El FMI advierte contra el creciente poder de las megacorporaciones

Por: Andy Robinson
Globalizacion, 07 de abril 2019
La Vanguardia 4 abril, 2019

Región: Mundo
Tema: Economía, Finanzas internacionales

¿Quién no se siente perplejo ante el poder de las megacorporaciones empresariales? Hay quienes se quejan de ser presos de Microsoft o de Google. Otros se rascan la cabeza cuando alquilan un coche de Budget para luego darse cuenta de que es la misma empresa que Avis. Otros recuerdan que los salarios eran mejores cuando los monopolios de servicios como telefonía, transporte, energía o agua eran públicos en lugar de privados.

El Fondo Monetario Internacional también es consciente de que crece "el debate sobre (…) el auge de las corporaciones gigantes", que coincide con "una serie de tendencias preocupantes en las economías avanzadas", según un análisis presentado días antes de su asamblea de primavera. Estas tendencias incluyen el estancamiento de la inversión; una distribución de la renta cada vez más favorable al capital frente al trabajo; la brecha abismal entre la riqueza productiva y la financiera, y un raquítico crecimiento de la productividad que frena los salarios. "El aumento del poder corporativo puede contribuir a todas estas tendencias inquietantes de forma simultánea", afirma el FMI.

Google tiene un 91% de las búsquedas y Amazon concentra el 49% de todo lo que se vende en internet

Para medir la concentración del poder de mercado de las empresas, el FMI utiliza el margen (*mark-up*) entre el precio de venta y los costes marginales. Este margen ha subido un 8% desde el 2000 en las economías avanzadas, según el estudio que analizó un millón de empresas, principalmente europeas y norteamericanas. El *mark-up* medio ha subido un 43% desde los ochenta .

Este aumento del poder de mercado está concentrado en un grupo de empresas más productivas e innovadoras, según el FMI. Las llamadas superestrellas, de Apple a Amazon, registran mark-ups muy altos. Los bancos han logrado duplicar sus *mark-ups* en áreas como finanzas al consumo. Las *utilities* –empresas privadas de servicios públicos, antes monopolios estatales– han registrado un aumento espectacular de su poder de mercado. En cambio, los mark-ups de las empresas industriales no han subido desde los años ochenta.

El estudio del FMI empieza a explicar un misterio. ¿Por qué coinciden elevados beneficios, disparadas cotizaciones bursátiles y bajos tipos de interés con un estancamiento de la inversión? La respuesta: las empresas en vías de monopolio no tiene por qué invertir. "Conforme el poder de mercado de una empresa sube, puede aumentar sus beneficios mediante subidas de precios y una reducción de la producción", asegura Gian Maria Milesi Ferretti, vicedirector de investigación del FMI en una entrevista.

En lugar de invertir, las grandes empresas en EE.UU. realizaron recompras de acciones por más de un billón de dólares en el 2018. Según Milesi Ferretti, el aumento del poder de

mercado de las empresas explica en gran parte los beneficios estratosféricos de los últimos años, así como la caída del 2% anual desde 1980 de los salarios en relación con los beneficios en el reparto del PIB.

El FMI no se permitiría palabras tan fuertes pero, para el economista independiente y premio Nobel Joseph Stiglitz, cuya obra cita el informe del FMI, todo esto es el síntoma de un capitalismo decadente. “Un puñado de empresas ya controla del 75% al 90% del mercado sector tras sector, desde las comidas para gatos hasta las telecomunicaciones”, afirma Stiglitz. “La ley debe actuar”, sostiene el Nobel. Pero, añade, “conforme sube el poder de mercado de los mastodontes corporativos, aumenta también la capacidad para influir en un sistema político donde manda el dinero”.

Al inicio del siglo XX, el presidente estadounidense Theodor Roosevelt decidió desmantelar el monopolio de la Standard Oil y plantar cara a otros carteles. Está por ver si Donald Trump haría lo mismo un siglo después. Es una cuestión clave para los estados porque, según explica Milesi Ferretti, “las grandes empresas con poder de mercado tienen más alcance geográfico para reducir la carga tributaria sobre sus beneficios”.

Otro estudio del Open Markets Institute ilustra hasta qué punto los oligopolios dominan la economía estadounidense. Las cuatro principales empresas del sector aéreo –Delta, American Airlines, United y Southwest– tienen el 76% de los vuelos nacionales frente al 38% en el 2005. Las cuatro mayores empresas cárnicas –la brasileña JBS, Tyson, Cargill y Smithfield (propietaria de Campofrío)– controlan el 53% del negocio frente al 21% en el 2002. Las cuatro principales empresas de telefonía tienen el 98% del mercado y sólo dos empresas –Verizon y AT&T– tienen el 69%. Tres empresas de alquiler de coches controlan el 50% del mercado. Tres empresas tienen el 75% del mercado de la cerveza. Tres empresas controlan el 67% de las farmacias en EE.UU., frente al 37% en el 2002. En el sector digital, Google tiene un 91% del mercado de búsqueda en internet, Facebook tiene el 70% del mercado de redes sociales, y Amazon controla el 49% de todo lo que se vende en internet.

Andy Robinson

La fuente original de este artículo es La Vanguardia
Derechos de autor © Andy Robinson, La Vanguardia, 2019

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook
Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Andy Robinson**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca