



## **FUSIONES Y ADQUISICIONES: EXPRESIONES DE LAS TENDENCIAS OMNIABARCADORAS DEL CAPITAL EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN.**

**Isaac Enríquez Pérez**

### **Introducción.**

La presente investigación intenta acercarse al análisis de la importancia de las organizaciones productivas en el mundo actual caracterizado por la globalización de todas y cada una de las relaciones humanas.

Dentro de los cambios y procesos que experimentan las empresas desde el inicio de la más reciente crisis del modo de producción capitalista, nos enfocaremos a las operaciones de fusión y adquisición como parte de las estrategias de sobrevivencia dentro de la "sociedad global", por lo que intentaremos responder a las siguientes tareas enfocadas a nuestro objetivo analítico de dichos procesos:

1) señalar los impactos de la reestructuración económica en la constitución de la nueva sociedad y de su modo de desarrollo llamado informacionalismo (medio y expresión constitutivos de esta nueva era) con el fin de obtener los elementos para contextualizar en el plano global nuestro fenómeno a estudiar;

2) señalar y analizar los cambios en las estructuras organizacionales de las empresas y su relación con las operaciones de fusión y adquisición. Concebir a la fusión y adquisición como parte de las estrategias organizacionales de las empresas dentro de la rivalidad inter e intrabloque regional en el modo de producción capitalista;

3) analizar los intereses y motivaciones (sentido de las operaciones) económicos y financieros dentro de los procesos de centralización y concentración de capital en la era de la información;

4) englobar las operaciones de fusión y adquisición plasmadas hemerográficamente, rescatando el tipo de mercado o sector y la trascendencia de la operación tanto a nivel mundial como a nivel de América Latina;

5) tomando en cuenta la trascendencia de los procesos informacionales y comunicacionales como constitutivos de la nueva realidad global, analizaremos la operación de fusión entre las empresas de America Online y Time Warner, ya que desde nuestra perspectiva es importante utilizar y profundizar en este ejemplo de fusión porque da muestra de la manera en que tanto el capital y la información son centralizados y utilizados por intereses de clase para ejercer procesos de dominación sobre individuos, sociedades, gobiernos, economías y culturas;

6) dicho ejemplo de fusión nos dará elementos para sistematizar metodológicamente nuestro regreso analítico al ámbito global del cual partimos, por lo que redondeamos el proceso consistente en partir de la totalidad (globalización y "era de la información"), aterrizar en un aspecto específico (la fusión entre America Online y Time Warner, aunque antes de

esto agregamos el hecho de que nos detenemos en un número extenso de aspectos específicos al hacer referencia a las fusiones y adquisiciones mundiales y regionales), y por último, al retomar las implicaciones socioculturales de dicho(s) proceso(s) específico(s), las cuales se manifiestan o se manifestarán globalmente por ser parte de esta "era de la información".

[Bajar el artículo completo](#) (55 Kb, isaac.zip)

## **Fusiones y adquisiciones: expresiones de las tendencias omniabarcadoras del capital en la era de la globalización y de la información.**

Isaac Enríquez Pérez<sup>(\*)</sup>

### ***Introducción.***

La presente investigación intenta acercarse al análisis de la importancia de las organizaciones productivas en el mundo actual caracterizado por la globalización de todas y cada una de las relaciones humanas. Dentro de los cambios y procesos que experimentan las empresas desde el inicio de la más reciente crisis del modo de producción capitalista, nos enfocaremos a las operaciones de fusión y adquisición como parte de las estrategias de sobrevivencia dentro de la “sociedad global”, por lo que intentaremos responder a las siguientes tareas enfocadas a nuestro objetivo analítico de dichos procesos: 1) señalar los impactos de la reestructuración económica en la constitución de la nueva sociedad y de su modo de desarrollo llamado informacionalismo (medio y expresión constitutivos de esta nueva era) con el fin de obtener los elementos para contextualizar en el plano global nuestro fenómeno a estudiar; 2) señalar y analizar los cambios en las estructuras organizacionales de las empresas y su relación con las operaciones de fusión y adquisición. Concebir a la fusión y adquisición como parte de las estrategias organizacionales de las empresas dentro de la rivalidad inter e intrabloque regional en el modo de producción capitalista; 3) analizar los intereses y motivaciones (sentido de las operaciones) económicos y financieros dentro de los procesos de centralización y concentración de capital en la era de la información; 4) englobar las operaciones de fusión y adquisición plasmadas hemerográficamente, rescatando el tipo de mercado o sector y la trascendencia de la operación tanto a nivel mundial como a nivel de América Latina; 5) tomando en cuenta la trascendencia de los procesos informacionales y comunicacionales como constitutivos de la nueva realidad global, analizaremos la operación de fusión entre las empresas de America Online y Time Warner, ya que desde nuestra perspectiva es importante utilizar y profundizar en este ejemplo de fusión porque da muestra de la manera en que tanto el capital y la información son centralizados y utilizados por intereses de clase para ejercer procesos de dominación sobre individuos, sociedades, gobiernos, economías y culturas; 6) dicho ejemplo de fusión nos dará elementos para sistematizar

metodológicamente nuestro regreso analítico al ámbito global del cual partimos, por lo que redondeamos el proceso consistente en partir de la totalidad (globalización y “era de la información”), aterrizar en un aspecto específico (la fusión entre America Online y Time Warner, aunque antes de esto agregamos el hecho de que nos detenemos en un número extenso de aspectos específicos al hacer referencia a las fusiones y adquisiciones mundiales y regionales), y por último, al retomar las implicaciones socioculturales de dicho(s) proceso(s) específico(s), las cuales se manifiestan o se manifestarán globalmente por ser parte de esta “era de la información”.

### *Algunas notas sobre el mundo actual y sus nuevas realidades.*

El mundo de hoy vive una realidad omnipresente con cualidades y características que han provocado rupturas epistemológicas al interior de las ciencias que tratan de teorizarla; esto en gran medida es explicable porque los paradigmas que daban cuenta de las “sociedades nacionales” están siendo inconsistentes para abordar, analizar e interpretar las nuevas y diversas realidades que se crean y recrean a partir de una “sociedad global” interconectada y suspendida en una densa sinfonía electrónica que destruye las identidades tradicionales de los pueblos para generar otras nuevas y diferenciadas que serán convertidas en tradicionales siempre y cuando el mar de rupturas y desarraigos formen y conformen mecanismos de intercambio cultural que mantengan viva y en constante renovación a una identidad integrada por multitud de identidades que contradigan el tan publicitado “fin de la historia”.

El caso es que el mundo de hoy día se ha mundializado a tal extremo que el globo ha dejado de ser una figura astronómica para adquirir su significación histórica de manera plena (Ianni, 1996, p. 3).

“El orden mundial de ayer está desapareciendo rápidamente en tanto que el orden mundial del mañana no ha aparecido todavía. Por consiguiente, no estamos frente al “nuevo orden mundial” que invocan constantemente nuestros políticos. Estamos frente a un nuevo desorden mundial y no sabemos por cuánto tiempo” (Drucker, 1994, p. 125).

En este sentido, la globalización es un proceso histórico de la humanidad que se presenta como tendencia irreversible en tanto se mundializan las relaciones humanas no sólo en términos económicos y financieros sino también en términos políticos, culturales, comunicacionales y militares.

---

(\*) Sociólogo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México; e-mail: [unampuma@axtel.net](mailto:unampuma@axtel.net) y [isaacep@correo.unam.mx](mailto:isaacep@correo.unam.mx)

En términos históricos y económicos, al verse saturados los mercados por bienes homogéneos derivados de la producción a escala surgió la necesidad de buscar nuevos mercados tanto en los países subdesarrollados como en los que se aprestaban a abandonar el “socialismo realmente existente”, y profundizar en los ya incursionados mediante la homogeneización de los mercados, impulsándose de esta forma la globalización comercial y las estrategias empresariales que se encaminarían a la producción y comercialización de bienes diversificados en ciclos cortos y fraccionados. Es en los 70’s cuando surgen las crisis energética (incremento en los precios del petróleo), política, social, estudiantil y sobretodo económica (ante la recesión los países tanto desarrollados como subdesarrollados adquieren y multiplican la deuda externa), esto es, la aguda crisis que ha vivido el modo de producción capitalista en los últimos treinta años hace pensar que como organización y formación social se encamina al desfiladero de la disolución; sin embargo, la mundialización de las mercancías y su inserción hasta en los lugares más recónditos del planeta no sólo en cuanto a su consumo sino también en cuanto a su producción sustentada en relaciones casi de tipo esclavista como en el caso de las maquiladoras y su ensanchamiento en la llamada “fabrica global” retardan la agonía del capitalismo. “Su principal fracaso como formación social se centra no tanto en lo económico sino en el plano de lo político al no actualizar la promesa de asegurar la reproducción social de la vida humana en el plano de la libertad, y en la imposibilidad de impulsar un discurso democrático, una sociedad incluyente y una prosperidad económica. La constante violencia que impulsa se hace mas que evidente día a día, y ante ello el proceso de des-socialización y su reducción a la nada del medio ambiente y de la vida humana acelera sus ritmos y tendencias. Este caos generalizado y apocalíptico del mundo se presenta sin mediación alguna del poder político debido a la redefinición que han sufrido las instituciones del Estado Liberal”. El Estado como forma de organización de lo social bajo el ejercicio del poder fundado en la relación mandato-obediencia ha tendido a la desatención de esos fines en nombre del mercado. El descrédito del Estado como conjunto de instituciones que impulsan el orden de las sociedades se ha profundizado ante la reconversión de la política en objeto comercial y ante la mercantilización y privatización de la “*cosa pública*” por parte de los gobiernos y las cúpulas dirigentes de estas instituciones (Enríquez Pérez, noviembre de 2000).

Ante esta crisis política del Estado se producen discursos con intenciones teóricas que lanzan la consigna de que el Estado obeso y empresario no impulsaba el crecimiento de la economía, por lo que es necesario liberarla, desregularla y dejarla en “manos del mercado”; autores como Peter Drucker afirman que el Estado-nación “se transmutó en el megaestado” (Drucker, 1994, p. 133); el Estado-

nación tenía por objeto ser el guardián de la sociedad civil pero el megaestado se convirtió en amo de la sociedad. La mutación del Estado-nación en megaestado comienza desde finales del siglo XIX con el estado paternalista introducido por Bismarck para detener las fuertes oleadas comunistas, como respuesta a la amenaza de la lucha de clases, por lo que el Estado pasó de ser una entidad política a ser una entidad social. Esta situación se vio profundizada con el ascenso de los comunistas a las instituciones sociales entre los años 20 y 30's del siglo XX, por lo que el Estado pasó de ser proveedor a ser el hacedor y el administrador (una medida trascendente de este tipo de Estado fue la Carta de Derechos de los Veteranos Estadounidenses en tanto que se les otorgaban los medios a estos para que asistieran a las universidades, con lo cual se dieron los primeros pasos a la sociedad del conocimiento; otro programa importante fue el Servicio Nacional de Salud de la Gran Bretaña). Los riesgos que se corrían eran que el gobierno tratara de ordenar cambios en los valores sociales y el comportamiento individual. Las expropiaciones y propiedad gubernamental fueron vistas como medios para calmar la lucha de clases entre el capital y el trabajo; con la Gran Depresión de 1929 se decía que el gobierno sí podía controlar el "clima económico", además de que debía ser amo de la economía nacional. Después de la Segunda Guerra Mundial todo el mundo a excepción del Japón se movió en relación al megaestado. En sus manifestaciones extremas (stalinismo y nazismo) el megaestado ha sido un fracaso, en los demás países no ha funcionado mejor; en ninguna parte ha logrado producir una redistribución significativa del ingreso, lo cual sólo se logrará con el grado de productividad de una economía. Otra pretensión del megaestado que se ha desvirtuado es el control del gobierno sobre la economía; los excesivos gastos del Estado fiscal lo han hecho impotente y ha llegado al grado de imponer contribuciones y adquirir deuda; además de que se ha divulgado que lo único que importa es la recaudación de impuestos. "Lo peor es que el Estado fiscal se ha convertido en el Estado despilfarrador, pues si la elaboración del presupuesto se empieza por los gastos, no hay disciplina fiscal. El gasto público se convierte en el medio por el cual los políticos compran votos" (p. 147). En la esfera social ha corrido con un poco más de éxito, pero sus políticas sociales solo regulan o proveen, además de que no convierten al gobierno en hacedor. "Ninguno de los programas que administra el gobierno mismo ha dado resultados" (p. 149), incluso se ha pedido a las instituciones contraten por fuera, ya sea empresas de negocios o entidades sin ánimo de lucro. "El gobierno fija reglas, el gobierno fija las metas, el gobierno provee. Pero el gobierno no hace" (p. 150). Finalmente nos dice que el Estado-nación ya es difícil de alcanzarlo hoy en día ante la cantidad de fuerzas sociales y políticas que surgen y lo socavan.

El mismo autor citado nos dice que debe producirse una necesaria reestructuración del gobierno pues en los siguientes años sus instituciones enfrentarán nuevas y distintas demandas tanto externas como internas cargadas de diversas dimensiones políticas, por lo que se le exigirá una mayor competencia gubernamental. En lo externo, se tendrá la necesidad de nuevas ideas e innovaciones que provoquen cambios de raíz al forjar instituciones políticas y un derecho supranacional que trasciendan y sobrepasen al Estado-nación; “los diseñadores y los arquitectos de estas nuevas instituciones, los redactores de este derecho transnacional tendrán que ser los gobiernos nacionales y los políticos nacionales” (p. 172), ellos son los únicos que tienen legitimidad. En lo interno la sociedad cada vez es más exigente y ante ello surge la necesidad de hacer al gobierno eficiente a pesar del pluralismo de organizaciones de esta sociedad, a pesar del colapso en la capacidad de decisión del gobierno bajo la presión de grupos con intereses especiales, así como de la misma “tiranía de la pequeña minoría” (p. 173). Del mismo modo, los gobiernos se han hecho impotentes ante la ofensiva de los grupos de intereses especiales, impotentes para gobernar, para tomar decisiones y hacerlas cumplir (p. 174). Los distintos y aterradores problemas de las sociedades requieren no de menos gobierno sino de más, pero con la cualidad de ser un gobierno diferente. Los líderes políticos antigubernistas han estado presentes para “recortar el gobierno y combatir a los de adentro”, pero esto ha resultado costoso, al tiempo que también aumentó la reglamentación gubernamental, “el gasto público se les salió totalmente de las manos” (p. 174) repercutiendo esto en la eficiencia y en la economía de los países, además de que “el gobierno no creció; se engordó y se paralizó por su propia obesidad”. Ante ello, urge recuperar un mínimo de capacidad de rendimiento y reestructurarlo, por lo que deben aplicarse los mismos pasos que a una empresa o cualquier otra institución: 1) Abandono de lo que no funciona ni nunca ha funcionado, de lo que ha dejado de proporcionar utilidad y contribución; 2) concentración en lo que sí funciona, en lo que mejora la capacidad de la organización, es decir, hacer más de lo que ha demostrado éxito; y 3) análisis de los medio-éxitos, medio-fracasos. Dentro de esta lógica, lo primero que se debe abandonar es la ayuda militar pues fue algo que nunca funcionó. También, “si algo hemos aprendido es que el gobierno no puede manejar el “estado del tiempo” económico. No puede evitar eficazmente fluctuaciones a corto plazo, como las recesiones, ni dominarlas”. “Los líderes políticos tendrán que aprender a decir: nadie sabe cómo manejar la economía a corto plazo, como ningún médico sabe tampoco curar el catarro común. Mejor es no meterse” (p. 178). Se debe abandonar la teoría del Estado fiscal sobre la cual a operado el megaestado, se necesita regresar de una política oficial de impuestos a una política económica, lo básico de una política tributaria es que socialmente

sea neutral; “el objetivo de una política fiscal tiene que ser fomentar la inversión en conocimiento y en recursos humanos, en instalaciones productivas en los negocios, y en infraestructura” (pp. 181 y 182). En suma, su propuesta principal dentro de la nueva sociedad postcapitalista y el Estado postcapitalista es el impulso de un nuevo sector social, tanto para satisfacer las necesidades sociales como para restablecer una ciudadanía y una comunidad significativas, esto es, se debe tender a la organización no gubernamental.

La sociedad y la economía mundiales han transitado del modo de desarrollo del industrialismo sustentado en el estatismo a una sociedad y economía con un modo de desarrollo informacional<sup>1</sup> definidas históricamente por la reestructuración del modo de producción capitalista durante los últimos 30 años del siglo XX dentro del planteamiento de que las sociedades se organizan alrededor de procesos humanos estructurados por relaciones de producción, experiencia y poder determinadas también históricamente. Estos modos de desarrollo determinan el ámbito de la conducta social y la comunicación simbólica.

Después de comenzar a naufragar el modo de producción capitalista desde la década de los 70's, se crean una serie de reformas que intentan instrumentarse tanto en las instituciones como en la administración de las empresas y cuyas metas son: profundizar la lógica de maximización de utilidades en las relaciones capital-trabajo; intensificar la productividad del trabajo y del capital; globalizar la producción, circulación y mercados con la idea de elevar los beneficios en todas partes, y conseguir el apoyo estatal para el aumento de la productividad y la competitividad de las economías nacionales y su posterior impulso al ámbito transnacional. Dentro de esta reestructuración, han jugado un papel importante la capacidad de innovación tecnológica y las transformaciones al interior de las organizaciones, centrados principalmente en la flexibilidad, la adaptabilidad y la aspiración a alcanzar la calidad<sup>2</sup>. Es precisamente con la tecnología de la información con la cual el capitalismo con

---

<sup>1</sup> Para Manuel Castells (2000), el modo de desarrollo informacional tiene como especificidad la acción del conocimiento sobre sí mismo como principal fuente de productividad, es decir, el procesamiento de la información se centra en la superación de la tecnología de dicho procedimiento como fuente de productividad, en un círculo de interacción de las fuentes del conocimiento de la tecnología y la aplicación de ésta para mejorar la generación de conocimientos y el procesamiento de la información. Este modo de desarrollo se constituye con el surgimiento de un nuevo paradigma tecnológico basado en la tecnología de la información, el cual rebasa al modo de desarrollo industrial que tenía como principal fuente de productividad la introducción de nuevas fuentes de energía y su capacidad de descentralizar su uso durante la producción y los procesos de circulación.

<sup>2</sup> Sobre la concepción de calidad Luigi Valdés nos menciona: “La estrategia de calidad dentro de la empresa ha evolucionado a través del tiempo, sobre todo para adaptarla a las condiciones prevalecientes en el mercado y en el entorno” (Luigi Valdés, 1995, p. 117). El construir el concepto depende de hacer un análisis profundo del contexto donde se ubica la empresa. “Las reglas del juego están cambiando continuamente, y el fracaso de las teorías de la calidad radica en la incapacidad de la empresa para evolucionar hacia estrategias de calidad más competitivas” (p. 119). “La calidad es como el arte, todo el mundo habla de ella, pero cada quien tiene su propia definición”. “Los estándares japoneses la definen como:



pretensiones globales se ha convertido en una realidad incontenible y casi ilimitada, aunque la manera en que han actuado y reaccionado las sociedades ha sido diferenciada debido a sus especificidades históricas y culturales; sin embargo, muy pocas han escapado a estar integradas a redes globales y envueltas en un mundo digital.

Sobre el advenimiento del mismo fenómeno, Marshall McLuhan y B. R. Powers en 1989 escribían: “El robotismo, o el pensamiento del hemisferio derecho (*relativo al espacio acústico del cerebro, es decir, un pensamiento auditivo-táctil*), es la capacidad de ser una presencia consciente en varios lugares al mismo tiempo. Es un modo del hemisferio derecho (*pensamiento visual, uniforme y homogéneo*): el modo dominante del cerebro de las capacidades mecánicas extendidas de nuestros cuerpos, armonizadas a un solo momento y un solo lugar. Los medios de comunicación del futuro acentuarán las extensiones de nuestros sistemas nerviosos, los cuales pueden ser separados del cuerpo y ser convertidos en colectivos. Las nuevas normas poblacionales alimentarán el cambio de las industrias de chimenea a la economía con información de márketing, en particular en los Estados Unidos y Europa. Las tecnologías relacionadas con el vídeo son los instrumentos críticos de dicho cambio. La naturaleza fundamentalmente interactiva de algunas tecnologías relacionadas con el vídeo producirán las normas sociales dominantes del hemisferio derecho durante el próximo siglo. Por ejemplo, la nueva corporación de telecomunicaciones multiportadora, dedicada sólo a mover todo tipo de información a la velocidad de la luz, generará de manera continua productos y servicios hechos a medida para consumidores individuales que señalaron sus preferencias con anterioridad a través de una base de datos continua. Los usuarios se convertirán en productores y consumidores en forma simultánea” (p. 91). Los Estados Unidos del siglo XIX se concentraron sobre el rasgo uniforme de la economía de chimenea cuyas características eran ser especialista, aislada y autodirigida en sus

---

el conjunto de características específicas y funciones, que pueden ser objeto de valuación, para determinar si un artículo o servicio está satisfaciendo su propósito”, por lo que es necesario considerar el efecto social del mismo. La norma mexicana de la calidad, la define como: “conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas o implícitas preestablecidas”. Para otros expertos la calidad es: “el conjunto de atributos y propiedades de un objeto que nos permite emitir un juicio de valor acerca de él”. La calidad no es un concepto estático, está evolucionando constantemente. En un principio, cuando se privilegiaban las ventajas comparativas, la calidad se dividió en tres fases: 1)calidad de diseño; 2)calidad de producción; y 3)calidad de servicio. El producto o servicio debe contar con las siguientes características: 1)características primarias o básicas de calidad; 2)características secundarias o de ejecución; 3)características de diferenciación o de encantamiento. Desde la Revolución industrial hasta la Revolución del Conocimiento, los procesos de calidad han sufrido dos cambios: 1)la calidad dejó de ser una herramienta utilizada por la empresa para controlar y uniformar los productos y los procesos, y pasa a ser una estrategia de negocios; 2)la calidad complementó su estrategia de negocios con una rearquitectura y un rediseño en su organización y administración [se pasa de la organización piramidal a la organización flexible y el conocimiento juega un papel importante]. “Hoy en día, hablar de calidad es hablar del rompimiento de las estructuras convencionales y de las estrategias tradicionales de administración de las empresas, tratando de adaptarlas a las nuevas condiciones del mercado” (p. 121).

objetivos mundiales; dominó un sentido del hemisferio izquierdo al predominar la industria y la agricultura extractivas; en los Estados Unidos del siglo XXI, desde la actualidad hasta alrededor del año 2020 esos trabajos los realizarán los inmigrantes, los cuales desequilibrarán al gobierno blanco y anglosajón; poco a poco estas industrias y actividades quedarán reservadas para el sur del mundo, mientras que Norteamérica será un gran competidor en cuanto a artículos de consumo de “alto precio” (tales como la industria de los robots y de los automóviles eléctricos). La nueva inmigración ayudará a fomentar el surgimiento económico y político en Norteamérica en los siguientes cincuenta años, teniendo como fondo a la llamada era de la información ya que deberán combinarse computadoras y sofisticados sistemas de telecomunicaciones para generar empleo para un 80% de la población, completando la transición de una economía basada en la industria pesada a una economía de márketing y orientada hacia los servicios teniendo como centro las necesidades del consumidor. En el siglo XIX apareció una organización de sociedad vertical adaptada a las materias primas, las manufacturas y distribución extendida geográficamente con el ferrocarril que actuaba como una especie de tejido conector; sin embargo, en la era de la información la industria del siglo XXI estará afiliada en forma horizontal, además de que el ordenador creará nuevos productos y servicios ajustados a las necesidades de los exigentes clientes (por ejemplo, en el caso de las corporaciones dedicadas a las finanzas, los seguros, la construcción, la minería, la fabricación de alta-tecnología, la agricultura y las utilidades); se transitará del centralismo impuesto por el hardware a la liberación descentralizadora de un software que sea adaptable a estas necesidades. La corporación afiliada está adaptada a los ritmos humanos; dispuesta en forma horizontal puede llegar a convertirse en regional y global (tal es el caso de American Express), será estructurada en forma acústica, con muchos centros, por lo que asumirá un carácter esférico de tal suerte que el tiempo y el espacio estarán sin división. De este modo, el robotismo será descentralizador, la información estará a disposición de todos al mismo tiempo, por lo que se pierde el contacto con el concepto de un centro director; la jerarquías se disuelven y se reforman en forma constante. “Un hombre logra traducir su sistema nervioso central a un sistema de circuitos electrónicos, se encuentra en el umbral de exteriorizar su conciencia a la computadora” (McLuhan y Powers, 1991, p. 100). El campo eléctrico de la simultaneidad hace que todos estén relacionados entre sí, todos los individuos, sociedades, deseos y satisfacciones están presentes en la era de la información.

El mundo actual está sostenido sobre la base impulsada desde las organizaciones productivas que conforman y redefinen al modo de producción capitalista en el contexto de su aguda crisis

producto de la caída de la tasa de ganancia, es decir, el mundo actual y su revolución tecnológica informacional caracterizada no por hacer énfasis en la centralidad del conocimiento y la información, sino en la aplicación de estos a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de información/comunicación<sup>3</sup> han construido una sociedad red que se sostiene en las organizaciones

---

<sup>3</sup> Peter Drucker sobre la sociedad y economía informacional basada en el conocimiento y en el procesamiento de la información nos dice: El conocimiento se presenta como el recurso básico de la economía, aunque seguirá siendo una economía de mercado con alcances mundiales Hoy en día el mercado es superior porque organiza su actividad alrededor de la información. La economía de mercado es dominada por un “capitalismo de información”. “Las industrias que en los últimos cuarenta años han pasado a ocupar el centro de la economía son aquellas cuyo negocio es la producción y distribución de conocimientos, y no la producción y la distribución de objetos” (Peter Drucker, 1994, p. 198). “Cada vez es menor el rendimiento sobre los recursos tradicionales –trabajo, tierra y capital (dinero). Los únicos –o por lo menos los principales- productores de riqueza son la información y el conocimiento” (p. 199). Existen tres clases de conocimiento (lo cual implica que no se cuenta con un común denominador para ellas): 1)La mejora continua del proceso, producto o servicio; 2)la explotación continua del conocimiento existente para desarrollar nuevos y diferentes productos, procesos y servicios; y 3)la innovación genuina. Para producir el cambio en la economía, estas tres maneras de aplicación del conocimiento es necesario trabajarlas conjuntamente y al mismo tiempo. Sus características -costos y sus impactos- son cualitativamente distintas. Hasta ahora no es posible cuantificar el conocimiento, pero sí se puede cuantificar cuánto costará producir y distribuir conocimientos. Sin un modelo económico no se podrá saber cuánto conocimiento se produce (rendimiento sobre el conocimiento), por lo que no hay manera de hacer una elección racional, la cual es la esencia de la economía. Sin embargo, la cantidad de conocimiento no es más importante que la productividad del conocimiento, es decir, su impacto cualitativo. El rendimiento que un país o una empresa obtiene sobre el conocimiento se convierte en un factor determinante de su competitividad; en este sentido, la productividad del conocimiento será cada vez más decisiva en su éxito económico y social y en el rendimiento económico en general. De ello se derivan profundas diferencias en cuanto a la productividad del conocimiento entre países, industrias u organismos individuales. La innovación (aplicación del conocimiento para producir nuevo conocimiento) no es cuestión de “inspiración” ni producto de la realización de individuos aislados; requiere esfuerzo sistemático y un alto grado de organización, además de la descentralización como diversidad.

La tarea de hacer productivo el conocimiento es una responsabilidad de la administración (p. 207), no la puede desempeñar el gobierno, ni las fuerzas del mercado pueden realizarla; se requiere de la aplicación sistemática y organizada de conocimiento al conocimiento. El conocimiento tiene que poner la mira alta en la producción de resultados. “El conocimiento sólo es productivo si se aplica para lograr una diferencia vital” (Ibid). Por medio de mejoras sucesivas la idea es producir en poco tiempo un producto, un proceso o un servicio radicalmente diferentes; es decir, el propósito es ser el factor decisivo. Para hacer productivo el conocimiento el esfuerzo debe enfocarse claramente, tiene que ser altamente concentrado, además de requerirse organización ya sea individual o colectivamente, lo cual significa trabajo. Se requiere también la explotación sistemática de oportunidades de cambio que tienen que ser igualadas por la competencia y la fortaleza del trabajador y el equipo de conocimiento. También finalmente, se requiere administrar el tiempo. Todo esto será un largo periodo de gestación. Complementario a esto, para lograr la productividad del conocimiento se requiere una corriente continua de resultados a corto plazo (se debe equilibrar el largo plazo con el corto plazo). Además de aplicarse esta idea de productividad del conocimiento a procesos económicos y tecnológicos, debe aplicarse a problemas sociales, al cuerpo político y al conocimiento mismo.

La productividad del conocimiento requiere aumentar el rendimiento de lo que se conoce. Se tiende a clasificar las tareas en función de términos de áreas de conocimiento especializado en lugar de poner en práctica todo lo que sabemos. “Al aprender y al enseñar tenemos que concentrarnos en la herramienta. Al usarla, tenemos que concentrarnos en el resultado final, en la tarea, en el trabajo” (p. 210). Es necesario conectar para levantar el rendimiento del conocimiento existente. Esto además de que se aprende, se enseña; se requiere de una metodología actualizada para organizar las etapas que atacan al problema, de un análisis sistemático del tipo de conocimiento que se necesita, además de “organizar la ignorancia”. El mismo conocimiento especializado requiere de una metodología, de una disciplina, de un proceso para convertirlo en rendimiento.

Para Luigi Valdés (1994), “en la revolución del conocimiento, las empresas competitivas se basarán en la capacidad de generar continuamente valor agregado para el cliente por medio de la adición del conocimiento expresado como información” (p. 247). El conocimiento adicionado es toda la inteligencia adicionada al producto o servicio y que puede ser traducido como un aumento en la funcionalidad, confiabilidad, grado de información, oportunidad, además de

empresariales que también se encuentran en red por y el mundo dentro de la “fábrica global”. En la década de los 80’s comenzó la reestructuración económica y regulativa a escala global del modo de producción capitalista, teniendo un papel importante las tecnologías de la información. La reorganización y el crecimiento de las telecomunicaciones se vio favorecida con los procesos de desregulación, liberalización y privatización de las economías nacionales. Al conformarse las nuevas redes de telecomunicaciones y de información se tuvo la disponibilidad para contar con la integración global de los mercados financieros y la articulación segmentada de la producción y el comercio de todo el planeta, y con ello comenzar a conformar la sociedad red con alcances globales.

Se ha creado una economía informacional global consistente en que las empresas o naciones basan su productividad y competitividad en la capacidad para generar, procesar y aplicar eficientemente la información basada en el conocimiento, y se organiza a través de una red de vínculos entre los agentes económicos. La economía global cuenta con la capacidad de funcionar como una unidad en tiempo real a escala planetaria.

---

lograr diferenciarlo de la competencia. La percepción del cliente se basa en la relación de costo/beneficio y decide si la sensación fue buena o mala, además de que suele explotarse el factor emoción en el cliente, por lo que ya no buscaría el producto en sí sino la percepción subjetiva. El valor para el cliente muchas veces está dado por ilusiones, promesas, modas y venta de imágenes. La capacidad de respuesta es la estrategia básica de la era del conocimiento, para ello se necesitan: 1) un eficiente ciclo de producción, y 2) un nicho de mercado que quiera pagar por servicio y rapidez, esta capacidad influye en el sobreprecio que la empresa cobra por sus productos o servicios, además de que se sustenta y se expresa en la rapidez, oportunidad, disponibilidad, etc. La información juega un papel en cuanto a que la empresa dispone de datos sobre el comportamiento del producto en el uso del cliente, con base en esto se diseñarán mejor los productos; con los productos antioposolencia se goza de flexibilidad para adaptarse continuamente a las necesidades del cliente, de tal manera que cada nuevo producto es más inteligente que su antecesor y da más valor; se irán adecuando a las necesidades del cliente al extremo incluso de generarle una lealtad o adicción a este, además de que llegan a compenetrarse tanto que pueden tener un efecto educativo. Se debe crear continuamente valor para el cliente, en ello interviene la innovación que es medida con la variable tiempo. “La innovación se convierte en valor agregado si el cambio es importante para el cliente o nos da una ventaja competitiva en el mercado” (p. 273), con ella se debe buscar de manera sistémica crear, desarrollar e introducir soluciones originales a las necesidades percibidas y no percibidas de los clientes. “El proceso de innovación depende en primera instancia de la naturaleza y presión del sector al que pertenece la empresa” (p. 278). El aprendizaje organizacional es la continua validación y transformación de las experiencias y conocimientos que se generan día con día en la empresa. Las innovaciones no son resultado de grandes descubrimientos sino de una diferente aplicación de los conocimientos disponibles, de esto depende la competitividad de la empresa en un largo plazo, es decir, la empresa dependerá de su capital intelectual. “Después de agotado el modelo de la Revolución Industrial, la sociedad y las empresas buscaron una nueva fuente de generación de riqueza y la encontraron en el conocimiento. El nuevo paradigma del conocimiento reestructura a la sociedad misma: cambia sus valores, su visión y concepción del mundo, su estructura política, económica y social, sus artes y sus instituciones clave. Cuando el recurso económico básico es el conocimiento, la estrategia de las empresas cambia y se orienta a estructurar su capital intelectual” (pp. 329 y 330), el cual es todo el inventario de conocimientos generados por la empresa y expresados como tecnología, información y habilidades desarrolladas en el personal, todo unido y orientado a crear valor agregado de forma continua para el cliente. El capital intelectual es la suma de lo que saben todos en la compañía y que le dan una ventaja competitiva en el mercado.

La empresa como factor constitutivo de la nueva sociedad red, durante el siglo XX ha sufrido cambios drásticos en cuanto a su organización<sup>4</sup>, ya que ésta es la base que define sus fines y tareas, además de que tiene como función el hacer productivos los conocimientos y el enfocarlos al cambio constante (Drucker, 1994, p. 56). Los cambios organizativos en muchos casos fueron inducidos por la reestructuración económica que intentó contrarrestar la crisis del modo de producción capitalista desde la década de los 80's, dicha crisis fue resultado del agotamiento del sistema y organización de la producción en serie que condujo a la pérdida de rentabilidad dentro del proceso de acumulación de capital. Estos cambios en las estructuras organizacionales de las empresas interactuaron con la difusión de las tecnologías de la información, del mismo modo tuvieron como objetivos el contrarrestar la incertidumbre provocada por el rápido ritmo de cambio en la estructura económica, institucional y tecnológica de la empresa, incrementando la flexibilidad en la producción, el trabajo, la administración y la comercialización. En suma, estos cambios organizacionales hicieron evolucionar a la empresa integrada verticalmente y a la pequeña empresa independiente que eran inoperantes ante las nuevas condiciones estructurales de producción y comercialización.

Esta evolución y transición organizativa se caracteriza por pasar de la producción en serie a la producción flexible, es decir, se colapsa el modelo de producción en serie basado en los incrementos de productividad generados por las economías de escala en un proceso productivo mecanizado basado en una cadena de montaje de un producto tipificado, teniendo como forma de organización a la gran empresa estructurada bajo principios de integración vertical. Además, las grandes empresas entran en crisis mientras que la pequeña y mediana empresa adquiere elasticidad para la innovación y la creación de empleos. Con los nuevos modelos de organización empresarial se genera una estrecha colaboración entre la gerencia y el trabajador, haciéndose este último multifuncional, además de que se instrumentan controles de la calidad total para reducir la incertidumbre causada por los trastornos en el proceso de producción y distribución. Esta flexibilidad organizativa crea una interconexión empresarial vía las

---

<sup>4</sup> Para Drucker (1994), las características de la organización actual son el estar compuesta por especialistas, cada uno con su propia área limitada de conocimientos, la cual será desarrollada de manera clara (p. 60). “Los resultados de una organización son siempre para afuera” (p. 61). “En una organización los resultados siempre están bastante alejados de la contribución de cada miembro” (p. 62); además, “en la mayoría de las instituciones, la contribución individual se absorbe totalmente en la tarea y desaparece en ella” (p. 62). Los resultados se definen de manera clara y pueden estar sujetos a medición. Estar dentro de la organización implica una decisión. La organización siempre es administrada en cuanto a su espíritu, su rendimiento y sus resultados. Otra característica es que debe ser autónoma en la práctica para ser eficiente. “Toda organización de conocimiento es necesariamente no nacional, no comunitaria” (p. 70), pero sí debe ser una cosmopolita desarraigada.

redes multidireccionales aplicadas a las pequeñas y medianas empresas, así como con la creación de vínculos a través de la franquicia y la subcontratación bajo la cobertura de una gran empresa. Otro patrón de la nueva organización es el entrelazamiento de las grandes empresas bajo la forma de alianzas estratégicas que no incluyen la competencia en todos los ámbitos, y sólo hacen referencia a tiempos, mercados, productos y procesos específicos; se producen sobretudo en las industrias de alta tecnología; las empresas más grandes se vinculan entre sí sin evitar que la competencia se incremente, pues las alianzas son instrumentos decisivos de esta competencia, en suma, al tiempo que son amigos en una región del mundo pueden ser enemigos en otra región al disputarse sus mercados.

Sin embargo, profundizando en el proceso de causalidad de la transición organizacional de las empresas es necesario tomar en cuenta la sobreproducción que se dio en el sistema capitalista mundial (sobretudo en las economías europeas y de Estados Unidos) ante las nuevas formas organizacionales en la producción y comercialización japonesas que insertaron sus mercancías en el mercado norteamericano a precios que los consumidores adquirieron con mayor facilidad por ser bajos, y es cuando las empresas estadounidenses toman el modelo de la organización flexible para lograr competir y rivalizar con la emergente potencia asiática, entonces el modo de producción capitalista es afectado por el descenso de la tasa de ganancia, lo cual es expresión de una tendencia cíclica de la economía llamada crisis; pero es de notar que esta tendencia sociológicamente hablando es consecuencia de la forma en que las sociedades se organizan, es decir, el desempleo por ejemplo no es resultado de la crisis sino del modelo de organización flexible. En suma, el capitalismo se transforma porque surge una nueva forma de organizar y operar la empresa, enseguida viene la caída de la tasa de ganancia con las nuevas formas de rivalizar entre japoneses y estadounidense. El considerar esto último, implica el abandonar los pensamientos economistas tan difundidos que explican los fenómenos a partir de una *cosa* (crisis y caída de la tasa de ganancia) y no a partir de la responsabilidad de los individuos que actúan socialmente determinados, pues se debe considerar que la caída de la tasa de ganancia como *cosa* no cambia la historia, sino que la transforman los individuos con su forma de organizarse.

Para asimilar los beneficios de la flexibilidad de la red, la misma empresa se vio en la necesidad de convertirse en una red y dinamizar cada elemento de su estructura interna, lo cual es ampliado con la descentralización de sus unidades y con la autonomía otorgada a cada una en el marco de una estrategia general común. La información se convierte en un factor primordial en la medida en que las estructuras transnacionales hacen posible que las empresas pequeñas y medianas se enlazan a las grandes para conformar redes que son capaces de innovar.

***Las fusiones y adquisiciones en el contexto de la globalización y la reestructuración de las organizaciones productivas (motivaciones y actores en torno a estas operaciones).***

Según la Organización de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), nuestro mundo actual caracterizado por una globalización de la economía y de las relaciones humanas tras fuertes transferencias de información y de capitales principalmente, está creando presiones sobre las empresas, a tal grado que las ha impulsado a las operaciones de fusión y adquisición en el contexto de la reestructuración económica, teniendo como motivaciones las siguientes: a) Búsqueda de nuevos mercados y el deseo de dominarlos, b) acceso a los niveles de propiedad, c) búsqueda de la eficiencia a través de las sinergias, d) diversificación de las actividades para limitar los riesgos, e) cambios tecnológicos que han hecho aumentar costos y el riesgo en la investigación y el desarrollo, f) liberalización de los mercados y de las leyes de inversión, junto a la privatización de empresas.

Tan sólo en 1999 se dieron 109 fusiones transnacionales y compras de empresas con un valor de más de 1,000 mdd, mientras que el valor total de las transacciones en el mundo para ese mismo año era de 2.3 billones de dólares tras 24,000 acuerdos de venta. Este acelerado paso de las fusiones ha hecho incrementar la inversión extranjera directa en los países, mientras en 1998 era de 481 mmdd, para 1999 pasó a 865 mmdd; del mismo modo, aumentaron las corporaciones globales tras las ventas mundiales de las filiales exteriores de corporaciones transnacionales.

*Fusiones y adquisiciones reportadas en las fichas hemerográficas utilizadas.*

Cuadro 1

*Fusiones y adquisiciones en el mundo según tipo de mercado o sector*

<b>Empresa (Comprador)</b>	<b>País</b>	<b>Empresa (Vendedor)</b>	<b>País</b>	<b>Mercado o sector</b>	<b>Monto de la operación</b>	<b>Observaciones</b>
America Online	Estados Unidos de Norteamérica	Time Warner	Estados Unidos de Norteamérica	Internet y comunicaciones	107 mil 900 millones de dólares (mdd)	Como megacomplejo empresarial se constituirá como el principal en televisión, radio, cable, internet, prensa y comunicación <sup>5</sup> .
Vodafone AirTouch	Inglaterra	Mannesmann	Alemania	Telefonía móvil y fija, internet y telecomunicaciones	188 mil millones de dólares (mdd)	El 4 de febrero de 2000, la fusión colocaba al consorcio como el nuevo gigante mundial de las comunicaciones ubicándose por encima de la pretendida fusión de America Online y Time Warner, la cual en esa fecha se estimaba en 155 mdd <sup>6</sup> .
George Weston Limited	Canadá	Unilever	Estados Unidos de Norteamérica	Productos de cuidado personal, hogar y alimentos, en especial repostería	Mil 765 millones de dólares	La empresa Unilever es filial de Bestfoods Baking Company, además de ser líder en su sector <sup>7</sup> .

<sup>5</sup> Afp, Reuters, Ap y Dpa, “America Online y Time Warner anuncia que se unirán a fin de año”, en La Jornada, 12 de enero de 2001, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)

<sup>6</sup> Agencias, “Surge gigante mundial en telecomunicaciones”, en La Jornada, 5 de febrero de 2000, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)

<sup>7</sup> Araceli Cano, “Vende Unilever división repostería”, en El Financiero, 20 de febrero de 2001, p. 25.



Johnson & Johnson		Heartport Inc.		Farmacéutico y de instrumental médico.	81 mdd.	La empresa compradora se caracteriza por hacer adquisiciones de pequeñas empresas de su sector en oposición a las uniones de igual a igual con otras empresas <sup>8</sup> .
Chevron	Estados Unidos de Norteamérica	Texaco	Estados Unidos de Norteamérica	Industria petrolera	35 mmdd	Con la fusión se crea la cuarta empresa petrolera más importante del mundo <sup>9</sup> .
Daimler-Benz	Alemania	Chrysler	Estados Unidos de Norteamérica	Industria automotriz	36 mmdd	En 1998 con la fusión se aspiraba a ser el tercer consorcio mundial en cuanto a facturación y el quinto en cuanto a producción; sin embargo, la operación que fue una estrategia geográfica está haciendo agua por las inconsistencias expansionistas y financieras de Chrysler, además de las diferencias en gestión empresarial <sup>10</sup> .
General Electric	Estados Unidos de Norteamérica	Honeywell	Estados Unidos de Norteamérica	Instrumentos para la fabricación de aviones, sistemas de transporte, energía, sistemas de seguridad, etc.	45 mmdd.	El nuevo conglomerado tendrá actividades empresariales que irán desde la producción de instrumentos para la fabricación de

<sup>8</sup> Leticia Fernández Morón, "Absorción de empresas pequeñas, peculiar estilo de Johnson & Johnson para fortalecerse", en El Financiero, 30 de enero de 2001.

<sup>9</sup> Ap, "Nace cuarto gigante petrolero; Chevron compra Texaco", en El Financiero, 17 de octubre de 2000, p. 28.

<sup>10</sup> Keith Naughton y Karen Lowry Miller, "Daimler Chrysler parecía una fusión hecha en el cielo. ¿Qué sucedió?", en la revista Newsweek, 13 de diciembre de 2000, pp. 62 a 66.

						aviones hasta programas de tv <sup>11</sup> . Será la mayor fusión industrial de la historia.
--	--	--	--	--	--	---

Cuadro 2

*Fusiones en el mundo entre tres o más empresas por cambio de acciones según mercado o sector.*

Empresa	País	Empresa	País	Empresa	País	Mercado o sector	Observaciones
Usinor (adquiere a las siguientes dos mediante la operación de cambio de acciones)	Francia	Aceralia	España	Arbed	Luxemburgo	Industria siderúrgica o del acero	Primera empresa del mundo en el sector siderúrgico, se llamará Newco <sup>12</sup> .
Schneider Electric	Francia	Legrand	Francia			Sector eléctrico de baja tensión	Se creará un gigante internacional en el sector mediante el intercambio de acciones <sup>13</sup> .

Cuadro 3

*Fusiones y adquisiciones en América Latina según tipo de mercado o sector.*

Empresa (Comprador)	País	Empresa (s) (vendedor)	País (es)	Mercado o sector	Monto de la operación	Observaciones.
Banco Santander Central Hispano (BSCH)	España	Banco Río de la Plata	Argentina	Mercado Bancario y financiero	300 millones de euros.	
Banco Santander Central Hispano (BSCH)	España	Banco Meridional	Brasil	Mercado bancario y financiero.	601 millones de euros.	
Banco Santander	España	Patagon	Brasil	Broker Bursátil	550 millones	

<sup>11</sup> Zenic, "Aumenta la fusión de compañías y los interrogantes en torno a ellas", en [www.zenic.org](http://www.zenic.org), 28 de octubre de 2000.

<sup>12</sup> Reuters, "Fusión de 3 siderúrgicas europeas crea Newco", en La Jornada, 20 de febrero de 2001, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx); Reuters, "En gestación, la mayor productora de acero del mundo", en El Financiero", 20 de febrero de 2001, p. 27.

<sup>13</sup> Afp, "Megafusión en el sector eléctrico de baja tensión", en El Financiero, 16 de enero de 2001, [www.elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx)

Central Hispano (BSCH)					de euros.	
Banco Santander Central Hispano (BSCH)	España	Serfín	México	Mercado Bancario y financiero.	601 millones de euros.	Con esta adquisición el banco español controlaría el 9.4% del mercado latinoamericano, con activos por 85,400 mdd <sup>14</sup> .
Banco Santander Central Hispano (BSCH)	España	Previnter	Argentina	Gestoría de fondos	110 millones de euros.	Con estas operaciones de adquisición y principalmente con la de esta gestoría para el año 2010, el consorcio español gestionará 64,909 mdd de fondos de pensiones, algo así como el 14.13% del mercado latinoamericano <sup>15</sup> .
Banco Santander Central Hispano (BSCH)	España	Banco del Estado de Sao Paulo (Banespa)	Brasil	Mercado bancario	3,550 mdd.	Con esta adquisición se espera reducir los costos de Banespa en tres años y ganar 800 mdd para 2003 <sup>16</sup> .
Scotiabank	Canadá	Grupo Financiero Inverlat	México	Mercado bancario y financiero.	Son adquiridas el 55% de las acciones del grupo mexicano. Se pagará al IPAB 40 mdd que se sumarán a la inversión inicial de 175 mdd, pero si el valor del	El grupo canadiense toma el control en diciembre de 2000, el nuevo grupo estará integrado por tres subsidiarias: el banco Scotiabank Inverlat, Scotia Inverlat Casa de Bolsa y Scotia Inverlat Casa de Cambio <sup>18</sup> .

<sup>14</sup> En [www.expansiondirecto.com](http://www.expansiondirecto.com) , 9 de mayo de 2000.

<sup>15</sup> “BBVA y BSCH gestionarán 165,000 millones de dólares en pensiones en Latinoamérica en 2010”, en [www.expansiondirecto.com](http://www.expansiondirecto.com), 20 de noviembre de 2000.

<sup>16</sup> En [www.expansiondirecto.com](http://www.expansiondirecto.com) , 21 de noviembre de 2000.

<sup>18</sup> En [www.escotiabankinverlat.com](http://www.escotiabankinverlat.com)

					grupo mexicano asciende a 525 mdd el pago final se incrementará en 10 mdd <sup>17</sup> .	
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)	España	Grupo Financiero Bancomer (GFB)	México	Mercado bancario y financiero.	2,500 mdd aportados por BBVA para fortalecer la situación financiera del grupo.	El grupo fusionado se denominará Grupo financiero BBVA-Bancomer y tendrá una participación del 67.8% por parte de los mexicanos y el resto 32.2% pertenecerá a los españoles. Será la institución financiera más grande de México y el mayor líder en captación en Latinoamérica <sup>19</sup> .
Vulcano Material Company	Estados Unidos de Norteamérica	Calizas Industriales del Carmen, Vulica Shipping Comapny y Vulcan/ICA Distribution Company de Ingenieros Civiles Asociados (ICA)	México	Industria de la construcción y producción de materiales para la misma industria.	121.1 mdd.	ICA vende su participación total en las tres empresas, y los recursos serán destinados a la reducción del pago de su deuda, la cual es de 756 mdd <sup>20</sup> .

<sup>17</sup> González Amador, Roberto, "El Scotiabank asumirá 55% de las acciones de Inverlat", en La Jornada, 30 de marzo de 2000, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)

<sup>19</sup> Antonio Castellanos, "Bancomer se consolida como líder al establecer alianza con BBVA", en La Jornada, 13 de junio de 2000, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx); y en [www.expansiondirecto.com](http://www.expansiondirecto.com), 13 de junio de 2000. De la cantidad ofrecida, 1,400 mdd será otorgados en efectivo, 620 mdd corresponden a la valoración de BBV Probrsa y 450 mdd se derivan del compromiso de emitir deuda subordinada en un año. La batalla fue ganada a Banamex quien ofrecía 2400 mdd, por lo que ahora el nuevo grupo controlará el 26% del mercado mexicano

<sup>20</sup> Celina Yamashiro Arcos, en El Financiero, 12 de enero de 2001, p. 17; en [www.ica.mx](http://www.ica.mx); Jaime Hernández, "Necesario capital privado en electricidad sin privatización, pide ICA", en El Economista, 18 de octubre de 2000; y en [www.vulcanomaterials.com](http://www.vulcanomaterials.com)

Líneas Aéreas Europeas y el grupo de inversionistas GIA	Europa, Arabia y Estados Unidos de Norteamérica	Aerolínea CATA	Argentina	Transporte aéreo	10 mdd	Se prevé la construcción de un complejo aeronáutico para reparar aviones propios y de otras compañías <sup>21</sup> .
Alstom	Francia	Ansaldo Coemsa	Argentina	Industria de fabricación de componentes para centrales hidroeléctricas	Monto no revelado	Esta compañía argentina que se ubica en Brasil es controlada por la empresa italiana Ansaldo <sup>22</sup> .
Petrobras	Brasil	Compañía Distribuidora de Gas (CEG)	Brasil	Industria de la producción y distribución del gas	200 mdd	Lo que se adquiere es el 25% de la participación que posee la empresa estadounidense Enron <sup>23</sup> .
Latin American Access	Con sede en Miami, Estados Unidos	WegGreenhouse	Brasil	Internet	Monto no revelado	La empresa brasileña es un brazo de Worldinvest (compañía de asesoría financiera) mientras que la compradora se dirige al mercado de habla española y portuguesa <sup>24</sup> .
Folhpar S/A controladora de UOL Inc. S/A	Brasil	Grupo Portugal Telecom	Portugal	Internet	100 mdd	El Grupo Telecom traspasa e incorpora los activos de su filial Zip.Net a la empresa brasileña, además de que contribuirá con su capital social de más de 100 mdd, mientras que UOL se capitalizará con

<sup>21</sup> América economía, “Aerolíneas: Compran Argentina CATA”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 15 de febrero de 2001.

<sup>22</sup> \_\_\_\_\_, “Energía: Alstom compra Ansaldo Coemsa” en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 19 de febrero de 2001.

<sup>23</sup> \_\_\_\_\_, “Energía: Petrobras compra participación en CEG”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 21 de febrero de 2001.

<sup>24</sup> \_\_\_\_\_, “Internet: Latin American Access compra WegGreenhouse”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 22 de febrero de 2001.

						una inyección de 200 mdd <sup>25</sup> .
Elkem	Noruega	Camargo Corrêa Metais (CCM)	Brasil	Industria siderúrgica del Silicio metálico para la fabricación de aluminio, semiconductores y aceros especiales.	Monto no revelado.	CCM posee una fábrica en Breu Branco Pará, Brasil <sup>26</sup> .
Tibbett & Britten Group	Gran Bretaña	Unicargo	Argentina	Transporte y logística.	Monto no revelado.	La empresa argentina tiene contratos con multinacionales como Unilever, Bestfoods, Pepsi Argentina, Bubweiser Argentina y Bagley, realizando negocios por 19 mdd en el año 2000 <sup>27</sup> .
Patagon	Brasil	Santander Brasil	Brasil	Mercado de internet: Portal financiero o corredor de bolsa Online.	Monto no revelado.	Como portal financiero se transforma en Banco Patagon con cartera comercial y crédito inmobiliario <sup>28</sup> .
Corporación Mexicana de Entretenimiento (CIE)	México	Stage Empreendimentos	Brasil	Entretenimiento	9 mdd.	La adquisición fue del 30% restante de las acciones del centro brasileño, anteriormente la corporación mexicana compró primero el 30% y después el 40%, con lo

<sup>25</sup> \_\_\_\_\_, "Internet: UOL absorbe Zip.Net.", en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 22 de febrero de 2001.

<sup>26</sup> \_\_\_\_\_, "Siderurgia: Elkem compra brasileña Camargo Corrêa Metais" en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 23 de febrero de 2001.

<sup>27</sup> \_\_\_\_\_, "Logística: Británica Tibbett & Britten compra Unicargo Argentina", en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 26 de febrero de 2001.

<sup>28</sup> \_\_\_\_\_, "Internet: Patagon compra distribuidora de títulos de Santander Brasil", en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 27 de febrero de 2001.

						cual la absorbe totalmente <sup>29</sup> .
América Móvil S.A.	México	Arbros Communication s Inc.	Estados Unidos de Norteamérica.	Telecomunicaciones.	Monto no revelado.	La fusión se dará mediante una filial de la empresa mexicana en Estados Unidos llamada Comm South mediante un interés que adquirirá en Arbros
Telefónica	España	Cointel	Brasil	Telecomunicaciones	2,700 mdd <sup>30</sup>	
Caja Familia de Grupo Banesco	Venezuela	Banco Unión	Venezuela	Mercado bancario, ahorro y crédito hipotecario.	Monto no revelado.	El nuevo grupo nace con activos por 2,338 mdd, permitirá que la deuda que tiene Unión con Citybank sea dividida, del mismo modo se busca reducir los costos y fortalecer el sistema financiero <sup>31</sup> .
Global Bank	Estados Unidos de Norteamérica	Colabanco	Panamá	Mercado bancario	10 mdd	
Banco Santander Central Hispano (BSCH)	España	Filial de Chase Manhattan Bank	Panamá	Mercado bancario y financiero	150 mdd	
Banco de Istmo	Panamá	Pribanco	Panamá	Mercado bancario y financiero	265 mdd <sup>32</sup>	

<sup>29</sup> \_\_\_\_\_, "Entretenimiento: Mexicana CIE compra 30% de Stage Empreendimentos", en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 27 de febrero de 2001.

<sup>30</sup> \_\_\_\_\_, "Inversión: Más dinero para telecomunicaciones", en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 18 de mayo de 2000.

<sup>31</sup> \_\_\_\_\_, "Bancos: Fusiones en el tablero", en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 29 de junio de 2000.

*El Estado de Arte: ¿Qué se ha dicho sobre las fusiones y adquisiciones?.*

***Algunas luces teóricas de Carlos Marx sobre la concentración y centralización del capital.***

Carlos Marx (1818-1883) en su obra *El Capital* (Crítica de la economía política) al hablar sobre la acumulación del capital hace referencia a la plusvalía y a la existencia en manos de los productores de mercancías de grandes masas de capital y fuerza de trabajo; del mismo modo introduce los conceptos de *concentración* y *centralización* de capital para designar una realidad de su tiempo que en mucho es similar a la vivida hoy en día con las operaciones de fusión y adquisición de empresas dentro de la lógica absorbedora de un pez grande sobre uno pequeño. Él nos menciona que la producción en gran escala sólo puede darse en un modo de producción capitalista sobre el cimiento de la producción de mercancías y sólo donde los medios sociales de producción y de vida se conviertan en propiedad privada de unos cuantos capitalistas; a partir de esto, el régimen capitalista de producción presupone una cierta *acumulación* del capital en manos de los productores individuales de mercancías, en el momento en que se instaura este régimen contribuye de rechazo a acelerar dicha *acumulación*, esto es, con la *acumulación* de capital se desarrolla el modo de producción capitalista y al consolidarse dicho régimen, impulsa la acumulación de capital. Todo capital individual es una *concentración* de medios de producción con la consiguiente dirección sobre un ejército de empleados; dicha *concentración* en manos de los capitalistas individuales se incrementa al aumentar la masa de la riqueza que funciona como capital, entonces al crecer los muchos capitales individuales aumenta el capital social.

La *acumulación* de capital provoca que aumente el número de capitalistas individuales, y de esta se deriva una *concentración* caracterizada primero por la limitación que impone el grado de desarrollo de la riqueza social a la *concentración* creciente de los medios sociales de producción en manos de capitalistas individuales, y en segundo lugar, por el hecho de que la parte social correspondiente a cada mercado o sector de producción se distribuye entre muchos capitalistas enfrentados y en competencia mutua. De esta forma, el incremento de los capitales en funciones es contrarrestado por la formación de nuevos capitales y el desdoblamiento de los capitales antiguos que llevan a una dispersión del capital global de la sociedad en muchos capitales individuales, lo cual como repulsión aparece contrarrestada por un movimiento de atracción que no es una simple

---

<sup>32</sup> La información sobre las tres operaciones fue extraída de: \_\_\_\_\_, “Bancos: El tamaño sí importa”, en



*concentración* similar a la acumulación de los medios de producción y de la dirección sobre los empleados, sino que es una *concentración* de los capitales ya existentes, es decir, se da una absorción de la autonomía individual de los capitales, una expropiación de unos capitalistas por otros para llegar a una aglutinación de muchos capitales pequeños para formar unos cuantos capitales grandes. La cuestión no se detiene en esto último sino que sigue su vertiginoso camino hasta llegar a una *centralización*.

La lucha de la competencia entre los capitales se libra abaratando las mercancías (en nuestra nueva era es el abaratamiento de los servicios, aunque no siempre el oligopolio recurre a ello). En esta lógica, los capitales más grandes desalojan a los más pequeños de manera necesaria. Para Marx, la viabilidad de las empresas industriales de su tiempo será posible con la *centralización* del capital debido a que los progresos de la *acumulación* aumentan la materia centralizable y no sólo porque aumente de manera positiva la magnitud del capital social, pues dicha *centralización* puede realizarse cambiando la distribución de los capitales ya existentes mediante un cambio operado en la agrupación cuantitativa de las partes que integran el capital social. En cuanto a las operaciones de fusión y adquisición de empresas tenemos que si el capital aumenta de manera gigantesca en una sola mano es porque muchas otras manos son privadas de los suyos, es decir, por ejemplo dentro del mercado del internet y las telecomunicaciones, la *centralización* tiene su máxima expresión cuando la mayor parte de los capitales invertidos en este sector se aglutinan en manos de uno o pocos productores o distribuidores de los servicios. Estos procesos eran observados por Marx en el caso de los trusts ingleses y norteamericanos que tienden a unificar todas las grandes empresas de una rama industrial en una gran sociedad anónima con monopolio efectivo.

Con la *centralización*, los capitalistas complementan el proceso de *acumulación* y extienden la escala de sus operaciones (el caso de los bancos españoles BSCH y BBVA mostrados en los cuadros dan muestra de ello tras extenderse por toda América Latina y en el caso de México contar con el 40% del mercado). Para nuestro autor citado, las sociedades anónimas surgen como consecuencia de la *acumulación* y la *centralización* que opera por la vía de la violencia, la anexión o la fusión de una multitud de capitales ya formados o en curso de formación. Estas masas de capital fundidas y unificadas mediante la centralización serán nuevas y potentes palancas de la acumulación social y de la extracción del excedente producido sobretudo en los países latinoamericanos y del mundo subdesarrollado sobre los cuales se operaron las fusiones y adquisiciones mostradas en los cuadros.

En suma, se identifica el proceso de *centralización* de capitales como una de las tantas motivaciones que han llevado a las empresas a fusionarse. Es con la creación de monopolios como se determina el mercado y los precios, así como lo que se debe producir y la demanda que se genera, lo cual en muchos casos pondrá en tela de juicio el concepto de calidad citado anteriormente ya que la competencia tenderá a eliminarse.

A nivel mundial dentro de las fichas analizadas y reflejadas en el cuadro 1 y 2, se aprecia un ligero predominio de las fusiones emprendidas por empresas ligadas a las telecomunicaciones, las cantidades de dólares movidas en sus operaciones sobrepasan con mucho a otras fusiones realizadas por ejemplo en los sectores petrolero y automotriz. Estas operaciones reflejadas en los cuadros, en la realidad están llevando a una *centralización* de capitales que tienden a eliminar la competencia y a establecer un mínimo de opciones (4 o 5 monopolios en el mercado automotriz) para el consumidor que se encuentra entrampado dentro de la lógica geoeconómica del capital transnacional. Sin embargo, no todo es gloria, pues fusiones como la emprendida por Daimler Benz y Chrysler según los críticos ha resultado fatal por el surgimiento de conflictos relativos a los diferentes estilos de gestión y de cultura empresarial. Las estrategias de fusionarse son sumamente distintas, van desde las empresas que se alían a otras con igual o similar capacidad accionaria, hasta otras que siendo grandes buscan absorber empresas pequeñas de su sector, o bien buscan fusionarse tras un intercambio de acciones. Regularmente al fusionarse o adquirir alguna empresa, los nuevos conglomerados intentan consolidarse como los más grandes e influyentes dentro de sus mercados en el mundo (la fusión de Chevron y Texaco aspira a ser la cuarta empresa petrolera del mundo, la fusión que originó a Newco será el primer complejo siderúrgico del mundo, el conglomerado Daimler-Chrysler será el tercero en facturación y el quinto en producción), o bien, buscan diversificar y ampliar la oferta de los bienes y servicios producidos, tal como sucede con el complejo AOL Time Warner que transmitirá la gama de programas televisivos en posesión de Time Warner a través del internet, o en el caso de General Electric que busca extenderse al mercado de la producción de instrumentos para la fabricación de aviones, así como modificar los modelos de los productos ofrecidos tal como sucede con Daimler-Chrysler.

Es de destacar que las razones que encontró Carlos Marx para explicar la concentración y centralización del capital no son las mismas que en la actualidad, por lo que únicamente retomamos la esencia de sus conceptos para referirnos a los fenómenos analizados.

*Los monopolios y el imperialismo según Vladimir I. Lenin.*

En los tiempos de Lenin, el incremento de la industria y el proceso notablemente rápido de concentración de la producción en empresas cada vez más grandes constituyen una de las particularidades más características del capitalismo. Se producía además la combinación o reunión en una sola empresa de distintas ramas de la industria que representan en sí o bien fases sucesivas de la elaboración de materias primas, o bien, distintas ramas que desempeñan unas con relación a otras un papel auxiliar. Esta combinación garantiza a la empresa una norma de beneficio más estable, determina la eliminación del comercio, hace posible el perfeccionamiento técnico y la obtención de ganancias suplementarias en relación a las empresas puras; la empresa combinada se refuerza en la lucha de competencia durante las fuertes depresiones. Lenin al retomar a Marx llega a la conclusión de que la libre competencia genera la concentración de la producción, la cual al mismo tiempo conduce al monopolio.

Con las operaciones de fusión y adquisición de empresas en la actualidad se están conformando monopolios tal como lo vimos en los cuadros 1 y 2, los cuales muchos de ellos cotizan en las bolsas de valores de las “ciudades globales” del mundo teniendo como consecuencia que sólo el 2% de los movimientos de capital se destine al intercambio de bienes y servicios en el planeta entero; gran parte del capital se liquida asumiendo la forma de activos financieros y se destina a la articulación de redes financieras mundiales mediante una serie de mensajes cifrados vía internet de una bolsa de valores a otra. El capital financiero tiene como máxima expresión la especulación en los mercados de valores, valiéndose de la movilidad internacional y la desregulación para obtener ganancias en operaciones resultado de movimientos de estos recursos, sin ninguna relación con la producción de “valores de uso” y menos aun con la producción de “valores de cambio” para la satisfacción de necesidades, además del aplastamiento de la inversión social (Enríquez Pérez, noviembre de 2000). En los años de Lenin esto se conocía como imperialismo, fenómeno que era conceptualizado por él mismo de la siguiente manera:

“El imperialismo ha surgido como desarrollo y continuación directa de las propiedades fundamentales del capitalismo en general. Pero el capitalismo se ha trocado en imperialismo capitalista únicamente al llegar a un cierto grado muy alto de su desarrollo, cuando algunas de las propiedades fundamentales del capitalismo han comenzado a convertirse en su antítesis, cuando han tomado cuerpo y se han manifestado en toda la línea los rasgos de la época de transición del capitalismo a una estructura económica y social más elevada. Lo que hay de fundamental en este proceso, desde el punto de vista económico, es la sustitución de la libre competencia capitalista por los monopolios capitalistas. La libre competencia

es la propiedad fundamental del capitalismo y de la producción de mercancías en general; el monopolio se halla en oposición directa con la libre concurrencia, pero ésta última se ha convertido a nuestros ojos en monopolio, creando la gran producción, eliminando la pequeña, reemplazando la gran producción por otra todavía mayor, llevando la concentración de la producción y del capital hasta tal punto, que de su seno ha surgido y surge el monopolio: cartels, sindicatos, trusts, y, fusionándose con ellos, el capital de una docena escasa de bancos que manejan miles de millones. Y al mismo tiempo, los monopolios, que se derivan de la libre concurrencia, no la eliminan, sino que existen por encima y al lado de ella, engendrando así una serie de contradicciones, razonamientos y conflictos particularmente agudos. El monopolio es el tránsito del capitalismo a un régimen superior.

Si fuera necesario dar una definición lo más breve posible del imperialismo, debería decirse que el imperialismo, es la fase monopolista del capitalismo. Una definición tal comprendería lo principal, pues, por una parte, el capital financiero es el capital bancario de algunos grandes bancos monopolistas fundido con el capital de los grupos monopolistas de industriales y, por otra, el reparto del mundo es el tránsito de la política colonial, que se expande sin obstáculos en las regiones todavía no apropiadas por ninguna potencia capitalista, a la política colonial de dominación monopolista de los territorios del globo, enteramente repartido.

Conviene dar una definición del imperialismo que contenga sus cinco rasgos fundamentales siguientes, a saber: 1) la concentración de la producción y del capital llegada hasta un grado tan elevado de desarrollo, que ha creado los monopolios, que desempeñan un papel decisivo en la vida económica; 2) la fusión del capital bancario con el industrial y la creación, sobre la base de este ‘capital financiero’, de la oligarquía financiera; 3) la exportación de capital, a diferencia de la exportación de mercancías, adquiere una importancia particular; 4) la formación de asociaciones internacionales monopolistas de capitalistas, las cuales se reparten el mundo, y 5) la terminación del reparto territorial del mundo entre las potencias capitalistas más importantes. El imperialismo es el capitalismo en la fase de desarrollo en la cual ha tomado cuerpo la dominación de los monopolios y del capital financiero, ha adquirido una importancia de primer orden la exportación de capital, ha empezado el reparto del mundo por los trusts internacionales y ha terminado el reparto de todo el territorio del mismo entre los países capitalistas más importantes” (Lenin, 1966, p. 111, 112 y 113).

A nivel de la región latinoamericana, en las operaciones de fusión y adquisición se observa que tanto las empresas extranjeras (de otros continentes o regiones) que llegan a la región como la empresas pertenecientes a los países del subcontinente buscan ampliarse y expandirse entre los mercados latinoamericanos (tal es el caso de organizaciones como BSCH, Scotiabank, BBVA, Elkem, Tibbett & Britten Group, Corporación Mexicana de Entretenimiento), o bien, buscan gestionar fondos de pensión que serán cotizados en las Bolsas de Valores o utilizados para hacer otras adquisiciones por parte de las empresas que los controlan (es el caso de BSCH y los fondos de pensión utilizados para adquirir Serfin); otro de los objetivos de estas operaciones, en el caso de los bancos latinoamericanos es el que buscan reducir los costos de operación, solventar deudas y fortalecer el sistema bancario (esto último se presenta con los bancos venezolanos).

Las empresas latinoamericanas al fusionarse ya sea con otras de la región o con extranjeras de otras regiones del mundo buscan internacionalizarse; el caso de las empresas brasileñas nos indica que la firmas se han lanzado a la búsqueda de la integración institucional en redes globales ya formadas, lo cual les permite no sólo ser competidores sino también proveedores, clientes y eventuales socios; en este sentido, a partir de 1994 con los planes de estabilización de precios y de los procesos de crecimiento, las empresas se aventuran a un mayor número de fusiones y adquisiciones al tiempo que buscan un mayor grado de especialización productiva y una creciente flexibilidad para contrarrestar las presiones de las importaciones. En la década de los 90's las firmas buscaron una integración con los mercados financieros internacionales, aunque los beneficios no se han hecho notar del todo; su participación en los procesos de privatización fue notable sobretudo en el sector industrial (acero, petroquímica y fertilizantes), minero, eléctrico y de telecomunicaciones; dentro de su estrategia expansiva y de participación en las privatizaciones buscaron alianzas con bancos, fondos de pensiones e inversionistas extranjeros. Con estos procesos de reestructuración macroeconómica muchos grupos corren el riesgo de desaparecer vía las fusiones, adquisiciones o reestructuraciones. Dentro de sus estrategias, algunos grupos familiares fueron absorbidos por Empresas Transnacionales, mientras que otros decidieron separar la gerencia del control accionario. El grado de internacionalización productiva de las firmas brasileñas es en general bajo, aunque en la década de los 90's ha sido mayor sobretudo porque ha constituido una de las estrategias de expansión de las firmas. Las empresas más activas han pasado a ser controladas por firmas de otros países, mientras que otras se han retirado de las inversiones que realizaban en Europa y Estados Unidos, muchas otras carecen de actividades productivas en el exterior. Muchas inversiones financieras sólo buscaban el acceso a fondos en el mercado financiero internacional, en tanto que las inversiones petroleras obedecieron a motivos estratégicos surgidos a partir de la crisis del petróleo y con objetivos de acceder a la tecnología de punta para mejorar su aparato técnico-gerencial.

El caso de las empresas argentinas resulta también ilustrativo: El posicionamiento en el mercado y la inserción internacional de las empresas transnacionales y de los conglomerados económicos se debió a condiciones de entorno locales e internacionales, así como a las respuestas de estas organizaciones. Contaron con una amplia articulación con el Estado, de lo cual obtuvieron beneficios vía las privatizaciones, esto se reflejó en la diversificación productiva. La apertura y la desregulación económica significó el acceso a mercados financieros internacionales debilitando las bases para acumular en el mercado local. Ambos tienen elementos comunes: 1) la tendencia a la

especialización en núcleos de actividades organizadas bajo la forma de centros de negocios; 2) una clara expansión hacia terceros mercados en su proceso de acumulación y 3) la especialización en sectores con ventajas naturales, menor transabilidad por sus características intrínsecas, con regímenes específicos de regulación o con ventajas competitivas generadas previamente. “El acelerado proceso de privatizaciones y de desregulación que se generó en la economía argentina a partir de los años noventa ha incidido de forma muy significativa en el desenvolvimiento de los Conglomerados Empresariales. A su vez, es factor explicativo de algunas de las especificidades con que se manifiesta el proceso de internacionalización de las empresas” (Chudnovsky y otros, 1999, p. 128). Entre las estrategias utilizadas por los privatizadores en estos procesos fueron los elementos que tuvieron como objetivos la influencia en los procesos de generar nuevas capacidades para el desarrollo de alianzas y consorcios internacionales, negociaciones con el sector público, desarrollo de nuevos instrumentos financieros y capacidad como responsables técnicos y operativos de los emprendimientos; del mismo modo, Los mecanismos de asociación y cooperación con otras empresas ha encaminado al desarrollo de una red compleja de negociaciones para fundamentar el desenvolvimiento de los proyectos.

Las empresas mexicanas dentro de sus procesos de internacionalización corren el riesgo de ser adquiridas por otras mayores, por lo que en muchos casos y no precisamente en los ejemplos mostrados, deciden adelantarse en dicha operación y entonces ellas impulsan la operación de compra antes de ser devoradas; en muchos de los casos, la políticas públicas instrumentadas por el gobierno mexicano ha favorecido estos procesos de internacionalización al rescatar empresas que tenían deudas en dólares y ya no se diga con las gangas que representaron las privatizaciones de las empresas entonces públicas. El caso de los bancos es aterrador, ya que después de su nacionalización en 1982 fueron privatizados y transferidos a manos de capitales mexicanos que no contaron con la capacidad de administrarlos, entonces quebraron y fueron rescatados por el gobierno y asumidos dichos rescates como deuda pública; al reunir condiciones propicias entonces vendieron parte de sus acciones a bancos extranjeros (en el caso de Bancomer y su fusión con BBVA, este último ofreció 2,500 mdd, los cuales serán aportados para fortalecer la situación financiera del grupo; en la fusión de Scotiabank e Inverlat, el banco canadiense poseerá el 55% de las acciones, mientras que el resto quedarán en manos del IPAB). Una de las estrategias destacada de las empresas mexicanas en sus procesos de internacionalización es la búsqueda de alianzas que les permiten extenderse a los mercados mundiales, ya sea con la facilitación de las exportaciones o en actividades que agregan valor (de 1993 a 1998, 29 de los 60 grupos no financieros más grandes del país han realizado esta estrategia); según Alejandra

Salas-Porras, la red de compañías aliadas es muy dinámica y contradictoria; sin embargo, la necesidad de lograr ventajas complementarias acerca mucho a las empresas nacionales y extranjeras; el socio mexicano generalmente busca ser más activo en el ámbito internacional, ganar acceso a los mercados externos y a la tecnología de punta, mientras que el socio extranjero busca aprovechar el potencial de crecimiento mexicano; estas alianzas estratégicas juntan a dos o más empresas globales en una red empresarial, cumpliendo cada una muchas veces funciones distintas; algunas son pasivas o activas en cuanto a la toma de decisiones que afectan la articulación y dinámica de la red.

En Chile, dentro del proceso de “modernización” de las firmas, muchas de ellas han contraído alianzas con grupos extranjeros con la intención de buscar respaldo financiero, tecnológico, comercial o productivo; aunque algunas ceden su capital a los extranjeros para continuar con los procesos de internacionalización. La expansión de estos grupos económicos también se ha debido a los efectos de las políticas instrumentadas tanto directa como indirectamente por el Estado. La inversión de las empresas chilenas se destina a la compra de empresas (fusiones y adquisiciones) y proyectos de asociación para realizar operaciones ya sea con firmas del país receptor o con empresas transnacionales, a servicios públicos, operación de sistemas previsionales y de salud privados, seguros y finanzas, extracción y procesamiento de recursos naturales, cadenas comerciales, servicios dirigidos al sector productivo, etc., ligadas muchas veces a procesos de privatizaciones en suelos sudamericanos y a la capacidad competitiva de los grupos económicos que se internacionalizan; buscan además, asociaciones con otras empresas con pretensiones de contar con una participación mayoritaria tanto en la inversión como en la toma de decisiones, se buscan socios con experiencia internacional, prestigio y conocimiento en el campo comercial, técnico, productivo, organizativo y financiero, así como también importancia de las marcas y la seguridad que puedan proporcionar las empresas transnacionales de los países poderosos; aunque los inversores chilenos corren el riesgo de perder el control accionario a manos de sus socios, pues se siente la necesidad de recursos financieros y se aumentan los pasivos con lo cual se tiende a buscar a más socios.

Es de notar que en los casos anteriormente citados, los procesos de internacionalización de las firmas es primeramente una respuesta al contexto de la globalización económica, es una respuesta a la contracción de los mercados internos de sus países de origen ante la apertura comercial vía tratados regionales, es una expresión de las manifestaciones de cambio organizacional al interior de las mismas empresas, son también resultado de las políticas públicas impulsadas por los gobiernos latinoamericanos dentro de la búsqueda de mercados en el exterior.

Los procesos de privatización de empresas paraestatales como parte de la reestructuración de las economías se han realizado como un mecanismo económico sustentado en reformas jurídicas para contrarrestar la caída en la tasa de ganancia del capitalismo y de sus agentes operadores (las grandes empresas, los capitales bancarios y financieros, y los dueños de los medios de producción en general) en el contexto de la crisis global de este modo de producción. Sin embargo, las rentabilidades obtenidas en estos procesos de privatización no se asocian al aumento de la capacidad de producción, pues se ha observado que paralelamente se instrumentan operaciones de fusiones y adquisiciones para constituir monopolios a costa del devoramiento de otras empresas tras la compra de sus acciones y capital (ejemplo de esto es la fusión de las empresas automotrices de Chrysler y de Mercedes Benz que tras su unión han tendido a cerrar plantas productivas y a despedir trabajadores; tan sólo en México clausurará tres plantas y recortará 2,600 empleos entre los años de 2001 y 2002). En este contexto de aguda crisis de la economía global, los procesos de privatizaciones, fusiones y adquisiciones tienden a una mayor concentración y centralización del capital y de la riqueza en pocas manos o firmas empresariales, y al mismo tiempo se propicia el aumento en las desigualdades sociales. Con estos procesos y transacciones se ha transitado de los monopolios estatales a los monopolios privados. Las privatizaciones se dieron en el contexto de fortalecimiento, consolidación y expansión de los grupos económicos concentrados a costa del debilitamiento y estrangulamiento del Estado con la intención de detener la caída en la tasa de ganancia.

***Actores en las operaciones de fusión y adquisición entre las empresas:***

En primer lugar, los actores principales de los romances son dos o más empresas que buscan fusionarse o que alguna de ellas intenta adquirir a otras(as) con distintas motivaciones (como ya analizábamos, las motivaciones y racionalidad de las operaciones pueden ir desde la expansión y apertura de nuevos mercados, lograr procesos de internacionalización, eliminar competencia sobre los mismos productos comerciados por alguna de las firmas, adquirir ventajas que alguna firma no tiene dentro de su sector, hasta la solución de problemas de deuda y fortalecimiento de sus sectores). Los gobiernos se presentan también como un actor importante, lo cual se manifiesta en las políticas públicas que se han instrumentado con fines de reestructuración económica y estatal (vemos el caso de



la privatización de Telmex y su posterior expansión y absorción de empresas y práctica de alianzas estratégicas para constituir un monopolio de facto); algunas instituciones estatales como la Comisión Federal de Comercio en Estados Unidos o la Comisión Federal de Competencia Económica en México y sus similares en el resto de los países involucrados. En menor medida (sobre todo en términos de voceros), los grupos y sindicatos empresariales de los países que por lo regular expresan las ventajas y desventajas de las operaciones, dan el visto bueno o sus inconformidades.

Otro factor importante (aunque no precisamente actor) son los tratados comerciales que existen entre los países conformando bloques económicos regionales, los cuales reúnen las condiciones propicias para la expansión de las firmas interesadas en fusionarse o en hacer adquisiciones, así como también las legislaciones que existen con respecto a las operaciones señaladas.

***El caso de la fusión entre America OnLine y Time Warner en el contexto de la era de la información.***

Después de analizar las operaciones de fusión y adquisición tanto a nivel mundial como en la región latinoamericana, se nos presenta un patrón trascendente por la situación que vive el mundo actual, es decir, como humanidad estamos experimentando la “sociedad del conocimiento” o “era de la información”, resultado de las revoluciones tecnológicas aplicadas y/o producidas por la información. En este contexto, las empresas dedicadas al suministro del servicio de internet y al control y manejo de las telecomunicaciones conjuntamente con la formación de las “industrias culturales” adquieren una relevancia que rebasa con mucho las actividades realizadas en otros mercados o sectores, esto lo corroboramos si partimos de la idea de que el conocimiento se ha convertido en el primer factor productivo al ser aplicado para generar más información y conocimiento o al ser utilizado dentro de los procesos de producción para generar valor agregado en los productos.

Precisamente es en este contexto donde se ubica la fusión entre la firma de internet America OnLine y la empresa de comunicaciones Time Warner. Dicha operación fue anunciada el 10 de enero de 2000 con un valor estimado de entre 155 mil millones y 190 mil millones de dólares (mdd) en función de la evaluación de los títulos poseídos por las dos corporaciones, del mismo modo la operación estaría sujeta a la aprobación de las autoridades antimonopolio y de los accionistas de ambas compañías. La unión estaba prevista para finales de ese mismo año y tendría una capitalización de 350

mmdd. Con dicha fusión se espera crear la primera empresa de prensa, televisión, radio, cable, internet y comunicación para el siglo XXI, siglo que se caracterizará por el internet y la comunicación en tiempo real. El nuevo conglomerado tendrá la denominación social de AOL Time Warner, el presidente será Steve Case (director de America OnLine) y como director general se tendrá a Gerald Levin (director de Time Warner).

Las ventas anuales de America OnLine son de 4 mil 800 millones de dólares, mientras que las de Time Warner son de 26 mil 838 millones de dólares con un capital acumulado por 350 billones de dólares. Una de las características de la fusión es que se produce en el contexto en que las empresas de comunicación intentan aprovechar los aportes del internet, mientras que las firmas Online tratan de manejar entretenimientos para sus usuarios de Web Site. “El objetivo inmediato de los grupos de medios es capturar el tiempo y el dinero de la gente”, comentó Debra McMahon, experta para comunicaciones de la firma de consultores Mercer Management, además de que subrayó que ambas empresas unen televisión e internet para enfrentar un futuro que tendrá como clave la difusión de la banda larga como la utilizada en el servicio de cable, la cual permite aumentar los rendimientos de las transmisiones y la cantidad de la información transmitidas. “La red cableada de Time Warner llega en un momento perfecto para America OnLine, que veía con inquietud al gigante de telecomunicaciones AT&T desarrollar la suya y reservar de esta manera un acceso privilegiado a los hogares estadounidenses” (Afp, Reuters, Ap y Dpa, 10 de enero de 2000).

La nueva corporación abarcará las siguientes firmas de Time Warner: Time, CNN, Warner Bros, People, Sports Illustrated, HBO, Carton Network, Fortune, Warner Music Group, Entertainnnment Weekly y Looney Tunes; mientras que por parte de America Online se comprenden las siguientes: Compuserve, Netscape, ICQ, Digital City y Aol Moviefone.

Entre otros de los objetivos de esta fusión encontramos: desaparecer las distancias entre el uso de la televisión y el internet en cuanto a la similitud de sus contenidos. America Online (cuenta con 26 millones de suscriptores en el mundo, lo que la convierte en el mayor proveedor de servicios de internet) con esta fusión pretende atraer a 13 millones de suscriptores de Time Warner y sus canales de televisión por cable para que los clientes además puedan bajar de la red con rapidez todo tipo de contenidos (como películas, música, eventos deportivos, información, etc. en tercera dimensión). El acuerdo entre ambas compañías asegura a sus clientes el acceso a las nuevas tecnologías de conexión a internet; sin embargo, se teme que quienes no se suscriban a America Online o a otro conglomerado quedarán marginados del mercado. Los directivos buscan ser los primeros en realizar la convergencia

de los distintos activos del nuevo conglomerado en canales como la televisión interactiva y la distribución digital de música.

“Hace un par de años, Steven Case, el creador y director ejecutivo de America OnLine (AOL) anunció que quería convertir su empresa en una compañía ‘creadora de contenido’, es decir que deseaba competir contra las televisoras y otras formas de entretenimiento con su propia ‘programación’. Hoy en día, Case piensa que la *misión* de AOL es construir un medio global tan importante en la vida de la gente como el teléfono y la televisión, y para ello ha comenzado a expandir su dominio más allá del espacio virtual para tratar de imponer su hegemonía sobre la mediósfera. El hecho de que una compañía de internet haya podido comprar a una gran empresa tradicional de los medios pone en evidencia una nueva relación entre el mundo de los negocios en la red y fuera de ella, lo cual para muchos especialistas es otro triunfo para los *nerds*. Asimismo, marca el comienzo de una nueva era de fusiones multimillonarias...” (Yehya, 23 de enero de 2000). Las promesas de los directivos de ambas empresas han sido múltiples: “Según ellos, la fusión será inmensamente provechosa para los consumidores (en particular los veintiséis millones de suscriptores de AOL y los trece millones de clientes de la televisión por cable de TW). En decenas de entrevistas, Case y Levin prometieron que en el futuro cercano podríamos interactuar rápida y eficientemente con los medios; podríamos ver la tele en nuestra computadora y hacer búsquedas de *web sites* en la tele; podríamos ver el noticiero de las cinco a las diez de la noche, así como congelar y regresar la imagen de un evento en vivo” (Ibid).

Otro de los objetivos es el buscar compensar necesidades, ejemplos de ello es que Time Warner durante muchos años tuvo un camino frustrado ya que sus estrategias en internet no lograron los resultados deseados, ni aun invirtiendo millones de dólares para crearse una presencia importante en el ciberespacio, entonces esta empresa decidió sacrificar su autonomía y fusionarse con America Online y asegurar su supervivencia en el siglo XXI, con ello Time Warner busca aventajar a rivales como Viacom y News Corp; por otro lado, America Online aspira a obtener acceso antes que sus competidores (Microsoft y Yahoo) a una gran red de banda amplia y alta velocidad como la usada para la distribución del servicio de televisión por cable de Time Warner, así como aspirar a tener un proveedor de contenido; de este modo, Microsoft queda en una situación difícil al tratar de lanzar una ofensiva en cuanto a contenido, por lo que ha optado por replegarse en la invención de software, sector que dominan sin competencia alguna.

El 14 de diciembre de 2000, las autoridades antimonopolio autorizaron la fusión entre las compañías mencionadas; la operación final fue valuada en más de 110 mdd y fue considerada como la más grande en la historia de Estados Unidos. Los cinco miembros de la Comisión Federal de Comercio votaron unánimemente a favor del acuerdo, tras el hecho de que las empresas resolvieron proporcionar a sus rivales de internet acceso a sus líneas de cable y evitar la interferencia del conglomerado en su contenido, así como en los servicios de televisión interactiva de proveedores no afiliados. Al darse a conocer la resolución, las acciones de ambas empresas subieron, por un lado las de America Online ascendieron en 3.2% y se colocaron en 50 dólares en Wall Street, mientras que las de Time Warner repuntaban en 3 % y a precio de 74.78 dólares. El 11 de enero de 2001, la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos aprobó de manera definitiva la fusión ya con un valor también definitivo de 107 mil 900 millones de dólares, la condición consistió en que ambas empresas transparenten el proceso de integración de las áreas de prensa, televisión, cine e internet. El valor del nuevo conglomerado llamado AOL Time Warner será de 126 mdd, del mismo modo, en esta aprobación se volvió a afirmar la condición de que la nueva empresa abra la plataforma de mensajes instantáneos a por lo menos tres competidores, la importancia de esta tecnología consiste en que se prevé que desarrolle notablemente una manera rápida de mandar mensajes cortos hasta llegar a ser una plataforma para mandar importantes cantidades de datos, como vídeo y archivos de música.

Antes de esta fusión, un monopolio importante en cuanto a la transmisión de información en red a altas velocidades lo constituyó la AT&T, ya en las décadas de 1960 y 1970, esta compañía gozaba de un potencial en cuanto a infraestructura telefónica, la cual, “es el ‘sistema nervioso’ de una nación interconectada. Al igual que las rutas y autopistas, nos ha unido en una referencia especial de transmisión de espacio-tiempo” (McLuhan y Powers, 1991, p. 127). Los mismos autores comentaban que “la AT&T al cooperar con la Bell Systems será instrumental al producir al nuevo hombre precisamente porque están al borde del futuro, debido al poder híbrido que despida el unificador del ordenador digital y el equipo de transmisión de alta velocidad. Ese encuentro explosivo, dando lugar a todo tipo de tecnologías relacionadas, se verá reforzado por el hecho de que la AT&T/Bell regionales serán tomadas como un todo asociativo, uno de los grupos socioeconómicos más grandes del continente norteamericano, que no incluye a la Bell Canadá (767.254 AT&T U.S: empleados en 1978; alrededor de 315.000 en 1988, después del despojamiento)” (Ibid, p. 128). “Cuando una organización se convierte en la mayor agrupación económica de la nación, es la estructura social”, por lo que los cambios organizativos de las empresas producirán importantes mutaciones sociales.

### ***Implicaciones sociolaborales de las fusiones y adquisiciones.***

Para dar luz a la presente cuestión partiremos de la siguiente tesis de Carlos Marx: *Los nuevos capitales formados en el transcurso de la acumulación atraen a un número cada vez menor de empleados en proporción a su magnitud, mientras que los capitales antiguos periódicamente reproducidos con una nueva composición van repeliendo a un número cada vez mayor de obreros a los cuales se les daba trabajo.* En la actualidad las operaciones de fusión y adquisición entre empresas del mismo sector o sectores afines está generando un serio problema de desempleo al cerrar plantas o despedir por cuestiones de modernización tecnológica de la empresa. El pasado 25 de enero de 2001 el recién formado conglomerado de Time Warner cancelará 2,500 empleos, dicha decisión se ejecutará después de que CNN News Group anunciara la liquidación de 400 empleados; durante las dos semanas anteriores a esta fecha señalada, el conglomerado comunicacional había realizado 2,400 recortes. La empresa tecnológica Lucent Technologies Inc. anunció el recorte de 10,000 trabajadores (10% de su fuerza laboral) como una estrategia para reducir en 2 mmd sus gastos, y bajar con ello el nivel de pérdidas, dicha empresa es fabricante de equipos de telecomunicaciones.

De igual manera, tras la fusión de Daimler Benz y Chrysler, el 30 de enero de 2001 tras la desaceleración de la economía de los Estados Unidos se anunció el despido de 26 mil empleados en todo el continente americano, además de que cerrarán plantas en Estados Unidos, México, Argentina y Brasil.

Sin duda, el desempleo generado por las miles de fusiones y adquisiciones en todo el mundo se plantea como una de las **contradicciones** de estas operaciones empresariales que al mismo tiempo repercuten en las tendencias de los ciclos económicos, es decir, al bajar el empleo y aumentar el desempleo se ingresaría a una situación económica sin estabilidad y equilibrio donde el capacidad de consumo caería e impediría el incremento de la producción, se entraría en una fase de recesión y entonces se generarán tendencias cíclicas de la economía llamadas crisis.

### ***Implicaciones socioculturales de la fusión entre America OnLine y Time Warner.***

Otra de las contradicciones generadas por las operaciones de fusión y adquisición entre empresas es la disminución de opciones comerciales para el cliente, o sea, al enfrentarse a monopolios que controlan los mercados o sectores se tenderá a una estandarización de los bienes y servicios que impedirán al

cliente decidir y optar por alguno conforme a sus gustos y necesidades, es decir, existirá un encarcelamiento en el que el cliente al tener alguna necesidad decidirá y adquirirá lo único que se le ofrece en el mercado, del mismo modo, al eliminarse la competencia con dichas operaciones, los conglomerados que controlen el producto tenderán a minimizar la calidad del bien o servicio ya que el cliente no contará con otros referentes para compararlo y decidir por alguno.

Tan sólo piénsese en el caso de las compañías de medios de comunicación en los Estados Unidos (las cuales tienen alcances mundiales y son fuente de los intentos de *norteamericanización*); en 1980 cincuenta compañías controlaban ese mercado, hoy en día tan sólo lo controlan seis. Entonces surgen las siguientes preguntas: ¿qué opciones de entretenimiento, información y orientación puede tener el cliente?, cuando existe la centralización de información ¿el receptor contará con suficientes elementos para reflexionar sobre su realidad? ¿a que grado de censura se llegará? ¿si los monopolios están ligados a estructuras de poder gubernamental, empresarial y militar qué criterios selectivos de información se adoptarán? ¿qué patrones culturales y publicitarios serán impuestos y con qué objetivos?, éstas y otras preguntas más serán motivo de cuestionamiento ante los procesos de concentración y centralización de la información.

Es evidente que en esta nueva sociedad envuelta en la llamada “era de la información”, la apuesta tenderá hacia los negocios relacionados con las telecomunicaciones y el internet. Esta nueva sociedad se ha convertido en una “sociedad teledirigida”, es decir se vive una revolución multimedia, caracterizada por un “común denominador: *tele-ver*, y, como consecuencia, nuestro *vídeo-vivir*” (Sartori, 2000, p. 11). Según el mismo autor, el vídeo está transformando al *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, en un *homo videns* para el cual la palabra está destronada por la imagen, es decir, todo termina siendo visualizado, este acto de tele-ver está cambiando la naturaleza del hombre, ejemplo de ello es la expresión del *vídeo-niño* que representa a una ser humano educado delante de un televisor incluso antes de saber leer y escribir. Lo visible se impone sobre lo inteligible, encaminándonos a un ver sin entender, y por lo tanto al ejercicio del poder político de la televisión, lo cual en el caso de la fusión analizada se combina con los públicos que buscan entretenimiento de fácil digestión y comodidad para el consumo, o sea, entre menos se tenga que saber, resulta mejor, incluso cada innovación tecnológica que ofrezca el esfuerzo de cambiar de canal será bienvenida, ya no se diga si los deseos del ansioso consumidor se ven “satisfechos” al estar presenciando una película o alguna caricatura y con un solo clic en el pecho de *Silvestre Stallone* o en la piel del Mickey Mouse se logrará

solicitar una cajita feliz de McDonald's. Ante esto, Sartori nos dice que la televisión destruye mas saber y mas entendimiento del que es transmitido.

Para Max Horkheimer y Theodor Adorno, las industrias culturales se centran en la administración del efecto total, y el impacto del mensaje compendiado y sinóptico, se divulga que ellas garantizan la libertad de cada individuo, nadie es obligado a pensar y expresarse públicamente, pero cada sujeto sí está sometido desde que nace a un sistema de instituciones y relaciones que funcionan como instrumento de control social, dentro de los cuales para alcanzar el éxito se adopta una aptitud conformista que forma parte de la reproducción social; en la medida que se acepte al sistema expresado tanto en películas como en telenovelas no se padecerá la exclusión ni el fracaso de quienes colaboran.

En suma, la lucha despiadada se instala en el objetivo de controlar estas industrias culturales que velan por la perpetuación del statu quo tanto político e ideológico como económico. Víctor Flores Olea nos dice que dichas industrias son un imperio formado por alianzas que no tienen fronteras, por fusiones y adquisiciones de enorme dimensión que al globalizarse la economía y la cultura intentan instaurar una “civilización única” que se desarrolla a medida que se acelera la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación que tienden a invadir cada espacio de la humanidad y a estimular el crecimiento de los principales sectores económicos. “La infraestructura planetaria de la información global, que combina informática, telefonía y TV, y que eventualmente converge en internet, se extiende ya como una inmensa tela de araña que a su vez contribuye poderosamente a la mundialización de la economía. En la actualidad (abril de 1997), nos dice Ignacio Ramonet, ‘existen en el mundo alrededor de 1260 millones de televisores, 690 millones de suscriptores a las líneas telefónicas (80 millones a los teléfonos celulares) y alrededor de 200 millones de computadoras personales (de las cuales 30 millones están conectadas a Internet). Se estima que al inicio del nuevo milenio la red de Internet será más extensa que la telefónica y que el número de los ‘internautas’ oscilará entre 600 y 1000 millones de personas. Las cifras de negocios de las industrias mundiales de la comunicación, que era de 1000 millones de dólares en 1995, podrá elevarse en cinco años más a 2,000 millones de dólares, es decir, alrededor de 10% de la economía mundial’. En el planeta se libra una encarnizada batalla entre los gigantes de la comunicación, que en este campo no solamente han visto la posibilidad de obtener enormes ganancias sino de acrecentar su poder político sobre la sociedad y los gobiernos. Ese ‘entrecruzamiento’ de medios (editoriales, agencias de prensa, periódicos, revistas, películas, radio, TV, satélites, cables ópticos, Internet, etc.) se combina con el

universo de las computadoras que elaboran, organizan y transportan la información. El propósito es que cada uno de estos gigantes de la comunicación se convierta en el interlocutor por excelencia del ciudadano: le proporcionará las ‘últimas’ noticias, entretenimiento, servicios profesionales, información financiera y económica y aun recreativa y lo pondrá en una ‘situación de intercomunicación’ articulada en cuanto a los mensajes que se envían y reciben. Este propósito de control y poder se refleja en las tesis del ‘libre flujo de la comunicación’ que los países occidentales, especialmente Estados Unidos, han sostenido desde hace años en los foros internacionales” (Flores Olea, 1999, 370-371). La exacerbada lucha entre las compañías se refleja en Europa al enfrentarse News Corp. Pearson (The Financial Times, Penguin Books, BB Prime) Bertelsmann (el más poderoso de las empresas alemanas), Leo Kirsh, CLT (RTL), Deutsche Telekom, Stet (el primer grupo italiano), Telefónica, Prisa (la más importante de España), Francia Télécom, Bouygues, Lyonnaise des Eaux y Générale de Eaux (que domina Canal Plus y Havas); es de notar que tan sólo en 1993 se realizaron en Europa 895 fusiones entre empresas de comunicación.

Las industrias culturales buscan llegar a la sociedad de masas y de consumo mediante bienes y servicios culturales estandarizados y aptos para el amplio consumo, el entusiasmo, gusto, diversión, entretenimiento y evasión de amplios contingentes de consumidores. Dichos gustos y aspiraciones resultan ser efímeros y cambiantes, lo mismo pasa con la moda como expresión de la vanidad de la clase alta, la cual al ser alcanzada por el desposeído es cambiada y sustituida por otra casi inmediatamente. La calidad no importa al ser subordinada a la cantidad y a la aceptación reflejada en los *ratings*. Sus Clichés que por cierto ya han llegado a la red ciberespacial son resultado de costosas campañas publicitarias que exaltan sus virtudes y son lanzados como “marcas” que absolutizan la imitación dentro de la mismas industrias y en la cotidianeidad de los consumidores al envidiar y desear sus “virtudes” inventadas (Pamela Anderson, Michael Jackson, Michael Jordan, Ronaldo, Jorge Campos, Jean Claude Van Damme, entre otros). Es común observar que entre los jóvenes sean deseadas las trabajadoras de la pornografía, los músculos de algún actor de Hollywood que utilice la violencia como su principal arma, o bien observar las camisetas y gorras con logotipos de estos personajes, las cuales le sirven al consumidor para identificarse con algunos de ellos, y ya no digamos las expresiones y actitudes neuróticas y psicóticas de muchísimos individuos que dentro de su léxico está muy presente la palabras “matar” o “golpear” no sólo ante enemistades sino hasta ante la misma familia. Esta difusión de la violencia en todos sus niveles (desde las guerras presenciadas en la televisión hasta las riñas en los suburbios de Los Angeles o la Ciudad de México) es parte del elixir



que mantiene en sobrevivencia al modo de producción capitalista, es el fundamento actual de la existencia de dicha formación social. La violencia desarrollada en la sociedad al ser introducida en el discurso y en los medios masivos de difusión comercial como la televisión busca generar y reproducir el miedo entre los individuos y evadirlos de la crisis política del capitalismo y del Estado liberal. Esta violencia ha entrado a un estado primitivo donde todos luchan contra todos con los únicos objetivos de preservar primero la vida y después la propiedad; además de que proviene de las injustas relaciones de poder instaladas por el modo de producción capitalista.

En las industrias culturales la vida social es banalizada, las desgracias de las personas son comidilla de la nota roja que las convierte en espectáculo masivo que suele provocar la risa o la melancolía en el público tras la manipulación de los sentimientos y la anulación de la capacidad reflexiva y la memoria histórica. El poder político que logra desplegar la industria cultural es inmenso dentro de la dialéctica información/desinformación a la que es sometido el público; sus expresiones de poder han sido parte del desmonte del llamado Estado de Bienestar tras generar en la conciencia colectiva un desprecio hacia el “interés público” que es subordinado al “interés privado” al formar una mala imagen de los bienes y servicios públicos suministrados por el Estado; en México ha sido muy notable ese poder al contribuir a la caída del viejo régimen corporativo-clientelar priísta que estorbaba a los intereses del capital tanto nacional como transnacional.

Lo más curioso es que aunque exista cierta cantidad de competidores en el mercado de las industrias culturales y del manejo y difusión de la información, los productos siguen siendo homogéneos, por lo que sigue estando anulada la capacidad de decidir entre opciones por parte de los públicos [México con sus dos grandes televisoras (Televisa y Televisión Azteca) son muestra de ello al ofrecer similar programación en cuanto a contenido e igual línea editorial en cuanto a noticieros]. Esto no podría ser de otra forma dentro de la lógica de estandarización de la conciencia colectiva impulsada por los pilotos del modo de producción capitalista que requieren de códigos comunes de percepción y apreciación. Al respecto Mario Margulis nos comenta: Para que las avanzadas tecnologías actuantes en el plano de la informática y la comunicación, por ejemplo Internet, puedan funcionar, se precisa compartir no solamente competencias informáticas, se requiere previamente, y sobre todo, compartir redes significativas, códigos, valores, atribuciones de sentido, o sea, fenómenos de la esfera de lo cultural que hagan posible la comunicación entre actores diseminados en el mundo. El intercambio de productos, la mundialización de algunos bienes o servicios, como la Coca-cola, el automóvil o los servicios bancarios, requieren también, previamente, sistemas de percepción y

apreciación compartidos, códigos comunes, una cierta estandarización en los signos, valores y ritmos. El consumo avanza sobre la cultura, más aun, se inserta en ella. Cada nuevo producto coloniza un espacio semiológico, se legitima en un mundo de sentidos y de signos, arraiga en un humus cultural. Un ejemplo, acaso brutal, es la frase atribuida a un ejecutivo en ocasión del proyecto de instalación de McDonald's en Moscú, cuando el sistema soviético estaba todavía en vigencia: "we are going to Mcdonaldize them", fue la sintética afirmación que llevaba implícita la decisión de instalar un ámbito de gustos, velocidades y valores, abrirse camino, no sólo en un contexto político-económico poco propicio, también en un antiguo espacio cultural cargado con tradiciones culinarias y estéticas. La publicidad televisiva de una conocida tarjeta de crédito pone de manifiesto claramente la combinación de sistemas de signos globales con los códigos de la cultura local. La tarjeta de crédito, empleada en los más diferentes contextos sociales, culturales y geográficos, supone competencias, saberes compartidos, interpretaciones comunes, una fe impoluta en la omnipotencia y omnipresencia del dinero, aun en sus más extrañas reencarnaciones, en suma, un nicho cultural global que se inserta en el marco de las más variadas y aparentemente irreductibles manifestaciones de lo local" (Margulis, 1996 pp. 8 y 9).

Con el énfasis puesto en las industrias culturales y en las empresas de comunicación y de internet, en el contexto de la revolución de las tecnologías de la información que están impulsando fuertes procesos de concentración y centralización de capital, así como de desplazamiento en tiempo real del mismo, se llegará a una situación en que la humanidad tendrá su conciencia colectiva fuera de la superficie del planeta en una densa sinfonía electrónica que producirá un dislocamiento entre el tiempo y el espacio, colocándonos en el mismo momento en lugares distintos y distantes. Además, las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones son y serán aplicadas a la automatización de las tareas, a la experimentación de los usos y reconfiguración de las aplicaciones. Los usuarios y los creadores se funden y se confunden en uno mismo ya que el cerebro humano se ha convertido en una fuerza productiva directa. La conciencia de los individuos y colectividades se exteriorizarán tanto en la computadora como en el televisor que llegarán a unificarse. America Online y Time Warner reconocen estas situaciones, por lo que el control de los bancos de información que posean serán necesarios para constituir una dictadura informacional que tarde o temprana disolverán la imagen e identidad de los individuos y sociedades donde ejerzan poder económico, financiero y político.

Los efectos de ésta era de la información darán como resultado que el individuo se encuentre físicamente en algún espacio con la mente volando hacia el vacío electrónico, encontrándose en el

mismo instante en todos los lugares del banco de datos policéntrico. En este sentido, “el hombre desencarnado tiene tan poco peso como un astronauta pero puede moverse con mayor velocidad. Pierde su sentido de identidad privada porque las percepciones electrónicas no están relacionadas con ningún lugar. Atrapado en la energía híbrida que despiden las tecnologías de vídeo, estará ante una ‘realidad’ quimérica que abarca todos sus sentidos a un grado de distensión, una condición tan adictiva como cualquier droga. La mente, como figura, retrocede hacia el fondo y flota entre el sueño y la fantasía” (McLuhan y Powers, 1991, p. 103).

Cualquier gobierno del mundo (incluso el gobierno norteamericano) debe tomar en cuenta que las tecnologías de la información y de la comunicación al ser monopolizadas tras las fusiones y adquisiciones entre las principales empresas atentarán contra su poder político y capacidad representativa, pero al mismo tiempo, las mismas tecnologías de la información y de la comunicación monopolizadas serán la proyección de los gobiernos que defienden y construyen los intereses del mercado, por lo que el marketing político será relevante.

Con la fusión entre America Online y Time Warner, así como entre el resto de las fusiones y adquisiciones relacionadas con este mercado, el internet deja de ser la “superautopista de la información” para convertirse en una mina de oro resultado de la sobreinflación de sus recursos que son cotizados en las bolsas de valores, a pesar de que las empresas encargadas de esos negocios son incapaces de generar ganancias tras poseer las invisibles riquezas que se diluyen en un abrir y cerrar de ojos en las alcantarillas del ciberespacio. America Online al comprar una empresa con baja cotización en bolsa lo que hace es prepararse para el futuro y para el advenimiento del estallamiento de la burbuja financiera (la desaceleración de la economía norteamericana es de los primeros indicios de esto). Esta operación de fusión lo que provocará será la aceleración de la inflación de las acciones de internet al incitar a otras compañías a fusionarse o a realizar operaciones de adquisición.

Entre las principales desventajas de esta fusión es que el internet como nuevo medio quedará supeditado a los viejos medios (televisión, radio, prensa escrita) y relegado a la función de simple distribuidor alternativo de contenido. El material que Time Warner promociona y va a seguir promocionando en esta nueva era será por fuerza frívolo, complaciente, de interés general y altamente comercial, con lo cual la creatividad del productor se verá limitada y la imaginación de receptor también. Todo material cuestionable que no sirva para escandalizar y aumentar *ratings* será desechado, todo aquello que critique los intereses del conglomerado correrá la misma suerte. Es ingenuo pensar que AOL-TW no favorecerá el contenido producido por sus subsidiarias o que no dará tratamiento

preferencial a sus clientes especiales (corporativos y gubernamentales), tanto en sus promociones como en sus "servicios" noticiosos. Debido al poder masivo de la nueva empresa esta fórmula se impondrá como la norma a imitar, con lo que la red, con el tiempo, sufrirá un destino semejante al de la televisión. El fusionar los intereses lucrativos exacerbados con los intereses informativos puede resultar perjudicial y generar conflictos. Se corre el riesgo de constituir un órgano de control dictatorial al concentrar tanta información sobre sus usuarios (información económica y social, gustos y hábitos de consumo de los clientes), lo cual sin duda representaría un control sobre las culturas de los mismos. El fusionar los intereses lucrativos exacerbados con los intereses informativos puede resultar perjudicial y generar conflictos; es conocido que ambas empresas han impulsado mecanismos de censura al eliminar reportajes y despedir reporteros (Time Warner), así como la expulsión de miembros por comentarios realizados en las salas de conversación o chat, además de la prohibición al tratamiento de ciertos temas en los foros de internet (America Online). El consumidor será presa y blanco (como siempre lo ha sido) de intensos bombardeos de comerciales estratégicamente dirigidos a sectores específicos del mercado. El usuario al asumir un rol interactivo tanto por la televisión como por la computadora estará sujeto a un poder centralizado de información y capital que diezmará su intimidad al momento en que sus opiniones y preferencias sean procesadas y archivadas por un software que las utilizará en estadísticas para estudios de mercado.

Ante estas amenazas de estandarización y homogeneización cultural sólo queda la esperanza de que los individuos y las sociedades asimilen las imposiciones del mercado de manera diferenciada para contrarrestar sus efectos y obliguen a las fuerzas involucradas a reconvertir sus estrategias.

### *A manera de conclusión.*

Sin duda alguna, el mundo actual está siendo construido, destruido, deconstruido y reconstruido por las organizaciones productivas en cualquiera de sus expresiones y sectores. Sus cambios organizacionales instrumentados para contener la profunda crisis del modo de producción capitalista; las operaciones de fusión y adquisición tanto a nivel mundial como regional son parte de esos procesos encaminados a no quedarse fuera de los mercados y para reactivar la capacidad de rentabilidad de las empresas (al menos eso reflejan las fichas hemerográficas reportadas al buscar las corporaciones constituirse en las primeras potencias en su sector o sectores). Ningún sector económico ha escapado a esta dinámica de

las empresas y del capitalismo y menos aún las corporaciones dedicadas a la producción, control y distribución de información y comunicación en el contexto de esta nueva era. Sin embargo, ya lo decía Carlos Marx, el verdadero límite del modo producción capitalista lo es el propio capital, pero peor aun, la vida humana se constituye como el límite absoluto del capital, la destrucción tanto de ésta como del medio ambiente es la destrucción del mismo capital y de la misma humanidad. El modo de producción capitalista entra en contradicción con sus objetivos históricos principales, el aumento de la producción y de la ganancia, así como las relaciones sociales que de él emanan. Las operaciones de fusión y adquisición tendrán implícitas sus propias contradicciones al buscar ciegamente la ganancia por la ganancia y al subsumir la vida humana al capital y a la información esquizofrénica.

Sin embargo, debemos reconocer que esta enigmática y reciente “sociedad global” se encuentra sustentada en una empresa red que requiere fusionarse y/o adquirir otras empresas también en red para navegar y no naufragar en la nueva “sociedad postcapitalista” que tiene manifestaciones globales al ser sustentada por la revolución en las tecnologías de la información, los fondos de pensiones que son cotizados en cualquier bolsa de valores del mundo y las maquiladoras insertas dentro de la llamada “fábrica global”.

### ***Bibliohemerografía.***

#### Hemerografía:

\*Afp, Reuters, Ap y DPA, “America Online y Time Warner anuncian que se unirán a fin de año”, en La Jornada, 11 de enero de 2000, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)

\* \_\_\_\_\_, “Autorizan en Estados Unidos fusión de America Online y Time Warner”, en La Jornada, 15 de diciembre de 2000, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)

\* \_\_\_\_\_, “Aprueban fusión por más de 107 mil mdd en Estados Unidos”, en La jornada, 12 de enero de 2001, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)

\*Aldunante, Felipe, “Consolidación I: La fusión hace la fuerza”, en Américaeconomía, 1 de noviembre de 2000, [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com)

\* \_\_\_\_\_ “Consolidación II: La fusión que no funcionó” en Américaeconomía, 1 de noviembre de 2000, [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com)

Américaeconomía “Inversión: Más dinero para telecomunicaciones”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 18 de mayo de 2000.

\* \_\_\_\_\_ “Internet: Latin American Access compra WegGreenHouse” en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 22 de febrero de 2001.

\* \_\_\_\_\_ “Internet: UOL absorbe Zip.Net”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 22 de febrero de 2001.

\* \_\_\_\_\_ « Internet : Invertiroline compra 25% de LatinStocks », en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 23 de febrero de 2001.

\* \_\_\_\_\_ “Internet: Patagon compra distribuidora de títulos de Santander Brasil”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 27 de febrero de 2001.

\* \_\_\_\_\_ “Entretenimiento: Mexicana CIE compra 30% de Stage Empreendimentos”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 27 de febrero de 2001.

\* \_\_\_\_\_ “Telecomunicaciones: América Móvil fusionará filial estadounidense con Arbros”, en [www.americaeconomia.com](http://www.americaeconomia.com), 27 de febrero de 2001.

\*Angwin, Julia, “Aol Time Warner nace con estrictas condiciones”, en Reforma, México, 28 de diciembre de 2000.

- \*Angwin, Julia y Peers, Martin, “Ahora sí, la combinación de medios y entretenimiento no tiene más límites”, en Reforma, México, 15 de diciembre de 2000, p. 30 A.
- \*Enríquez Pérez, Isaac, “Globalización y privatización: ¿Dos procesos de desnacionalización? (Primera Parte), Jerécuaro, Gto., Revista Reflexiones, noviembre de 2000, 7 pp.
- \* \_\_\_\_\_, “Globalización y privatización: ¿Dos procesos de desnacionalización? (Segunda y Última Parte”, Jerécuaro, Gto., Revista Reflexiones, Diciembre de 2000, 8 pp.
- \* \_\_\_\_\_, “Globalización: ¿Homogeneización o diferenciación cultural?”, Jerécuaro, Gto, Revista Reflexiones, Enero de 2001, 9 pp.
- \*Galán, Lola, “Olivetti ofrece ceder el control de Telecom Italia a cambio de enjugar su enorme deuda”, en diario El País, España.
- \*González Amador, Roberto, “GFNorte crea la agencia virtual Redviajes, en sociedad con Visa”, en La Jornada, 24 de enero de 2001, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)
- \*Margulis, Mario, “Globalización y cultura”, en la revista Sociedad publicada por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina, número 9, septiembre de 1996, 15 pp.
- \*Muñoz Rios, Patricia, “E-México conectará todo el país y costará 400 mdd” en La Jornada, 23 de enero de 2001, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)
- \*Reuters, “Anuncia Time Warner recorte de 2 mil empleos”, en La Jornada, 25 de enero de 2001, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)
- \*Salas-Porras, Alejandra, “Estrategias de las empresas mexicanas en sus procesos de internacionalización, en la Revista de la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL), Naciones Unidas, número 65, agosto de 1998, 20 pp.
- \*Yehya, Naief, “America On Line devora a Time Warner (Primera Parte)”, en La Jornada, 23 de enero de 2000, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)
- \* \_\_\_\_\_, “America On Line devora a Time Warner (Segunda Parte), en La Jornada, 30 de enero de 2000, [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)
- \*Zenit.org, “Aumenta la fusión de compañías y los interrogantes en torno a ellas”, Roma, 28 de octubre de 2000.

## Bibliografía:

- \*Castells, Manuel, “La era de la Información”, México, Siglo Veintiuno Editores, Segunda Edición, 2000.
- \*Chudnovsky, Daniel, Kosacoff, Bernardo y López, Andrés, con la colaboración de Celso Garrido, “Las multinacionales latinoamericanas. Sus estrategias en un mundo globalizado”, Argentina, Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, 1999, 396 pp.
- \*Drucker, Peter F., “La sociedad postcapitalista”, Colombia, Editorial Norma, Primera Edición, 1994, 244 pp.
- \*Flores Olea, Víctor y colaboración de Mariña Flores, Abelardo, “Crítica de la globalidad (Dominación y liberación en nuestro tiempo)”, México, Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, 1999, 598 pp.
- \*Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, “Dialéctica del iluminismo”, México, Editorial Sudamericana.
- \*Ianni, Octavio, “Teorías de la globalización”, México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM y Siglo Veintiuno Editores, Primera Edición, 1996, 173 pp.
- \*Lenin, Vladimir I., “El imperialismo, fase superior del capitalismo”, China, Ediciones en Lenguas Extranjeras, Primera Edición, 1966, 169 pp.
- \*Marx, Carlos, “El Capital (Crítica de la Economía Política)”, Tomo I de III, México, Fondo de Cultura Económica, Segunda Edición en español, 1984, 769 pp.
- \* McLuhan, Marshall y Powers, Bruce R., “La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI”, México, Editorial Gedisa, 1991.
- \*Sartori, Giovanni, “Homo Videns. La sociedad teledirigida”, México, Editorial Taurus, Primera Edición, 2000, 159.
- \*Valdés, Luigi, “Conocimiento es futuro. Hacia la sexta generación de los procesos de calidad”, México, Concamin, CCTC, Funtec, 1995, 420 pp.

## Conferencia:

- \*Vidal, Gregorio, “Privatizaciones, fusiones y adquisiciones. Las grandes empresas en América Latina”, Palacio de Minería, Ciudad de México, Instituto de Investigaciones Económicas de la U.N.A.M., 24 de febrero de 2001.



