bien participar en la propiedad de una o más unidades

«La IED es el hilo cortante de la globalización.»

The Economist,
2001

empresariales localizadas en el extranjero, o bien crear una planta de producción o de suministro de servicios que no existía.

«La IED es importante por su potencial para transferir conocimientos y tecnología, crear puestos de trabajo, incrementar la competitividad y espíritu empresarial y para erradicar la pobreza a través del crecimiento y el desarrollo económico.»

Consenso de Monterrey

Para los economistas neoliberales la IED es uno de los axiomas de desarrollo y de crecimiento económico, aunque tal y como se ha comprobado, sobre todo en los países del Sur, la IED ha comportado la quiebra de empresas locales, la tendencia al monopolio de los grandes inversores o la reducción de puestos de trabajo. Esta idea la desarrollaremos en puntos posteriores.

Hay que destacar que la IED es uno de los elementos clave en la configuración del actual proceso de **globalización económica** y de integración de un mercado global. Si tenemos en cuenta que las empresas se encuentran detrás del 85% de los flujos de IED mundial, deducimos que las ETN son el agente económico más importante en la globalización de la economía. Es más, en un contexto de economía globalizada, las ETN han podido optimizar sus resultados y tener más capacidad de acumulación: los activos de las 100 principales ETN han aumentado un 697% en el período comprendido entre 1980 y 1995.

SIN FRONTERAS

«Nuestro objetivo es estar presentes en todos y cada uno de los países del mundo, incluso en los países del telón de acero, Rusia o China. Nosotros miramos el mapa del mundo como si no existieran fronteras. Nosotros no nos consideramos básicamente una empresa norteamericana. Somos una empresa multinacional. Y cuando abordamos a quien no simpatiza con EUA, siempre le preguntamos: ¿Con quién simpatiza usted? ¿Con Gran Bretaña? ¿Con Alemania? Nosotros tenemos varias banderas.»

Dirigente histórico de la Ford

Origen y evolución de las ETN

A pesar de que es complicado establecer la fecha exacta de la aparición de las ETN, se dice que la primera se remonta al s. xv. Fue el Banco de los Medici de Florencia, una superpotencia financiera con 18 sucursales repartidas por toda Europa. Con el tiempo, las ETN han evolucionado en función del proceso de internacionalización de la economía, que podemos considerar consta de cuatro etapas:

- 1. Capitalismo mercantilista o Mercantilismo** (del año 1600 al 1770 aprox.): Las empresas que intervenían en el extranjero en aquel período eran compañías que a menudo gozaban de una situación de monopolio concedido por el Estado. Eran empresas que se dedicaban a importar grandes cantidades de metales preciosos procedentes de las colonias, lo que permitió una importante acumulación de capital en Europa.
- 2. Capitalismo industrial** (1770-1890): Se caracteriza por el desarrollo de la industria manufacturera en los países ricos. En aquel período casi todas las empresas eran nacionales. Las empresas internacionales que existían en la época se instalaban en las colonias con el fin de extraer materias primas e importarlas para la producción en la metrópoli. También se dedicaban a exportar productos manufacturados, pero no a hacer inversiones de capital tal y como las hemos definido.
- 3. Capitalismo financiero** (1890-1945): Se empiezan a configurar las grandes empresas, muchas de ellas transnacionales, tal y como las conocemos ahora. Éstas pasan de la producción nacional y la exportación a organizar las actividades productivas también en el extranjero. En aquel momento, las empresas filiales eran una especie de copia de la empresa matriz y reproducían su proceso productivo.
- 4. Capitalismo globalizado** (de 1945 hasta la actualidad): Las empresas avanzan en su transnacionalización y establecen redes de producción, comercialización y finanzas a ámbito internacional. La acumulación de capital y

de poder político se acentúa más que en ninguna otra época. Las grandes empresas se hacen más complejas, organizándose algunas de ellas como una especie de federación de filiales con idiosincrasia propia (cada una de las filiales puede encargarse de diferentes etapas del proceso de producción o de fabricar productos totalmente diferentes entre ellos). Además, la propiedad de la empresa puede estar compartida entre personas de diferentes nacionalidades, gracias sobre todo a la participación de las ETN en los mercados financieros.

Al contrario de lo que mucha gente piensa, las ETN no suelen ser empresas jóvenes o de reciente creación, más bien al contrario, ya que la mayoría de empresas necesitan muchos años de funcionamiento para poder convertirse en grandes multinacionales. Es decir, necesitan de un largo proceso de centralización de dinero, de concentración de la producción, de acumulación de tecnología y conocimientos, etc. Además, a pesar de que entre en contradicción con las reglas del libre comercio y liberalización, defendidas actualmente por la mayoría de los empresarios, las grandes empresas han conseguido concentrar poder y dinero gracias al proteccionismo inicial de sus estados-nación de procedencia.

«Los productos de nuestra compañía pueden encontrarse en nueve de cada diez hogares americanos, e incluyen nombres como Altoids, Lifesaver, Marlboro, Nabisco, Oreo, Planters y Oscar Mayer.»

Jay S. Poole
Vicepresidente,
ejecutivo de
Philip Morris

Expansión y transnacionalización empresarial. De las fusiones a las subcontrataciones

La evolución del capitalismo nos hace ver cómo la expansión de las empresas responde a inercias históricas, que se han agravado en el actual contexto de competencia en un mercado globalizado. A continuación definimos las dos fórmulas predominantes entre las empresas para actuar y extenderse a nivel global: las fusiones y las subcontrataciones. Entre ellas hay una diferencia sustancial. Mientras las fusiones permiten a las empresas internacionalizarse y contar con más propiedades,

las subcontrataciones rompen precisamente con la dinámica histórica de la internacionalización, ya que no es necesario que inviertan en el extranjero.

La carrera de las fusiones

Una de las fórmulas de expansión e internacionalización empresarial más habituales es la de las **fusiones**. *Fusionarse* significa que los activos y las operaciones de dos empresas se combinan para establecer una nueva entidad, cuyo control reside en un equipo integrado por ambas o únicamente por una de ellas —en este último caso hablaríamos de una adquisición.²

Actualmente asistimos a una carrera frenética por parte de las ETN por adquirir o fusionarse con sus rivales. Sólo en 1999 se produjeron 109 fusiones y adquisiciones internacionales. Las fusiones mueven un billón de euros anuales aproximadamente.

CINCO EMPRESAS EN EL SUPERMERCADO

Helados Magnum y Miko, jabón Dove, cosméticos Pond's o Omo, mantequillas y mayonesas Flora, Calvé, Hellmann's, Artua, Tulipán y Ligeresa, refrescos Lipton, sopas Knorr, detergentes y material de limpieza como Persil, Skip, Lucil, Surf, Domestos o Mimosín, la Nocilla o el tomate frito Starlux, los alimentos congelados Frudesa, colonias Otelo, Calvin Klein y Atkinson, dentífricos Signal y Close-up, harina y levadura Maizena,... todas estas marcas y muchas más pertenecen, tras una serie de fusiones y adquisiciones, a una única empresa: **Unilever**. De hecho, la mayoría de los productos que encontramos en el supermercado pertenecen únicamente a cinco empresas: **Unilever, Nestlé, Phillip Morris, Sara Lee y Agrolimen**.

2. Otra forma de interrelación empresarial sería la *alianza estratégica*, es decir, un acuerdo entre dos o más empresas para compartir recursos, aunque sin llegar a fusionarse, con el fin de incrementar su ventaja competitiva. Uno de los tipos de alianzas estratégicas más habituales es la *joint-venture*, nueva empresa creada y gestionada por las corporaciones que se alían con el objetivo de que asuma una actividad común.

La concentración e integración económica que implica que las empresas se fusionen se puede llevar a cabo a través de tres vías diferentes:

- **Integración horizontal:** Se produce cuando dos empresas similares y del mismo sector se fusionan, como en el caso de las fusiones que dieron lugar al BBVA o Repsol-YPF. Este tipo de integración cumple el objetivo de alcanzar *economías de escala*, es decir, permite a las empresas compartir costes que son fijos como pueden ser el marketing, la publicidad, la investigación, etc.
- **Integración vertical:** Se asocian empresas que se dedican a diferentes etapas de producción de un mismo tipo de producto, de modo que la empresa resultante cuenta con mayor dominio sobre la totalidad del proceso productivo, el cual puede ir desde la obtención de materias primas hasta la comercialización del producto resultante. Por eso se dice que este tipo de fusiones permite *economías de alcance*.
- **Integración diversificada:** Consiste en la asociación de empresas que trabajan en campos que no tienen demasiada relación entre ellos. Al resultado de este tipo de integración se le denomina **conglomerados**. Se dice que los conglomerados permiten reducir ries-

DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

El grupo **Inditex (ZARA)**, integra 17 sociedades de fabricación y 17 de comercialización del campo textil, además de un conjunto de empresas que no tienen nada que ver con el sector textil: constructores, automoción y finanzas. El grupo **Agbar (Aigües de Barcelona)** cuenta con 110 filiales en 11 países del mundo y con una actividad diversificada en sectores como el de los seguros sanitarios, residuos sólidos, servicios de automoción, comercio electrónico, aprovisionamiento y logística corporativos, construcción, ingeniería, mantenimiento, recaudación de tributos.

gos y alcanzar solidez financiera debido a la acumulación de activos y el control que ejercen sobre diferentes sectores de la economía. Sería el caso de Sara Lee que produce y comercializa ropa interior, carne, cafés, perfumes,... Los conglomerados no son la fórmula más avanzada de empresa ya que no se especializan en ningún campo, pero sí son la forma más especulativa y la que puede dar más beneficios a corto plazo.

Las fusiones y adquisiciones comportan la acumulación de poder y dinero en manos de las ETN y, en consecuencia, una tendencia prácticamente lineal al **monopolio**. Una sola ETN, a pesar de existir leyes antimonopolio, puede concentrar tal poder sobre un determinado sector que le permita fijar los precios sin miedo a la competencia, disminuir precios con el fin de acabar con la competencia o disminuir la producción con el fin de aumentar los precios.

A diferencia de lo que pueda parecer, las empresas que se fusionan se expanden y crecen económicamente, no tienen por qué hacerse más grandes. De hecho, las fusiones permiten a las empresas reestructurarse, evitar duplicar funciones, subcontratar actividades que no son estratégicas y, por lo tanto, hacerse más ligeras en concepto de mano de obra, infraestructura o personal directivo. Es suficientemente paradigmático que existan programas informáticos, como el SIMS, que permiten calcular cuántos trabajadores sobrarán en una empresa que se acaba de fusionar.

«Durante años creíamos ser una empresa productora, y por eso dedicábamos todo nuestro esfuerzo a fabricar los productos. Pero ahora hemos entendido que lo más importante es comercializar nuestros artículos.»

P. Knight,
presidente de
NIKE

Subcontrataciones o la radicalización del ahorro

La tendencia general de las empresas hacia la ligereza, que acabamos de enunciar, responde en gran parte al hecho de que las grandes ETN, al reestructurarse, se deshacen de la gestión directa de actividades que no consideran estratégicas, y las subcontratan a otras empresas

a precios muy reducidos. Algunos autores incluso denominan «empresas anoréxicas» a aquellas que han ido más lejos en lo que respecta a ésta tendencia.

Muchas de estas subcontrataciones, sobre todo en el sector textil o de montajes electrónicos, se realizan en países del Sur, lo que permite a las empresas, entre otras cosas, beneficiarse de la desigualdad Norte-Sur, de la diferencia salarial y evitar la inversión directa en terceros países, dejando así de responsabilizarse de la engorrosa gestión de esta parte del negocio.

Lo que se ahorra con la subcontratación suele ir a parar, además de engrosar los beneficios, a las secciones de publicidad y relaciones públicas, aquellas que se ocupan de «producir la marca». Por eso, podemos afirmar que las ETN que triunfan en la actualidad se dedican a comprar productos que encargan a empresas anónimas y que después venden a un precio muy superior por el «valor» añadido de marca. De lo que decimos se deduce que empresas como Nike, Adidas o Reebok, que subcontratan habitualmente a otras empresas, más que dedicarse al sector textil parece que se dediquen al sector de la compraventa al mayor, o al de la publicidad.

LA FÓRMULA NIKE

Una de las empresas que más recurre a la externalización es la norteamericana Nike, que subcontrata empresas en todas las etapas de su producción. Nike, en realidad, lo único que hace es «producir» una marca. Las condiciones para otorgar licencias de esta firma son «la buena productividad» y que «sus trabajadores y trabajadoras no hagan huelga». Esto explica que el coste de mano de obra del precio final del producto suponga menos de un 1% para Nike, un porcentaje infinitamente inferior al que se gasta en concepto de publicidad.

El nacimiento de las ETN españolas o la neocolonización de América Latina

El estado español ha pasado en las últimas décadas de ser una economía importadora de inversión extranjera, a ser una economía fuertemente exportadora. En 1996 la IED española representaba sólo el 0,9% del PIB y en el año 2000 esta cifra ascendía al 9,6%. Las empresas españolas han invertido fuera más de 36 mil millones de euros sólo en los años noventa.

Las grandes multinacionales españolas tienen su origen en las empresas públicas de servicios que se privatizaron en los años noventa. Sería el caso de las tres con más ventas en la actualidad: *Repsol*, *Telefónica* y *Endesa*. La gran expansión de las empresas españolas en el exterior se ha producido, por lo tanto, desde el sector servicios: banca, seguros, energía, telecomunicaciones, transporte y hostelería.

Hay que destacar que más del 60% de la inversión directa de las empresas españolas se ha hecho en **América Latina**.³ Entre los motivos para invertir en esta región los empresarios españoles hablan de un «contexto sociohistórico favorable». O como decía Villalonga, ex presidente de Telefónica, en declaraciones a *The Economist* «Iberoamérica es para Telefónica (...) nuestro hogar, nuestra cultura y nuestra lengua».




Actualmente, entre las 20 primeras empresas del mundo presentes en América Latina, destacan Telefónica de España (en el lugar nº1 en cuanto a ventas consolidadas), Repsol YPF (en el 7º) y Endesa España (en el 12º). En cuanto a los bancos extranjeros también presentes en la región, el SCH se encuentra en el primer lugar (en cuanto a activos consolidados) y el BBVA en el tercero.

«España se ha convertido a lo largo de los años noventa en el país de la UE que más ha invertido en Latinoamérica.»

Rodolfo Martín
Villa

3. Hay que matizar que la «crisis financiera» que vive esta región hace que la tendencia del 2003 sea la de invertir en mercados más estables como el europeo.

Conceptos y contextos a tener en cuenta
20

			 <i>repsolypf.com</i>
Argentina	Telefónica Argentina (29%)	Edenor (38%) Edesur (41,7%) Central Dock Sud (39,9%) Central Costanera (20%) Central El Chocón (15%) Yacylec (22,2%) Proyecto CIEN (72,2%)	YPF (98%) Astra (67,9%) Refinería S. Lorenzo (28,8%) Refinor (14,3%) EG3 (100%) Metrogas (31,7%) GasNatural BAN(31,5)
Brasil	CRT (45%) Telesp (29%) Telesp celular (19%) Tele sudeste celular (48) Tele Leste celular (20%)	CERJ (41,3%) COELCE (34,6%) Cachoeira Dourada (23%)	CEG (4%) Riogás S.A.
Xile	Cía. De Telec. De Chile (44%)	Enersis (63,9%) Chilectra (47,3%) Cía Rio Maipo (53,7%) Endesa Chile (38,3%)	
Colòmbia		Codensa (39%) Emgesa (49%) CHB (29%)	Gas Natural Bogotá (25%) Transcogas S.A.
Perú	Telefónica de Perú (35%)	Edelnor (36,57%) Etevensa (43,5%) Empresa eléctrica de Piura (29,4%) EDEGEL (10%)	Refinería La Pampilla (100%) Repsol Perú (91,9%)
R. Dominicana		CEPM (40%)	
Veneçuela	Cía Anónima Nacional de Telec. De Venezuela (6%)	Elecar (7,9%)	(reservas de crudo y producción)
El Salvador	Telefónica de El Salvador (26%)		
Guatemala	Telefónica de Guatemala (100%)		
Puerto Rico	TLD (79%)		

Fuente: elaboración propia con datos de Justicia i Pau (2001).

Principales razones para invertir en el extranjero

Las empresas tienen muchos motivos para invertir en el extranjero. Entre ellos destacan los siguientes:

- La presencia en nuevos mercados permite seguir creciendo cuando el mercado nacional ya se ha saturado o vive un período de recesión.
- La dificultad de competir en mercados que se abastecen únicamente a través de las exportaciones.
- La disposición de materias primas cerca del lugar donde se produce.
- Los bajos costes salariales, la menor conflictividad laboral y la débil regulación laboral o medioambiental existentes en muchos países del Sur.
- Las ayudas, trato fiscal y otras facilidades ofrecidas por los gobiernos «anfitriones» a los inversores.
- El imperativo de la división del trabajo y de la especialización que predomina en el actual modelo de producción.

Pero por encima de cualquiera de estos factores, la existencia de firmas multinacionales es inherente a la necesidad que tiene el sistema capitalista de expandirse mundialmente. La concentración de empresas y de dinero, así como la transnacionalización de su actividad es un **imperativo derivado de la competencia existente en un mercado mundializado**, que al mismo tiempo permite a las empresas obtener mayores beneficios que si permanecen en el ámbito nacional. De este modo, el concepto de competencia es clave para lo que queremos explicar.

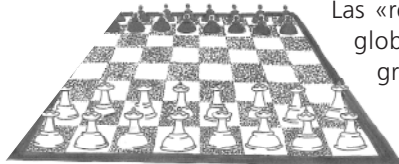
Podemos considerar por lo tanto que la transnacionalización y el crecimiento de las empresas responde a un doble mecanismo, o a una doble lógica, que se retroalimenta. En primer lugar, responde a las ambiciones de expansión y crecimiento de toda empresa que pretenda ser competitiva en el mercado actual (mecanismo ofensivo). En segundo lugar, a la necesidad y obligación

de crecimiento de toda empresa que no quiera quebrar o ser absorbida por otra en un mercado altamente competitivo (mecanismo defensivo). Sea cual sea el mecanismo o lógica que rijan la estrategia de las diferentes grandes empresas, su actuación, impactos o formas de funcionamiento acaban siendo parecidos.

LA ESTRATEGIA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

Las empresas españolas se han ido internacionalizando en algunos casos por estrategias defensivas, como *Cortefiel, Lois, Feber, Famosa, Gesmar* o *supermercados Alonso*, y en otros por estrategias ofensivas, como *Telefónica, Sol-Meliá, Banco Santander, BBV, Aigües de Barcelona, Gas Natural, Iberia, Campofrío, Chupa-chups, Freixenet, Mapfre, Derbi* o *el grupo Inditex*.

Las reglas del juego globales. Un contexto favorecedor



Las «reglas del juego» en el capitalismo global favorecen claramente que las grandes empresas puedan alcanzar sus objetivos de crecimiento y acumulación actual. Sin duda, existe alguna relación entre el hecho

de que las ETN sean, al mismo tiempo que beneficiarias, agentes activos en la configuración de estas reglas (tal y como comprobaremos en capítulos posteriores). A continuación analizamos algunas de estas reglas, así como las principales instituciones que las sustentan.

OMC y la liberalización de la economía

La Organización Mundial del Comercio (OMC) nace en 1994 a partir de las negociaciones del *Acuerdo General*

sobre *Aranceles Aduaneros y Comercio* (GATT) que existía desde 1947. La OMC es actualmente uno de los organismos multilaterales más activos y con más poder en el marco internacional, gracias a la potestad en la resolución de conflictos comerciales que le otorgan los países miembros. La finalidad primera de la OMC es la **liberalización económica**, es decir, la supresión de barreras al comercio y de interferencias públicas en los mercados financieros, de servicios o de mercancías, e incluso en el ámbito de las ideas —derechos de autor, patentes, marcas, etc.

Además de lo devastadora que ha demostrado ser la política liberalizadora para la soberanía económica de los países más empobrecidos, se critica a la OMC porque concede a las empresas del Norte un mayor y fácil acceso a los mercados del Sur, pero permite cerrar los mercados del Norte a las exportaciones del Sur. Finalmente, decir que aunque en la OMC las decisiones se toman por consenso, en la práctica los que tienen más poder son los países más ricos. Los delegados de la OMC, aun siendo cargos públicos, acaban muy a menudo representando los intereses de las ETN de su país.

El Consenso de Washington o el triunfo del neoliberalismo

El **Consenso de Washington (CW)** es un paquete de medidas caracterizadas por ser ampliamente liberalizadoras y restrictivas con la intervención estatal. El CW surge en el marco del complejo poder político-económico-intelectual ubicado en Washington (Fondo Monetario Internacional —FMI—, Banco Mundial —BM—, el Congreso de los EUA, la Reserva Federal, grupos de expertos, etc.). En el Consenso de Washington cristalizan las pretensiones de expansión de una determinada política económica como paradigma único para la triunfadora economía capitalista, una vez caído el muro de Berlín.

Las medidas que el CW pretende que apliquen los estados son:

- Promoción de la privatización del sector público, disciplina presupuestaria y fiscal, así como austeridad en el gasto público (reduciendo sobre todo los costes sociales: sanidad, educación, pensiones,...).
- Atracción de IED y liberalización financiera y comercial, búsqueda y mantenimiento de tipos de cambio competitivos o promoción de desregulaciones varias (como en el ámbito laboral).
- Retirada de ámbitos de intervención por parte del Estado, sobre todo en materia económica. En cambio, promover la expansión del sector privado.
- Garantizar, por encima de cualquier otro, el derecho de propiedad.

EL NUEVO PAPEL DEL ESTADO EN EL NEOLIBERALISMO

Como se define en los últimos Informes del Banco Mundial, el Estado debe «procurar crear las condiciones adecuadas para el crecimiento económico». En tiempos de neoliberalismo el Estado no se hace más débil, sino que cambia de funciones. En el modelo de Estado al que nos dirigimos, las funciones sociales, de no ser responsabilidad privada, son un obstáculo para el desarrollo: el Estado no puede seguir garantizando el bienestar de sus ciudadanos y ciudadanas. Su función principal, como dice el mismo Banco Mundial, «ha de ser la de garantizar el orden público, proteger la propiedad privada y aplicar las normas y políticas de forma previsible».

En el caso de los países del Sur, desde los ochenta, las medidas del CW orientan, prácticamente a la fuerza, las políticas de sus gobiernos, ya que su aplicación es para estos países condición necesaria para obtener nuevos créditos o cancelar parte de su deuda externa. El instrumento concreto en que cristalizan estas medidas son los **Planes de Ajuste Estructural (PAEs)**, diseñados por los economistas del BM y del FMI. Los PAEs han recibido críticas por ser excesivamente dogmáticos, intervencionistas y por no distinguir la idiosincrasia de los lugares

donde se aplican. Sea África, Asia o América Latina, las medidas del CW siempre son las mismas. El CW también se ha aplicado en contextos como los de la Rusia postcomunista o en el marco de la Unión Europea.

La última ola privatizadora

Las **privatizaciones**, es decir, la conversión de empresas públicas en privadas, han sido el motor que ha facilitado a muchas empresas realizar inversiones en el extranjero y, por lo tanto, también lo han sido de la homogeneización del mercado mundial. Estas operaciones, tal y como se llevan a cabo, favorecen la **acumulación de acciones y de poder de las nuevas empresas privadas en manos de pocos actores**. En el Estado español los principales beneficiarios de las privatizaciones han sido, aparte del capital extranjero, el BBVA, La Caixa y, en menor medida, el BSCH.

En el **marco de los países del Sur** la decisión de privatizar sus empresas no siempre ha residido en manos de sus gobernantes ni mucho menos de sus pueblos. Los PAEs del FMI y del BM han obligado a que se privaticen empresas estatales de estos países, a cambio de seguir beneficiándose de los créditos de estos organismos financieros. De hecho, las privatizaciones son una medida presente en el 70% de los préstamos del BM condicionados por PAEs. A raíz de estas medidas en Asia y América Latina más de 10.000 empresas públicas fueron privatizadas entre 1988 y 1998.

La ola de privatizaciones de las últimas décadas se ha caracterizado por hacerse de manera muy rápida y con una acusada falta de transparencia y de debate público. Esto ha comportado que este proceso de privatización se haya envuelto de numerosos casos de corrupción. Finalmente, muchas privatizaciones han comportado despidos masivos, cuyo coste ha asumido posteriormente el Estado en concepto de indemnizaciones, prejubilaciones, paro, etc.

PRIVATIZACIONES EN EL ESTADO ESPAÑOL

El período de privatizaciones en el contexto español se inicia en el año 1985 con un gobierno conceptualmente «socialista». El PSOE argumentaba las privatizaciones diciendo que permitirían la «popularización del capitalismo», es decir, «los pequeños ahorradores pueden acceder a la propiedad de las empresas». En la década de los ochenta se vendieron empresas públicas sobre todo del **sector industrial**, como Seat (a Volkswagen), Grupo Royal Brands (a Nabisco), Enfersa y Pamesa (a KIO), Secoinsa (a Fujitsu), Enasa (a Iveco-Fiat), Interhorce (a Benetton). En cambio, la década de **privatizaciones de los noventa** se centra en las **empresas de servicios**: *Iberia, Telefónica, Repsol, Argentaria, Enagas, Trasmediterránea, Endesa,...* Esta segunda década de privatizaciones ha sido continuada y acelerada por el gobierno del Partido Popular a partir de 1996.

El AMI, o el libertinaje empresarial

El **AMI** (Acuerdo Multilateral de Inversiones) es un acuerdo que pretendía favorecer la inversión extranjera y garantizar a las empresas extranjeras una serie de derechos y tratos de favor por parte de los gobiernos «anfitriones». Este acuerdo se empezó a negociar en secreto en 1995 en el marco de la OCDE, organismo integrado únicamente por los países más desarrollados.

El AMI contemplaba una serie de medidas como:

- a) *Eliminación de requisitos de actuación para los inversores.* A las empresas no se les puede obligar a contratar trabajadores locales, a usar materiales de producción nacionales o a mantener las inversiones un período mínimo de tiempo. De manera que los gobiernos no pueden regular la entrada y salida de capitales, ni la especulación financiera.
- b) *Limitación del poder de los estados sobre las empresas.* Se establece que el gobierno no puede expropiar

al inversionista, ni directamente ni indirectamente. Según el AMI una ley para reducir las emisiones de gases o para proteger a los trabajadores, sería considerada una expropiación, ya que afectaría a las ganancias proyectadas de la empresa extranjera instalada en el país.

- c) *Responsabilidad pública*. Las empresas pueden demandar a los estados por pérdidas derivadas, en casos como cortes eléctricos o falta de control (o represión de una huelga o protesta de trabajadores).

Se ha dicho del AMI que supondría **la mayor pérdida de control y de soberanía de los pueblos** de la historia. Se intentó aprobar en secreto, pero una denuncia de PublicCitizen, y un artículo publicado en *Le Monde Diplomatique* (febrero de 1998) desencadenaron una fuerte campaña por parte de la sociedad civil, a raíz de la cual se detuvo el proceso de negociación. Actualmente a pesar de que públicamente las negociaciones se han suspendido, muchas de sus cláusulas se intentan aprobar a través de otros acuerdos, a menudo en el marco de la OMC, o en negociaciones bilaterales.

La ONU y el Global Compact. Lavando la cara a las grandes empresas

El anterior secretario general de la ONU, Butros Galhi, en el Fórum Económico Mundial de 1995 hacía un llamamiento a que las ETN se asociaran en mayor medida a las decisiones internacionales, y a reconocer su supremacía sobre la esfera estatal. Kofi Annan recogió esta propuesta y el 25 de julio de 2000 lanzó oficialmente un programa denominado **Global Compact (GC)**, con el objetivo de, según Annan, «*dar a los mercados globales un rostro humano*».

El GC no pretende ser un instrumento regulador o un código de conducta más, se define como una plataforma para promover el conocimiento de las instituciones y las alianzas entre el Estado, el Mercado y la socie-

dad civil. El GC, aun siendo sólo una declaración de principios —no compromete a nada—, tiene un gran impacto en el terreno de lo simbólico: permite a las ETN mostrar al público su compromiso con los grandes principios universales y su interés por la humanidad o la sostenibilidad. El GC equivaldría a una especie de pacto simbiótico entre Naciones Unidas y las ETN: algunas multinacionales que pueden estar implicadas en violaciones de derechos humanos, mezclan su imagen con la de la ONU, mientras que la ONU se beneficia de las aportaciones económicas de estas empresas.

EL GLOBAL COMPACT

Al GC se pueden adscribir gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil. Entre las sociedades que participan en este tipo de megacampaña de marketing social de la ONU se encuentra British Petroleum, Nike, Shell, Novartis (todas ellas con amplios currículos en materia de violación de derechos humanos y medioambientales).

Pero la ONU no siempre ha tenido esta actitud tan poco crítica con las ETN. En los años setenta impulsó el *Centro de las Naciones Unidas para las empresas transnacionales* (CET), que se encargaba de estudiar los efectos de las ETN y pretendía elaborar un código de conducta con el fin de controlar determinadas prácticas de estas empresas. Pero el CET fue desmantelado en el año 1991 por los desacuerdos entre los miembros de la comisión —sobre todo por las diferencias entre los países del Norte y del Sur—. En su lugar encontramos la **UNCTAD** (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo). La UNCTAD define su misión en estos términos: «ayudar a entender mejor la naturaleza de las empresas multinacionales y su contribución al desarrollo y crear un clima favorable a la inversión internacional y al desarrollo de la empresa».

SIN ESCRÚPULOS

«Yo no tengo escrúpulos. Cuando pasen las elecciones enviaremos a la policía contra los que van a la huelga». Éstas son las palabras que se le escaparon al ex ministro de Hacienda de Brasil, Rubens Ricupero, antes de que le hicieran una entrevista en *O'Globo* en plena campaña electoral (1994). El ministro no sabía que estaba en el aire. A pesar de la impopularidad de sus palabras y a pesar de que las oyera todo el país, Ricupero no fue apartado de la esfera pública, al contrario, se convirtió más adelante en secretario general de la UNCTAD, cargo que aún hoy detenta.

Protecciones legales y vacío jurídico en el derecho internacional

Las ETN pueden verse beneficiadas por las reglas globales, pero también por las **no-reglas**. No existe una jurisdicción internacional con competencias para juzgar a las personas jurídicas privadas, entre ellas, las transnacionales. Pero es más, no existe un organismo que pueda atribuir una personalidad jurídica internacional a una persona privada —actualmente, las ETN son personas privadas con personalidad jurídica nacional, de manera que sólo deben rendir cuentas en el país en el que se encuentra la empresa matriz.

En el mejor de los casos las ETN se someten a una serie de códigos y acuerdos éticos de adscripción voluntaria. Sería el caso de las «Líneas-guía para las empresas multinacionales» de la OCDE, o del «Código de conducta europeo para las empresas europeas operando en países en vías de desarrollo» (FOEI). Ninguno de estos códigos otorga mecanismos para controlar o penalizar efectivamente a las empresas.

En cambio, en otros casos, los acuerdos jurisdiccionales no son tan etéreos o poco vinculantes: a lo largo de la década de los noventa se han producido más de 1.000

cambios en la legislación financiera de los países para favorecer la inversión extranjera, se han firmado casi 2.000 acuerdos bilaterales de protección de inversiones y más de 2.000 acuerdos para evitar la **doblo imposición**, es decir, el pago de impuestos en el país de origen y en el país donde se invierte.

A raíz de estas desigualdades y vacíos jurídicos, algunos autores han hablado de la semejanza de esta situación con el sistema neofeudal, ya que renunciamos de forma explícita a la máxima jurídica fundada en la igualdad de todas y todos ante la ley.

Los estados, al servicio de las empresas

En un contexto de competencia global y en el que la mayoría de los gobernantes de cada país —tengan la ideología que tengan— custodian los intereses de las empresas nacionales, cada Estado nación impulsa mecanismos para favorecer la inversión directa en el extranjero de «sus» empresas. El gobierno de EUA es el que mayores ventajas estratégicas ofrece a sus empresas. Entre ellas destacan medidas como la de ofrecer a las empresas nacionales la tasa de fiscalización más baja posible, o que desde el Departamento del Tesoro o servicios de inteligencia (Pentágono y CIA) se ofrezca todo el apoyo a la causa de la expansión empresarial. Por su parte, el gobierno español desarrolla también mecanismos para favorecer la expansión empresarial como:

- a) **Los Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD)**, en el marco de la Ayuda Oficial al Desarrollo española. Son principalmente créditos concedidos a países del Sur en condiciones mejores a las de los mercados, y con los cuales tendrán que adquirir bienes y servicios españoles.
- b) **Los Seguros de Crédito a la Exportación** proporcionados por la *Compañía Española de Seguro de Crédito de la Exportación* (CESCE), permiten cubrir las pérdidas que las entidades financieras podrían sufrir a raíz de la concesión de créditos para financiar operacio-

nes de exportación. Es decir, que se protege con dinero de los contribuyentes la posible quiebra en las operaciones comerciales de las ETN españolas, algunas de las cuales se realizan en tal situación de riesgo que no las cubriría ninguna compañía aseguradora privada. Tanto los créditos FAD como las pólizas CESCE son el principal instrumento de generación de deuda externa por parte del gobierno español.

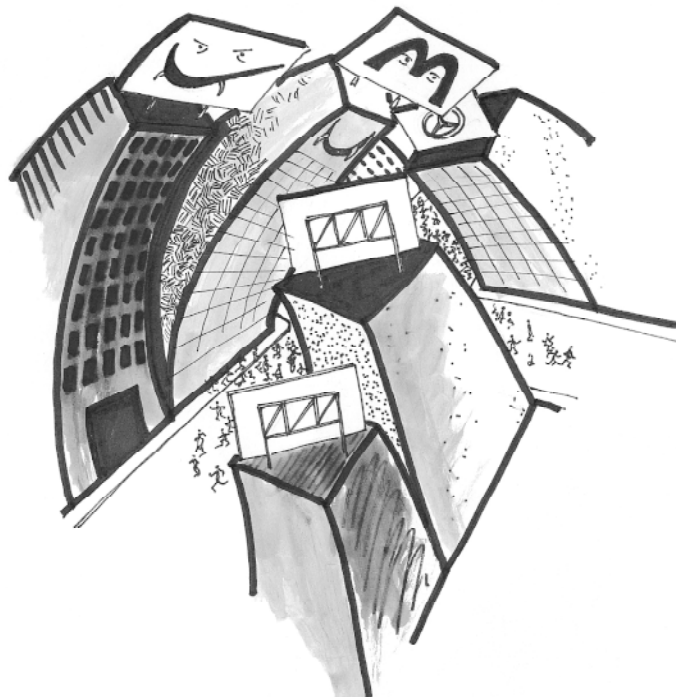
- c) Línea para el financiamiento de estudios de viabilidad**, que permite financiar estudios de viabilidad realizados por empresas consultoras españolas con el objetivo de incrementar la exportación de bienes y servicios a los países del Sur.
- d) Línea de créditos del Instituto de Crédito Oficial.** El ICO ofrece créditos en condiciones preferentes a aquellas empresas españolas que quieran invertir en el extranjero.

Para saber más sobre los temas de este capítulo

- BARNET, R. y CAVANAGH, J. (1995), *Sueños globales: Multinacionales y nuevo orden mundial*, Flor del Viento, Barcelona.
- CABELLO, A. (1977), *¿Qué son las empresas multinacionales?*, La Gaya ciencia, Barcelona.
- HYMER, S. (1982), *La compañía multinacional. Un enfoque radical*, Blume, Madrid.
- RAMOS, L. (coord.) (2003), *El fracaso del Consenso de Washington. La caída de su mejor alumno: Argentina*, editorial Icaria, Barcelona.
- SANCHIS LLOPIS et al. (1995), «Fusiones y adquisiciones en la economía española durante el período 1986-91», en *Economía industrial*, nº 306.
- TEICHOVA, LEVI-LEBOYER y NUSSBAUM (1990), *Empresas multinacionales, finanzas, mercados y gobiernos en el siglo XX*, Centro de Publicaciones Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.
- Informes anuales de la UNCTAD y de la CEPAL.



El poder de las ETN. Los nuevos imperios del siglo XXI



Introducción

Algunas de las reglas del juego globales que acabamos de describir, han permitido que las grandes empresas se conviertan en agentes económicos cruciales en el actual proceso de globalización económica. Las ETN, además de disponer de gran cantidad de capital para operar, poseen las tecnologías más dinámicas, unos sistemas de producción cada vez más integrados y mayor capacidad de influencia en decisiones que afectan a gran parte de la población.

ALGUNOS DATOS CLAVE

- El 51% de las 100 economías más fuertes del mundo son empresas transnacionales: En términos económicos, las ventas de Shell equivalen al PIB de Venezuela y las ventas de General Motors a la suma de los PIB de Irlanda, Nueva Zelanda y Hungría. En los mismos términos, Sony sería más grande que todo Pakistán.
- En todo el mundo hay 63.000 ETN con 690.000 filiales. Éstas están presentes en todos los países de la tierra y cubren todas las actividades económicas posibles.
- Las ETN controlan hoy en día dos tercios del comercio mundial y el 85% de las inversiones en el extranjero.
- El beneficio de las 200 ETN más grandes crece a una media mayor que la de la actividad económica global.
- El total de las ventas de las ETN aumentó en un 10'8% en el año 2001 y sus beneficios netos llegaron al 20,4% de lo invertido en el mismo año.
- Los activos totales de las 100 principales ETN aumentó entre 1980 y 1995 en un 697%.

En la actualidad prácticamente nadie permanece indemne ante el poder de las empresas multinacionales. Como veremos en los siguientes capítulos, el poder económico, político, social y cultural que concentran hace que sean

capaces de, entre otros aspectos: fijar precios, orientar la innovación tecnológica y la investigación, condicionar la capacidad de los estados por recaudar impuestos, regular las condiciones laborales, desvirtuar el sistema monetario internacional, alterar los patrones y las necesidades de consumo, desestabilizar gobiernos, agotar grandes cantidades de recursos, producir tensiones internacionales, decidir a quién se ofrecen créditos, controlar el acceso a la información y a los recursos naturales, etc.

Por todo ello no es de extrañar que se hable de las empresas multinacionales como *los imperios del s. XXI*. En su momento, el mismo Adam Smith, considerado uno de los apóstoles del liberalismo económico, en su obra más conocida, *La riqueza de las naciones*, ya se mostraba muy cínico ante los peligros de la acumulación de capital y de propiedades por parte de los empresarios. Posteriormente otro personaje influyente como Abraham Lincoln haría la siguiente reflexión: «Veo en el futuro próximo una crisis que se aproxima y me hace sufrir por la seguridad de mi país. Las empresas han sido entronizadas (...) y el poder del dinero del país se esforzará por prolongar este reinado, trabajando por encima de los perjuicios del pueblo hasta que toda la riqueza se encuentre acumulada en unas pocas manos y la República sea destruida».

Pero el poder de las ETN destaca a menudo por su sutileza, de manera que no siempre es perceptible. El poder de las ETN, en cuanto a *capacidad para influir en las acciones de los demás e imponer sus preferencias*, responde a lógicas poco visibles y se reproduce de forma estructural. El objetivo principal de este capítulo es el de visualizar aquello no tan evidente, es decir, **intentaremos explicar algunos de los mecanismos a través de los que las ETN reproducen y profundizan en el poder que detentan.**

En una encuesta publicada en el año 2000, entre el 72 y el 82% de la sociedad norteamericana manifestaba que las empresas tenían demasiado poder sobre demasiados aspectos de la vida y otros asuntos en los EUA.

La estrategia tecnológica

«Sabemos cuáles son las tecnologías que tenemos que dominar y hacemos uso de la investigación de los laboratorios de toda Europa y del mundo.»

Percy Barvenik,
presidente de
ABB

A partir de la década de los ochenta la reorganización tecnológica permite a las empresas efectuar un importante crecimiento económico. Los avances tecnológicos y los conocimientos permiten a las ETN optimizar su producción y acentuar la acumulación de beneficios. La robotización, informatización y automatización del proceso productivo y de su gestión ha posibilitado reducir costes laborales directos y producir a ritmos más acelerados.

Una de las ventajas competitivas que permite la tecnología se consigue gracias a la segmentación y descentralización del proceso productivo. Segmentar el proceso productivo implica que un producto concreto se fabrique en diferentes lugares, que pueden estar ubicados a gran distancia. Esto permite reducir costes, no sólo por los salarios más bajos que se pagan en países del Sur, sino porque se puede fabricar cada pieza o producto allí donde hay un mejor acceso a la materia prima necesaria.

SEGMENTANDO LA PRODUCCIÓN

Al comprar un *Pontiac LeMans* a General Motors, de los 12.000 euros que pagas por el coche, aproximadamente 3.500 van a Corea del Sur en concepto de mano de obra y operaciones de montaje, 2.000 a Japón por los componentes avanzados, 800 a Alemania por la ingeniería de diseño y estilo, 500 al este asiático por los pequeños componentes, 300 a Gran Bretaña por los servicios de marketing y publicidad y aproximadamente 60 a Irlanda y Barbados por el proceso de información. El resto se distribuye entre directivos de Detroit, abogados y banqueros de Nueva York, grupos de presión de Washington, el seguro y sanidad de los trabajadores de todo el país y los accionistas de GM de todo el mundo.

Poder contar con la tecnología más avanzada es vital para la competitividad de las empresas. De este modo, la tecnología y la asunción de los cambios que compor-

ta impregnan toda la actividad de la empresa, condicionando, entre otros, los cambios organizativos o la formación continuada del personal. Para los gestores, invertir en tecnología e innovación es invertir en eficacia, si no se hace se corre el riesgo de «quedarse fuera». Por eso podemos decir que la tecnología es una **inversión de tipo estratégico**. Por ejemplo, la industria farmacéutica destina entre el 11% y el 19% del porcentaje de las ventas a la I+D (Investigación+Desarrollo).

Las grandes empresas suelen contar con centros de investigación propios. Pero, al margen de la I+D que generen, destaca la capacidad que tienen las grandes ETN de absorber y dar salida a la innovación tecnológica generada desde pequeñas empresas o desde centros de investigación públicos como la universidad. Así pues, una táctica habitual llevada a cabo por las empresas consiste en condicionar y aprovechar la investigación que se realiza desde las universidades. De esta manera las ETN pueden concentrar capital intelectual y tecnológico a bajo coste y con subvención pública.

«La clave de nuestro crecimiento ha sido aumentar mucho la inversión en innovación (...) y huir de las fusiones solo para tener tamaño.»

S. Tauler,
presidente de la
farmacéutica Lilly

¿PÚBLICO O PRIVADO?

A la doctora Betty Dong —investigadora de medicina de la universidad de California en San Francisco— la empresa farmacéutica Boots le encargó comparar una medicina para las tiroides de la marca con el genérico. El resultado del estudio demostraba que el genérico, aun teniendo un precio inferior, ofrecía mejores resultados. La empresa boicoteó la publicación de los resultados con la complicidad de la propia universidad.

Apropiando la innovación. El acuerdo TRIPS

Hemos visto como las grandes empresas dedican muchos recursos a captar, comprar y reinventar unos conocimientos y unas herramientas que les permitan mantener su posición en el mercado. Es tal la importancia estratégica de los avances intelectuales en la actualidad, que las

empresas necesitan instrumentos con los que protegerse de piratas y falsificadores. Una de las mejores alianzas la encontramos en el acuerdo TRIPS (Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio), firmado por los 144 países miembros de la OMC.

Gracias al TRIPS la propiedad privada se extiende hacia lo inmaterial, ya que se puede patentar, controlar y proteger la actividad intelectual y todo aquello que se considere innovador. De este modo, el mundo de la ideas y de los conocimientos se pone al servicio del poder económico, y se prioriza el interés empresarial por encima del colectivo. Esto se hace evidente, por ejemplo, cuando las empresas farmacéuticas se niegan a que se vendan genéricos de los productos que han patentado, incluso en situaciones de emergencia o en contextos de extrema pobreza. Sería el caso que protagonizó la Asociación de Fabricantes de Productos Farmacéuticos de Sudáfrica (*lobby* integrado por 39 firmas multinacionales) cuando demandó al gobierno sudafricano por importar versiones más baratas de drogas patentadas para enfermos de SIDA. La presión internacional y la reacción de la sociedad civil permitieron, en esta ocasión, que este *lobby* empresarial retirara su demanda.

La gestión empresarial. Cómo hacer más con menos

Una empresa, además de contar con los recursos necesarios (tecnología, dinero, mano de obra, materias primas, energía,...), debe gestionarlos de manera eficiente y óptima en un contexto competitivo. Los gestores y directivos se encuentran inmersos en un proceso de constante búsqueda de herramientas para mejorar la eficacia y la eficiencia de las organizaciones empresariales. Buscan básicamente optimizar la producción y llegar a ser más competitivos, es decir, poder «hacer más con menos». De este modo, flexibilidad, participación, tra-

bajo en red y creatividad, son algunos de los conceptos que se manejan y que impregnan el lenguaje de la gestión y el *management* en las empresas de la última ola.

Flexibilidad, para ser competitivos

En las últimas décadas se han vivido cambios estructurales en el modelo de producción y de organización de las empresas. Del que era un modelo fordista —producción en masa, en serie y de forma estandarizada— hemos pasado a un modelo postfordista, es decir, de producción flexible, en series cortas y diversificadas. En esta nueva realidad, **la flexibilidad resulta un imperativo** que rige las empresas que pretenden triunfar (o sobrevivir) en un mercado global, cambiante y competitivo. Como decía el director general de General Electric, el reto se encuentra en contar, simultáneamente, con el poder de la empresa global y con la flexibilidad necesaria para responder a los cambios del mercado que posee la pequeña empresa.

«Nokia despedirá a 900 trabajadores más. La empresa sueca lo justifica por la necesidad de ajustarse a la caída de la demanda mundial de equipos de redes inalámbricos.»

El Periódico,
8-08-02

EL IMPERATIVO DE LA FLEXIBILIDAD

Los gestores de Mapfre dicen concebir prácticamente como ley la flexibilidad empresarial: «la flexibilidad es un atributo necesario para acometer con éxito los retos que el desarrollo de nuestra actividad comporta. Posibilita nuestra adaptación rápida a nuevas situaciones de mercado o, lo que aún es más importante, permite nuestra anticipación a las mismas». Por su lado, la directiva del Banco de Santander atribuye su ventaja competitiva a su capacidad de innovación y flexibilidad, al aprendizaje organizativo, a la mejora continua en productos y procesos, el aprovechamiento de oportunidades y el espíritu competitivo: «Para el Santander, la competencia es un elemento positivo, el mercado es un escenario en el que se desarrollan diariamente unos grandes juegos olímpicos, pero a diferencia de éstos, no basta con participar, sino que hay que ganar la medalla».

La flexibilidad podría ser entendida como el elemento más definitorio del nuevo modelo de producción, de la nueva organización del trabajo y, en general, de la nueva cultura empresarial. Al modelo de producción postfordista se le ha calificado pues como un modelo **de especialización flexible**, es decir, un modelo regido por la capacidad de las empresas de adaptar su producción a la fluctuante demanda del mercado, tanto por lo que respecta a la cantidad como por la variedad de la oferta.

«Se puede ir a cualquier empresa tradicionalmente centralizada y reducir la plantilla de la sede central en un 90% en un año. Cuando absorbimos Stamford había 880 personas en la sede central. Hoy hay 25.»

Percy Barvenik,
presidente de
ABB

Pero para alcanzar este reto, es necesaria una reorganización total del trabajo. Así pues, desde la nueva gestión empresarial se trabaja para una **reinvención continua de las empresas** y para implementar procesos de reingeniería, reestructuración o cambio de la organización. Por lo tanto, para adaptarse al cambio continuo y alcanzar la flexibilidad productiva muchas empresas adoptan una organización descentralizada, una estructura en red o en forma de «constelación de empresas». La gran empresa deja pues de responder a un organigrama único y vertical para pasar a constituirse como un complejo entramado de unidades empresariales con un amplio grado de autonomía, de manera que se permite optimizar la producción y favorecer la implicación de los trabajadores.

Hay que tener en cuenta que, aunque desde el nuevo discurso directivo se hable repetidamente de descentralización y cambios organizativos, estos cambios no son tan sustantivos como podría parecer. En realidad, lo que se está configurando es un proceso de **concentración sin centralización**: la concentración de poder y dinero necesaria en las empresas para acceder a los mercados se mantiene invariable, mientras que la producción o las otras actividades se llevan a cabo de forma descentralizada y en pequeñas unidades.

La gestión de recursos humanos: creando una gran familia

En la nueva empresa flexible y descentralizada, el personal laboral se parcela en un cúmulo de grupos de traba-

jadores con categorías laborales, salarios, funciones y niveles de implicación con la empresa muy diferentes y que, además, están expuestos a una fuerte movilidad interna y a cambios en tareas y funciones permanente. Los trabajadores flexibles se convierten en actores económicos y recursos a gestionar.

En este contexto emerge la **gestión de recursos humanos** (RRHH) como una de las principales herramientas, en mano de los directivos, para conseguir las ganancias y la eficiencia de la empresa. A pesar de que algunos gestores de RRHH afirmen querer potenciar la participación de los trabajadores y, de este modo, la dimensión humana de la empresa, los mismos manuales de gestión empresarial hablan de la implicación de los trabajadores, sobre todo, como una herramienta para aumentar la productividad y la calidad del producto final. Según esta retórica del *management* empresarial, la organización horizontal y participativa, en contra de las alienantes cadenas de producción y más allá de las clásicas relaciones de autoridad, pretende potenciar la creatividad, la confianza, la capacidad de trabajo y la «implicación emotiva» de la plantilla en el destino de la empresa. En realidad, las relaciones de control anteriores siguen vigentes, aunque reformuladas: los miembros del equipo se autocontrolan entre ellos, ellos mismos evalúan la calidad del producto final, se les incentiva en función de la producción, se carga de emotividad su vida laboral y se contemplan sus aportaciones creativas en la asunción de un hipotético «destino colectivo» de la empresa.

De este modo, lo que se busca es la movilización del trabajador en el conjunto de la empresa, pero como individuo, —al margen de organizaciones sindicales—, como si todos los miembros de la empresa (directivos, accionistas, trabajadores, clientes) tuvieran el mismo proyecto común. En esta avidez por la integración algunas empresas incorporan clientes en el equipo de gestión o califican a sus trabajadores como «asociados de ventas», «copropietarios» o «socios». Pero la integración que dice promoverse desde las nuevas relaciones laborales es virtual,

«La fabricación exige gente disciplinada, las sedes gente creativa.»

Mas Colell,
economista

e incluso contradictoria, ya que por un lado no se traduce en una distribución real de beneficios, y por el otro va en paralelo a una tendencia generalizada a la precarización de las condiciones laborales de los trabajadores, como veremos detalladamente en el capítulo tercero.

EL TEAM BUILDING

Las técnicas del *Team Building* pretenden promover la cohesión de grupo. A partir de ellas, los gestores de recursos humanos están introduciendo el deporte en la empresa, las dinámicas de desarrollo personal, jornadas para intensificar la confianza y las relaciones en el equipo de trabajo, así como ejercicios para liberar emociones. Incluso se organizan actividades de riesgo como el rafting, el *paint-ball* o la supervivencia en un bosque. Con ellas se enseña a los equipos a arriesgarse a superar los propios límites y a confiar en sí mismos.

Con el objetivo de mejorar la productividad de las trabajadoras, los responsables de recursos humanos utilizan técnicas como los «círculos de calidad», la «rotación de tareas» o el *team building*. Con ellas se consigue: crear sensación de urgencia en el trabajo por alcanzar el *just in time*, la optimización de competencias a través de la formación continuada, hacer del cliente (y de su satisfacción) una obsesión, optimizar la producción y las ventas otorgando incentivos y primas por productividad en función de los beneficios, etc.

No debe extrañarnos que todas estas prisas, cambios, estímulos, comporte un aumento del estrés, de los trastornos del sueño y de las enfermedades cardiovasculares entre trabajadores y directivos. En la actualidad el 90% de las firmas norteamericanas más grandes ya han tenido que implantar programas antiestrés, a pesar de que también los casos de estrés aumentan en contextos como el nuestro. Por ejemplo, el 38% de los trabajadores de

una empresa como Iberia han solicitado la baja por estrés en los últimos años.

Fidelización del personal. El caso de las *stock options*

Las políticas de distribución de beneficios entre los directivos pretenden fidelizarlos a la empresa e incentivarlos a buscar mayor eficiencia, aunque sea a través de la adopción de medidas más agresivas. Las *stock options* son una de las fórmulas más conocidas para conseguir la motivación de la directiva de la empresa.

La idea de las *stock options* surge en EUA en los años cincuenta. Consiste en que la empresa reserva un número de acciones determinado para el equipo directivo. En un momento concreto ofrece el derecho a comprarlas a un precio pactado y fija un margen de tiempo para poder venderlas y obtener los beneficios. La de las *stock options* es una inversión segura ya que la empresa contrata una aseguradora que cubra las posibles pérdidas. Además cotizan como rentas irregulares de manera que los beneficiarios pagan muy pocos impuestos.

«Haga ricos a sus ejecutivos y ellos le harán rico a usted.»

Robert W. Johnson, presidente de Johnson&Johnson

TELFÓNICA Y LAS *STOCK-OPTIONS*

En febrero de 1997 se dio a conocer a la Junta de accionistas de Telefónica un plan de *stock options* a tres años para 100 directivos de la empresa. Las 307.000 acciones que contemplaba el plan se vendían a precios entre 3.300 y 4.900 pts. Al cabo de tres años se revalorizaron un 375%, de manera que los directivos se repartieron la suma de 81.000 millones de pesetas.

Últimamente, empresas como Intel, Microsoft, Telepizza, IBM, HP están extendiendo la práctica de las *stock options* a sus trabajadores y trabajadoras, además de al personal directivo. Se supone que así los trabajadores, como «pequeños propietarios» de la empresa, producirán más y mejor.

Las irregularidades. Una práctica regular

«Mientras el delincuente contra la propiedad suele estar considerado un individuo marginado, el delincuente económico ni es marginado ni se enfrenta individualmente con el sistema.»

López-Rey y Arrojo

Corrupción y sobornos

La corrupción es un fenómeno internacionalmente conocido: sobres rojos en China, *bakchich* en los países árabes, *matabiche* en África Central, *payola* en Filipinas, *mordida* y *coima* en América Latina, *pots-de-vin* en Francia o simplemente sobornos. Precisamente en el acto del **soborno** suele materializarse la corrupción. El soborno consiste en prometer u ofrecer una remuneración a un agente público, funcionario, ministro o dirigente de una empresa pública, de tal manera que éste deba violar los derechos que tiene con la colectividad pública a la que representa. El corruptor activo es aquel que promete u ofrece la remuneración; el corrupto es el agente público que traiciona sus deberes aceptando el soborno. Según valoraciones del BM la corrupción anual en el mundo estaría sobre los 80 mil millones de dólares.

PARA BAILAR LA SAMBA...

Los gobiernos de los países centrales establecen recomendaciones y reclaman reformas institucionales en los estados de los países del Sur a raíz de la corrupción y la falta de transparencia de sus gobiernos. A veces, parece que los gobernantes del Sur son corruptos por una cuestión cultural, o casi genética, mientras que prácticamente nadie presta atención al rol corruptor de las multinacionales de los países desarrollados. De este modo son objeto de crítica sobre todo los corruptos, los que cobran sobornos, pero casi nunca se nombra a los corruptores, que son los que inician el acto. Como apuntaba un antiguo ministro del Txad, «hacen falta dos para bailar la *samba*».

Llegó un punto en que la corrupción de las empresas era tan fuerte y evidente que, en diciembre de 1997, ministros de economía de 22 países de la OCDE firmaron un acuerdo para reprimir la corrupción en la inver-

sión extranjera. Pero la práctica del soborno no siempre transgrede la legalidad. En 1997, precisamente para compensar la falta de competitividad de sus empresas, el gobierno francés autorizó el soborno, medida que fue adoptada a continuación por el resto de países europeos. A raíz de esto, eufemísticamente —y en términos legales—, al soborno se le denomina «comisión» o «gastos comerciales excepcionales».

Una de las cuestiones más preocupantes de la corrupción es que **afecta sobre todo a la población más empobrecida, en concreto a aquella que vive en los países del Sur**. Esto ocurre porque el dinero que podría haber sido invertido en servicios para el bienestar de la población, se gasta en lucrativas comisiones o en proyectos que benefician, sobre todo, a los gobernantes de estos países y a los inversores extranjeros. Hugh Valey, parlamentario británico, hacía el siguiente análisis sobre esta cuestión: «Cuando un inversor corruptor de algún país rico paga un 15% en sobornos, lo añade al precio del contrato de la inversión, pues costará más, y la población humilde, la que paga los contratos de la electricidad o el agua, pagará también el soborno. Los sobornos suponen la transferencia del dinero de los pobres a los ricos». Además, si tenemos en cuenta que estos proyectos de inversión se pagan a menudo con el dinero procedente de créditos internacionales, **los sobornos incrementan la deuda externa de estos países**.⁴ Como decía recientemente un ministro del tesoro filipino, Leonor Briones, refiriéndose a los sobornos: «estamos hablando del dinero que tendría que estar destinado a servicios básicos como escuelas u hospitales».

«Siempre hay alguien que paga, y los negocios internacionales son la principal fuente de corrupción.»

George Soros

4. El caso de Nicaragua refleja bastante lo dicho. En los primeros cuatro años del gobierno liberal de Violeta Chamorro (1990-1994) se vendieron 341 de las 351 empresas estatales —a pesar de que no existía ninguna ley que lo permitiera. Los sobornos rodearon este proceso y algunas compañías se vendieron a un valor inferior al 75% de su precio de mercado.

Como vemos, el soborno conlleva la subordinación del poder político a los intereses privados y, así, que prevalezca la «ley del más fuerte». El soborno es el primero de un paquete de mecanismos en mano de las grandes empresas (que irán apareciendo a lo largo de este libro) que les permite interferir a su favor en la esfera pública y, consecuentemente, desvirtuar y desacreditar las democracias actuales.

Evasión fiscal. Evadiendo la responsabilidad social

«La corrupción es un cáncer, una ofensa para los pobres que desvía el dinero a los más ricos, aumenta el coste de las actividades, provoca graves distorsiones en el uso de los recursos colectivos y ahuyenta a los inversores extranjeros.»

La evasión fiscal es uno más de los mecanismos, dentro de la máxima de reducir costes de las ETN, que les permite continuar creciendo. Pero también denota cómo muchas de las grandes empresas se desentienden de su responsabilidad social y como su acción responde, sobre todo, a la búsqueda del interés privado.

No resulta fácil obtener datos fiables en relación a la evasión fiscal de las empresas, aunque hay que destacar la investigación hecha sobre este tema desde observatorios como «Transnationale», «Open Secrets» o «Follow the money» (v. último capítulo). De esta investigación se desprenden datos como que en EUA ninguna de las grandes multinacionales pagó los impuestos que le correspondían en el período 1996-1998. Es más, incluso siete de estas empresas se beneficiaron de devoluciones que excedían los impuestos que pagaron. Fue el caso de Texaco, Chevron, PepsiCo, Enron, Worldcom, McKersson y General Motors. Sin duda la condición de transnacional facilita a estas empresas evadirse de determinadas responsabilidades mediante, por ejemplo, los siguientes mecanismos:

J. Wolfensohn,
presidente
del BM.

a) Los paraísos fiscales. Son muchas las ETN que transfieren la mayor proporción posible de sus beneficios a lo que se conoce como **paraísos fiscales**. Un paraíso fiscal es un país en el que la reglamentación monetaria y la fiscalidad es más flexible y favorable que

en el resto del mundo, de forma que se atraen los capitales extranjeros.

Los paraísos bancarios y fiscales se caracterizan por: la falta de penalización contra el blanqueo de dinero; la falta de impuesto sobre el beneficio, las donaciones y las herencias; el secreto bancario, la permisividad de cuentas anónimas y la no obligación del banco de conocer al cliente; la prohibición al banquero de revelar a las autoridades judiciales o fiscales el nombre del beneficiario de una transacción o del titular de una cuenta; la falta de control de las transacciones financieras; la no obligación del banquero de llevar un libro financiero o de informar a las autoridades sobre transacciones dudosas; la escasez de los medios de investigación sobre las actividades criminales o de corrupción; la falta de ley sobre embargamiento de activos; la falta de control sobre subsidiarias de grupos internacionales.

ISLAS CAIMÁN

Uno de los paraísos fiscales más conocidos lo forman las Islas Caimán. En las islas Caimán viven unas 35.000 personas y están inscritas más de 20.000 sociedades (bancos, holdings, filiales, empresas,...). Hay 507 bancos, de los cuales sólo 106 están físicamente presentes. Éstos gestionan 500 mil millones de euros, —cifra que equivale prácticamente al PIB español—, dando lugar en el archipiélago a una teórica renta per cápita de 1,4 millones de euros. Otros paraísos conocidos son las Bahamas, las Bermudas, las Barbados, Belice, Islas Vírgenes, Chipre, Liechtenstein, Luxemburgo o dos que nos quedan muy cerca: Andorra y Gibraltar.

b) Blanqueo de dinero. Los paraísos fiscales permiten a las empresas llevar a cabo operaciones de blanqueo de dinero. Estas operaciones se realizan normalmente en tres etapas:

«Yo creía que estábamos ante una criminalidad superficial, marginal, accidental, una especie de falta de moral individual. Hoy tengo la certeza de que la criminalidad financiera está incrustada en la economía y entenebrece nuestro porvenir.»

Eva Joly,
juez en Francia

- 1) *El prelavado*, que consiste en introducir el dinero líquido en el circuito económico y financiero normal mediante la intervención de sociedades intermedias radicadas en los paraísos fiscales.
- 2) *El lavado*, que sirve para borrar las pistas sobre el origen de los fondos mediante operaciones diversas.
- 3) *El reciclado*, que consiste en extraer las sumas blanqueadas como beneficios de actividades varias (consumo, inmobiliarias, inversiones productivas), para poder utilizarlas sin riesgo después de haberles dado la apariencia de un origen lícito.

Hay que destacar que la mitad de las exportaciones norteamericanas transitan por territorios al margen de ningún tipo de control. Esto permite a las empresas exportadoras ahorrar un total de más de 2.6 billones de euros al año. En el Estado español, el último gran caso de evasión fiscal y blanqueo de capitales imputaba a Emilio Ibarra y a otros 23 ex directivos del BBVA, entre los que se encontraba el actual secretario de Hacienda, E. Rodríguez Ponga, al mismo tiempo autor de un «manual de productos fiduciarios» diseñado para captar clientes adinerados y fomentar la evasión fiscal.

c) Precios de transferencia. Otra posibilidad, al alcance de las empresas que operan internacionalmente, es la de reducir la visualización de los beneficios obtenidos por una filial en caso de que estén domiciliadas en países donde se paguen impuestos elevados. Esto puede hacerse, por ejemplo, **manipulando los precios de transferencia**, es decir, poniendo los precios de los intercambios que se realizan entre las filiales de una ETN o de éstas con la matriz (los cuales pueden diferenciarse considerablemente de los precios reales), de forma arbitraria y según convenga. Las consecuencias de esta práctica pueden ir más allá del simple ahorro de recursos y derivar en: agudización de

los conflictos entre las empresas y los gobiernos nacionales; distorsión de la información de los precios en el comercio internacional, y profundización en la dependencia de los países en desarrollo respecto a las empresas matriz.

d) Maquillaje de resultados. Algunas empresas maquillan o exageran sus resultados económicos con el fin de parecer competitivas ante los accionistas y para que éstos no retiren su inversión. Enron o World.com son dos de las últimas grandes empresas a las que se ha descubierto practicando este tipo de fraude, también llamado por los propios ejecutivos como «contabilidad creativa». En el caso Enron hay que hacer constar que, cuando los ejecutivos de la empresa fueron conscientes de que ésta ya estaba en números rojos, lanzaron una «interesante» oferta de acciones dirigida a sus propios trabajadores. La mayoría de ellos compraron, de manera que cuando se hizo pública la quiebra de la empresa, además de perder el trabajo, perdieron sus ahorros. Barton Biggs, de la banca Morgan Stanley, afirmó ante estos dos escándalos que «sabíamos que estábamos en un casino de juego, pero creíamos que no nos hacían trampas».

FORTUNE, POCO AFORTUNADA

En la revista *Fortune* se alababa a Enron, la compañía que había alcanzado el nº 25 del top 500 en el año 2001, diciendo: «ninguna empresa ilustra el transformativo poder de innovación más claramente que Enron». Al siguiente año, en pleno destape del escándalo, la misma *Fortune* se preguntaba «¿Alguien dijo Enron? La estrella del año pasado desaparece de la lista de las top 500».

El capital financiero... e impaciente

Las fusiones y las adquisiciones, la organización flexible y las reestructuraciones laborales o el incumplimiento de normas medioambientales y laborales son mecanismos que aportan ganancias a las ETN. Pero hoy en día, **los inversores no sólo buscan ganancias, sino que también quieren que se den en el plazo más breve posible**. En la avidez por el beneficio inmediato tienen un papel central los mercados financieros, donde las ETN participan activamente, aunque sea en detrimento de la centralidad de su actividad productiva. Con el tiempo ha ido aumentando la importancia de las operaciones financieras como instrumento básico de la política de las ETN.

Por qué participar en el mercado financiero

«Hay que comprar cuando por las calles corre la sangre, aunque la sangre sea mía.»

Mark Mobius,
especulador
financiero

La política financiera de las ETN es un sistema complejo que comprende diferentes procesos y objetivos. La participación de las empresas en el mercado financiero se materializa en su presencia en los mercados bursátiles, donde venden parte de sus acciones. Cotizar en bolsa permite **la capitalización de la empresa**, es decir, atraer inversores con el fin de que la empresa pueda disponer de grandes cantidades de dinero líquido con el que poder operar. Por ejemplo, Telefónica, previamente a su internacionalización «física», llevó a cabo un plan para internacionalizar su accionariado. Así pues, en 1995 Telefónica cotizó en las bolsas de Londres, Frankfurt, París, Tokio y New York de manera que al año siguiente una cuarta parte de su accionariado ya era extranjero.

Disponer del dinero que les aporta la participación en el mercado financiero o bursátil permite a las ETN poder seguir expandiéndose, financiar las filiales extranjeras o incluso realizar **operaciones de tipo especulativo**. A menudo las ETN obtienen gran parte de sus beneficios, no tanto en la producción de bienes y suministro de servicios (economía real), como en operaciones únicamente financieras, por ejemplo, especulando con las fluctuaciones de los tipos de cambio, con las tenden-

UNA BUENA INVERSIÓN

Corrections Corporations of America (creada en 1983) es una de las empresas que más alto cotiza en la bolsa de Nueva York. Su actividad principal es la gestión de servicios penitenciarios, Diane Mc Clure, una de las ejecutivas animaba a los accionistas en octubre de 1997 con estas palabras: «*Nuestros análisis de mercado muestran que el crimen juvenil continuará creciendo*». En su página web se informa al inversor de la expansión de su actividad y del creciente número de «clientes» al que atienden. Visitarla es muy «ilustrativo»: www.correctionscorp.com

cias inflacionarias en los diferentes países o endeudándose con monedas que sufren mayores tasas de depreciación. De aquí que se califique a las operaciones en bolsa de *economía ficticia* o *economía de casino*. De este modo, cada día se mueven en los mercados financieros mundiales más de 2.000.000.000.000 de euros. Además, de cada 100 euros negociados en divisas, sólo 2,5 están relacionados con transacciones comerciales o inversiones productivas.

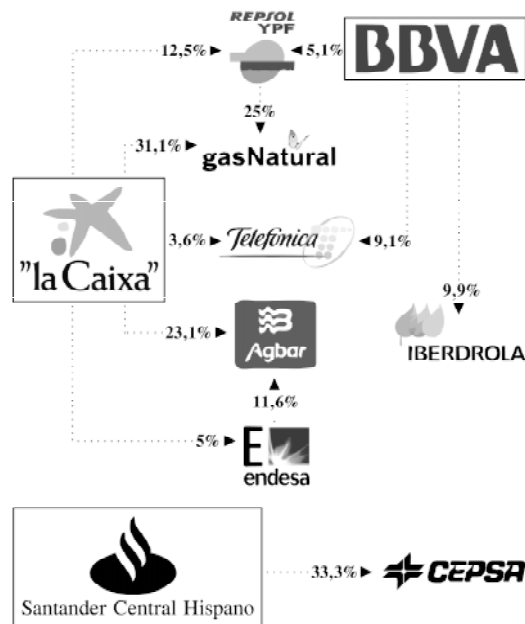
«Mis clientes se burlan de los criterios éticos. Ellos quieren que multipliquemos sus ganancias.»

Mark Mobius

¿QUÉ ES LA ECONOMÍA DE CASINO?

Cuando decimos que la economía real pierde centralidad en las empresas, queremos decir que el circuito clásico de la economía (*dinero* → *bienes* → *dinero*) pasa a ser sustituido por un circuito más breve y en el que no se produce ningún bien o servicio (circuito *dinero* → *dinero*). Según lo establecido por la economía real, primero se invierte dinero en elaboración de bienes (mercancías o servicios), los cuales se venden en el mercado, obteniendo más dinero que el invertido inicialmente. Pero en el mercado financiero **el dinero produce más dinero directamente**, a través de operaciones en las que se mueven grandes cantidades de capital a la velocidad de la luz por una red integrada por las bolsas de todo el mundo.

Mediante las inversiones financieras las grandes empresas están sumamente interconexas, de manera que se hace más complejo entender su propiedad. En el cuadro siguiente incluimos las principales interrelaciones empresariales entre las mayores ETN españolas:



Fuente: *Justicia i Pau* (2002), actualizado a partir de los datos de 5 Días (mayo 2003).

Como vemos, el mercado financiero facilita la relación entre empresas que, *a priori*, se dedican a sectores empresariales poco relacionados. Además, al hacerse más compleja la propiedad de la empresa, también se hacen más complejas las luchas de los trabajadores y las relaciones laborales en general. El papel del antiguo propie-

tario fabril es asumido en el capitalismo avanzado por una anónima y difusa red de accionistas de la cual, para más *inri*, los propios trabajadores pueden formar parte.

Los costes sociales del mercado financiero

El capital financiero actualmente, además de permitir la capitalización de las empresas, es quien **dirige su actividad**. Los aspectos financieros fuerzan una visión a corto plazo del éxito empresarial y alimentan en gran medida los cambios organizativos y la nueva gestión empresarial. Uno de los objetivos primordiales de los directivos será, por lo tanto, el de hacer todo lo posible para fidelizar la inversión de los accionistas y atraer nuevos inversores. De este modo, el capital financiero y el imperativo de su rentabilidad se convierten en una especie de brújula que fija las orientaciones estratégicas de la empresa.

En una economía regida desde el mundo financiero, las decisiones en las empresas vendrán marcadas por la prerrogativa de **ofrecer ganancias en el plazo más breve posible**. Del «capital impaciente», el que busca el rendimiento más rápido, se derivan políticas empresariales caracterizadas por su agresividad. El imperativo de la rentabilidad supedita no sólo la economía real, sino también los derechos humanos, las condiciones laborales de los trabajadores o el respeto medioambiental, a intereses puramente económicos. Se llega a extremos como que ante los despidos masivos realizados por una empresa, sus activos bursátiles se revalorizan. Sucedió así, por ejemplo, cuando Marks&Spencer anunció el cierre de sus tiendas en Barcelona y otras ciudades europeas. La bolsa también premia a la industria militar ante la inminencia de una guerra. Así sucedió después de los atentados del 11S cuando, durante la primera semana de la reapertura de la bolsa, las acciones de Raytheon Co. —tercera compañía de defensa del mundo— aumentaron un 37%.

«Como más multitudinarios sean los despidos, más contenta está la bolsa.»

Newsweek,
febrero 1996

Publicidad y medios de comunicación. La configuración de la sociedad de consumo

La publicidad o el arte de persuadir

El auge de la publicidad llegó, después de la Segunda Guerra Mundial, en la época de producción de masas, la cual necesitaba de un consumo también de masas. La publicidad se erige en este contexto como el principal mecanismo para dar forma a la demanda y construir una sociedad fundamentada en el consumo masivo.

«Los consumidores son como los bichos: los pulverizas una y otra vez hasta que con el tiempo se vuelven inmunes.»

D. Lubars, Grupo Omnicom

La publicidad ya demostró en aquel momento su efectividad como constructora de imaginarios, forjadora de identidades o presentadora de productos de consumo como «referentes vitales». A raíz de la repetición constante de los mensajes publicitarios, el discurso dominante y un conjunto de necesidades se nos presentan como una obviedad, sin alternativa. La publicidad ha permitido también que las ETN y sus marcas naturalicen su presencia en nuestra vida cotidiana. Tengamos en cuenta que la publicidad consigue más de 1.500 impactos por persona y día.

Como consecuencia de la constancia de la publicidad, el consumo se convierte en una especie de acto universalista de liberación. Diariamente nos invade un léxico que absorbemos desde que abrimos un periódico, miramos la televisión, encendemos la radio o vamos por la calle. El léxico publicitario se construye, esencialmente, en base a eufemismos, pero manifiesta de manera más o menos explícita toda una ideología y un repertorio de valores (hedonismo, culto al cuerpo, individualismo, autorrealización, éxito, etc.). Según el sociólogo P. Kende, los mensajes publicitarios «se dirigen al individuo en su aspecto más íntimo, menos confesable, sacan partido a sus deseos, sus vanidades, sus esperanzas más locas. Hablan el lenguaje del éxito, prometen liberarlos de sus pequeñas miserias, los absuelven de sus culpas más vergonzosas».

Así pues, se asocian los productos anunciados a cualquier cosa más que el propio producto: a valores, a un

determinado estilo de vida o a otros referentes simbólicos. Como dice una prestigiosa publicista: «si se asocia a Kellog's la imagen de la vitalidad y energía y, al mismo tiempo, estos atributos forman parte de lo que se supone que es un niño sano y bien criado, no es de extrañar que sean las propias madres las primeras prescriptoras de este tipo de desayuno para sus hijos: de este modo consiguen, como valor añadido, cumplir con la obligación de madres responsables».

En definitiva, la publicidad se erige como un mecanismo de educación por el cual el ser humano se convierte, sobre todo, en consumidor en un entorno natural que aparece mercantilizado. La cultura del consumo se fundamenta en una serie de creencias, lógicas, símbolos, identidades y representaciones de la realidad por las cuales el individuo adquiere «conciencia» de que la verdadera realidad, e incluso su identidad, se fundamenta en la compra y venta de productos.

«La publicidad puede conseguirlo todo. Una gota de agua acabará por agujerear la roca. Si usted golpea con precisión y sin interrupciones, el clavo se hundirá en la cabeza.»

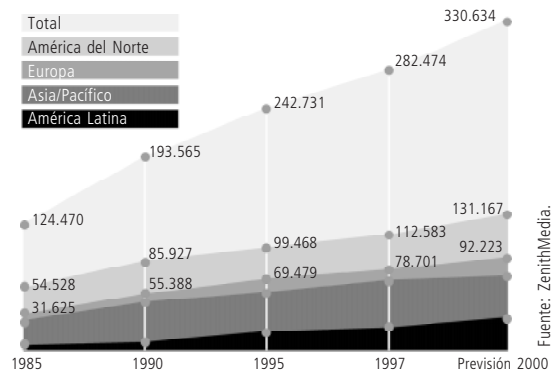
Directivo de Coca-Cola a principios del siglo XX

La publicidad, una rentable inversión

Por cuestiones estratégicas, la inversión en marketing y publicidad es cada vez mayor entre las ETN. Sólo en el Estado español, las empresas invierten en publicidad más de 1,7 billones de pesetas. Cabe recordar que invertir en publicidad, aparte de la rentabilidad económica, conlleva rentabilidad ideológica, ya que la asimilación del máximo de personas en el sistema económico permite la pervivencia a largo plazo de los beneficios de las empresas.

Naomi Klein, en su conocida obra *No logo*, describe como a partir de los años ochenta son muchas las ETN que dan menos importancia a la producción de bienes y se centran más en la producción de *valor de marca*. El paradigma de esta lógica lo encontramos en la empresa Nike, la cual vende un calzado que no ha producido nunca, mientras se dedica sobre todo a producir la marca y hacerla deseable. Esta compañía norteamericana pasa de gastar 25 millones de dólares en publicidad en 1987 a gastar 500 millones en 1997. Sólo lo que gana

Gastos publicitarios (en millones de dólares)



Ronaldo con Nike en concepto de publicidad durante un año equivale a 21 siglos de trabajo de una obrera de Nike en Indonesia.

En la actualidad, la «producción de marcas» se sofisticada y la publicidad abre nuevos caminos e invade nuevos espacios: nos pueden poner anuncios en medio de nuestras llamadas telefónicas si queremos que nos salgan más baratas; encontramos anuncios en el transporte público, en los lavabos de las universidades y de los bares, en los bancos del parque, pegados a la fruta o a las bandejas de comida rápida; Pepsi pretendía proyectar un anuncio en la superficie de la Luna y Mattel y Levi's han llegado a pintar y decorar calles enteras para publicitar sus productos; empresas de ropa contratan a adolescentes para que mediante el boca-oreja hagan saber a otros adolescentes lo «guays» que son sus marcas, etc.

Los niños y la juventud componen una población especialmente influenciada por la publicidad y el mundo de las marcas. Los que pretenden publicitar sus productos tienen esto muy en cuenta, ya que los niños influyen de manera considerable en el gasto familiar. Según estudios hechos en EUA en los años sesenta, se constató que los niños influían en 5 billones de dólares de las compras de sus padres; en 1997 esta influencia ya había alcanza-

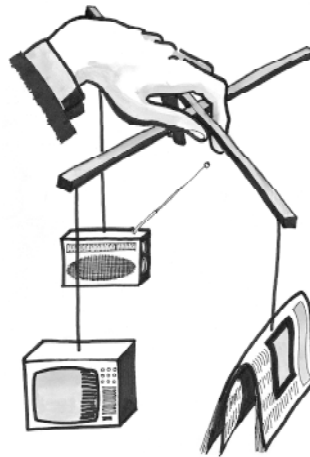
do los 188 billones de dólares. Y es que actualmente, los niños y niñas ven más de 1.000 horas de televisión al año, donde se emiten anuncios aproximadamente cada 17 minutos. Un estudio reciente de la OCU consigue demostrar las grandes diferencias que existen a la hora de pedir juguetes en fechas navideñas antes y después de que se lleve a cabo el alud publicitario de estas fechas.

PUBLICIDAD E INFANCIA

Channel 1 ofreció a los colegios norteamericanos equipos audiovisuales a cambio de que vieran su programación a diario. Los programas de Channel 1, aun teniendo contenido «didáctico», intercalan 2 minutos de publicidad cada 12 minutos de programación. Durante la emisión, los profesores no tienen la posibilidad de cambiar el programa ni de regular el volumen de la televisión. Channel 1 está presente en 12.000 escuelas norteamericanas y llega a unos 8 millones de estudiantes.

Empresas y medios de comunicación. El final de la libertad de expresión

La vinculación entre las empresas y los medios de comunicación es cada vez más fuerte, evidente e interdependiente. La relación de las ETN con los medios de comunicación puede ser **indirecta**, a través de la publicidad y los patrocinios (mediante los anuncios las empresas financian más del 50% del coste total de una cadena de TV privada). Pero hay que tener en cuenta que muchos medios de comunicación son también empresas privadas y existe la posibilidad de que otras empresas participen **directamente** de su propiedad.



«Los medios de comunicación de masas no sufren una crisis tan grave como la educación. Esto se debe al mayor control que ejercen los responsables del sistema sobre ellos.»

Informe I de la C. Trilateral

Actualmente encontramos grandes conglomerados transnacionales que abarcan la producción y difusión de editoriales, diarios, radios, películas, televisión, internet, vídeos, satélites,... Estos conglomerados son el resultado de la fusión de empresas del sector información con otras de sectores que a menudo no tienen nada que ver con la información. La mayor empresa de medios de comunicación del mundo es AOL-Time Warner, resultado de la fusión entre América Online (AOL) y Time Warner Inc., en la que AOL adquirió por 106.200 millones de dólares el control de Time Warner.

UN IMPERIO MEDIÁTICO

«Bertelsmann es el segundo conglomerado de medios de comunicación y ocio del mundo. Es el resultado de 165 años de expansión económica en los que ha llegado a agrupar a 365 compañías. Tiene editoriales y cadenas de librerías en 7 países, en 27 países interviene discográficamente bajo sellos diferentes, tiene más de 100 revistas y diarios en toda Europa, gestiona emisoras de radio, agencias de noticias, cadenas de televisión, produce películas, fabrica cintas, vídeos y CD, imprime prensa escrita como *Fortune*, *Time* o *Business Week International*.

«La mayoría de lo que tu ves en TV es, en realidad, un producto de las Relaciones Públicas. La mayoría de lo que lees en el periódico y ves en televisión son noticias.»

Vicepresidente de Gray&Company RP

Si asistimos a una exponencial participación de grupos empresariales ajenos al mundo de las comunicaciones en el sector de la información, es porque las élites económicas son conscientes de que influir en los medios de comunicación es necesario para el ejercicio del poder. El control sobre los medios permite a las ETN informar a la ciudadanía de lo que pasa en su entorno según convenga, o poder poner en marcha los mecanismos para incidir sobre determinadas decisiones políticas o económicas. Sin duda, la colonización de la información por parte del mercado supone la vulneración del derecho a una información objetiva e imparcial. La opinión, los conocimientos y la información se convierten en construc-

ciones que las empresas diseñan, producen y nos venden, como si se tratara de coches o zapatillas deportivas.

En el Estado español la concentración empresarial en el sector de la comunicación no llega al extremo del caso italiano (donde Silvio Berlusconi es el propietario de las tres principales cadenas de TV privadas y como presidente del país controla las cadenas públicas), pero es también muy grande. Ya en 1992 cinco personas: Polanco (*El País*, *As*, *Cinco Días*, Canal +, Canal Satélite Digital, Cadena Ser), Asensio (*El Periódico*, *Sport*, *Interviú*), Durán (ONCE, Onda Cero), Godó (*La Vanguardia*, *Mundo Deportivo*) y Echevarría (*Marca*, *Expansión*, *El Correo Español*), controlaban el 50% de la prensa diaria, el 65% de las radios y el 100% de los canales privados de TV. Actualmente, detrás del 66% de la información que nos llega se encuentra la inversión del BBVA y del SCH.

ADMIRANDO A TELEFÓNICA

A través de su empresa Admira (que antes se llamaba Telefónica Media), Telefónica es propietaria de los siguientes medios: Antena 3 (47,52%); Onda Cero (que depende al 100% de Antena 3); Cadena Voz (50%); Lola Films, productora de cine y recaudadora de la mitad de la taquilla del cine español (70%), Vía Digital, que ofrece 70 canales de televisión (48,62%); Endemol, la mayor productora de contenidos del mundo con éxitos de audiencia como Operación Triunfo y Gran Hermano (99,47%); Telefe, principal cadena de TV Argentina (100%); Movie Record (100%); Admira Sport, que gestiona derechos deportivos y su explotación (100%); Audiovisual Sport, propietaria de los derechos de emisión del fútbol español (40%); Hispasat (13,93%), etc.

Relaciones públicas: quien paga, tiene la «verdad»

Una de las vías frecuentadas por las grandes empresas para incidir en la opinión pública y los medios de comunicación la encontramos en la emergente industria de las

«Nuestros
dos mayores
clientes son
Philip Morris
y la National
Riffle
Association.
Se puede
aprender
mucho sobre
estas
organizaciones
y sobre lo
que hacen.
Son muy
eficientes
organizando
movimientos
populares.»

Mike Malik,
Optima Direct
(empresa de RP)

relaciones públicas. Las relaciones públicas (RP) se diferencian del control directo de los media o de su financiamiento a través de la publicidad, por ser una estrategia más sutil y encubierta a la hora de influir en la información que nos llega. Así pues, la principal diferencia que tienen las RP con el mundo de la publicidad es que éstas buscan la máxima discreción y anonimato, al igual que la invisibilidad de su tarea. Prácticamente ningún ciudadano sabe nada de su existencia.

La tarea de relaciones públicas generalmente se lleva a cabo desde empresas especializadas contratadas por las ETN. Algunos de los servicios que ofrecen las empresas RP consisten en: espionaje industrial, infiltración en movimientos sociales, creación e infiltración de noticias, promoción e invención de campañas populares y de movilización social, etc.

Es especialmente preocupante la especialización creciente de estas empresas, en el contexto anglosajón, en la desarticulación o minimización de los impactos de los movimientos sociales. Por ejemplo, ante una campaña de la sociedad civil que pretenda informar a la población de lo poco saludables que son los productos de la industria de la alimentación, las empresas que se vean perjudicadas pueden contratar una empresa de RP para que contenga los efectos de la campaña y limpie su imagen. Las RP lo pueden hacer infiltrándose en el movimiento social para dividirlo, presionando o sobornando a periodistas con el fin de que no publiquen información de la campaña o generando gran cantidad de contrainformación. Un tríptico promocional de la empresa de RP MBD lo dice así de claro: «El propósito de nuestra tarea es gestionar extensos archivos sobre organizaciones y sus líderes, en particular grupos ecologistas y de consumidores, iglesias y otras organizaciones que pretenden cambios en políticas públicas».

Pero mientras que unas empresas de RP desarticulan movimientos populares, otras se especializan en generar movilizaciones falsas con el fin de buscar efectos favorables entre su clientela. De este modo, y cada vez con más

frecuencia, las empresas de RP aprovechan la legitimidad de la sociedad civil para crear movilizaciones que, como ellas mismas aseguran, «parecen reales». Ésta es otra forma de incidir en decisiones políticas, como hacen los *lobbistas*, ya que se transmite a la clase política que determinadas decisiones cuentan con el apoyo de la población. Según M. Dunn de la RP *Michael E. Dunn and Associates* «el propósito de un programa de movilización popular es influir en las políticas legislativas. Lo cierto es que estarás implicado en este proceso político quieras o no quieras. Lo único importante es ganar sea como sea. Y si no cuentas con un programa de movilización popular, tus posibilidades de ganar menguarán seriamente».

ESPIONAJE, MENTIRAS E INVENCIÓN DE NOTICIAS

- Los relaciones públicas que trabajaban para Monsanto consiguieron impedir la publicación de un número de la revista *The Ecologist* en el que se hablaba de los alimentos transgénicos y de la relación del conglomerado norteamericano con su producción y distribución. Monsanto, junto a otras empresas como Dupont, Philip Morris y Shell son clientes de MBD, una empresa de RP especializada en servicios de inteligencia y espionaje.
- David Steinman publicó en EUA un trabajo muy documentado sobre «Alimentación en un planeta envenenado» en el que se denunciaba a una serie de productos alimentarios de ser cancerígenos. Empresas como Oscar Mayer, Heinz o Wendy's contrataron los servicios de la empresa de RP Ketchum. Ésta generó una campaña de contrapublicidad con la que consiguieron desacreditar a Steinman y hacer que su obra no tuviera cobertura mediática.
- En pleno auge de desacreditación del tabaco por sus efectos cancerígenos, Philip Morris contrató a la empresa de RP Burson-Marsteller. Ésta creó un «movimiento popular» llamado National Smokers Alliance para luchar por los derechos de los fumadores y manipular en todo lo posible la opinión pública.

Las empresas de RP con actividades como las descritas, agravan determinados derechos como la libertad de opinión y expresión o la libre circulación de los conocimientos y la información. Saber del trabajo de las RP (al igual que de los *lobbies* empresariales) nos permite entender un poco mejor qué quieren decir los economistas liberales cuando hablan de la «mano invisible» del mercado.

Marketing social: la Ética al servicio de la Economía

«Recientemente hicimos un desfile con modelos famosas que vestían diseños de Levi's. Los vaqueros se vendieron después para obras de caridad, lo que atrajo la atención de todos los medios.»

Peter Shilland,
Shilland&Co

Las relaciones públicas, el control de los medios de comunicación y la publicidad son tres ámbitos en los que las ETN invierten para configurar la imagen que pretenden proyectar al exterior. Esta imagen no se centra únicamente en la calidad de los productos o servicios que ofrecen sino que tiende a orientarse cada vez más a la esfera de los valores. Surge así una nueva vertiente en el campo del marketing, el **marketing social**. El marketing social nace del convencimiento de que a igualdad de precio y calidad de los productos, los consumidores estarán influidos a la hora de comprar por aspectos como la imagen de la compañía y de la marca, y por su grado de responsabilidad social. Vemos pues como en un mercado cada vez más competitivo, la ética, la solidaridad y los valores se convierten en sistemas de diferenciación de la empresa.

Como resultado de esto, prácticamente todas las grandes ETN cuentan con un departamento de filantropía, de medioambiente o de solidaridad; proliferan los códigos éticos en las empresas (en 1987 el 75% de las mayores empresas de EUA los tenían); las empresas ofrecen sus trabajadores a las ONG para hacer trabajo comunitario (voluntariado corporativo); aumentan las acciones de mecenazgo y de patrocinio para *buenas causas*; se crean fundaciones con fines sociales o culturales, etc. Todas ellas son iniciativas con las que las ETN pretenden mostrar su buena voluntad en busca de notoriedad y de

reconocimiento público. Y son precisamente las empresas con una imagen más dañada las que se aferran a esta manera de hacer marketing.

¿QUIÉN INVIERTE MÁS EN CONCEPTO DE IMAGEN?

- *Empresas que han sufrido boicots de consumidores por los abusos cometidos en países del Sur, como sería el caso Nike o Nestlé.* Nike, a raíz de las denuncias de explotación laboral y de subcontratación de *sweatshops* (talleres de sudor o maquilas), pertenece a la «Alianza global a favor de los trabajadores y las comunidades», promovida por el BM, y a la «Asociación por el trabajo justo» promovida por Bill Clinton para ayudar a las empresas norteamericanas a deshacerse de sus *sweatshops*. Nestlé, por su parte, consiguió (en gran medida) limpiar su imagen con una inversión millonaria en la industria de las relaciones públicas.
- *Empresas implicadas en escándalos financieros.* Por ejemplo, el BBVA, tras el escándalo por el que se inculpó a 24 de sus ex directivos anunció públicamente su apuesta por la transparencia. La revista de accionistas de BBVA publicada después de aquel asunto titulaba su portada diciendo: «BBVA. La transparencia, pilar de la nueva etapa».
- *Empresas cuestionadas por los problemas que generan en la salud pública, como las tabacaleras.* Como resultado de esto nos encontramos con campañas de marketing social como la del *Fondo solidario de Fortuna* o el departamento de filantropía de Marlboro.
- *Empresas implicadas en problemas ambientales, como casi todas las que se dedican al sector energético.* De aquí surge la estrategia calificada como **greenwashing**, es decir, proyectar hacia la opinión pública una imagen de empresa ecológica, sostenible, verde y comprometida medioambientalmente.

Resulta paradójico que a la hora de publicitar sus iniciativas solidarias, las empresas gasten más dinero que en la propia implementación de las iniciativas. Es más, con los donativos u obras sociales, las ETN consiguen muy a menudo beneficios, no sólo de imagen, sino traducibles en términos económicos:

- *Desgravación fiscal.* Las empresas que hacen donativos o crean fundaciones con fines sociales disfrutan de importantes descuentos fiscales. La fundación resultante lleva normalmente el nombre de la empresa, de manera que hacen publicidad de la filantropía.
- *Introducción de productos en nuevos mercados.* Sería lo que hizo Nestlé con la leche infantil introducida en África. Lo que se planteaba como una acción solidaria era en realidad una estrategia para abrir el mercado y crear en las familias africanas dependencia hacia la leche infantil que, aunque inicialmente se daba, pasó a ser vendida a precio de mercado.
- *Creación de una infraestructura de la que poderse beneficiar,* como cuando la Fundación Barceló financió un dispensario de salud en Costa Rica, justo en la zona donde la empresa tenía un hotel.

PROYECTO EMPRESAS

«A través del proyecto Empresas, el comité español de UNICEF ofrece a la empresa no sólo la posibilidad de ayudar a los más necesitados, sino también un retorno social y de imagen, así como la posibilidad de acogerse a importantes beneficios fiscales (...) El proyecto constituye una excelente oportunidad para que las empresas hagan una demostración pública de su solidaridad con la infancia y los más necesitados (...) las bases aportadas a UNICEF pueden deducirse de la base imponible de la compañía, lo que supone un donativo real de menos del 35%».

UNICEF-España

Las empresas como actores políticos de primer orden

La actual fase del capitalismo se puede calificar de desorganizada, entre otros factores, por la falta de control democrático y popular sobre los procesos económicos, o por la inexistencia de un centro político. Un indicador de esto es el hecho de que los gobiernos estatales se encuentren cada vez con más límites en su capacidad de incidencia sobre sus territorios o a la hora de centralizar recursos. Pero, por otro lado, parece que el actual proceso de globalización está bien atado y controlado por agentes concretos, entre los que destacan las grandes empresas. Y es que las ETN ni van a remolque de la globalización, ni son instituciones que arbitrariamente se beneficien de una serie de procesos políticos y económicos. Más bien al contrario, su rol es sobre todo activo en la configuración de las nuevas reglas del juego y en la influencia en el sistema político actual. Podemos considerar pues que, como dice el sociólogo U. Beck, el mundo está en manos de poderes invisibilizados —por su dimensión centrífuga— e irresponsables en términos democráticos.

«Los políticos estarán a partir de ahora bajo el control de los mercados financieros.»

Hans Tietmeyer.
Presidente del
Bundesbank

La «crisis» de la democracia ante el poder empresarial

Más allá de su actividad económica, las ETN participan en los diferentes sistemas políticos actuales de manera muy activa. Algunos autores advierten de que la concentración de poder político en manos de las ETN ha llegado a tal nivel que pone en grave peligro la democracia. De hecho, por encima de los estados o los organismos internacionales, las ETN son actualmente el principal actor político de la aldea global. Esto es así por diversos motivos, relacionados sobre todo con su potencial poder económico:

- El gran control que las ETN ejercen sobre sectores económicos estratégicos, y su capacidad de transferir

«Los inversores castigan a Brasil ante la posible victoria electoral de Lula: Bancos de inversión han rebajado su recomendación sobre la deuda brasileña ante el constante ascenso del líder del Partido de los Trabajadores en las encuestas para las elecciones.»

Cinco Días

recursos a partir de una estrategia global, la cual se escapa de los mecanismos teóricamente autorreguladores del mercado.

- La posibilidad que tienen de manipular recursos financieros superiores a los de las reservas de la mayoría de bancos centrales nacionales.
- Las relaciones de presión directa que ejercen sobre los diferentes espacios de toma de decisiones del sistema político, sea a nivel local, estatal o internacional.

La influencia de la Economía en la Política es tal hoy en día, que podemos hablar de la unión, cada vez más evidente, entre el Estado y el Mercado. Si con la Revolución Francesa y la Ilustración el gran triunfo para la democracia fue conseguir la separación de poderes entre el Estado y la Iglesia, en tiempos de globalización capitalista asistimos a la que podemos considerar una involución en la democracia: la estrecha relación entre el Estado y el Mercado.

¿Quién escoge a los «representantes» del pueblo?

El poder de las ETN y la manera como actúan está deslegitimando la democracia representativa y sus principios. El sufragio universal, como mecanismo de participación principal de las democracias representativas, es el primero en verse afectado por el rol de las grandes empresas, ya que éstas **cada vez tienen un papel más significativo en los procesos electorales** de los países en los que se encuentran.

La manera más habitual de hacerlo consiste en inyectar grandes cantidades de dinero en el partido político que les interesa que gobierne. Por ejemplo, George Bush Jr. ganó las últimas elecciones de EUA gracias al apoyo económico de las grandes corporaciones de su país (muchas de ellas pertenecen al sector del petróleo). De hecho, en las elecciones de EUA de 2000, las 82 ETN más grandes contribuyeron, a través de *comités de acción política*, con

33 millones de dólares, al margen de las grandes donaciones habituales. Sólo una ETN, la malparada Enron, ha contribuido en los últimos 12 años a promocionar candidatos electorales con 5,8 millones de dólares. La ayuda de estas empresas no es altruista, de manera que el gobernante de turno tiene que corresponder a las empresas que le han dado apoyo con políticas que les resulten favorables. En el caso de G. Bush, uno de los primeros tratos de favor que hizo a las empresas de su país una vez fue presidente de EUA fue no firmar el acuerdo de Kyoto.

Además de apoyar a «su candidato», las grandes empresas, a través de los medios de comunicación, tienen gran capacidad de influir en la decisión de voto de la población, por ejemplo, dando su versión de las consecuencias que pueden sufrir en el caso de que suba al poder el candidato adversario. En el caso de los países del Sur, son muchas las empresas multinacionales que anuncian el retiro de su inversión en el caso de ganar un partido que pueda aplicar unas políticas que nos les convengan.

Algunas empresas han llegado a utilizar estrategias más contundentes con el fin de influir en el sistema político. Entre los casos más conocidos destaca la acción militar que en 1954 obligó a J. Arbenz a abdicar de la presidencia de Guatemala. Arbenz había iniciado un proceso de reforma agraria con el fin de distribuir mejor la tierra. Las promotoras y financiadoras de la acción militar fueron la CIA y *United Fruit Company* (actualmente Chiquita Brands). Más reciente fue la acción militar en Chile que derrotó al gobierno constitucional de Salvador Allende (1973). En la promoción y financiación del golpe se encontraba de nuevo la CIA e *International Telephone and Telegraph* (ITT), la cual se había visto afectada por la nacionalización de la compañía de teléfonos por parte de Allende.

Los *lobbies* empresariales como modeladores de la política

Otra de las formas de incidencia política por parte de las grandes corporaciones es el *lobbying* o la presión política.

«Nosotros no somos un grupo de presión, pero sí se nos invita a aconsejar. El TABD ha triunfado a la hora de dar impulso a muchas de nuestras prioridades y a que éstas se conviertan en políticas reales.»

Michael Treschow,
codirector del
TABD

Los **lobbies** son grupos empresariales que trabajan activamente para modelar las políticas nacionales e internacionales en función de sus intereses. Para alcanzar tal meta, los **lobbies** se ubican físicamente cerca de los espacios de toma de decisiones como pueden ser Washington DC, Ginebra, Madrid o Bruselas. Sólo en Washington DC, de las 200 mayores ETN del mundo, 94 tiene oficinas con el objetivo de «establecer relaciones gubernamentales». Algunos de los **lobbies** empresariales de EUA más conocidos y algunos ejemplos de su capacidad de influencia son:

- *Comité de Propiedad Intelectual*. Se creó explícitamente para incluir los derechos de Propiedad Intelectual en la agenda de la OMC. Como resultado de su presión nace el TRIPS que concede a las empresas el derecho a proteger la propiedad intelectual.
- *TABD (Transatlantic Business Dialogue)*. Se estableció en el año 1995 y está integrado por 150 grandes ETN europeas y norteamericanas. Actualmente están trabajando meticulosamente con el fin de identificar las barreras para el comercio transatlántico, consiguiendo el libre comercio para los organismos genéticamente modificados y para que la OMC impulse una nueva ronda de negociaciones para la desregulación de las inversiones y el comercio.
- *USA Engage*. Presiona al gobierno de EUA con el fin de que acaben las sanciones sobre Birmania (país en régimen dictatorial donde miles de esclavos trabajan para la iniciativa privada) y poder así invertir en el país. Dick Cheney, vicepresidente de EUA, ha convencido a la Corte Suprema de que se anule la «Ley de Massachusetts contra Birmania» que permitía a los gobiernos locales hacer boicot comercial a los productos procedentes de empresas que invertían en este país.

Por citar algún *lobby* español, podemos hablar del *Club de Exportadores*, integrado por un conjunto de

empresas que trabajan en diferentes sectores de la economía y que presionan al gobierno español para que fomente las exportaciones, por ejemplo, concediendo mayor número de créditos FAD a los países del Sur.

LOS LOBBIES Y LA OMC

La OMC es una de las instituciones donde los *lobbies* juegan un papel más activo pero, paradójicamente, desde esta organización se emiten fuertes críticas hacia los *lobbies* empresariales que «tratan de influir a su gobierno con el fin de que se les considere un caso especial que requiere protección» (www.wto.org). En cambio ni nombra ni emite ninguna crítica hacia los numerosos *lobbies* que presionan para los avances en la liberalización de mercados y del libre comercio.

En **el marco de la UE** los *lobbies* empresariales también juegan un papel muy activo. Bruselas está muy concurrida por los lobbistas. Más de 10.000 *cabilders* profesionales circulan por los vestíbulos de la Comisión, del Consejo y del Parlamento Europeos. Más de 200 ETN tienen oficinas «de asuntos administrativos» en Bruselas y sólo en el Parlamento hay una media de 5 *lobbistas* por parlamentario.

Uno de los organismos de la UE que más sinergias tiene con las empresas es **la Comisión Europea**. Es habitual que la Comisión Europea, antes de participar en las rondas de negociación de la OMC, sea asesorada previamente por diversas organizaciones empresariales. En su momento, la comisión incentivó la creación de la *Red Europea de Servicios* ante la cuestión de la liberalización internacional de nuevos mercados, con el fin de «asesorar a los negociadores de la UE sobre los obstáculos clave y los países en los que deberían centrarse en las negociaciones».

«La Comisión Europea es como un perro con una correa muy larga.»

Michael Hindley, parlamentario europeo sobre la sumisión de la Comisión a las grandes empresas

EL AMI VISTO POR LA COMISIÓN EUROPEA

Desde la comisión, mientras se hablaba con diferentes ONGs y se les daba la razón respecto a la crítica que hacían al Acuerdo Multilateral de Inversiones (AMI), se filtró un documento con la posición oficial de la comisión en la que se manifestaba un elevado grado de acuerdo con las medidas del AMI. En la redacción de este documento se descubrió que la comisión había sido influida por la *Red de Inversiones*, lobby que representaba a 50 de las mayores ETN europeas.

El jefe del dep. fiscal de Bayer fue asignado como responsable de la reforma fiscal alemana. El jefe ejecutivo de Bayer, ante este hecho afirmó: «hemos enviado a nuestro mejor hombre y le hemos dado instrucciones, así que todo irá bien».

El lobby europeo más poderoso se llama **European Round Table (ERT)**. El ERT ha influido en la agenda de la UE de forma evidente a través de sus «recomendaciones», que van en la línea de la desregularización y la liberalización económica. Hay que destacar que el ERT incidió de manera clave en la cuestión de la moneda única europea, ya que esta medida permitía hacer más competitiva la industria europea en el mercado mundial. Últimamente está presionando a la UE para expandirse hacia la Europa del Este, donde se encuentra un nuevo gran mercado en el que poder invertir. La ERT está integrada por 43 ETN europeas, entre las que se encuentran las españolas Iberdrola SA y Repsol-YPF.

Las puertas giratorias: los lazos entre lo público y lo privado

Como hemos dicho antes, en un contexto como el actual con la economía mundial globalizada, la línea entre el poder público (Estado) y el poder económico privado (Mercado) es cada vez más difusa y permeable. Se conoce como **puertas giratorias** al fenómeno por el cual algunas personas influyentes pasan a trabajar de la esfera pública a la privada y viceversa. De este modo, las empresas se aprovechan de los conocimientos y estatus adquiridos por personas que han ocupado un cargo pú-

blico, o las empresas colocan a cargos de influencia en instituciones públicas clave.

En EUA se ha iniciado una campaña para denunciar que ex directivos de Monsanto tienen cargos en la Administración, sobre todo en la *Food and Drug Administration* (FDA). Se ha dado incluso el caso de que funcionarios independientes de la FDA, como el veterinario Richard Burroughs, que cuestionaba la aprobación de la comercialización de hormonas de crecimiento bovino de la Monsanto por las consecuencias que podía tener para la salud, fueron despedidos alegando motivos como el de su «incompetencia».

LA ADMINISTRACIÓN BUSH Y LAS PUERTAS GIRATORIAS

La familia de **G.W. Bush** (presidente) era la propietaria de Bush Exploration/ Arbusto que fue adquirida por Harken Energy. Actualmente, Bush forma parte de su Consejo de Administración; **D. Cheney** (vicepresidente) fue presidente de Halliburton Co. hasta 1995 (hay que decir que Halliburton ha sido la primera contratista de la reconstrucción de Irak); **C. Powell** (secretario de estado) fue miembro del Consejo de Administración de Gulfstream Aerospace (actual filial de General Dynamics, empresa armamentística) y AOL (fusionada actualmente con Time Warner); **D. Rumsfeld** (secretario de defensa) fue director general de Searle (actualmente filial de Pharmacia) y de General Instrument (actual filial de Motorola); **Condolezza Rice** (consejera de seguridad nacional) fue vocal del Consejo de Administración de Chevron, directora de Charles Schwab (agencia de inversión en bolsa) y de Transamerica corp (seguros); **Donal Evans** (secretario de comercio) fue presidente y director general de la compañía de petróleo y gas Tom Brown Inc.; **Gale Norton** (secretaria de Interior) ejerció de abogada de empresas contaminantes y fue presidenta de la Coalición de Abogados Republicanos del medio ambiente, *lobby* financiado, entre otros, por Ford y BP.

«Ha llegado el momento de levantar el asedio al que están sometidas las ETN para permitirles continuar su inacabada tarea de desarrollar la economía mundial.»

D. Rockefeller

En nuestro contexto, podríamos citar el caso de Martin Banegmann, uno de los actuales hombres fuertes de Telefónica, que previamente fue comisario europeo de telecomunicaciones. Hay que destacar como, en el caso del Estado español, las puertas giratorias han sido traspasadas por personas relacionadas directamente con el régimen dictatorial franquista. Los casos más conocidos son los de Rodolfo Martín Villa, ex gobernador civil franquista de Cataluña y quien, hasta hace pocos meses, fue presidente de Endesa; y de Alfonso Cortina, hijo del ministro franquista de Asuntos Extranjeros y actual presidente de Repsol-YPF.

Plataformas donde hacer política

A parte de espacios poco formalizados o de escasa dimensión pública, como los descritos hasta ahora, las relaciones Estado-Mercado se pueden institucionalizar en acontecimientos periódicos y estructurar en organizaciones concretas. Es el caso de los dos espacios que definimos a continuación y que permiten a las élites económicas incidir directamente en las políticas actuales:

a) El Fórum Económico Mundial (FEM)

El **FEM** es una institución privada de origen suizo que está integrada actualmente por las 1.000 empresas más grandes del mundo. Se fundó en 1971 con el fin de «promover la economía neoliberal». En este Fórum se define el destino de la economía mundial y se concertan negocios de gran importancia. Por ejemplo, a raíz de los encuentros del FEM se han impulsado negociaciones tan importantes como la del NAFTA o la Ronda de Uruguay de la OMC. En las reuniones participan unas 3.000 personas y la cuota de inscripción ronda los 171 mil euros. Pero esta cantidad es vista por los asistentes como una inversión rentable ya que les permite no quedarse «excluidos del sistema».

Del FEM se ha dicho que funciona más como una corte medieval que como un congreso: sus monarcas

equivalen a los directores de los grandes bancos y de las mayores ETN; la corte la integrarían los jefes de estado de gobiernos nacionales, los presidentes del BM y del FMI, el Director General de la OMC y el secretario general de la ONU.

b) La Comisión Trilateral (CT)

La CT fue fundada en 1973 por David Rockefeller en plena crisis del petróleo, y se autodefine como un grupo no gubernamental de debate político que pretende promover el entendimiento y la cooperación entre la tríada conformada por Norteamérica, Europa y Japón. Su primer presidente fue Z. Brzezinski, un conocido geoestratega e investigador de Asuntos Comunistas de la Universidad de Columbia.

Desde la CT se convoca un encuentro anual que se centra en el contenido de un informe de análisis coyuntural elaborado por un equipo de expertos. En los encuentros participan miembros de cuatro sectores sociales: propietario y ejecutivos de los grupos empresariales más influyentes, altos cargos políticos y de la Administración, periodistas e intelectuales orgánicos —como Huntington, Friedman o el propio Brzezinski— y, finalmente, dirigentes de los grandes sindicatos.

La presencia española en la CT se inició en 1979, cuando trece españoles fueron investidos en el encuentro, realizado aquel año en Tokio, como miembros de derecho pleno. Entre los investidos se encontraba Luis María Ansón (diario *ABC*), Carlos Ferrer Salat (fundador de la CEOE), Carles March (hijo del legendario financiero mallorquín Joan March), Jaime Carvajal, Pedro Schwartz y Ramon Trias Fargas (presidente en aquel momento de CDC).

De la capacidad de incidencia de la CT se ha dicho de todo: desde que es «el gobierno del mundo en la sombra», pasando por representar una especie de «coordinadora de multinacionales» hasta que sólo es un *think tank* o tanque de pensamiento más.

«Europa es un lugar donde la disciplina social no es tan respetada como en Japón, y un lugar donde no se han desarrollado formas más directas de control social como en Norteamérica.»

Informe de la CT

Para saber más sobre los temas de este capítulo

- BALANYÀ et al. (2002), *Europa SA*, Icaria, Barcelona.
- BRUNET y BELZUNEGUI (1999), *Estrategias de empleo y multinacionales*, Icaria, Barcelona.
- FERRERA, J. (1998), «Puertas giratorias: Monsanto y la administración», *The Ecologist*, julio de 1998.
- HAMMER, M. (1991), «Rediseño del trabajo: no automatice, elimine», *Harvard-Deusto Business Review*, 3^{er} trimestre de 1991.
- HARRISON, B. (1997), *La empresa que viene*, Paidós, Barcelona.
- KLEIN, N. (2001), *No logo. El poder de las marcas*, Paidós, Barcelona.
- LE MONDE DIPLOMATIQUE, «En el archipiélago planetario de la criminalidad financiera», dossier de la edición española, abril de 2000.
- RAMPTON, S. y STAUBER, J. (1995), *Toxic Sludge is good for you!*, Maine, Common Courage Press (se puede encargar en www.prwatch.org).

3

Precariedad,
desigualdad y violencia.
El impacto de las
empresas transnacionales



Violencia y vulneración de los derechos humanos

En este apartado pretendemos remarcar el hecho de que las empresas pueden beneficiarse económicamente de determinadas situaciones de conflicto, y también la relación directa que tienen algunas multinacionales con una serie de conflictos que se han producido o se están produciendo en nuestro planeta. La incidencia de las empresas en los conflictos, es un hecho que suele ser obviado por los medios de comunicación de masas al informarnos sobre algunas masacres, guerras u otros conflictos lejanos que, en cambio, no dudan a menudo en simplificar como el resultado de pugnas tribales o del fanatismo religioso o ideológico de la población.

La violencia como actividad económica

Sierra Leona
destina
prácticamente
la totalidad
del
presupuesto
público
a pagar
los servicios
de EMP.

No nos queremos extender en casos en que la violencia impregna la actividad económica de la empresa, como pasa con la industria armamentística, ya que, ¿qué queda por decir sobre la violencia de una industria cuya demanda se basa en la guerra y en la muerte? En cambio, puede tener interés describir el papel de un actor económico emergente en la industria de la guerra, las **empresas militares privadas** (EMP), que han encontrado en el ejercicio de la guerra todo un «mercado» a explotar.

Las EMP son empresas de mercenarios que se publicitan por internet y ofrecen a sus clientes servicios como: entrenamiento y asesoramiento militar, planes de combate, suministro de armas, información y espionaje, propaganda, soporte logístico o la participación directa de sus empleados en el combate. Entre su clientela se encuentran: gobiernos, grupos enfrentados a los gobiernos, empresas multinacionales (sobre todo las dedicadas a la extracción de minerales o las energéticas: BP en Colombia, Shell en Nigeria, Branch Energy y Diamond Works en Angola y Sierra Leona,...) u organismos internacionales y algunas ONG (que necesitan protección en opera-

ciones de ayuda humanitaria). A pesar de que los gobiernos que requieren los servicios de este tipo de empresas suelen ser países del Sur, entre su clientela habitual encontramos al propio gobierno de EUA. Las fuerzas militares que aporta el gobierno de este país a las misiones de verificación de la KFOR están compuestas por mercenarios contratados de la EMP Dyn Corp.

LOS NEOMERCENARIOS

Aunque sean más sofisticadas, la lógica de funcionamiento de las EMP no se diferencia demasiado de las de los mercenarios, es decir, «quien paga manda». Se han dado casos extremos como el de Executive Outcomes en Angola en los que la empresa abasteció soldados en las dos partes del conflicto.

La violencia como medio. Las empresas dan guerra

En algunos países las ETN se convierten en agentes activos en la generación de conflictos, los cuales, muy a menudo, les resultan «funcionales» en términos de rendimientos económicos. El papel de las ETN en la generación de este conflicto puede variar. De menor a mayor intensidad, podemos identificar tres posibilidades:

a) Posición pasiva en el conflicto. Sería el nivel de implicación mínimo. Se da esta posibilidad cuando, por ejemplo, las empresas pagan impuestos de guerra, de forma más o menos coaccionada, para protegerse de conflictos existentes. Estos impuestos se pueden pagar a grupos guerrilleros, a grupos paramilitares e, incluso, a los ejércitos nacionales. Por esta vía, a pesar de que no tiene porque existir intencionalidad, se alimentan conflictos armados y se perpetúan determinadas guerras.

b) Interés en el conflicto. La empresa se posiciona más activamente en el conflicto. Puede que le interese que éste se resuelva a favor de una de las partes (a la que

«The International Labor Rights Fund ha interpuesto una demanda (...) que acusa a la petrolera Exxon de dar apoyo material y logístico al ejército indonesio por violar, torturar y asesinar a civiles sospechosos de estar vinculados con los separatistas de ACEH.»

El País,
julio de 2002

suele financiar económicamente) o puede que el conflicto sea un fin en sí mismo, es decir, a la empresa le resulta funcional para el desarrollo de su actividad económica que se perpetúe la situación de conflicto de manera que, en ocasiones, lo alimenta. Un escenario de conflicto puede suponer para las ETN mayor facilidad para extraer materias primas, recursos energéticos o minerales. Sería éste el caso de la mayoría de empresas de extracción de diamantes en Angola, las cuales alimentan una guerra entre la población desde hace más de treinta años. Estrategias de este tipo permiten a empresas como De Beers alcanzar sus objetivos económicos.

LOS MERCENARIOS DE LA BP

En junio de 1997 la televisión británica revelaba que BP empleaba a una firma mercenaria británica (Defence Limited Systems) para entrenar y armar al ejército colombiano, o convertir personal de la policía gubernamental en soldados antiguerrillas. Un artículo del *NY Times* (agosto 1997) revelaba que BP había firmado un acuerdo trienal de 60 millones de dólares con el ministerio de defensa colombiano para que el ejército protegiera sus instalaciones. En noviembre de 1998 una carta del relator especial de NN UU al gobierno de Colombia atestiguaba que BP había contratado a mercenarios para proteger sus instalaciones del Ejército de Liberación Nacional (ELN).

Si repasamos la historia encontramos como algunas empresas han hecho negocio en contextos sociales y políticos conflictivos y, aparentemente, desfavorables. Ford, General Motors, Volkswagen o Siemens, entre otras, no tuvieron ningún problema en utilizar esclavos judíos gracias al gobierno de Hitler en Alemania. Pero incluso en la actualidad, son muchas las empresas que no tienen ningún problema en invertir en países con regímenes dictatoriales. El contexto político de estos países favorece los negocios de las empresas, en parte por la capacidad de los dictadores de

reprimir y controlar a su pueblo. Uno de los casos más conocidos es el de las petroleras Total-Fina-Elf y Unocal que, gracias a la dictadura birmana, pueden forzar a miles de jóvenes a trabajar en la construcción de oleoductos. Según la Confederación Internacional de los Sindicatos Libres, más de un millón de personas estarían sometidas a trabajos forzados en este país.

Las ETN también han encontrado oportunidades de negocio en el hundimiento del sistema político del Este, en la descomposición de los movimientos nacionalistas en los países del Sur o en los escasos recursos jurídicos de la mayoría de pueblos indígenas para defender sus tierras.

COMITÉ PARA LA LIBERACIÓN DE IRAK

Recientemente, en el escenario de la segunda guerra del golfo, algunos grupos empresariales hicieron público su interés en el conflicto bélico. Sería el caso de Lockheed Martin (empresa armamentística) y Bechtel Group (constructora), quienes lideraron el *lobby* probélico *Comité para la Liberación de Irak*, con el objetivo explícito de participar en los «beneficios» de la guerra. Se configuró de este modo un nuevo tipo de negocio: la destrucción de un país por un fabricante de armas y su posterior reconstrucción por una empresa constructora.

- c) **Generación del conflicto.** En esta ocasión la empresa se convierte en una de las partes en el conflicto armado. Uno de los ejemplos más conocidos lo protagonizó Royal Dutch-Shell en Nigeria, cuando extraía petróleo y gas en tierras del pueblo ogoni. La multinacional británico-holandesa suministraba armas a las fuerzas de seguridad de Nigeria para que las utilizaran contra los ogonis que se revelaban contra el exprolio de sus tierras por parte de la petrolera. Uno de los puntos álgidos del conflicto se produjo cuando el régimen militar nigeriano ejecutó en la horca a un grupo de activistas ogoni, incluido su conocido líder, Ken Saro-Wiwa. Según la querrela que llevó a la mul-

«EE UU
compartirá su
petróleo
iraquí con
los países
que apoyen
la guerra.»

El País, 16-09-02

«Hay que ir al
Golfo Pérsico.
Si queremos
seguir
creciendo
tenemos
que estar allí.
Es allí donde
se encuentra
el 75% de
las reservas
petrolíferas
del mundo.»

Repsol-YPF en
declaraciones a
El País, 23-02-03

tinacional francesa a los tribunales «las condenas a muerte se llevaban a cabo con el conocimiento, el consentimiento y el apoyo de Royal Dutch-Shell».

La violencia ejercida por la empresa puede dirigirse también contra sus trabajadores. Gracias a diferentes organizaciones de derechos humanos hemos podido conocer la ofensiva de Coca-Cola contra los sindicalistas de sus plantas embotelladoras en Colombia, a raíz de la cual varios líderes sindicales han sido asesinados.

Al referirnos al móvil económico que se esconde detrás de muchos conflictos bélicos, hay que hacer referencia obligada a la **industria del petróleo**. El petróleo es un recurso central en la actual fase del capitalismo, y la hegemonía mundial reside actualmente en quién controla sus reservas. Tengamos en cuenta que la actividad económica de las mayores empresas del mundo se relaciona estrechamente con el sector del petróleo. Las 15 empresas más poderosas, exceptuando Wal Mart y Citigroup, están relacionadas con el sector de los combustibles, la energía y la automoción. Es más, de cada 100 euros que circulan por el planeta en intercambios comerciales, 30 están directamente vinculados al negocio del petróleo.

Actualmente, EUA es el país que menos duda a la hora de usar la fuerza para controlar reservas energéticas y consolidar así su hegemonía. Los últimos conflictos bélicos en los que se ha involucrado tienen relación con su excesiva dependencia hacia la importación del crudo.⁵ La cuestión energética es pues la que rige la política exterior de este país, aunque a menudo encubra determinadas actuaciones en razones de estado como puede ser la preocupación por la seguridad internacional o el «terrorismo islámico». Es ésta una política que cuenta con la complicidad de las grandes

5. Hay que tener en cuenta que antes de la segunda guerra del Golfo Pérsico, EUA ya estaba importando el 54% del petróleo, mientras que en 1950 sólo importaba un 2%.

petroleras norte-americanas (Shell, Texaco, Hallyburton, etc.) que, como hemos visto en el capítulo anterior, están directamente vinculadas a miembros con puestos estratégicos en la actual Administración Bush.

GUERRA GLOBAL PERMANENTE

Después del 11S, finalizada la guerra en Afganistán, la primera de la que se espera sea una larga cruzada contra el terrorismo islámico, la Administración Bush tomó como primera medida para reconstruir el país la construcción de un gaseoducto (a cargo de la empresa norteamericana UNOCAL). Meses más tarde, ante el inminente ataque a Irak, James Wolsey, ex director de la CIA, ofreció abiertamente (en declaraciones al *Washington Post*) a los países que se aliasen a EUA repartirse el pastel de oro negro que se obtendría una vez ganada la guerra. Esta guerra, según la versión oficial, había sido motivada para «prevenir» el peligro que suponía la posesión de armas de destrucción masiva por parte del régimen iraquí y el vínculo del gobierno de Hussein con Al Qaeda.

Incremento de la desigualdad Norte-Sur

En tiempos de globalización económica asistimos a un aumento espectacular de las desigualdades económicas. En 1965 la renta media en los países del G7 era 20 veces mayor que la de los siete países más pobres, ahora este ratio es de 90. En este capítulo veremos como a menudo la actuación de las ETN reproduce y agrava determinadas diferencias entre Norte-Sur.

Norte-Sur, desigualdad y sumisión

La lógica del libre mercado comporta graves problemas en la distribución de la riqueza. En un contexto caracterizado por una clara fractura económica entre los países del Norte y del Sur, no es casual que la inversión de las ETN en el extranjero y, sobre todo, las operaciones de subcontratación, se focalicen en éstos últimos.

«Los países tendrían que ser escépticos ante las proclamas que dicen que promoviendo la inversión directa extranjera se incrementará su riqueza.»

Conclusión de Gordon Hanson (2001) en un artículo publicado por la UNCTAD

En 1998 el porcentaje de IED en los países del Sur llegaba ya al 42% del total. Pero mientras tanto, el sentido hacia el que circulan los beneficios es el inverso. Los datos constatan que las empresas matrices en el Norte obtienen grandes beneficios de las filiales del Sur, superiores al dinero que invierten. En muchos países del Sur las ETN dominan el mercado interior y controlan sectores clave como la banca, la energía y las comunicaciones. De este modo, las importantes salidas de capital decantan la balanza comercial de tal manera que podemos hablar en algunas ocasiones de «descapitalización» de las economías receptoras. La UNCTAD, a través de sus informes, advierte que la adquisición de empresas nacionales por parte de ETN no aumenta la capacidad productiva del país, sino que simplemente supone una transferencia de propiedad y control de manos nacionales a manos extranjeras.

DESIGUALDAD NORTE-SUR Y MULTINACIONALES

- El 75% de las ETN provienen de EUA, Japón y Europa Occidental, y el 70% de las top 50 son norteamericanas.
- La quinta parte de la población más rica disfruta del 68% de las exportaciones mientras que la quinta parte más pobre sólo lo hace del 1%.
- De las 60.000 empresas multinacionales que existen, unas 50.000 tienen la matriz en un país desarrollado. En cambio, de 820.000 filiales, sólo 100.000 se encuentran ubicadas en los países desarrollados.

A pesar de esta desigualdad entre Norte-Sur, los gobernantes de los países del Sur tienden a relacionar inversión extranjera con progreso y modernidad o a asociar empresas transnacionales con desarrollo, transferencia de tecnología y creación de puestos de trabajo. Por eso, desde los gobiernos del Sur, con el objetivo de atraer a las ETN —o para que éstas no abandonen el país— les ofrecen subsidios, exenciones e incentivos fiscales, disminuciones del sueldo base, deducibilidad inmediata ante

nuevas inversiones, simplificación de trámites, seguridad y estabilidad, y disposición a eliminar obstáculos reguladores. A raíz de esto se instauran en estos países y adquieren mayor presencia las conocidas como **zonas francas**, es decir, zonas eminentemente industriales, exentas de impuestos de importación y exportación, donde las empresas extranjeras no pagan nada o un alquiler muy bajo por las naves donde se instalan sus fábricas. Se estima que en los países del Sur hay unas mil zonas francas que ocupan a unos 27 millones de obreros.

A otro nivel, desde las instituciones financieras internacionales se proporcionan todas las facilidades con el fin de que las ETN puedan realizar su actividad en estos países. El BM y los bancos regionales de desarrollo⁶ financian, a través de sus créditos, la infraestructura productiva y de comunicaciones necesaria para tal meta: parques industriales, autopistas, accesos a recursos energéticos, puertos, etc.

«Países en vías de desarrollo: dícese de aquellos países arrollados por el desarrollo ajeno.»

E. Galeano

Vulneración de los derechos económicos y culturales. El caso de los pueblos indígenas

«Una mentira se ha perpetuado durante años y años. La mentira es que la gente es diferente. Sí, existen diferencias entre las culturas, pero un dolor de cabeza es un dolor de cabeza». Éstas eran las palabras de Norman Vale, director de la agencia de publicidad Crey durante la preparación de un anuncio de aspirinas. Son muchos los empresarios como Vale para quien los pueblos de cualquier parte del mundo, sea cual sea su historia e idiosincrasia, son por encima de todo potenciales consumidores de sus productos.

Las firmas multinacionales tienen gran capacidad para lanzar nuevos productos y hacerlos deseables y «necesarios» en cualquier parte del mundo. La publicidad es el

6. Los bancos regionales de desarrollo más importantes son el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Africano de Desarrollo (BafD) y el Banco Asiático de Desarrollo (BAD). Podéis encontrar más información en <http://www.observatorideute.org/cat/observatoris/ifis/>

Desde el principio, nuestra visión fue que este mundo tendría una red mundial de rock'n'roll.

Tom Freston,
presidente de
MTV

«¡Esto ya parece Miami!», exclamaba orgulloso el cardenal de Nicaragua, Monseñor Obando en la inauguración de una gasolinera Texaco en Managua.

vehículo para imponer a sociedades históricamente diferenciadas un comportamiento consumidor estandarizado. Por ejemplo, iniciativas empresariales en el mundo de la cultura y el ocio como MTV o la industria cinematográfica de Hollywood llegan a todos los rincones del planeta. El mundo de las marcas se extiende también a través de la exportación de productos y del establecimiento de cadenas comerciales y franquicias idénticas en todo el planeta. En muchos países del mundo podemos comprar ropa de la marca Zara, productos para la piel en un Body Shop, comida rápida en el Burger King, alquilar vídeos en el Blockbuster, beber Coca-Cola o comprar muebles en Ikea. La expansión y difusión a nivel mundial de estas y otras marcas y productos inciden en lo que podríamos definir como una tendencia a la homogeneización cultural. Los adolescentes son sin duda los mejores conductores de esta tendencia y, en concreto, el sector que más se deslumbra con el *american way of life*. En palabras del economista Joseph Quinlan en el *Wall Street Journal*, los adolescentes de todo el mundo «prefieren la Coca-cola al té, las Nike a las sandalias, los Chicken Mc Nuggets al arroz y las tarjetas de crédito al dinero».

Según la UNCTAD (1988) la presencia de las ETN en los países del Sur y la «subcultura» que introducen puede ser devastadora, especialmente para los grupos indígenas. Este organismo considera que la población indígena es «más vulnerable socialmente y biológicamente a la influencia de extranjeros».

A pesar de todo, las ETN que se instalan en territorios indígenas hablan de los beneficios de su presencia. Por encima de todo destacan el hecho de dar trabajo a los indígenas y, en consecuencia, de enseñar habilidades, hábitos y transferir conocimientos. En cambio, los empresarios no mencionan los impactos de su presencia, como los cambios en la organización social de estos pueblos, transformaciones en las relaciones laborales y en la relación con la propiedad, introducción de la monetización en los intercambios, en el trabajo y en las relaciones personales, creación de pueblos ficticios donde

vive una población desplazada por la actividad de la empresa, generación de conflictos internos y división de la población, fomento de la cultura del asistido cuando se regala comida, ropa, medicamentos a los indígenas para acallar sus protestas o al «comprarles» la tierra, etc.

LOS PUEBLOS INDÍGENAS ANTE LA INVERSIÓN EXTRANJERA

- 1) Los maputxes del estado de Chile están en conflicto con **Endesa** a raíz de la construcción de la central hidroeléctrica Ralco, en el Alto Bío Bío. A pesar de las denuncias realizadas a organismos internacionales o los intentos de boicotear las obras, éstas se han realizado debido a la fuerte presencia del ejército de Chile. El ejército chileno en lugar de defender a los ciudadanos chilenos y pobladores ancestrales de la región, los reprime duramente a favor de los intereses de los inversores extranjeros.
- 2) Agotadas las vías jurídicas, los U'wa de Llanos Basín —en la frontera entre Colombia y Venezuela— amenazan con un suicidio colectivo debido a la impotencia que les causa una extracción petrolífera que pretende realizar **Occidental Petroleum** en un cementerio sagrado. La empresa dice no entender por qué los U'wa no aceptan la cuantiosa compensación económica que están dispuestos a pagar; tampoco entienden que los indígenas hablen de perforación de un trozo de tierra como «la violación del cuerpo sagrado de nuestra madre tierra» o del petróleo como «la sangre de la madre tierra, las venas del sol».
- 3) **Repsol-YPF** se ha instalado en territorios indígenas como el TCO Charagua Norte, el Chimán, el multiétnico y el PN Isiboro Secure (todos ellos en Bolivia), Loma de la Lata en Neuquén en Argentina, el Territorio Indígena Huaorani en Perú y el Resguardo Único U'wa en Colombia. Los pueblos afectados por las operaciones de Repsol-YPF en América Latina son diversos: mapuches, weenhayek, guaraní, quechuas, moxeños, trinitarios, chimanes, ayoreos, chiquitanos, aymaras, yanishas, ashanikas, shuar, achuar, sionas, secoyas, shiwar, tagaeri, záparos, shipibos, huaorani y u'wa.

Por lo que vemos, la inversión directa de determinadas empresas puede vulnerar los derechos económicos de diferentes pueblos, impidiendo que éstos puedan explotar los recursos naturales de su territorio o interfiriendo en su organización social y económica.

En el sector de la alimentación se refleja claramente esta idea. Las grandes corporaciones de la alimentación han minado sistemáticamente la soberanía alimentaria de los países del Sur. En primer lugar, la inversión agroindustrial de grandes conglomerados (resultados de la fusión de empresas de transportes, farmacéuticas, químicas y/o alimentarias) como Monsanto, Du-Pont, Novartis o Cargill ha promovido el monocultivo de productos agrícolas o materias primas para satisfacer los intereses del mercado mundial. Al mismo tiempo esto ha supuesto que la dominación y dependencia económica respecto a los países más ricos se agrave ya que, paradójicamente, desde el Norte se marcan los precios de aquello que se produce en el Sur. Paradójico resulta también que el control de las semillas esté en manos de las grandes empresas de los países desarrollados: en 1980 existían 7.000 empresas de semillas que cubrían el 1% del mercado mundial y en el año 2000 sólo 10 ETN controlaban el 35% de todas las semillas del planeta —la mayoría transgénicas— y el 84% de los agroquímicos. Esto, a su vez, ha implicado la desaparición de miles de especies de semillas autóctonas.

«Gobiernos y transnacionales están pugnando por la desaparición del Grupo de Trabajo sobre Poblaciones Indígenas (de la ONU), debido a que se ha convertido en el principal fórum Internacional de denuncia de las violaciones de los derechos humanos de los pueblos indígenas.»

Alai-amlatina,
4-8-02

Por otro lado, la inversión directa de empresas alimenticias en países del Sur ha hecho desaparecer a muchas empresas locales, sea porque han quebrado al no poder competir o porque han sido adquiridas por la misma competencia. Como concluye un estudio patrocinado por Naciones Unidas en Filipinas: «Coca-Cola y Pepsi han borrado del mapa cualquier indicio de las bebidas indígenas como el zumo de kalamansi, buko y guluman».

En otros casos, empresas extranjeras han introducido nuevos alimentos, muchos de ellos innecesarios, excesivamente caros, o incluso contraproducentes para la salud de la población.

NESTLÉ Y LA LECHE MATERNA

El abuso más conocido de una empresa alimenticia en el Tercer Mundo lo protagonizó Nestlé. Esta empresa ha sido denunciada repetidas veces por su falta de ética a la hora de abrirse mercado en los países del Sur. El impacto de estas operaciones de expansión se ha traducido en problemas de higiene, de malnutrición e incluso de muerte entre la población infantil de estos países. ¿Cómo han ocasionado tanta desgracia? En un principio Nestlé regalaba leche materna en polvo a las familias. Su uso habitual interrumpía la lactancia materna y creaba dependencia. Posteriormente el producto dejaba de regalarse y se ponía a la venta. Además del problema económico que esto generaba en familias humildes, se creaba un problema sanitario, ya que el acceso al agua potable, necesaria para elaborar la leche en polvo, no es siempre fácil en algunos países. Así fue como los productos de Nestlé hicieron aumentar los casos de diarrea, deshidratación y, también, la mortalidad infantil.

En cuanto a la vulneración de derechos económicos, las empresas mineras o energéticas se encuentran al mismo nivel que las empresas alimenticias. De las primeras cabe destacar la actitud neocolonial y la impunidad con la que muchas de ellas actúan en los países del Sur. Estas empresas extraen las riquezas naturales de estos países (agua, petróleo, metales, etc.) para llevarlas a las zonas más desarrolladas sin que prácticamente revierta en beneficios para la población autóctona; como si aún se cambiara oro por espejos. Además de vulnerarse así los derechos económicos de la población, se hipoteca el futuro de todo un país cuando esta explotación es insostenible en el tiempo. Una canción popular del Ruf (Sierra Leona) refleja la impotencia de su población ante esta situación: «¿Dónde están nuestros diamantes? Sr. Presidente, ¿dónde está nuestro oro? Ruf está hambriento por saber dónde están.»

La conversión de deuda por inversiones: una nueva herramienta de sumisión

Desde finales de los setenta la deuda externa de los países más pobres está agravando y perpetuando las desigualdades y la dependencia económica Norte-Sur. La cancelación de esta deuda por parte de los países ricos, que a menudo se planteó como un acto solidario o de cooperación, puede ser otro mecanismo para favorecer la IED privada de los países ricos en los más empobrecidos. Uno de estos mecanismos concretos se denomina **conversión de deuda**.

La conversión de deuda es una cancelación condicionada. Una de las condiciones puede ser que el país acreedor lleve a cabo operaciones de inversión o de suministro de bienes y servicios en el país deudor a través de empresas nacionales. En las operaciones de conversión de deuda por inversiones privadas intervienen tres actores: el gobierno endeudado, el gobierno acreedor y un inversor, normalmente una empresa privada del país del gobierno acreedor. El gobierno del país rico vende a alguna de sus empresas la deuda de un país a un precio inferior al que corresponde. Entonces, el país endeudado paga a la empresa una cantidad superior a la que ésta ha pagado por la deuda, pero inferior a la deuda que tenía contraída con el país rico. La empresa, que obtiene un margen de beneficio en la operación, se compromete a invertir el total de este último importe en una país deudor.

La deuda externa de todas las naciones empobrecidas con el estado español es de aproximadamente 1,86 billones de pesetas.

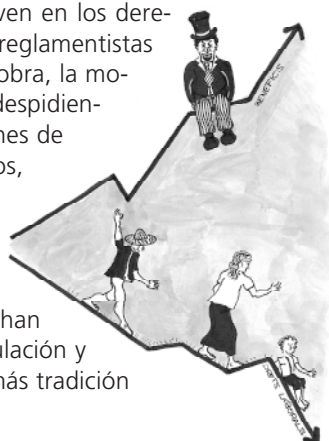
CONVERSIÓN DE DEUDA EN EL ESTADO ESPAÑOL

Uno de los gobiernos que precisamente pone más en práctica esta modalidad de cancelación de deuda, es el español. Desde 1997, el gobierno español ha subastado deuda por valor de unos 104 millones de euros, que las ETN españolas han comprado por aproximadamente 53 millones de euros (¡casi la mitad del precio real!).

Parece que en una operación de este tipo las tres partes salen beneficiadas, ya que el país acreedor cobra un dinero que dudosamente hubiese cobrado de forma íntegra. El país deudor se libra de una parte de su deuda y la paga a un precio inferior. Y la empresa gana el dinero de la diferencia entre la compra y la venta y además obtiene todas las facilidades para abrirse mercado en un país del Sur. Pero de nuevo quien sale más perjudicada es la población de los países del Sur, pues ven como su dinero público sale del país sin revertir en la sociedad y a cambio reciben una inversión privada que cierra las posibilidades a las iniciativas económicas locales.

Precarización y explotación en el mundo laboral

Los directivos de las grandes empresas ven en los derechos laborales una jungla de obstáculos reglamentistas que dificultan la gestión de la mano de obra, la movilidad interna, o poder ir contratando y despidiendo a la gente en función de las variaciones de la demanda. Afortunadamente para ellos, la transnacionalización de las empresas y la consecuente división internacional del trabajo ha permitido a las empresas que invierten en el extranjero reducir costes laborales. Paralelamente se han beneficiado de la tendencia a la desregulación y flexibilización laboral en los países con más tradición industrial.



La desregularización y flexibilización del mundo laboral

Los derechos laborales son un conjunto de garantías en el trabajo que fueron conseguidas por la lucha obrera de los siglos XIX y XX en los países industrializados. Los dere-

«Utilizamos a los temporeros para conseguir flexibilidad y afrontar las incertidumbres.»

D. McKenna,
Recursos
Humanos de
Microsoft

chos laborales que se consolidaron durante la época keynesiana-fordista fueron los siguientes: plena ocupación relativamente garantizada por el Estado, seguridad en la renta y establecimiento de un salario mínimo interprofesional, seguridad en el trabajo a través de normas de contratación y despido, seguridad en las condiciones de trabajo, derechos sociales por medio de la seguridad social a través de medidas como el seguro de paro, las pensiones por accidente, invalidez o jubilación, etc.

Pero en tiempos de globalización económica, las empresas están invirtiendo o subcontratando con más intensidad que nunca en países del Sur, en los cuales hay poca o ninguna tradición industrial y, por lo tanto, no existe un marco laboral excesivamente regulado ni tradición sindical. Estos factores, juntamente con la entrada en una etapa productiva caracterizada por una producción flexible y adaptada a la fluctuante demanda, hace que los derechos de los trabajadores en los países industrializados se vean más cuestionados que nunca por la clase empresarial.

Los partidarios de medidas económicas liberales no plantean que para mantener la competitividad de la industria instalada en el norte la solución sea la de regular las condiciones laborales en el Sur, sino que, más bien al contrario, la solución planteada pasa por la desregulación laboral en el Norte. Desde esta lógica se considera que el modelo de relaciones laborales europeo se tendría que aproximar a un modelo mucho más flexible y competitivo, como el anglosajón, si se quiere que la economía del viejo continente sea más competitiva. Algunas medidas para la flexibilización que se plantean, y que ya se están llevando a cabo, como por ejemplo con el conocido «decretazo» del gobierno del Partido Popular —que desencadenó una huelga general—, son:

- Eliminar la protección del trabajo.
- Reducir los costes laborales no salariales.
- Desmantelar la maquinaria del salario mínimo.
- Descentralizar la negociación de los convenios a nivel de empresa.

- Ampliar las diferencias salariales.
- Reducir el poder de negociación de los sindicatos, etc.

EUROESCLEROSIS VS MCDONALIZACIÓN DEL MERCADO LABORAL

Los defensores de la flexibilidad laboral hablan de una especie de esclerosis en el mercado de trabajo europeo. El concepto de *euroesclerosis* hace referencia precisamente a la falta de flexibilidad laboral por el «exceso» de garantías con las que cuentan sus trabajadores. Los defensores de los derechos laborales hacen referencia a la *McDonalitzación* del trabajo y a los *McEmpleos* en relación a los peligros de modelos laborales excesivamente flexibles y cambiantes, que no generan continuidad y se realizan en condiciones de precariedad.

Las nuevas relaciones laborales: inestabilidad y precariedad

El sistema de producción actual, conocido como postfordista, se caracteriza entre otras cosas, por la configuración del trabajo-mercancía, es decir, el trabajo como un factor más de producción y como un elemento más a gestionar, al igual que la tecnología, las materias primas o el dinero.

Con el objetivo de adaptarse a los tiempos de competencia y flexibilidad que corren, una medida habitual que toman las ETN es la de reducir plantilla y ocupación estable a través de las conocidas como reestructuraciones empresariales. La reducción de plantilla es una práctica habitual ya que permite sanear cuentas y tranquilizar a los accionistas en momentos de incertidumbre, por lo menos a corto plazo. Ésta se puede llevar a cabo a través de diferentes vías: despidos masivos, prejubilaciones, bajas incentivadas, excedencias laborales, traspaso de trabajadores a otras empresas —a los que posteriormente se les subcontrata o despide (como sucedió en el caso de Sintel)—, etc. De este modo, me-

«La empresa también es considerada (por los trabajadores despedidos) como una víctima atrapada en la competencia global que la obliga a reducir costes y realizar despidos.»

New York Times,
20-11-94

dante procesos de reingeniería, son numerosas las personas que las grandes corporaciones despiden. Sólo en EUA se elimina cada año un millón de puestos de trabajo del sector industrial. En nuestro contexto, bancos como el BSCH y el BBVA, en el año 2000, eliminaron 33.000 puestos de trabajo, casi sin indemnizaciones, aun habiendo obtenido beneficios previamente a los despidos por valor de 2.290 y 2.264 millones de euros respectivamente. Telefónica y Endesa también han llevado a cabo «reestructuraciones» semejantes en los últimos años.

Mientras que la ocupación estable se reduce, se impone la **flexibilidad** en la lógica de contratación. Entre otras medidas se subcontratan empresas, se crean filiales para contratar mano de obra flexible o se contrata —o alquila— al personal a través de empresas de trabajo temporal (ETT). Las ETT son empresas que monopolizan la información del mercado laboral, se quedan con una parte del salario de los trabajadores y obstaculizan el conflicto laboral. La expansión de este nuevo sector es tal que algunas ETT son también grandes transnacionales. Sólo la ETT norteamericana Manpower consiguió en el año 1996 aumentar sus ingresos en un 719% en el Estado español.

Además de los *contratos temporales*, también aumentan los *a tiempo parcial*, de forma que cada vez son más las personas que trabajan con horarios indefinidos y en función de las necesidades de la empresa. Se produce la paradoja de que muchas de estas personas que, en teoría, trabajan a tiempo parcial lo hacen en jornadas de casi 40 horas semanales y permanecen durante años en la misma empresa. Lo único que les diferencia de los trabajadores fijos es la mal entendida flexibilidad horaria y, sobre todo, los salarios que perciben.

La tendencia a la precarización se agudiza cuando las empresas externalizan actividades económicas mediante la **subcontratación**. La subcontratación es una de las características clave del modelo de empresa actual, donde una de las principales funciones de los gestores em-

«El buen comportamiento de los gastos de personal de Telefónica de España, —que han disminuido un 11% en el ejercicio— es el resultado de la reducción de plantilla: 11.580 empleados menos respecto a diciembre de 1998.»

Balance de 1999 de Telefónica

presariales es buscar qué actividades no son cruciales para la compañía con el fin de externalizarlas.

La subcontratación se hace teóricamente con una empresa ajena a la principal (la que subcontrata), que de este modo evade todo tipo de responsabilidades con los trabajadores. Pero en la práctica, la empresa principal a menudo es la propietaria de la infraestructura, la que dirige y planifica la actividad o la formación del personal subcontratado. Los subcontratados suelen trabajar en condiciones de precariedad y con una jornada variable en función de la demanda. Se les pueden alternar los turnos de una semana a otra, cobran por horas, no tienen vacaciones o tienen menos de las que les correspondería y deben disponer de una máxima disponibilidad horaria.

TELFÓNICA Y LAS RELACIONES LABORALES

- 1) Estratel, empresa del grupo Telefónica, paga tres veces menos a sus trabajadores que Telefónica de España —la empresa matriz— por trabajos de la misma categoría. Un amplio porcentaje de las llamadas que hacemos al 1003 se reciben desde Marruecos donde, a través de la filial Atento, se paga el 50% menos a los trabajadores marroquíes que a los españoles.
- 2) Telefónica elaboró en 1998 un plan de reducción de plantilla de 10.000 puestos de trabajo. Este despido costó al Estado 185.150 millones de pts, (en concepto de prestaciones de paro y lo que no se ingresaría en la seguridad social), mientras que a la empresa le supondría un ahorro de 150.000 millones en los próximos ocho años. De este modo en 1993 los salarios suponían un 34,6% de los gastos de Telefónica y en 1999 sólo un 19'2%.

En un contexto donde predomina este tipo de condiciones laborales, no nos ha de extrañar que los jóvenes que actualmente trabajan en precario desconozcan sus derechos laborales, no hayan asistido nunca a una asamblea de trabajadores o no estén afiliados a los sindicatos.

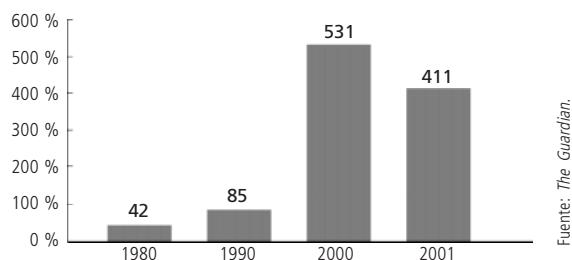
«En la industria automovilística, la subcontratación ha ido tan lejos que algunos prevén que la compañía de automóviles puede convertirse en una especie de casa de diseño y agencia de marketing de nivel superior.»

Más bien al contrario, los trabajadores y trabajadoras del mercado laboral flexible cada vez están más desconectados entre ellos, se les hace competir por un puesto en un mercado laboral con paro estructural, y donde los cambios continuos y la movilidad les impiden contar con una estabilidad suficiente como para poderse conocer y organizar. Ante esto, algunos empresarios aún se escandalizan de la falta de lealtad entre los jóvenes trabajadores hacia la empresa.

Lazerson, 1990

Por otro lado, algunas ETN no reconocen el derecho de sus trabajadores a sindicarse, como es el caso de McDonald's en la mayoría de los países donde se encuentra, de FNAC o Wal-Mart. Así justifica Wal Mart, empresa con un millón de empleados, su manera de evitar los sindicatos: «En Wal-Mart, respetamos los derechos individuales de nuestros trabajadores y les animamos a que expresen sus ideas, comentarios y preocupaciones. Porque creemos en mantener un ambiente de comunicación abierta, no creemos en la necesidad de la representación a través de terceras partes.»

Pero no creemos que todo el mundo que trabaja en las ETN lo hace en condiciones tan precarias y a los mismos niveles de desprotección. En 2001, el salario medio de los ejecutivos de las mayores ETN rondaba los 15,5 millones de dólares anuales. Para hacernos una idea de la desigualdad salarial en el seno de las empresas sólo hace falta decir que los ejecutivos tienen, de media, un sueldo 411 veces más alto que el de los trabajadores. En 1980 este ratio «sólo» era de 42 y en 1990 de 85.



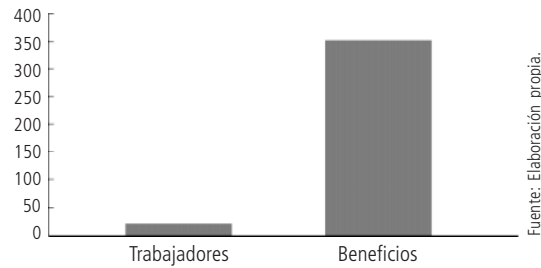
Como ya decía Adam Smith, «nuestros comerciantes se quejan mucho de los efectos negativos de los salarios altos al aumentar el precio, motivo por el cual bajan las ventas de sus bienes aquí y en el extranjero. Pero ellos no dicen nada respecto a los malos efectos de los grandes beneficios. Ellos permanecen silenciosos respecto a los perniciosos efectos de sus propias ganancias. Ellos se quejan sólo de las de los demás».

Internacionalización del trabajo: la explotación laboral se extiende al Sur

La transnacionalización empresarial ha generado un proceso conocido como división internacional del trabajo, es decir, la descentralización del proceso productivo en diferentes países y, consecuentemente, la industrialización de zonas del planeta que, como la mayoría de países del Sur, hasta ahora no lo estaban. La internacionalización del trabajo, al igual que otros procesos empresariales ha respondido, como veremos, a criterios de optimización de la producción y del trabajo. Así, son muchas las empresas que han cerrado sus fábricas instaladas en los países del Norte y las han llevado o subcontratado en países del Sur por las «ventajas competitivas» que éstos ofrecen, es decir, porque pueden minimizar el coste de producción. Por ejemplo, los puestos de trabajo en el sector textil bajaron en el Estado español entre 1980 y 1993 en un 35,3%. En cambio, en Marruecos, en el mismo período, los puestos de trabajo en las fábricas textiles (instaladas en gran medida por las mismas empresas españolas) aumentaron un 166,5%.

Pero este traspaso de fábricas no equivale a un juego de suma cero, ya que si hacemos un recuento a nivel mundial nos encontramos como, desde que el trabajo se internacionaliza, se han eliminado millones de puestos de trabajo. De hecho, entre 1983 y 1999 el número de personas contratadas por las 200 ETN más grandes aumentó un 14,4%, mientras que los beneficios, de manera totalmente desproporcionada, lo hicieron en un 362,4%.

Porcentaje de crecimiento del número de trabajadores en relación a los beneficios en las 200 ETN más grandes (1983-1999)



Esta reducción de mano de obra no se debe únicamente a la robotización del proceso productivo ya que, por encima de otros factores, destaca cómo se ha agravado la explotación (o optimización, según los gestores) de la mano de obra en los países del Sur. La no regulación o débil regulación laboral existente en estos países, y las facilidades que proporcionan a los gobernantes para que los inversores extranjeros se instalen, permite entender la importancia del hecho de que las ETN puedan hacer «más con menos» en términos de mano de obra. Nos encontramos como, por una parte, la internacionalización del trabajo ha permitido reducir costes en concepto de salarios (empresas como Wal Mart, Nike, Adidas o Ralph Lauren no pagan más de 20 céntimos de euro la hora a sus trabajadoras de las zonas francas chinas). Por otra parte, la jornada laboral en estos países es mucho más larga que en el Norte, pues no es inferior a las 12 horas diarias y en zonas como el sur de China la media es de 16 h. Se llega a extremos en que, como sucede en algunas zonas francas de Centroamérica, para que las trabajadoras respondan a un encargo urgente, son dopadas con anfetaminas, de este modo pueden trabajar hasta 48 horas seguidas. Como afirma Tim Connor, coordinador del Observatorio Nike de Oxfam Australia, «la práctica de contratación externa de la pro-

ducción seguida por compañías como Nike, Adidas y Levi's fuerza a los propietarios de las factorías subcontratadas a una competencia feroz que se traduce en una reducción de costes, un incremento de la flexibilidad y una aceleración del proceso productivo».

EXPLOTACIÓN DE MANO DE OBRA EN MARRUECOS

Después de un año de investigaciones en decenas de talleres textiles de Tánger (Marruecos), la ONG Setem ha demostrado que determinadas empresas españolas subcontratan talleres que violan gravemente importantes derechos humanos y laborales. Según Setem, el 60% de los talleres de Tánger que contratan trabajadoras en condiciones totalmente inaceptables, producen para empresas españolas como Inditex (Zara, Berska, Massimo Dutti, etc.), Mayoral o El Corte Inglés.

A pesar de que no les faltan motivos a los obreros y obreras del Sur para reivindicar más dignidad en su trabajo, la internacionalización del trabajo comporta las siguientes dificultades para hacer efectivas estas reivindicaciones:

- a) Los directivos que toman las decisiones en la empresa están distantes físicamente del lugar donde se realiza la reivindicación. Además, como hemos visto en el anterior capítulo, la propiedad de las empresas se hace más difusa y compleja en el caso de que cotizen en los mercados financieros.
- b) La capacidad financiera de la ETN posibilita una resistencia prolongada a la huelga. Además, si en un país se hace huelga, sólo hay que intensificar la producción en la filial de otro país con el fin de que la protesta no repercuta en los resultados económicos de la empresa.
- c) En numerosas zonas francas la sindicación y las huelgas son ilegales. En algunas regiones incluso los sindicalistas son víctimas de la represión con la que sus empresas pretenden silenciar sus reivindicaciones.

d) A menudo, cuando los obreros y obreras de las zonas francas consiguen organizarse y alcanzar mínimos de dignidad laboral, las fábricas emigran a lugares donde estas condiciones aún no se dan. Sería este el motivo por el cual Reebok, en 1995, ya había sustituido el 60% de sus contratos con Corea y Taiwán y optó por hacer sus pedidos a las recién creadas fábricas de China e Indonesia. A las fábricas de las zonas francas de Guatemala se las denomina «Golondrinas» porque, como en tantos otros países de la región, de un día para otro pueden volar y desaparecer llevándose la tecnología, las mercancías y los sueldos de los trabajadores.

Información de este tipo refuta el axioma del capitalismo global según el cual la IED en los países del Sur es una fuente de desarrollo, de generación de nuevos puestos de trabajo o equivale a una transferencia, desde los países desarrollados, de bienestar, tecnología, capital y conocimientos.

«La destreza manual de la mujer oriental es famosa en todo el mundo. Sus manos son pequeñas y trabajan rápido y con sumo cuidado. ¿Quién podría estar pues mejor calificada para contribuir a la eficacia de una cadena de producción que una mujer oriental?»

Ho Kown Ping,
empresario

Mujer y trabajo: la explotación llevada al extremo

Las mujeres componen el 70% de los 1.300 millones de personas que se encuentran en condiciones de absoluta pobreza en el mundo. En el actual contexto de desigualdad las mujeres son las que pagan el precio más alto: mayores tasas de paro, trabajos de peor calidad, sueldos más bajos y derechos sociales más precarios.

La incorporación de la mujer en el mercado laboral ha sido posible no sólo gracias a una mayor centralidad de valores feministas o el triunfo de peticiones de igualdad de oportunidades entre sexos. El interés del mercado en que esto fuera así ha sido clave en este reciente cambio en la estructura social. Tengamos en cuenta los grandes beneficios que reporta la incorporación de la mujer al mercado laboral en las empresas, por la disminución de costes laborales que esto implica. En el Esta-

do español la mujeres cobran un 30% menos que los hombres por trabajos de la misma categoría laboral. Pero las consecuencias más acusadas de este aspecto se pueden observar en los países del Sur.

Además de por el factor salarial, las ETN ocupan casi exclusivamente a mujeres en las zonas francas por la convicción de que son más eficientes, sumisas y tolerantes a las tareas repetitivas. Además, los empresarios consideran que las mujeres son más flexibles en el ámbito laboral debido a que están acostumbradas al trabajo doméstico no remunerado de manera que, como reconoce la UNCTAD, despedirlas «les resulta menos traumático».

SUMISIÓN

«Puede contratar a Rosa Martínez por 57 céntimos la hora. Rosa es mucho más que colorista. A ella y a sus compañeras se las conoce por ser aplicadas, fiables y por aprender rápido». Éste era el contenido de un anuncio que había puesto un grupo empresarial de El Salvador en la revista *Bobbin*. Junto a él aparecía la fotografía de una supuesta Rosa Martínez trabajando con una máquina de coser. El 90% de este anuncio fue financiado por USAID, la agencia de desarrollo internacional de EUA.

Las mujeres trabajadoras sufren más abusos en el ámbito laboral que los hombres. Un estudio del «Movimiento de Mujeres Trabajadoras y Desempleadas María Elena Cuadra» hecho sobre una muestra de 2.562 trabajadoras en zonas francas de Nicaragua, donde el 70% del personal que trabaja en zonas francas son mujeres menores de 25 años, refleja las siguientes conclusiones: el 44% de las trabajadoras no dispone de área de comedor; el 35% requiere permiso para ir al baño; el 34% afirma que sólo a veces les dan permiso para ir al médico, y el 47% de las que tienen permiso reciben recortes en el sueldo por ello. Después de la maternidad el 46% de las mujeres no conservan el mismo puesto de trabajo.

Al 33%, al tener que llevar al hijo al médico, la empresa les deduce parte del sueldo. El 29% ha sufrido enfermedades o lesiones a raíz del trabajo en la zona franca. El 5% ha sufrido violencia física y el 18% violencia verbal o presión psicológica en los puestos de trabajo.

Otras investigaciones han demostrado como muchas mujeres son despedidas o no se las contrata cuando tienen más de veinticinco años o cuando se quedan embarazadas. Se llega a extremos en los que se controla a las mujeres trabajadoras si tienen la menstruación cuando toca para saber si están embarazadas.

Contaminación del planeta y depredación de los recursos naturales



Se necesitarían diez planetas como la Tierra para que los países pobres pudieran consumir tanto como consumen los países ricos. Durante los años noventa la emisión de CO₂, la principal causa del calentamiento del planeta, ha aumentado un 9% (un 18% en EUA). Unas 30.000 personas mueren cada día por ingerir agua contaminada. Alrededor de 17 millones de hectáreas de bosques desaparecen cada año y 6.000 especies animales son exterminadas.

Ante esta realidad son pocas las ETN que reaccionan para paliarla, y muchas las que la agravan. Es éste un factor más que refleja cómo **las ETN a la vez que privatizan las ganancias, socializan los costes y las externalidades negativas** de su actividad con el resto de la sociedad y con el medioambiente.

Junto al *dumping* laboral, uno de los principales motivos que mueve a las empresas a invertir en el extranjero, es la permisividad de los países anfitriones, sobre todo del Sur, en asuntos medioambientales. El *dumping* me-

dioambiental es una práctica consciente y que incluso se ha promovido desde las instituciones multilaterales como el Banco Mundial. En diciembre de 1991, el economista jefe del BM, Lawrence Summers, escribió un documento interno sobre la idoneidad de internacionalizar las «empresas sucias», el cual salió a la luz y levantó una gran polémica. En este documento, Summers proponía que las empresas contaminantes se instalaran en los países en vías de desarrollo por diferentes motivos, entre los que destacaba el hecho de ser países que aún tienen mucho espacio para contaminar (países *under-polluted*, como los califica) y la escasa incidencia del cáncer sobre sus habitantes (ya que los pobres se mueren antes y por otros motivos).

Las empresas de mayor impacto medioambiental son las que se dedican a extraer recursos naturales. Estas empresas, aparte de generar la actividad más depredadora, la basan en una apropiación abusiva y, en muchos casos, ilegítima de recursos naturales. Materias primas, metales, recursos energéticos,... se convierten en objeto de procesos de privatización y mercantilización. Es lo que esta pasando, por ejemplo, con las reservas de agua potable, concebidas por los inversores como una «mercancía» cada vez más valiosa y sobre la que existe, como aseguran algunos inversores, una «exponencial demanda».

El proyecto Ralco de Endesa en el Alto Bío Bío (Chile) consiste en construir una presa que inundará 3.500 ha de tierra fértil y desplazará a 1.500 indígenas de sus comunidades.

EL SERVICIO DEL AGUA

La explotación comercial de los servicios relacionados con el control de un recurso natural como el agua, reporta anualmente ganancias de 200.000 millones de dólares. Dos ETN francesas, Vivendi-Generales des Eaux y Suez Lyonnaise des Eaux, dominan este mercado, aunque hay que destacar la creciente expansión de la multinacional catalana Aigües de Barcelona (AGBAR). Vemos como el derecho al acceso al agua potable y a otros recursos naturales está cada vez más mediatizado por grandes empresas.

La Confederación Nacional Indígena del Ecuador ha iniciado una multimillonaria demanda judicial contra Texaco por haber vertido 11.300 litros de petróleo crudo en la selva amazónica ecuatoriana durante 20 años.

El acuerdo TRIPS, del que hablábamos en el capítulo 2, legaliza esta especie de privatización de la Naturaleza, en concreto estipula la concesión de patentes sobre seres vivos para ser explotados con fines comerciales y lucrativos. Un claro reflejo de la concepción materialista y reduccionista del mundo que se tiene desde el sector empresarial. Entre otras implicaciones, las patentes relacionadas con los seres vivos suelen comportar un expolio de la riqueza natural existente en países del Sur por parte de las grandes ETN. Recientemente, Costa Rica ha concedido a la farmacéutica Merk, a cambio de un millón de dólares, el acceso a todos sus recursos genéticos equivalentes a un 5% de todas las especies de seres vivos de la Tierra.

En términos de impacto ambiental, entre las empresas extractoras de recursos naturales destaca la acción de las dedicadas al sector petrolero. Este tipo de empresas son las que supeditan más claramente los intereses ambientales a su propio beneficio. En cuanto a los impactos de su actividad, diversos informes sobre impacto mediambiental describen numerosos casos de contaminación de aguas, deforestación para la construcción de oleoductos, campamentos, carreteras y helipuertos, pérdida de biodiversidad, rotura de compromisos de reforestación o de reacondicionamiento de tierras, daños a los cultivos de los pobladores, etc.

Por otro lado, estos informes evidencian el impacto negativo que tiene la actividad de extracción petrolera en la salud pública. En muchos casos el daño ecológico y la salud están directamente relacionados: los vertidos de petróleo y de aceites en el suelo y en los ríos, o la oxidación de tubos y desguaces, provocan enfermedades como dolor de oídos, infecciones en la piel, diarrea, dolores de cabeza, cambios de pigmentación, verrugas y eczemas. También se ha visto como en áreas contaminadas aumenta el porcentaje de abortos, de muertes por causas desconocidas, de esterilidad y de cáncer.

Aunque las energéticas son las empresas más agresivas con el medioambiente, entre las empresas más poderosas del Estado español debemos hacer referencia al

REPSOL EN AMÉRICA LATINA

Repsol-YPF realiza su actividad en áreas protegidas como: la Reserva Llanquanelo de Argentina; el Parque Nacional Kaaya Gran Chaco, Parque Nacional Amboró, Parque Nacional Apolobamba, Parque Nacional Madidi, Reserva de la biosfera Pilon Lajas y Parque Nacional Isiboro Secure de Bolivia; y, en Ecuador, en el Bosque Protector Mindo-Nambillo y en la Reserva de la Biosfera Cayambe Coca.

impacto ambiental de las hoteleras, algunas de las cuales han llevado a cabo importantes procesos de internacionalización. Sería el caso de **Grup Barceló** que cuenta con complejos hoteleros de lujo en México, Túnez, República Dominicana, Guatemala, Costa Rica y EUA. Por ejemplo, en Tambor (Costa Rica), uno de los hoteles Barceló, de 400 habitaciones, está situado a 50 metros del mar. Para su construcción se acabó con la vegetación de una vertiente de una montaña, se tapó un pantano, se extrajo arena de un río y se destruyó una montaña para hacer una cantera. Todo esto sin los permisos de las administraciones. Más tarde se trajo arena blanca de una playa próxima con el fin de tapar la arena negra que había en la playa privada del complejo, ya que la arena negra no quedaba suficientemente bien en las fotos de los catálogos publicitarios. También se ha sabido que hacía desembocar las aguas sucias en el río Pánica. Otro gigante hotelero mallorquín, **Sol Melià**, ha sido denunciado recientemente por la sociedad civil de la zona Costera de Santa Cruz (Costa Rica) por pretender explotar un nuevo acuífero, que se sumaría a los cuatro con los que ya contaba, para regar el nuevo campo de golf del Hotel Melià Conchal-Paradisus.

«Con el agua que necesita el Hotel Melià se podría abastecer una ciudad de 200 mil hab. Imagínense el montón de agua que es eso.»

Tríptico del Comité de Lucha en Defensa de las Aguas Costeras de Sta Cruz



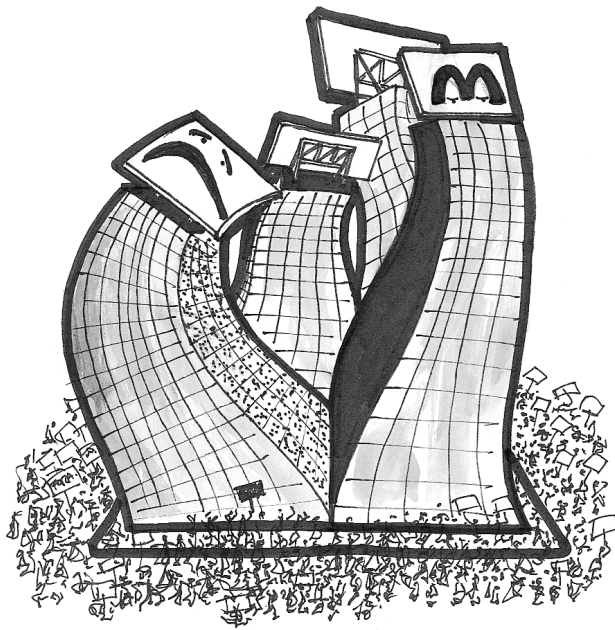
Para saber más sobre los temas tratados en este capítulo

- BRUNET, I. y BELZUNEGUI, Á. (2003), *Flexibilidad y formación*, Icaria, Barcelona.
- CANAL, C. (2001), *Las empresas militares privadas*, Cátedra Unesco sobre la Paz de la UAB, inédito.
- COLECTIVO DE DIFUSIÓN DE LA DEUDA ECOLÓGICA (2003), *Deuda ecológica. ¿Quién debe a quién?*, Icaria, Barcelona.
- DUBOIS, MILLÁN y ROCA (2001), *Capitalismo, desigualdades y degradación medioambiental*, Icaria, Barcelona.
- GAVALDA, M. (1998), «Repsol en Bolivia: una transnacional en el trópico latinoamericano», *Ecología Política*, nº 15.
- (2003), *La recolonización*, Icaria, Barcelona.
- GIORDANO, E. (2002), *Las guerras del petróleo*, Icaria, Barcelona.
- KANOUI, V. (2001), «Globalización, multinacionales y poblaciones en peligro», Cuadernos para el debate nº 2, Médicos sin fronteras, Barcelona.
- MADELEY, J. (1999), *Big business, poor peoples: the impact of transnational corporations on the world's poor*, Zed Books.
- INFORMES DE LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT).

NOTA: En este capítulo, dedicado a los impactos de la expansión empresarial, no hemos hablado de la privatización de los servicios públicos, ya que estamos preparando un próximo número de la colección Contrargumentos dedicado a este tema exclusivamente. En él expondremos el impacto de las empresas en la mercantilización de estos servicios, el cual se puede medir en términos de vulneración de derechos sociales y de las condiciones de los servicios, de barreras y dificultades para el control público de su suministro o de la estratificación social de la ciudadanía.

4

Poder ciudadano vs poder empresarial



A modo de conclusión

El imperativo de la expansión económica y de la acumulación se ha revestido e intentado legitimar a través de una serie de axiomas (como por ejemplo que la inversión extranjera y la liberalización económica son la mejor forma de crecer económicamente y de extender bienestar entre la población) que se han desmoronado y han perdido credibilidad una vez se han hecho realidad. A lo largo de este trabajo hemos visto cómo en la actual fase del capitalismo, caracterizada por una competencia global cada vez más acentuada, la acción de las grandes empresas conlleva la vulneración de muchos de los aspectos que tienen que ver con el interés general de la población: la solidaridad entre pueblos y personas, la sostenibilidad ambiental, los derechos humanos fundamentales, los derechos económicos, la democracia, la libertad de expresión, etc. Por lo tanto, son muchos los motivos que nos llevan a considerar a las ETN como agentes económicos privados con intereses distintos y, en muchos casos, contrarios a los de la mayoría de la población.

A pesar de la dimensión del poder de las ETN (y su capacidad para definir metarreglas), no podemos subestimar el poder de la población a la hora de construir alternativas (y de instaurar microrreglas). De hecho, son muchas las alternativas que ya están en marcha promovidas por un amplio abanico de movimientos populares. En este cuarto y último capítulo nos centraremos en la definición de posibles acciones individuales y sobre todo colectivas para el ejercicio de un contrapoder al poder empresarial. Destinar recursos a acciones de resistencia —o a alternativas a nivel micro— como las que describimos, no tiene por que restar importancia a luchas y planteamientos de transformación política y económica más profundos o estructurales. Al contrario, puede reforzarlos.

Alternativas y resistencias

Consumo responsable y crítico

A partir de actos tan cotidianos como el consumo se pueden llevar a cabo iniciativas más transformadoras de lo que pueda parecer. Debemos ser conscientes del poder que tenemos como consumidores (o como no consumidores), ya que en el consumo de las personas se sustenta el actual sistema económico. De hecho, es nuestra dependencia hacia los productos y servicios de las grandes ETN lo que las hace más poderosas. Así pues, una primera opción sería que intentásemos decidir por nosotros mismos cuáles son nuestras necesidades de consumo real, ya que, como hemos visto, muchas necesidades están construidas por las ETN e inculcadas a través de los medios de comunicación y la publicidad.

A la hora de consumir podemos intentar que los productos cumplan una serie de criterios como: a) que sean ecológicos o tengan el mínimo impacto medioambiental; b) que estén fabricados lo más localmente posible; c) que los trabajadores cobren dignamente por su elaboración y, a ser posible, que su trabajo no reporte beneficios a quien no trabaja, como sucede con la mayoría de los accionistas y/o propietarios de las grandes ETN.

Respecto a este último criterio una posibilidad que se encuentra en nuestras manos es la de dar apoyo a las iniciativas de **cooperativismo**, ya que los beneficios que se obtienen de las cooperativas repercuten directamente en los trabajadores. Cuando los productos tienen que ser importados de países del Sur, como el café o el chocolate, podemos asegurarnos de que se han producido desde una organización cooperativa donde los trabajadores gozan de condiciones laborales y salarios dignos. Es lo que se conoce como **comercio justo**, sistema de comercio que además de comprometerse con la dignidad laboral, reduce a mínimos el número de intermediarios entre productor y consumidor.

Para que la ética en el consumo no sea algo elitista e inaccesible para muchos bolsillos, podemos organizarnos

en **cooperativas de consumo**, es decir, en espacios que nos permitan consumir diferentes productos que han sido producidos respetando los criterios antes mencionados, a precios más asequibles que si lo hiciéramos individualmente. Más asequible aún resulta participar en **redes de intercambio** de bienes o de servicios no mercantilizados. Éstos son espacios donde podemos intercambiar ropa, muebles, libros, conocimientos, servicios domésticos, etc., que no están mediatizados por el dinero y, por lo tanto, se fundamentan en el valor de uso real en lugar de en el valor de cambio.

Si se da el caso, podemos tener en cuenta nuestra dimensión como ahorradores y evitar tener nuestro dinero en grandes bancos y cajas que operan con nuestros ahorros con absoluta irresponsabilidad social y medioambiental. En este caso, la opción que existe se llama **banca ética**.

Finalmente, decir que ante la mercantilización de la información y de los conocimientos al que estamos asistiendo podemos acceder a recursos en los que estos dos elementos circulen libres de intereses económicos, publicidad encubierta, derechos de autor o copyrights.

RECURSOS

- 1) **Redes de intercambios de conocimientos y de trueque:**
www.reasnet.com
- 2) **Guías de Consumo:** www.cric.pangea.org, www.pangea.org/xarxaconsum, www.cleanclothes.org, www.ethicalconsumer.org, www.ropalimpia.org, www.comerciojusto.com, www.ethicaltrade.org, www.novethic.fr, www.transnationale.org
- 3) **Cooperativas (producción y consumo):**
cooperativestreball.coop, cooperativagerminal.galeon.com, agrariamansa.org/html/Consum.htm
- 4) **Ahorro:** www.fets.org, www.economiasolidaria.org/rufas, www.pangea.org/oikocredit
- 5) **Libre acceso al conocimiento:** www.elwarez.com, www.gnu.org/licenses/licenses.html, www.linux.org
- 6) **Liberación de la información:** www.indymedia.org, www.liberinfo.net

Movilización y organización de la población

La movilización de la sociedad civil ha permitido conseguir importantes logros ante la expansión de las ETN. Recientemente en Perú y Bolivia campesinos e indígenas impedían a su gobierno que aprobara importantes paquetes de privatizaciones. En países como el nuestro se están abriendo diferentes líneas de movilización ante el poder de las grandes empresas. El actual ciclo de protesta contra la mundialización capitalista está configurando un tejido social suficientemente sólido como para poder generar iniciativas con capacidad de incidencia.

- a) **Campañas de boicot.** Una fórmula de movilización habitual contra determinadas empresas o para incidir en política, la conforman las campañas de no consumo o boicot a determinados productos. El boicot de consumo se puede promover a nivel individual, pero la campaña puede tener aún más repercusión si busca adhesiones y el no consumo de actores colectivos, ayuntamientos, universidades, federaciones de asociaciones, etc.

Una de las primeras campañas de boicot de gran incidencia fue la que denunciaba los abusos de Nestlé en los países del Sur. Últimamente se han sucedido campañas contra empresas acusadas de explotar su mano de obra (Nike, Adidas, Reebok, Levi's o Disney), de asesinar a sindicalistas (Coca-Cola) o de participar en la guerra contra Irak (ver www.boicotpreventiu.org). Muchas de estas campañas han tenido cierta incidencia social, de manera que las empresas han visto reducido un margen de sus beneficios y su cotización en bolsa. Tengamos en cuenta que a las empresas que tanto invierten en publicidad lo peor que se les puede hacer es dañar su imagen.

- b) **Guerrilla de comunicación.** Como reacción a la invasión de la publicidad y de su permanente y exponencial presencia en la esfera pública, se han organizado iniciativas que pretenden crear interferencias o dar la vuelta a los mensajes publicitarios con el fin de

que vayan en contra de las corporaciones y de la imagen de la marca en la que invierten.

- c) **Acción directa y desobediencia civil.** La acción directa y la desobediencia civil permiten a la población organizada conseguir, por diferentes vías, un amplio abanico de objetivos como: plantear demandas o quejas, hacer llegar mensajes, visualizar contradicciones o estropear los intereses de las grandes empresas.
- d) **Lucha sindical.** Si hablamos de acción directa o movilización ante los abusos empresariales, hay que destacar la acción de los propios trabajadores de las grandes empresas, organizados habitualmente en sindicatos. Entre las últimas campañas de más repercusión recordaremos la acampada de los trabajadores de Sintel en la Castellana (Madrid) o los cierres en la fábrica de las trabajadoras de Fontaneda. Hay que destacar también la cooperación llevada a cabo desde algunos sindicatos del Norte con los trabajadores del Sur con el fin de colaborar en su organización y en la denuncia de abusos laborales, así como la creciente tendencia hacia la internacionalización de la lucha sindical.

RECURSOS

Campañas de boicot: www.boicotpreventiu.org (contra la economía de la guerra), www.infact.org (Philip Morris); www.babymilkaction.org (Nestlé), www.pressurepoint.org (ExxonMobil), www.globalexchange.org/economy/corporations/nike (Nike), spanner.org/mclibel/vdo, www.mcspotlight.org (McDonald's, la primera web incluye un vídeo del famoso caso McLibel);

Guerrilla de comunicación: www.guerrillamedia.org, www.lasagencias.org, www.adbusters.org

Grupos de Acción directa: www.cazalobbies.net, www.yomango.net, rts.gn.apc.org (Reclaim the Streets)

Lucha sindical: www.aflcio.org/corporateamerica/paywatch/what2do/; www.cgt.es/legislacion.html

Investigación activista

La investigación desde posiciones de activismo político nos pueden permitir analizar con rigurosidad los mecanismos de expansión y radicalización del poder de las grandes empresas, y contar así con más herramientas para nuestra tarea de reflexión, debate y acción.

- a) **Desvelar secretos.** Existe toda una serie de información que las ETN no están obligadas a hacer pública como: despidos de los trabajadores de otros países, las emisiones de tóxicos de las filiales en el extranjero, las ventajas reales con las que se encuentran en los lugares donde invierten, etc. Así pues, puede ser interesante que por la vía de la investigación esta información se haga pública y sea difundida.
- b) **Fundamentar las campañas de los movimientos sociales.** Dado el peso que hemos visto que tienen las ETN en muchas de las problemáticas que nos afectan, sería interesante que toda protesta o movilización social profundizara en el diagnóstico de los problemas y, mediante la investigación, intentara averiguar qué intereses transnacionales se encuentran detrás de la problemática por la cual nos movilizamos.
- c) **Las empresas españolas.** Otro filón de investigación es el de las ETN españolas, que están muy poco investigadas en comparación a las norteamericanas o norteeuropeas. Es posible que esta situación cambie en breve gracias a un colectivo de investigación activista que se está consolidando a nivel estatal: el *ojo transnacional*. En su web hay una guía sobre cómo investigar a las ETN.

RECURSOS PARA LA INVESTIGACIÓN SOBRE ETN

- 1) **Observatorios y buscadores generales:**
www.transnationale.org; www.corpwatch.org;
www.corporatewatch.org; www.cornerhouse.org ;
www.alainet.org, www.hoovers.com, www.northernlights.com,
www.business.com, www.shareholderaction.org
- 2) **ETN españolas:** www.ojotransnacional.org;
www.observatoriodeuda.org, www.moles.org.
- 3) **Medioambiente e industria energética:** www.epa.gov,
www.scorecard.org, www.rtknet.org,
www.petroleumplace.com, www.oilonline.com,
www.oilandgasonline.com, www.worldoil.com,
www.gasandoil.com, www.api.org, www.petromino.com,
www.eia.doe.gov, www.epa.gov/globalwarming
- 4) **Extracción de recursos en los países del sur:**
www.mineralpolicy.org, mpi.org.au, www.miningwatch.ca,
www.ogap.org, www.amazonwatch.org,
www.amazonalliance.org, www.ran.org, www.foei.org,
www.seen.org, www.nma.org, www.goldinstitute.org
- 5) **Abusos de los directivos:** www.aflcio.org/paywatch/index.htm
- 6) **Relación empresas y organismos internacionales:**
www.bankwatch.org, www.bicusa.org, www.whirledbank.org,
www.eireview.org, www.ems.org/banks/world.html
- 7) **Derechos humanos:** www.derechos.org, www.hrw.org,
www.business-humanrights.org/index.html
- 8) **Derechos laborales:** www.laborrights.org, www.osha.gov,
www.msha.gov, www.eeoc.gov, www.labornet.org,
www.globalexchange.org, www.sweatshopwatch.org,
www.uniteunion.org, www.coalitionforjustice.net
- 9) **Contribuciones de las empresas (sobornos, lobbying):**
www.opensecrets.org, www.followthemoney.org

Para saber más sobre los temas de este capítulo



- BLISSET y BRUNZELS (2000), *Manual de guerrilla de comunicación*, Virus, Barcelona.
- CRIC (2000), *Come y calla... o no. Incidir en el sistema a través del consumo*, Icaria, Barcelona.
- CRIC (1997), *Rebelión en la tienda*, Icaria, Barcelona.
- FARRÉ, I. (2002), *Consumidores activos. Experiencias activas para el siglo XXI*, Icaria, Barcelona.
- NEXE – *Quaderns d'autogestió i economia cooperativa* (Publicación semestral).
- TEITELBAUM, A. «El papel de las sociedades transnacionales en el mundo contemporáneo, necesidad de su encuadramiento jurídico», en www.cetim.ch/activ/espart1.pdf.





Glosario de acrónimos

ALCA: Área de Libre Comercio de las Américas
BM: Banco Mundial
CEPAL: Comisión Económica de las Naciones Unidas para la América Latina
CT: Comisión Trilateral
CW: Consenso de Washington
ETN: Empresas Transnacionales
EUA: Estados Unidos de América
FEM: Fórum Económico Mundial
FMI: Fondo Monetario Internacional
FOEI: Federación de Amigos de la Tierra Internacional
GATS o AGCS: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
GATT: Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio
GC: Global Compact
IED: Inversión directa en el Extranjero
NAFTA: Zona del Libre Comercio del Atlántico Norte
OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OCU: Organización de Consumidores y Usuarios
OMC: Organización Mundial del Comercio
ONU: Organización de las Naciones Unidas
PAE: Plan de Ajuste Estructural
PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
RP: Relaciones Públicas
TRIPS o ADPIC: Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio.
UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo







Con el apoyo de:

