

24.77



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

Mecanismos de Penetración del Capital Extranjero  
en la Industria Embotelladora de Refrescos

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN ECONOMIA

P R E S E N T A :

Ercilia Guadalupe Gómez Maqueo Rojas

1 9 8 3



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A: Yoya, Roberto, José Luis y  
Benjamín.**

MECANISMOS DE PENETRACION DEL CAPITAL EXTRANJERO EN  
LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE REFRESCOS

I N D I C E

P R E S E N T A C I O N

CAPITULO UNO.-

PROCESO DE ACUMULACION DE CAPITAL

- 1.1 Aspectos teóricos.
- 1.2 Vinculación de la Economía Mexicana al Capitalismo Internacional.
- 1.3 Acumulación Industrial Capitalista en México.
- 1.4 Obstáculos para la Formación de Capital en México.
- 1.5 Concentración Industrial.
- 1.6 Concentración Industrial en México.

CAPITULO DOS.-

LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES

- 2.1 La Era de la Exportación de Capitales.
- 2.2 Distribución del Capital por Sectores y Regiones.
- 2.3 Comentarios de la IED en la Industria Procesadora de Alimentos.
- 2.4 Principales Rasgos y Motivaciones de las Empresas Transnacionales.
- 2.5 Modus Operandi de las Empresas Transnacionales.

- 2.6 Respuesta de los Países Subdesarrollados ante el Comportamiento de -- las Empresas Transnacionales.
- 2.7 Expectativas Respecto a la Inver- - sión Extranjera en los Países Subde- - sarrollados.

CAPITULO TRES.-

EL CASO DE LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE REFRESCOS.

- 3.1 Antecedentes.
- 3.2 Análisis de la Importancia Económi- - ca de la Rama.
- 3.3 Otras Características Importantes - de la Rama.
- 3.4 Análisis del Mercado de los Refres- - cos.
- 3.5 Modus Operandi de las Empresas Ex- - tranjeras en la Industria Refresque- - ra y sus Efectos en la Economía Na- - cional.

CAPITULO CUATRO.-

TRATAMIENTO DE LA IED EN LA INDUSTRIA DE LOS REFRESCOS.

- 4.1 Análisis de la Ley para Promover la Inversión Nacional y Regular la Ex- - tranjera.
- 4.2 Tratamiento de la IED en la Indus- - tria de los Refrescos.

CAPITULO CINCO.-

TRATAMIENTO DE LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA EN LA INDUSTRIA DE LOS REFRESCOS.

- 5.1 Análisis de la Ley Sobre el Control y Registro de la Transferencia de - Tecnología y el Uso y Explotación - de Patentes y Marcas.
- 5.2 Tratamiento de la Transferencia de Tecnología en la Industria de los - Refrescos.

CAPITULO SEIS.-

COMENTARIOS RESPECTO DE OTROS MECANISMOS  
DE REGULACION Y CONTROL ESTATAL EN LA IN-  
DUSTRIA DE LOS REFRESCOS.

- 6.1 Impuestos Especiales.
- 6.2 Cuota por Consumo de Azúcar.
- 6.3 Subsidios Concedidos a la Industria.
- 6.4 Control de Precios.
- 6.5 Aranceles y Licencias de Importa--  
ción.
- 6.6 Otras Disposiciones Reglamentarias  
del Ejecutivo Federal.

CAPITULO SIETE.-

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

## P R E S E N T A C I O N

La idea de desarrollar esta tesis, surgió a raíz del diagnóstico económico que sobre la Industria Embotelladora de Refrescos me encomendaron realizar cuando presté mis servicios en la Dirección General de Inversiones Extranjeras de - - - SEPAFIN. A partir de la investigación de los principales indicadores macroeconómicos de la industria, me percaté de la gran importancia de la rama dentro del sector industrial del país, pues se encuentra dentro de los 10 primeros lugares en lo que se refiere a: personal ocupado, pago de sueldos y salarios, capital invertido, monto de la recaudación fiscal, - valor de la producción. etc.

No obstante el crecimiento y dinamismo mostrados por la rama, lo que llamó mi atención fue la grave concentración industrial registrada en los últimos 30 años, ya que el número de embotelladoras existentes se redujo en ese período, de más de 1000 plantas a menos de 300 embotelladoras, situación que provocó la aparición, desarrollo y fortalecimiento de grandes consorcios monopólicos que prácticamente mantienen acaparado el mercado de los refrescos, con las consecuencias económicas que ello implica, es decir, cada vez es más difícil la aparición de nuevas empresas en la rama, pues se requieren montos crecientes de capital para invertir, lo que a su vez se traduce en la posibilidad de asegurar a las empresas que permanecen, ganancias monopólicas que les permiten aplicar modernas técnicas de producción, mercadeo y comercialización, que redundan en perjuicio de las empresas menos eficientes y tiende a expulsarlas o absorberlas.

El nivel de concentración que presenta la industria ha ocasionado que, como ha pasado en otros sectores industriales del país, sólo fuertes grupos transnacionales con capacidad financiera suficiente, estén en posibilidad de competir e introducirse en el mercado de refrescos. Sin embargo los mecanismos de penetración del capital en esta rama industrial han tomado formas muy peculiares, que son precisamente las que me motivaron a desarrollar este trabajo.

Curiosamente la inversión extranjera directa en esta rama es irrelevante, pues tiene una participación mínima dentro del total de capital invertido en la industria. La situación específica en el modo de operar de ésta y, que sí resulta significativa, es la subsistencia y fortalecimiento de embotelladoras, con inversión 100% nacional pero ligadas a empresas franquiciadoras poderosas como Coca-Cola Co. y Pepsico Inc., las cuales al estar agrupadas alrededor de una organización central obtienen diversas ventajas, como son: la posibilidad de atacar al mercado realizando campañas publicitarias conjuntas y, registrar importantes economías en la compra masiva de materias primas y materiales, etc.

En contraste, las plantas embotelladoras independientes compiten no sólo contra las empresas franquiciadas sino también entre sí, por lo que al realizar esfuerzos dispersos e independientes obtienen rendimientos menores, no correspondientes a la productividad que presentan las empresas bajo franquicia de empresas extranjeras.

Tenemos entonces, que la forma de penetración y expansión de las empresas transnacionales en esta rama, no ha sido a través de la inversión directa de capital, sino autorizado el uso de sus marcas (extranjeras), a un sinnúmero de empresas de capital 100% nacional.

La concesión que otorgan las empresas extranjeras para el uso de sus marcas, es aparentemente gratuita, es decir no cobran regalías por ese concepto, sin embargo obligan a las embotelladoras nacionales usuarias de las marcas extranjeras a cumplir estrictamente con una serie de condiciones, entre las -- que destacan las siguientes:

- a) Se compre el concentrado para la elaboración de los refrescos a la empresa que la dueña de la marca determine.
- b) El precio y las condiciones de venta del concentrado las establece la empresa dueña de la marca conforme las características de cada embotelladora.
- c) Se debe restringir a vender su producto dentro de -- los límites territoriales que se le predetermine.
- d) Debe participar en las campañas de publicidad y promoción de la marca, en los términos y costos que le determine la empresa extranjera; etc.

La afectación económica que resienten las embotelladoras nacionales al cumplir con los requisitos que imponen las empresas extranjeras, son las que voy a analizar en el presente trabajo.

Ahora bien considerando que la penetración extranjera en la - rama no sólo afecta su desarrollo sino también incide en forma nociva en la economía en su conjunto, (dada la importancia de la rama dentro del sector industrial), me parece necesario incluir en este estudio un análisis de las medidas de regulación y control que el gobierno ha implantado para tratar de - corregir las desviaciones del mercado de los refrescos y para proteger a las empresas independientes o no ligadas a empre--

sas extranjeras.

En mi concepto tales medidas reguladoras no han sido aplicadas en todas sus proporciones, es decir, creo que con la legislación vigente es posible expulsar la influencia del capital extranjero de una industria como la de los refrescos que en primer lugar, no utiliza en su proceso de fabricación tecnologías sofisticadas, sino por el contrario la tecnología implícita en el proceso de fabricación de los refrescos es relativamente fácil de desarrollar con recursos nacionales.

En conclusión el presente trabajo tiene como objetivos:

1. Analizar los aspectos peculiares de la penetración del capital extranjero en la Industria Embotelladora de Refrescos y los efectos de esta situación tanto en la rama como en la economía nacional.
2. Proponer algunas acciones factibles de implantar y que sin tener que modificar la legislación vigente en la materia, el gobierno mexicano pueda llevar a cabo para suprimir gradualmente la influencia del capital extranjero en la rama.

Me parece muy importante destacar que mi trabajo no supone y mucho menos pretende demostrar la posibilidad de que con la aplicación de las medidas reguladoras con que cuenta actualmente el estado, se ponga freno a las fuerzas espontáneas -- del capitalismo o se corrijan desviaciones propias del sistema, sino únicamente se plantea la posibilidad de detener, específicamente en la rama que analizo, la agotante succión de recursos que entraña la participación del capital extranjero. Es por ello mi interés de presentar en los dos primeros capítulos de la tesis, los aspectos teóricos e históricos del desarrollo capitalista en México, con objeto de situar a la industria que analizo en el contexto económico del

## VIII

país.

En el Capítulo III presento la situación actual en que se encuentra la Industria Embotelladora de Refrescos. En los Capítulos IV, V y VI, analizo el tratamiento que se ha dado a la industria a través de los diversos controles gubernamentales y por último, en el Capítulo VII presento las conclusiones y recomendaciones de la presente tesis.

## CAPITULO UNO

### EL PROCESO DE ACUMULACION DE CAPITAL

#### 1.1 ASPECTOS TEORICOS.

El carácter dependiente de la economía mexicana distorsiona el proceso de acumulación de capital en forma tal que si lo comparamos con el modelo clásico de acumulación capitalista, encontramos significativas diferencias que podrían llevarnos a pensar que nuestra estructura económica, no corresponde al modo de producción capitalista, pues se nos presenta como un sistema débil, incipiente, alienado, dependiente, incapaz de generar un mayor excedente económico y que no parece tener el vigor de reproducción del capitalismo desarrollado.

Sin embargo no es así, pensar que en México no vivimos en un sistema capitalista significa caer en una mistificación de la realidad, ya que estamos frente a un capitalismo que aunque jamás se desarrollará como evolucionó el capitalismo en los países industrializados, si está enclavado en el sistema capitalista internacional. Una de las razones de esta diferencia es que... "todo el proceso de nuestro desarrollo ha sido distinto, a veces es exactamente inverso al que fue típico del capitalismo europeo" (1).

(1) Alonso Aguilar Monteverde. "Dialéctica de la Economía Mexicana". P. 109. Editorial Nuestro Tiempo.

Paul Baran expresa esta situación de la siguiente manera:

"En la mayoría de los países subdesarrollados el capitalismo tiene una carrera particularmente torcida. Habiendo pasado por todos los dolores y frustraciones de la infancia, nunca experimentó el vigor y la exuberancia de la juventud y comenzó a mostrar, prematuramente, todos los rasgos penosos de la senilidad y de la decadencia. Al peso muerto del estancamiento que caracterizó a la sociedad preindustrial se sumó todo el impacto restrictivo del capitalismo monopolista." (2)

Es a partir de que economías con distinto grado de desarrollo entran en contacto que se configuran las relaciones de dependencia de las naciones menos favorecidas y se determina el carácter y desarrollo ulterior de los países hoy llamados subdesarrollados. Es por ello que el análisis de los problemas de nuestro país solo cobran sentido si los contemplamos en la perspectiva del sistema capitalista a nivel mundial y en el marco de la división internacional del trabajo, que establece relaciones de subordinación entre naciones formal y políticamente independientes y en cuyo seno se modifican y recrean las relaciones de producción de las naciones subordinadas o periféricas de tal forma que se asegura la reproducción ampliada de la dependencia y, tal como -

(2) Citado por Alonso Aguilar M. en "Dialéctica de la Economía Mexicana". P. 101. Editorial Nuestro Tiempo.

sucede con la reproducción ampliada del capital, el fruto - de la dependencia no puede ser más que más dependencia y... "su liquidación como sistema supone necesariamente la supresión de las relaciones capitalistas de producción que ella involucra." (3)

Así pues, nuestra pobreza no es sino la otra cara de un sistema en donde la riqueza la ostentan las grandes potencias y, es el resultado inevitable de una sociedad de clases de desarrollo desigual en la que, así como hay pobres y ricos en el seno de cada país, los hay también en el ámbito de la comunidad internacional.

En tal virtud, para entender el proceso de acumulación en México, es necesario partir del modelo teórico formulado por - Carlos Marx en su obra magna "El Capital", para posteriormente examinar el contexto en el que se desenvuelve el proceso de acumulación en nuestro país, así como los factores que la condicionan y las causas que en última instancia determinan sus características fundamentales.

Solo de esta forma podremos entender por qué en México la tasa de acumulación de capital es deficiente y la inversión y distribución del capital son inadecuadas y, fundamentalmente en qué medida la inversión extranjera directa (I.E.D.), aspecto que se analizará específicamente en la presente tesis,

(3) Ruy Mauro Marini. Dialéctica de la Dependencia. Editorial Era. Pag. 18.

tejos de representar una atenuante a dicho problema contri  
buye más bien a acrecentarlo.

#### LEY GENERAL DE LA ACUMULACION CAPITALISTA.

La Ley General de la Acumulación Capitalista fue formulada por Carlos Marx, basado en el modelo de acumulación del ca  
pital inglés del siglo XIX y se encuentra explícita en el capítulo XXIII del Tomo I Volumen 3 de "El Capital". Esta Ley es la que rige, determinada por las condiciones históricas concretas en que se desarrolla el proceso de acumu  
lación, las relaciones entre el capital y la fuerza de traba  
jo. Estas relaciones se refieren al desplazamiento relativo que históricamente sufre la clase obrera en el proceso productivo, en el modo de producción capitalista, como consecuencia del desarrollo de las fuerzas productivas y - del uso intensivo de bienes de capital, que incrementan la productividad del obrero y sientan las bases para su pro--  
pio exceso relativo.

Este desplazamiento se refleja en el más rápido aumento -- del capital constante con respecto al variable, con lo que disminuye relativamente la demanda de mano de obra y se --  
forma el ejército industrial de reserva constituido por el sobrante de la fuerza de trabajo generado en el propio pro  
ceso productivo capitalista.

La acumulación capitalista implica la reproducción de las relaciones capitalistas que significan la acumulación de la riqueza en manos de la minoría explotadora y el aumento de la miseria en la mayoría de los trabajadores, es decir, la reproducción ampliada conduce inevitablemente bajo el capitalismo, a la pauperización absoluta y relativa de la clase obrera.

Por acumulación de capital entendemos la reinversión de plusvalía en nuevos medios de producción (capital constante) y en fuerza de trabajo (capital variable) adicional para operarlos. Es muy importante hacer notar que en el Sistema Capitalista, acumular lejos de ser un acto de voluntad, es la acción de -- una ley económica, por consiguiente... "la mera continuidad -- del proceso de producción, o sea, la simple reproducción, --- transforma necesariamente todo capital, más tarde o más temprano, en capital acumulado o en plusvalía capitalizada." (4)

El proceso capitalista de producción examinado en una relación constante, reproduce no sólo las mercancías, no sólo la plusvalía, sino produce y reproduce las relaciones capitalistas: al capitalista, por una parte, y al obrero asalariado, - por la otra.

Los elementos principales de la Ley General de la Acumulación Capitalista son: la composición orgánica de capital, la composición técnica y los cambios operados entre ambas durante el

(4) Carlos Marx. "El Capital" Cap. XXIII. P. 479. Siglo XXI Editores.

proceso de acumulación. La composición orgánica de capital, se refiere a las proporciones de valor en que se divide un capital en constante y variable, también se le dá el nombre de composición de valor.. Las proporciones de constante y variable de un capital se expresan en porcentajes, en fracciones decimales, o en forma de quebrado y siempre considerando el capital total como el 100%, o como la unidad.

La representación gráfica de la composición orgánica de capital es la siguiente:

$$C.O.K. = \frac{\text{constante}}{\text{capital total}} + \frac{\text{variable}}{\text{capital total}}$$

La acumulación del capital es la incorporación al capital de una parte de la plusvalía o la conversión de la plusvalía en capital.

La composición orgánica de capital acumulado se refiere a la proporción de valor en que se distribuye el capital total de una empresa, rama o sector (capital constante y capital variable). La composición orgánica de capital de acumulación, se refiere a las proporciones de valor en que se distribuye la plusvalía al momento de convertirse en capital constante o capital variable. Una hace referencia al capital total acumulado y la otra al capital adicional o por acumularse. La composición técnica de capital, es la relación existente entre la masa de medios de producción y la masa de trabajadores que

la operan.

Media entre ambas una relación de mutua interdependencia: -- así un cambio en la composición orgánica supone forzosamente un cambio en la composición técnica. El alza de la composición orgánica del capital se verifica por el aumento en el uso de la maquinaria, de los instrumentos y de las materias primas (capital constante) en comparación con el trabajo vivo empleado en la producción (capital variable) y expresa el incremento de la productividad del trabajo social, incremento que en determinada etapa del desarrollo del capitalismo - se convierte en factor esencialísimo de la acumulación de ca pital.

El aumento del capital constante lleva consigo el incremento de la fuerza de trabajo que ha de operarlo. Si la acumulación de capital se desarrolla manteniendo invariable la composición técnica y orgánica y por tanto se conservan en el nuevo capital las mismas proporciones tanto de masa como de valor, todo nuevo incremento de capital constante traerá con consigo, el aumento del variable, pero no forzosamente en la -- misma proporción, favoreciéndose así la demanda y absorción coyuntural de fuerza de trabajo, lo que presionará el alza - de los salarios.

De acuerdo con Marx, los factores que determinan el crecimiento del fondo de acumulación son los mismos que determinan la masa de plusvalía. Es decir, a mayor número de trabajadores productivos y a mayor tasa de explotación de los trabajadores ocupados, mayor el fondo capaz de utilizarse con fines de acumulación capitalista. Además supone que -- fuera de la plusvalía utilizada por los capitalistas con fines de consumo, ésta se usa con fines de inversión en la esfera productiva de la economía.

Sin embargo la forma típica de operar del sistema capitalista de producción, tomado en su dinámica, se manifiesta por el mayor y más rápido crecimiento del capital constante, de las fuerzas productivas de la sociedad, (de la técnica de nuevas formas de organización de la producción, que constituyen factores de producción de la plusvalía relativa y acumulación del capital), en relación con el capital variable, o lo que es lo mismo, se aumenta la composición orgánica del capital. La deducción directa que se puede efectuar a partir de aquí es que la demanda por el trabajo no es proporcional a la acumulación. Al contrario: cuanto más notable es el aumento de la composición orgánica o sea, cuanto más rápido crece el capital constante en relación con el variable, menor es la demanda del trabajo adicional.

Además, las mismas causas que incrementan la composición orgánica del capital adicional, capitalizado por la plusvalfa, incrementan la composición orgánica del capital anterior a medida que él se desgasta y nuevamente se restablece. El capital desembolsado primeramente, se distribuye ya en una u otra proporción: su parte mayor primero va a la adquisición de los medios de producción, mientras que la menor, a la compra de la fuerza de trabajo.

Esto se hace sentir especialmente al efectuarse inventos técnicos notables, así como con perfeccionamientos de los instrumentos de trabajo ya existentes, o sea, cuando tiene lugar un desgaste moral del capital.

De esta manera, la acumulación del capital al mismo tiempo atrae y repele la fuerza de trabajo: el capital adicional, -- aunque con una composición orgánica aumentada, de todas maneras presenta una demanda de trabajo adicional; en cambio el capital que ha sido desembolsado primeramente disminuye ( a consecuencia de la variación de su composición orgánica) su anterior demanda para el trabajo.

En términos generales, una composición orgánica alta, es característica de la alta etapa monopólica del capitalismo y encuentra su más clara expresión en las grandes empresas trans-

nacionales; en cambio, una composición orgánica baja, corresponde a los inicios históricos del capitalismo y es propia de los esquemas productivos artesanales; entre estos dos extremos se ubica el rango de variación relativa de la composición orgánica de capital.

Según la economía política tradicional, la población obrera - crece a un ritmo superior al del crecimiento del capital variable, o más precisamente a los medios de ocupación que éste suministra. Debido a ello se forma y desarrolla una superpoblación que no puede ser absorbida por el proceso productivo y que por tal razón, la clase obrera debe limitar su tasa de crecimiento a las necesidades de acumulación.

Sin embargo, como lo señaló Marx, el ejército de reserva debe ser considerado como un elemento dialéctico que al mismo tiempo es resultado del desarrollo capitalista y una de sus condiciones fundamentales. Este remanente de fuerza de trabajo, pasa a formar lo que Marx denomina ejército industrial de reserva, integrado por obreros a quienes en las épocas de crisis se les paga por debajo de su valor pero que en períodos de auge, son indispensables para asegurar la acumulación de capital. Tiene también la función de vencer la resistencia de los obreros en activo y mantener bajos los niveles salariales.

El desarrollo del ejército de reserva no nada más es resultado de la acumulación de capitales, sino de la centralización de los capitales ya existentes. La creación sobre bases técnicas cada vez más avanzadas y las altas tasas de crecimiento poblacional, contribuyen también a su desarrollo.

En el capitalismo del subdesarrollo, el lento ritmo de acumulación, la tendencia a la conservación de formas precapitalistas de producción articuladas y subordinadas al modo capitalista dominante, la carencia de un proceso de industrialización vigorosa, ha creado un ejército de reserva -- más numeroso que en las metrópolis y con una estructura diferente.

La superpoblación relativa, presenta cuatro modalidades:

1. La Flotante.-- Formada por obreros que pierden su trabajo por cierto tiempo, a consecuencia de la reducción de la producción, del empleo de nueva maquinaria o -- del cierre de empresas.

2. La Latente.-- La forman los pequeños productores arruinados principalmente los campesinos pobres y los jornaleros del campo.

3. La Intermittente.- Los numerosos grupos de gentes que habiendo perdido sus trabajo fijo, obtienen empleos en extremo irregulares y perciben salarios considerablemente inferiores al nivel usual.

4. El Pauperismo.- Se refiere a personas que viven de ingresos eventuales. Algunos de ellos se dedican a la mendicidad.

## 1.2 VINCULACION DE LA ECONOMIA MEXICANA AL CAPITALISMO INTERNACIONAL.

Como ya dijimos, las relaciones establecidas históricamente entre México y los países industrializados son la causa principal del atraso. En otras palabras, la dependencia es uno de los factores que explican el lento ritmo de acumulación de capital en nuestro país. Por eso mismo, el estudio de las relaciones de dominación-dependencia entre las metrópolis y la periferia es la única manera de avanzar en el análisis de las leyes que rigen el proceso de acumulación a escala mundial. Mientras la dominación ha permitido a los países metropolitanos extraer excedente de México e impulsar una acumulación vigorosa, la dependencia ha descapitalizado a los países periféricos y bloqueado y deformado el desarrollo de las fuerzas productivas.

La fuga permanente de plusvalía hacia las metrópolis provoca que la masa de plusvalía retenida (es igual a la masa de plus

valfa producida menos la salida neta de plusvalfa hacia las metr6polis) sea permanente y crecientemente menor a la masa de plusvalfa producida (igual al concepto de fondo de -- acumulaci6n usado por Marx). Esta constante sangria de excedente ha sido el costoso precio que la dependencia ha hecho pagar a nuestros pa6ses.

Podemos decir que las formas principales de transferencia de plusvalfa de M6xico a las metr6polis son el intercambio desigual de mercanc6as, la salida neta de capital por concepto - de inversi6n extranjera y el pago de intereses por deudas p6blicas y privadas.

Desde una perspectiva hist6rica, la transferencia de excedente de M6xico ha asumido distintas formas. En la etapa colonial que corresponde a la fase de acumulaci6n originaria de capital en los pa6ses capitalistas europeos y de formaci6n - de una econom6a mercantil en latinoam6rica, la sujeci6n pol6tica hace posible que la transferencia se efect6e, principalmente, mediante la utilizaci6n de mecanismos extraecon6micos. En la etapa de libre competencia del capitalismo, que se caracteriza por la expansi6n industrial de los pa6ses metropolitanos y en la que dentro del esquema de la divisi6n - internacional del trabajo, M6xico se especializa en la producci6n de productos primarios, la transferencia asume la -- forma de intercambio desigual de mercanc6as. Finalmente en la etapa imperialista que coincide con la etapa en la cual -

el capitalismo se consolida como el modo de producción dominante en nuestro país, la forma de transferencia es el pago de intereses y la salida neta de capital por concepto de inversiones extranjeras, sin que esto quiera decir que el intercambio desigual de mercancías desaparezca, más bien, la salida de capital asume la forma principal.

Existen varias corrientes de pensamiento en relación con el intercambio desigual de mercancías, una de ellas se basa en el supuesto de que en el comercio internacional se da el intercambio de valores de uso, sin que puedan obtenerse ventajas en términos de valores de cambio. Muchos marxistas sostienen que en el comercio internacional los productos se venden por sus valores y que, por lo tanto, son un intercambio de equivalentes. Sin embargo, Marx en la "Historia Crítica de la Teoría de la Plusvalía" afirma que "la mayoría de los pueblos agrícolas se ven obligados a vender sus productos -- por menos de su valor, mientras que en los países de producción capitalista los productos agrícolas se venden por lo -- que valen". (5)

A. Emmanuel emplea unos supuestos discutibles como la igualdad de la tasa de ganancia. En su opinión, el intercambio desigual descansa en el hecho de que el valor de la fuerza de trabajo en la periferia es marcadamente inferior.

Marini piensa que la compra de productos primarios baratos -

(5) Carlos Marx, Historia Crítica de la Teoría de la Plusvalía. La Habana. Ediciones Venceremos. Paq. 12.

en la periferia, permite a las metrópolis abaratar el valor de la fuerza de trabajo y el capital constante (materias -- primas).

Pero, como decíamos anteriormente, la exportación de capi-- tales es el mecanismo fundamental de control imperialista, pues contribuye a afianzar la dependencia en todas sus mani-- festaciones: económica, tecnológica, cultural y política.

Aunque la exportación de capital es un rasgo del sistema ca-- pitalista mundial desde fines del siglo XIX, su mayor expan-- sión se registra después de la Segunda Guerra Mundial, cuan-- do los Estados Unidos se convierten en líderes indiscuti-- bles del imperialismo y están en condiciones de inundar al mundo de capital.

Los monopolios extranjeros son al mismo tiempo, un estímulo y un freno a la acumulación de capital. Son estímulo por-- que tienen una productividad superior a la media, hacen cre-- cer el fondo de acumulación a un mayor ritmo, pero como bu-- na parte de la masa de plusvalía no se retiene sino que se exporta, el efecto final es la descapitalización constante de nuestra economía.

En resumen, puede decirse que son cuatro las formas princi-- pales que reviste la transferencia de plusvalía en nuestro

país:

1. Los recursos que se esfuman por intercambio desigual de mercancías.
2. La remisión de las utilidades reales, no contables, de las empresas extranjeras.
3. Los pagos por patentes, regalías y asistencias técnica; etc. y
4. Los pagos de intereses a organismos internacionales y - bancos privados extranjeros por la deuda pública y privada.

### 1.3 ACUMULACION INDUSTRIAL CAPITALISTA EN MEXICO.

El desarrollo de la economía mercantil y el proceso histórico que hizo posible la implantación del sistema capitalista de producción en México, implicó, al igual que en otros países de similares condiciones, la conquista, el despojo masivo y violento de millones de campesinos y la muerte de muchos, como condición para que otros pudieran apoderarse de sus tierras; la brutal explotación en los obrajes y en las minas; el agio, el mantenimiento de un régimen de salarios de hambre; el rápido e ilícito enriquecimiento de muchos terratenientes, mineros y comerciantes; el robo, el pillaje y el traslado inhumano de esclavos y jornaleros miserables e indefensos, hacia donde los empresarios requerían mano de obra abundante y barata.

nización nacional que caracterizó ese período de la historia mexicana. En efecto, lo significativo de esos años se condensa en la restructuración política que se operó después de la Revolución de 1910 y en las reformas estructurales que se realizaron, principalmente durante el gobierno del General - Cárdenas.

Es alrededor del año de 1940 que la economía nacional inicia una expansión sin precedentes y que el modo de producción capitalista se consolida como sistema dominante... "a diferencia de otras olas de progreso conocidas en el pasado, esta vez el avance material reconoce un eje duradero que de manera acelerada se afirma y que dirige el resto de las actividades económicas: se trata del sector industrial y en particular de las ramas que componen la producción manufacturera" - (7).

Para describir en forma somera el curso que siguió el capitalismo en México durante el Siglo XX, a continuación presento un resumen del esquema de periodización elaborado por Rolando Cordera Campos en su obra citada, en virtud de que su análisis de las variables y principales indicadores económicos de nuestra estructura, nos permiten conocer de manera esquemática los elementos, condiciones y características generales que determinaron nuestro proceso de desarrollo.

(7) Rolando Cordera Campos. Ob. Cit. P . 15.

Son tres periodos distintivos los que según Cordera ha recorrido nuestro desarrollo. El primero de ellos llamado "Primera Acumulación Industrial" va de 1940 a 1954; el segundo calificado como de "Transición" de 1955 a 1960-61 y por último el "Desarrollo Oligopólico" que abarca el lapso comprendido entre el año de 1962 y nuestros días y que subdividió a su vez en dos fases: una de 1962 a 1970 y otra de 1971 en adelante.

El periodo de la "Primera Acumulación Industrial" denominado así debido a que la industrialización adquirió un sentido definido y sistemático y, a cuyo amparo se afirmó el sistema capitalista como forma predominante de producción, se caracterizó principalmente por la aparición de un sinnúmero de pequeñas y medianas empresas nacionales y porque el producto interno bruto (PIB) creció a una tasa media anual de 5.8%. En ese periodo, el proceso de acumulación de capital descansó predominantemente en el deterioro absoluto del salario de los trabajadores; la inflación hizo su aparición en la escena pues se observó un rápido crecimiento en los precios internos y, el déficit del sector externo fue poco significativo.

Entre 1955 y 1960-61 el capitalismo mexicano pasó por un momento de transición, en el cual se definieron los rumbos del desarrollo posterior. Uno de los fenómenos específicos registrados en esta etapa, fue el alto grado de concentra--

ción del ingreso que propició la desaparición o absorción de un gran número de empresas, fortaleciéndose así la tendencia oligopólica del capitalismo principalmente en los sectores industrial y de servicios.

Otro rasgo característico fue el reinicio de la entrada masiva de capital externo a México, lo cual aunado al proceso comentado en el párrafo anterior, hace que el eje de la producción en esta época fuera la reorientación de la planta productiva en función de: la demanda de las clases de altos ingresos (debido al angostamiento del mercado como consecuencia del alto grado de la concentración de la riqueza) y, de las exigencias y necesidades del capital foráneo, con lo cual se operó un cambio en la estructura de la producción industrial en favor de las mercancías llamadas de consumo duradero y en detrimento de las mercancías de consumo masivo o popular. El crecimiento industrial no dependió del crecimiento del mercado interno, sino de la diversificación propiciada por la producción de bienes para los estratos de altos ingresos.

Al fin de este período sobreviene una derrota de la vanguardia del movimiento obrero que permitió asegurar en el período siguiente la buena marcha de la política de crecimiento y estabilidad económicas.

A partir de 1960-61 y hasta 1970, nuestra economía superó el ritmo de crecimiento hasta entonces registrado, pues - el PIB alcanzó casi un 8% de crecimiento promedio anual. La estructura en esta fase se caracterizó por la consolidación de la gran empresa oligopólica en gran medida transnacional, como la unidad económica dominante, se reafirmó la orientación de la planta industrial hacia la producción de bienes de consumo duradero y, el crecimiento económico se vió acompañado por una notable estabilidad de los precios internos y del tipo de cambio.

Es la época conocida como del desarrollo estabilizador, posible gracias al apoyo sostenido del sector agrícola que - proporcionó alimentos, materias primas y mano de obra baratos al sector industrial que favorecieron en forma clara - al capital, pues fue posible mantener deprimidos los salarios. El sector público experimentó una considerable expansión apuntalada principalmente por Petróleos Mexicanos, La Comisión Federal de Electricidad y Ferrocarriles Nacionales de México.

A partir de 1971 el sistema entró en crisis. La producción perdió dinamismo y adquirió inestabilidad; los precios internos empezaron a subir cada vez más rápido; el tipo de -- cambio cayó en un vertiginoso deslizamiento; la dependencia económica con el exterior se confirmó como el eje sobre el cual gira nuestra política económica.

El esquema de desarrollo con estabilidad mostró, ya para entonces, signos de agotamiento y senilidad. Aún así, en el año de 1971 se decidió seguir con la política de estabilización para tratar de elevar la productividad de la planta industrial y hacer frente al desequilibrio externo.

El resultado de esa política de estabilización a ultranza, no pudo ser más desastroso; alta concentración del ingreso, crecimiento lento y distorsionado del mercado, insuficiencia en la producción de alimentos y productos básicos, política monetaria restrictiva, encarecimiento del crédito, aumento del desempleo, mayor dependencia financiera y económica con el exterior. Estas circunstancias encaminaron a la economía nacional a una de las mayores crisis que ha resentido en su historia, sólo superada por la crisis actual que muestra mayor extensión y profundidad y que recoge y amplifica los desequilibrios del mercado mundial.

La inestabilidad financiera y monetaria internacional, la crisis energética, la de alimentos y la inflación, dejan caer su peso demoledor sobre nuestra economía, que había iniciado un franco descenso desde 1971 y que con excepción de los repuntes producto de los ingresos provenientes de las ventas petroleras, su evolución es sólo el resultado dialéctico del sistema capitalista dependiente de producción que vivimos.

#### 1.4 OBSTACULOS PARA LA FORMACION DE CAPITAL EN MEXICO.

Para impulsar el proceso de acumulación de capital industrial, es necesario ampliar la cantidad de recursos financieros invertibles, en manos del sector social encargado de concretar la acumulación. Para ello es necesario que el potencial de ahorro interno sea suficiente y, mejor aún, creciente de acuerdo con el grado y ritmo de nuestro desarrollo, lo que a su vez permitirá aumentar la tasa de inversión neta, tasa que como sabemos no ha tenido un comportamiento satisfactorio ni acorde a nuestras necesidades.

En efecto, según cifras contenidas en un estudio elaborado por Alonso Aguilar Monteverde, en la década comprendida entre 1960 y 1970 la tasa de inversión neta varió entre el 8% y 13% la cual, "...puede afirmarse que es baja, ya que -- los países hoy industrializados han mantenido, a menudo durante largos periodos, tasas de inversión entre 13% y 16%, que en las economías planificadas han llegado no pocas veces al 19% y 20%, por ello no es extraño que con frecuencia se reitere que las naciones subdesarrolladas difícilmente podrán aspirar a acercarse a los países de más alto ingreso, en tanto no logren poner en marcha un proceso que les permita destinar a la acumulación de capital por lo menos el 15% de su ingreso nacional anual". (8)

(8) Alonso Aguilar Monteverde y Fernando Carmona. "México: Riqueza y Miseria". Edit. Nuestro Tiempo. 5a. Edición. P. 101.

Algunas corrientes de pensamiento afirman que el bajo nivel de ingreso existente en los países subdesarrollados como México, es la causa que determina el insuficiente volumen de ahorro interno. Sin embargo, considero que si bien es in--cuestionable que en México existe un bajo nivel de ingreso, también es cierto que carece de base objetiva la afirmación precedente, pues si observamos el crecimiento del producto nacional y el desarrollo de las fuerzas productivas, nues--tra economía muestra claramente la existencia de una enorme potencialidad de ahorro interno.

Lo que sucede en realidad es que una gran cantidad de recur--sos son despilfarrados por los estratos altos de la socie--dad. Según Alonso Aguilar M. es enorme la cantidad de aho--rro potencial que se desperdicia en nuestro país, a tal gra--do que..."en un intento inicial de medición de la capacidad de ahorro en México, se estimó que tan sólo el consumo exce--sivo representó en 1963 probablemente un mínimo del 80% al 107% de la inversión bruta de ese año, o sea alrededor del doble de la inversión neta." (9)

No basta con saber que en un país como México el excedente - real es insuficiente o, que la diferencia entre el consumo - corriente y el ingreso es pequeña, sino precisar las causas de que así sea y encontrar la fórmula para aumentar y aprove

(9) Sofia Mendez Villarreal. Citada por Alonso Aguilar en México Riqueza y Miseria. Editorial Nuestro Tiempo P. 139.

char de la mejor manera posible dicha diferencia, para lo cual es requisito indispensable que analicemos el proceso de acumulación a la luz de su esencia misma, es decir, remitiéndonos al análisis marxista del papel que juega la fuerza de trabajo como creadora de plusvalía o excedente, así como su carácter antagónico frente al capital. El -- propio Marx señala... "la acumulación reproduce el régimen de capital en escala superior, crea en uno de los polos más capitalistas o capitalistas más poderosos y en el otro más depauperizados obreros asalariados... la acumulación supone por tanto, aumento del proletariado." (10)

En México dadas las condiciones dependientes de nuestra estructura, se magnifica el fenómeno descrito en el párrafo anterior, pues las naciones desfavorecidas en el intercambio desigual de mercancías, buscan compensar la pérdida de ingresos implícita en tal proceso, a través del recurso de una superexplotación del trabajo, al no poderlo hacer a -- través de un aumento de la plusvalía relativa, pues es en dichos países en donde la técnica, la capacidad organizativa y en general la productividad aumentan más lentamente.

De acuerdo con este método de análisis, se pone de relieve que el proceso de acumulación en México no ha sido sino el resultado de una masiva y creciente explotación del trabajador y..... "que la modesta tasa de formación de capi- --

tal es la consecuencia del gran despilfarro de recursos por parte de los capitalistas y en última instancia del bajo nivel de remuneración que históricamente ha soportado la población trabajadora." (11), situación que se demuestra al analizar la tendencia descendente que observa la parte, que del valor de la producción nacional y en consecuencia del propio ingreso, se destina al pago de salarios.

La no aceptación de la situación anterior por parte de los economistas burgueses los ha llevado a sostener que la estimulación del proceso de acumulación en México, sólo será posible con la participación de las inversiones directas y préstamos del extranjero que compensen y complementen el exiguo ahorro nacional.

Considero que es ilusorio pensar que la I.E.C. pueda llegar a suplir el déficit de recursos invertibles, pues tal práctica sustrae, desde luego en forma encubierta y subrepticia, más recursos de los que aporta. Más bien creo que la fuente primigenia para la formación de capital deberá proceder de la reducción de los privilegios de que goza la minoría explotadora y, de no bajar todavía más el precario nivel de consumo de las mayorías.

Por lo tanto el impulso a nuestro proceso de acumulación, no supone forzosamente la necesidad de aumentar nuestra capaci-

(11) Alonso Aguilar, Ob. Cit., P. 146.

dad de ahorro (sólo de utilizarla mejor) y, muchísimo menos de hacerlo con recursos extranjeros, pues el resultado de supeditar nuestro proceso de formación de capital a intereses extranjeros, nos lleva incluso a hipotecar nuestra soberanía nacional.

De ahí mi interés de analizar específicamente las perspectivas que ofrece la inversión extranjera en la industria embotelladora de los refrescos, ya que considero que es un ejemplo muy claro de los efectos e inconvenientes que en el fondo implica la operación de empresas extranjeras en el seno de economías nacionales.

#### 1.5 CONCENTRACION INDUSTRIAL.

El proceso de acumulación de capital no sólo implica un aumento de los medios de producción, pues al mismo tiempo que el capital crece y que por lo tanto los capitalistas se --- apropian de una mayor cantidad de medios de producción (concentración), los capitales existentes se redistribuyen (centralización).

Así pues, el capital en su lucha por expandirse, entra en diversas contradicciones tanto en el propio proceso de pro-

ducción como en el ámbito de la circulación de mercancías. En el primero la contradicción principal se establece entre capital-fuerza de trabajo, mientras que en el segundo el antagonismo surge entre capitales autónomos. Esta mecánica - de contradicciones y desequilibrios es la forma típica del crecimiento del sistema capitalista y cuyo desenlace no puede ser otro que la permanencia y crecimiento solo de aquellas empresas más fuertes que absorben o eliminan a las más débiles. Esta tendencia concentradora y centralizadora inherente al capitalismo desemboca en el surgimiento y predominio de la gran empresa monopólica en el sistema.

Según Carlos Marx, el arma por excelencia entre la competencia de capitales y motor del progreso técnico es: "el abaratamiento de las mercancías a través del desarrollo de las - fuerzas productivas". Lo anterior en virtud de que los capitalistas siempre buscarán reducir continuamente el valor unitario de sus mercancías, para así lograr una tasa de ganancia mayor a la que obtienen sus competidores o a la tasa media que impera en su rama o sector.

Para Marx, la competencia entre capitalistas también está - regida (como otros fenómenos del capitalismo) por la contradicción principal del sistema (Capital Vs Fuerza de Trabajo) razón por la que en última instancia la lucha entre capita-

listas se resume a la búsqueda individual de cada uno de ellos, por aumentar el rendimiento de la fuerza de trabajo, aumento que es posible lograr a través de tres procedimientos analizados extensamente en El Capital: 1) incremento de la jornada de trabajo. 2) incremento de la intensidad del trabajo. 3) reducción del tiempo de trabajo necesario para la reproducción del valor de la fuerza de trabajo.

Marx clasificó a los primeros procedimientos bajo la búsqueda del incremento de la plusvalía absoluta y al tercero bajo el incremento de plusvalía relativa. Ambas están íntimamente relacionadas entre sí y su obtención fundamenta la necesidad inherente al modo de producción capitalista de revolucionar continuamente las condiciones de producción, para elevar la capacidad productiva del trabajo. La productividad es... "un cambio en el proceso que acorta el tiempo socialmente necesario exigido para la producción de una mercancía, gracias a lo cual, una menor cantidad de trabajo adquiere la -- virtud de producir una mayor cantidad de valores de uso".(11)

Es importante señalar que no siempre el progreso técnico favorece a la acumulación capitalista. La sustitución de trabajo vivo por trabajo pasado implica una creciente composición orgánica del capital que al disminuir la tasa de plusvalía, termina por repercutir en la baja de la tasa de ganancia. Sin embargo también es cierto que el progreso técnico,

(11) Carlos Marx. Ob. Cit. P. 230

cuando logra abaratar los elementos que constituyen el capital constante, es una de las armas para contrarrestar esta tendencia. En efecto, como se mencionó, el desarrollo de las fuerzas productivas a veces deriva en el abaratamiento de las materias primas, en el ahorro de desperdicios, en la disminución de los costos de construcción. Todo esto permite que el mencionado incremento de capital constante sobre el variable sea mucho menor en términos de valor que en términos físicos.

El análisis del desarrollo de las fuerzas productivas es, - hilo conductor que nos permite encontrar la causa del carácter monopolístico del capitalismo actual.

La tendencia hacia el monopolio se realiza a través de dos procesos de naturaleza distinta pero complementaria: la concentración y la centralización de capital.

Los capitales individuales en el transcurso de la lucha por economizar trabajo vivo, acumulan cantidades crecientes de medios de producción y de trabajo, bajo un mismo proceso de valorización. Cada capital individual crece en dimensión - porque existe un incremento de la riqueza social. Es a este proceso que se denomina concentración.

Mientras que la concentración denota necesariamente, el - crecimiento de la riqueza social -aunque este crecimiento sea desigual individualmente- la centralización no requiere del crecimiento de la riqueza social y es, de hecho, - un proceso típico de las épocas de crisis. La centralización, es en resumen la pérdida de la capacidad de dirección y control de las fuerzas productivas y de la disposición del producto social de unos capitalistas en favor de otros.

En diversos análisis recientes sobre el oligopolio se afirma que la naturaleza de la competencia se ha transformado radicalmente de la época del capitalismo competitivo, en - donde el arma principal de la competencia era la guerra de precios, a la del capitalismo monopolista, en el cual la competencia se realiza a través de ciertas prácticas de -- mercado que son la diferenciación de productos, la diversificación, la integración vertical, etc.

Esta corriente fue desarrollada por Mason y su discípulo - Bain quienes señalaron que para conocer la esencia del comportamiento de las empresas oligopólicas era necesario analizar 3 aspectos característicos del mercado: a) el grado de concentración, b) el grado de diversificación y c) las condiciones de penetración o barreras de entrada.

El primer aspecto o grado de concentración, se refiere al número y distribución del tamaño de las empresas en un mercado, en el que mientras más grande sea una de ellas, mayor -- proporción de dicho mercado abastecerá y obtendrá una serie de ventajas que le permitirán fijar el precio por encima del competitivo y obtener ganancias extraordinarias. Las - citadas ventajas no necesariamente están relacionadas con - el desarrollo de las fuerzas productivas, sino por el con-- trario, hay quien afirma que el desarrollo de la tecnología favorece, en términos de eficiencia, a las empresas menores, pues los grandes consorcios, son ineficientes y burócraticos y sus elevadas fuentes de ganancias provienen no de sus actividades productivas, sino de sus especulaciones financieras, de prácticas depredatorias o del apoyo del Estado. -- Bain señala que básicamente, las empresas, considerando el tamaño de los mercados, buscan incrementar su volumen de -- operaciones con el fin de aprovechar las ventajas de las - economías de escala.

El segundo factor analizado por Bain denominado "La Diferenciación de Productos" se hace patente cuando en una misma rama industrial los productos no son sustituibles desde el punto de vista del consumidor, por los siguientes motivos: publicidad, cambios de estilo, investigación y desarrollo, calidad, etc. Principalmente la diferenciación de productos - se basa en las marcas, por lo que la promoción de ventas re

presenta un alto porcentaje en el costo total de las empresas involucradas en este tipo de competencia.

Por último, las barreras de entrada constituyen, según Bain, la característica más importante de la competencia oligopólica, pues... "las situaciones oligopólicas han de ser mantenidas, - no sólo creadas, por lo que debe existir una barrera de entrada que -- proteja a las pocas firmas subsistentes de la nueva competencia." (12). El concepto de impedimento de entrada es fundamental en este esquema, pues el limitar la entrada de nuevos capitales a una industria, presupone una tasa de ganancia monopólica "estable" y protegida de la competencia.

El análisis de las características del mercado oligopólico - es importante para los fines de la presente tesis, pues nos - permite conocer las causas del comportamiento oligopólico de las industrias y, más específicamente, las peculiaridades -- que muestra en este sentido el mercado de los refrescos. En efecto la industria embotelladora está caracterizada por todas las desviaciones y signos de un alto grado de concentración, pues dos marcas: "COCA-COLA" y "PEPSI-COLA", que además son extranjeras, acaparan más del 70% del inmenso mercado nacional de refrescos. El alto grado de concentración de dicho mercado permite a las empresas líderes aplicar modernas técnicas de producción, mercadeo, distribución y organización; disfrutar de considerables ahorros por la existencia

(12) Citado por Lilia Domínguez Villalobos en "Proceso de Competencia, Fuerzas Productivas y Concentración." Revista Investigación Económica -- No. 151, Vol. XXXIX. P. 22 UNAM.

de economías de escala; tener acceso fácil al financiamiento; mantener a través de la publicidad masiva gran diferenciación de productos (prácticamente inundan los medios de comunicación con propagandas de sus marcas que imponen patrones de consumo ajenos a las necesidades nutricionales); ejecutar prácticas desleales y depredatorias con otros competidores (disminución de precios, nuevas presentaciones -- con mayor contenido, innovaciones, etc.); evadir impuestos en forma escandalosa a través de la creación de empresas -- asociadas fantasmas gracias al costoso y sofisticado proceso organizativo y, por si fuera poco, recibir apoyo del estado a través de subsidios, contratos, licencias, patentes, etc.

Sin embargo, a pesar de que el mercado de los refrescos presenta todas las características de las empresas analizadas por Bain, no coincide con su tesis, pues creo que las condiciones en que operan las empresas oligopólicas son el resultado y no la causa de la gran concentración industrial, la cual en última instancia, tiene su origen en la contradic--ción principal del sistema capitalista, que lleva a los in--dustriales a tratar de abaratar contra viento y marea sus -mercancías, vía el desarrollo de las fuerzas productivas, - que inciden en la desvalorización real de la fuerza de tra--bajo y, sólo esa modificación en favor de los capitalistas hace realmente subir la tasa de ganancia.

La situación contraria supone que las barreras de entrada o la diferenciación de productos, constituyen una solución permanente para las empresas oligopólicas y que por lo tanto, la competencia no es un proceso dinámico sino estático, es decir, que una vez que tales empresas alcanzan una cierta posición en el mercado, son inamovibles y su cuota de ganancia permanente.

A mayor abundamiento, Fajnzylber en su libro las "Empresas Transnacionales" expone... "en industrias caracterizadas por una gran diferenciación de productos y donde ya está establecida una empresa transnacional, sigue verificándose la entrada de otras multinacionales, más no así de empresas nacionales. La razón de ello es que la inversión en los mercados de la región constituye un mínimo porcentaje de los recursos totales de las empresas transnacionales no siendo así para los capitales locales." (13)

En síntesis podemos decir que la posibilidad de que ciertas prácticas de mercado produzcan por sí mismas ganancias monopólicas queda como fenómeno estrictamente temporal, estando limitada su duración, por la tasa de cambio del progreso técnico y su velocidad de difusión. Así pues, la persistencia de diferenciales de tasa de ganancia entre industrias, no se debe al poder de mercado, sino por el con-

(13) Fajnzylber y T. Martínez Tarragó. "Las Empresas Transnacionales, Expresión a Nivel Mundial y Proyecciones en la Industria Mexicana", FCE 1976.

trario, a la productividad de las firmas en las industrias concentradas, es decir, a la eficiencia o en otras palabras, a su capacidad de revolucionar al proceso de producción.

### 1.6 CONCENTRACION INDUSTRIAL EN MEXICO.

Como ya comenté, la tendencia oligopólica, presente en México desde los inicios de su industrialización, toma cuerpo y expansión en la década de los sesenta y la gran empresa oligopólica se consolida como la entidad dominante en la economía nacional. En el cuadro siguiente se observa el alto grado de concentración que tuvo lugar en la industria de 1960 a 1970.

CUADRO No. 1

#### GRADO DE CONCENTRACION DEL CAPITAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL (MEXICO 1960-1970)

GRUPO DE VALOR DE LA PRODUCCION BRUTA	NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS		VALOR DE LA PRODUCCION MILLONES DE PESOS		NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS		VALOR DE LA PRODUCCION MILLONES DE PESOS	
		%		%		%		%
Total	101 212	100.0	53 308	100.0	119 963	100.0	212 404.4	100.0
Hasta 25 000	64 860	64.0	442	0.8	48 575	40.5	481.2	0.1
25 001 500 000	29 648	29.3	3 056	5.7	55 269	46.1	6 599.5	3.1
500 001 5 000 000	4 939	4.9	8 355	15.7	10 967	9.1	18 156.1	8.6
5 000 001 20 000 000	1 285	1.3	12 355	23.2	3 232	2.7	32 440.5	15.3
20 000 001 100 000 000	422	0.4	16 819	31.6	1 554	1.3	64 056.9	30.2
100 000 001 o más	58	0.1	12 280	23.0	366	0.3	90 710.2	42.7

FUENTE: Polando Cordera Campos. UPAI. Investigación Económica No. 153 Julio-Septiembre 1980.

Si observamos más detenidamente el sector industrial encontramos que cada una de las distintas ramas, está controlada por un reducido número de grandes empresas, como sucede por ejemplo en las industrias del Hierro y el Acero, Cementera, Química, Refresquera, de Alimentos Balanceados, Tractores y Camiones, Farmacéutica, Aceites y Jabones, Automotriz, Informática, etc.

También es importante apuntar que tanto en el sector industrial como en el de servicios, una gran proporción de las empresas que controlan las distintas ramas, son empresas filiales de grandes consorcios extranjeros.

Para poder tener una visión más amplia del grado de monopolización industrial en México, a continuación se presenta un cuadro comparativo de las ventas de las diez empresas -- más grandes en diversos países, elaborado por Jorge Castañeda y publicado en su libro Los Ultimos Capitalismos:

CUADRO No. 2

PROPORCION DE LAS VENTAS TOTALES DE LAS 100 EMPRESAS INDUSTRIALES MAS GRANDES CORRESPONDIENTES A LAS DIEZ PRIMERAS: - 1980

<u>P A I S</u>	<u>PROPORCION</u>
Estados Unidos.....	41.6%
Francia.....	49.3%
Japón.....	36.0%
Conjunto Comunidad Económica Europea.....	31.3%
México.....	58.5%
Argentina.....	46.9%
Brasil.....	52.8%

Castañeda señala que "el panorama que emerge a través de estos indicadores es claro, por no decir más: el grado de concentración industrial en México (y en Brasil y Argentina), medidos por ventas, no sólo es similar al de las formaciones capitalistas más avanzadas, sino que lo rebasa ampliamente." Es evidente, en México las diez más grandes empresas registran el 59.5% de las ventas totales de las 100 industrias más grandes del país. Índice que en ningún país del cuadro registra. Lo cual coloca a nuestro país en el campeonato de la monopolización industrial.

El proceso que se dió en el sector industrial es similar al que se presentó en la banca y da cuenta de que la riqueza nacional está en manos de una minoría de capitalistas nacionales y extranjeros. En el cuadro No. 3 que aparece en la hoja siguiente, se muestran las cifras que permiten comparar, el grado de concentración de los recursos crediticios en México, con otros países.

CUADRO No. 3

PROPORCION DEL TOTAL DE RECURSOS Y CAPTACION DE LOS PRIMEROS BANCOS DE ESTADOS UNIDOS, FRANCIA, BRASIL Y MEXICO CORRESPONDIENTE A LOS DOS Y CINCO PRIMEROS BANCOS: 1980

<u>P A I S</u>	<u>B A N C O S</u>	<u>RECURSOS</u>	<u>CAPTA CION</u>
ESTADOS UNIDOS	Bank America.....	32%	33%
	Citicorp.....		
	Bank America.....	52%	53%
	Citicorp.....		
	Chase Manhattan.....		
Manufacturer's Hanover..			
J.P. Morgan.....			
FRANCIA	Crédit Agricole.....	37%	39%
	Banque Nationale de Pa- ris.....		
	Crédit Agricole.....	69%	65%
	Banque Nationale de Pa- ris.....		
	Crédit Lyonnais.....		
Société Générale.....			
Financiere de Suez.....			
MEXICO	Bancomer.....	54%	54%
	Banamex.....		
	Bancomer.....	82%	81%
	Banamex.....		
	Serfin.....		
Comermex.....			
Somex.....			
BRASIL	Bradesco.....		36%
	Itau.....		
	Bradesco.....		61%
	Itau.....		
	Real.....		
Nacional.....			
Unibanco.....			

FUENTE: Cuadro elaborado con datos publicados en: "Institucional Investor, julio de 1981; Le Nouvel Economiste, noviembre de 1980 y Expansión, 19 de agosto.

En dicho cuadro, se observa que en 1980, sólo dos bancos me  
xicanos -privados en esa época- tenían en sus manos el 54%  
de la captación y de los recursos crediticios. Junto con -  
otros tres registraban el 82% de la captación total y el -  
80% de las utilidades. Al hacer un análisis comparativo --  
con los otros países también encontramos una mayor monopoli  
zación financiera en nuestra nación. Mientras que en Méxi-  
co proporcionalmente se apropian del 54% de los recursos, -  
en Estados Unidos son cinco los que se apropian casi de la  
misma proporción.

En todo el ámbito de la economía está presente el fenómeno  
de la concentración y se manifiesta en la agricultura, la -  
ganadería, el comercio, los servicios, etc. En la agricultu  
ra y la ganadería, probablemente no más de 500 familias aca  
paren gran parte de las mejores tierras de la República en  
los Edos. de Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Coahuila, Tamauli-  
pas, Jalisco y Veracruz.

En el comercio destacan las grandes tiendas de abarrotes --  
(Aurrerá, Gigante, Comercial Mexicana, SUMESA) y las tien--  
das departamentales (Liverpool, Palacio de Hierro, París Lon  
dres, Sears, Salinas y Rocha, Sanborn's, Woolworth).

La concentración sentó sus reales también en la Minería con  
trolada por cinco o seis grandes empresas extranjeras: Ana-

conda, American Smetling, American Metal, etc.) la construcción, los seguros, la publicidad, los medios de comunicación, etc. En resumen podemos decir que... "los privilegiados dueños de los medios de producción, con ingresos y capitales extraordinarios, no llegan ni siquiera al 1% de los Mexicanos." (14)

#### FACTORES QUE HAN PROPICIADO LA CONCENTRACION DE CAPITAL EN MEXICO.

Las variables, relaciones básicas y factores que propiciaron el desarrollo y fortalecimiento de las empresas oligopólicas, principalmente a partir de 1940 son en forma esquemática las siguientes:

- 1).- El factor que en primera instancia hizo posible la -- formación de grandes fortunas, es que la burguesía -- (nacional o extranjera) estuvo y está en posición de apropiarse de la mayor parte del excedente creado por los trabajadores. La combinación bajos salarios-proteccionismo fue aprovechada por los empresarios para asegurar ganancias extraordinarias que redundaron en el fortalecimiento cada vez mayor de ciertos grupos -- industriales.
- 2).- La tendencia concentradora, presente en la época del capitalismo competitivo, se acentúa en la fase monopolista, en donde la composición orgánica del capital y

(14) Alonso Aguilar M. "México: Riqueza y Miseria", Pag. 80, Ed. Nuestro Tiempo.

la productividad del trabajo crecen en forma considerable, en un ambiente de rápidos avances técnicos que desvalorizan la fuerza de trabajo.

- 3).- La inflación es una de las variables que influyen más claramente en la concentración de la riqueza, pues -- transfieren ingresos de los estratos bajos a los altos.
- 4).- Otro rasgo importante de la acumulación en México es la especulación que se dió en todos los sectores, pero principalmente en los mercados de valores, de bienes raíces y en el comercio.
- 5).- Otra importante fuente de enriquecimiento en años recientes ha sido el despojo y la explotación de grandes masas de campesinos. Una alta proporción de la tierra que convencionalmente se supone en manos de ejidatarios y pequeños propietarios, está controlada por -- grandes empresarios agrícolas que la han rentado, comprado o simplemente sustraído de un modo u otro a sus dueños. Esto es posible además, porque los capitalistas son los únicos que tienen acceso al riego, semillas mejoradas, modernas técnicas de producción, financiamiento, etc., todo lo cual hace más rentables -- sus inversiones.

- 6).- La política fiscal, favorable al capital y ligada a la corrupción administrativa, hace que el problema no sólo consista en que las tasas sean insuficientes, sino que sea posible que el sector privado evada cínicamente los impuestos y que finalmente siempre llegue a "beneficiosos" arreglos con los funcionarios del sector público.
- 7).- Los bajos salarios y la carencia de verdaderos sindicatos representan un factor importante en el proceso de apropiación de grandes excedentes en manos de los capitalistas.
- 8).- Por último, además de los factores socioeconómicos señalados en los puntos anteriores, es importante -- destacar el papel del Estado Mexicano en el proceso de concentración. En efecto, el gobierno mexicano -- contribuyó de manera sobresaliente al proceso de industrialización, adoptando políticas de incentivos -- fiscales; de proteccionismos arancelarios; de programas educativos orientados hacia la capacitación de mano de obra obrera; de subsidios y diversos tipos -- de franquicias; de aprovisionamiento de energéticos y combustibles baratos a los capitalistas, etc.

La política económica en favor de la industrialización, tuvo también expresiones evidentes en los incrementos sucesivos de gasto público en la creación de infraestructura urbana, en las bajas tarifas de los servicios proporcionados por el sector paraestatal y en los subsidios directos que el Estado llega a otorgar a actividades industriales específicas, acentuando la concentración y centralización industrial y reproduciendo el esquema de mayores necesidades de gasto público.

## C A P I T U L O   D O S

### LAS EMPRESAS TRASNACIONALES

#### 2.1 LA ERA DE LA EXPORTACION DE CAPITALES.

Alrededor del año de 1945 la gestación y desarrollo de diversos fenómenos modificaron el esquema de relaciones económicas entre los estados nacionales. Entre dichos fenómenos se encuentran: la formación de integraciones económicas regionales y el establecimiento de mecanismos multilaterales para eliminar las barreras y discriminaciones en el comercio mundial; la regulación monetaria internacional y la creación de instituciones financieras y crediticias supranacionales. -- Además en la era de la posguerra se ponen en evidencia las - diferencias que separan a las naciones ricas y a las naciones pobres; surge el debate en torno a la cuestión de la --- asistencia a las naciones subdesarrolladas y se inician los intentos por aplicar un sistema generalizado de preferencias en favor de los países en vías de desarrollo. A este conjunto de elementos, se agrega la acelerada expansión de las naciones industrializadas y el desdoblamiento trasnacional de empresas, derivado de su necesidad de realizar los gigantes excedentes en otras economías, vía inversiones directas de - capital.

Entre los factores descritos, la dilatación extraordinaria de la inversión extranjera directa, el surgimiento de la -- gran corporación trasnacional y el excesivo endeudamiento de los países en desarrollo, son quizás los que en mayor medida han afectado al sistema económico internacional.

La empresa internacional, es el instrumento más importante - de la inversión extranjera, representa a un nuevo factor de poder en las relaciones internacionales y su actividad produce una gama de efectos económicos y políticos, tanto en el país anfitrión como en el país de origen.

Desde una perspectiva histórica observamos que durante una - primera etapa, la instalación de trasnacionales al interior de los países subdesarrollados fue motivada por la búsqueda de materias primas y recursos energéticos. Ante todo se trataba de proveer a las economías industrializadas. En esta - primera etapa las E.T. controlaban la extracción y producción de muchas materias primas, (hierro, bauxita, cobre, níquel), productos agrícolas (plátano, té, tabaco, caucho natural) y energéticos.

Después, como consecuencia de la voluntad de los países po-- bres de activar su crecimiento a toda costa, los gobiernos - establecieron una serie de medidas jurídicas y fiscales que

por un lado estaban destinadas a atraer capitales para alentar la producción interna y por el otro, para restringir el libre comercio entre las naciones (es la época en que se --- adopta la política de sustitución de importaciones). Las -- grandes empresas trasnacionales, aprovechando las facilidades concedidas, se establecen básicamente en la industria de la transformación (bienes de consumo e industria alimenticia) y buscan acaparar los nuevos mercados.

La tercera fase surge al inicio de la década de los setentas, se caracteriza por una industrialización orientada a satisfacer las necesidades mundiales en vez de las necesidades locales. Así, según las características del país y las del propio proceso de producción, la trasnacional desintegra su proceso de producción, vía alta tecnología y, establece plantas de partes, refacciones o piezas, en distintos países y luego los exporta para concluir su proceso. También se especializan países en la producción de distintos productos de su línea y luego se exportan entre sí aprovechando convenios o -- acuerdos regionales.

En resumen podemos decir que el fenómeno de transnacionalización que antes afectaba la agricultura y las industrias mineras y extractivas de los países en desarrollo, hoy se encuentra extendido a todos los sectores y a todas las industrias.

## 2.2 DISTRIBUCION DEL CAPITAL POR SECTORES Y REGIONES.

La sede de las trasnacionales se encuentra principalmente en los Estados Unidos, Europa Occidental y el Japón. Según el análisis realizado por Vernon Sweezy y Magdoff, las E.T. alcanzan el número de 9,481 en todo el mundo, de las cuales el 47.8% tiene su matriz en el Mercado Común Europeo y el 27% se halla en los EEUU. Sin embargo, de las 200 multinacionales más importantes del mundo, 103 tienen su base en los -- EEUU realizando un volumen de negocios global de \$432,000 millones de dólares, en tanto que el de las 70 sociedades europeas de la misma categoría, no excedió de los 257,000 millones de dólares. El Reino Unido y Alemania son los países -- del Mercomún con mayor número de multinacionales, con 16.7% y 12.9% respectivamente.

Las 200 empresas señaladas impactan la economía nacional que les sirve de sede en forma determinante. Sus negocios en relación con los productos nacionales brutos representan en -- los Países Bajos el 60.3%; en el Reino Unido el 52.5%; en Japón el 45.8% y en los EEUU el 41%.

Considerando la prominencia de Estados Unidos como líder de los países industrializados, así como que son precisamente -- las empresas internacionales norteamericanas las que han tenido una mayor influencia en la economía de nuestro país, --

pues según datos contenidos en el estudio elaborado por Bernardo Sepúlveda en su libro "La Inversión Extranjera en México", casi el 80% de la I.E.D. provenía en 1970 de los Estados Unidos, a continuación aparece un somero análisis del comportamiento y consecuencias de la inversión extranjera estadounidense a nivel general, en América Latina y en México.

Por ramas de actividad económica, el capital foráneo estadounidense en la industria manufacturera registró la mayor expansión. En efecto, la inversión norteamericana en el exterior destinaba a este sector, en 1950, un 32% de la inversión total. Para 1968, ese porcentaje aumentó a 41%. Este cambio sectorial en la orientación de la inversión extranjera obedece a razones diversas. Una de ellas es que a la empresa internacional le resulta más barato producir sus artículos en el mercado exterior, cerca del consumidor, que hacerlo en su propio país y exportarlo, pagando el costo del flete. A --- ello se agrega el establecimiento por un buen número de gobiernos, de aranceles a la importación de bienes extranjeros, lo cual hace más conveniente la instalación de subsidiarias que produzcan localmente. La creación de integraciones económicas regionales, que acarrea la ampliación del mercado y que permite el uso de técnicas de producción y distribución a gran escala, representa también un estímulo a la empresa internacional para operar en países miembros de estas asociaciones.

La inversión sectorial de la inversión norteamericana por regiones, indica que en Europa, un 55.6% de esa inversión se concentró en la industria manufacturera. En el caso de América Latina, la participación de la inversión estadounidense en ese sector manufacturero creció, entre 1960 y 1968, a una tasa media anual de 12.8%, tasa inferior a la que se observa en Europa (13.9), pero superior a la de Canadá (7.4).

No existe, sin embargo, una correlación entre la tasa de crecimiento total de la inversión norteamericana en América Latina, que es de sólo 5.6% y el aumento que se registra en el sector manufacturero que, como ya se dijo, es de 12.8%. La razón de esta disparidad obedece al abandono gradual de los sectores extractivos en América Latina por la inversión estadounidense para dirigirse al manufacturero.

Las diferencias en el destino por sectores y en el volumen de la inversión norteamericana en América Latina, hace indispensable establecer una distinción entre grupos de países -- pertenecientes a la zona. Por una parte, está el grupo de países (Chile, Perú, Colombia y Venezuela), en donde más de la mitad de la inversión estadounidense se destina a sectores extractivos. De otro lado, se encuentra el conjunto de países en la que la participación de la inversión norteamericana en el sector manufacturero, en relación con el total de esa inversión, es superior al 60%. El grupo está compuesto

por Argentina, México y Brasil, países en donde la participación del capital estadounidense en la industria manufacturera es de 64%, 70% y 69% respectivamente. De acuerdo con los datos incluidos en el estudio de CEPAL, estos tres países, - "que reciben el 37% de la inversión estadounidense total y - el 74% de la inversión en las manufacturas en el continente, absorbe en la industria manufacturera un porcentaje mayor -- con relación al total de la inversión, que el conjunto de -- los países europeos, que los países del Mercado Común Europeo o que Canadá".

La consecuencia de esta situación es que países como Argentina, Brasil y México, entre otras razones por el tamaño de su mercado, serán considerados por la empresa transnacional, en grado creciente, como lugares propicios para el establecimiento de filiales manufactureras, dando un interés menor a la explotación de recursos naturales. Este hecho puede ser de trascendental importancia si se considera que la naturaleza de los conflictos que pueden surgir entre las empresas internacionales y los gobiernos de los países en que actúen -- son de naturaleza diferente, según se trate de sectores extractivos o de la industria manufacturera.

En el caso de México, específicamente la participación de la inversión norteamericana en el total de recursos provenientes del extranjero es, como ya se señaló, la más importante. La afirmación anterior se confirma al observar los datos --

del cuadro siguiente en el que se presentan el destino de la IED y la proporción que en ésta tiene la inversión norteamericana.

CUADRO No. 4

DESTINO DE LA IED Y PROPORCION DE ESTA  
PROPIEDAD DE NORTEAMERICANOS  
1960 y 1970  
(EN PORCIENTOS)

ACTIVIDADES ECONOMICAS	DESTINO		PROPORCION DE LA IED PROPIEDAD DE NORTEAMERICANOS.	
	1960	1970	1960	1970.
TOTAL	100	100	83	79
MINERIA	16	6	83	91
COMERCIO	18	15	86	77
INDUSTRIA MANUFACTURERA	56	74	81	79
PRODUCTOS QUIMICOS	35	30	84	73
CONSTRUCCION DE MAQUINARIA	3	5	81	82
MAQUINARIA ELECTRICA	9	10	81	77
EQUIPO DE TRANSPORTE	6	10	91	71
HULE	9	4	86	100
PRODUCTOS METALICOS	4	6	98	84
PRODUCTOS ALIMENTICIOS	7	7	86	94

FUENTE: B. Sepúlveda y A. Chumacero. La Inversión Extranjera en México. F.C.E. 1977. P. 59

De acuerdo con los datos anteriores podemos concluir que casi la totalidad de la IED invertida en México es norteamericana y está ubicada fundamentalmente en los sectores más dinámicos de la economía que son causa y efecto del desarrollo económico.

Sobre este punto es importante aclarar que si bien es cierto que para la década de los ochentas la procedencia de la IED se ha visto modificada y por tanto la participación relativa dentro de ella de la inversión norteamericana ha descendido, en parte por los desesperados esfuerzos del gobierno federal de diversificar las fuentes de inversión extranjera y en parte, por los intereses de otras transnacionales de concurrir al mercado nacional, también es cierto que la inversión estadounidense sigue ejerciendo el predominio en la economía nacional.

### 2.3 COMENTARIOS DE LA IED EN LA INDUSTRIA PROCESADORA DE ALIMENTOS.

La primera oleada de inversiones estadounidenses en la industria alimenticia se produjo a principios de siglo, cuando las compañías estadounidenses empezaron sus operaciones en América Latina. Un flujo continuo aunque pequeño de inversiones en la industria procesadora de alimentos siguió durante las cinco décadas siguientes, hasta que, a principios de los sesenta, se produjo un nuevo brote de inversiones. Desde en-

tonces, con una tendencia cada vez más acelerada, las compañías estadounidenses han ampliado sus operaciones en los sectores más redituables y dinámicos de la industria procesadora de alimentos.

La producción de dicha industria está sumamente internacionalizada, marcas como Quaker, del Monte, Nescafé y Coca-Cola son palabras comunes del ama de casa, no sólo en México sino también en Estados Unidos, Europa Occidental, Sudamérica y en muchas partes del mundo socialista. Algunos procesadores de alimentos como General Foods y Coca-Cola obtienen más del 50% de sus ganancias y cerca de la mitad de sus ingresos en sus operaciones internacionales. Las compañías consideran cada vez más que su mercado es mundial y no nacional. Como dijo el presidente de la Coca-Cola: "en vez de haber un negocio de ultramar y un negocio nacional, hay un mercado mundial."

Durante el período de 1940 a 1960, las compañías estadounidenses de alimentos, introdujeron en México sus bocadillos y -- sus alimentos listos para comer: la Quaker Oats empezó produciendo avena prensada, en tanto que la Kellogg hacía cereales para el desayuno, la Nabisco manufacturaba galletas, y del Monte enlataba alimentos. Los dos gigantes de la industria de bebidas gaseosas, la Coca-Cola y la Pepsi-Cola, concedieron licencias y franquicias a embotelladores locales y

establecieron plantas subsidiarias bajo su control directo.

En ese período, los procesadores estadounidenses de alimentos, invirtieron en México más que en ningún otro país del Tercer Mundo. Para México, el período fue de crecimiento - capitalista sostenido tanto en la industria como en la agricultura. La clase media creció rápidamente y algunos procesadores de alimentos se apresuraron a introducir sus marcas en los hogares de los nuevos grupos urbanos. Para las compañías extranjeras, México fue a la vez un terreno de pruebas y un precursor de lo que ocurriría en otros países de América Latina.

Sin embargo, el verdadero auge de inversiones de los procesadores Estadunidenses de alimentos empezó en la década de los setentas, registrándose la expansión más notable en la rama productora de alimentos listos para comerse o mejor - conocidos como "alimentos basura". La lista de alimentos - caros, muy procesados y de bajo o nulo valor nutritivo, es enorme, unos cuantos ejemplos son: Kool-Aid y pudines (General Foods), goma de mascar y dulces (Warner Lambert) imitación de queso (Kraft), botanas y refrescos (Pepsi-Cola y Coca-Cola), pan, galletas y pastelillos (Nabisco y Continental).

Entre 1960 y 1975, los procesadores estadounidenses de alimentos establecieron una infinidad de nuevas subsidiarias -

en México para manufacturar esos tipos de productos. Al mismo tiempo, muchas firmas establecidas aumentaron sus líneas de productos para incluir en ellas a los alimentos "basura".

Aunque la mayoría de esos alimentos procesados están concebidos para los mercados de las élites urbanas, algunos de ellos, como los dulces, la goma de mascar, los pastelillos, las botanas y las bebidas gaseosas se venden a los sectores más pobres de la población. En la República Mexicana consumimos anualmente más de 18 mil millones de botellas de bebidas gaseosas, aproximadamente cuatro botellas semanales por habitante, correspondiendo a Coca-Cola el liderazgo del inmenso mercado nacional, tal como veremos en el siguiente capítulo.

Para acaparar los mercados tanto de las gentes acomodadas como del pueblo, las transnacionales de alimentos utilizan la misma táctica comercial: la publicidad, a través de la cual, llegan a crear hábitos alimenticios de toda la vida que tienen efectos nocivos para la salud. Por si fuera poco, el impacto es doblemente dañino para los millones de personas con ingresos de subsistencia, ya que cada peso gastado en productos chatarra conduce además, a un mayor deterioro de su ya muy deficiente economía.

#### 2.4 PRINCIPALES RASGOS Y MOTIVACIONES DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES.

Es evidente la influencia progresiva que ejerce la IED en las economías de los países donde opera y en general en el comercio mundial. El papel que desempeña en todo esto la empresa transnacional es, gradualmente más notable y ningún país, --- cualquiera que sea su nivel de desarrollo o ideología, puede sustraerse de su acción. Por tales razones los gobiernos deben poner en práctica fórmulas que aseguren los beneficios -- que se derivan de la presencia de las empresas internaciona-- les en el seno de sus economías y que además, sean capaces de hacer coincidir su acción con los objetivos generales del desarrollo interno y del interés nacional.

Lo anterior cobra relevancia al percatarnos de la magnitud y expansión que han manifestado las empresas transnacionales en los últimos años. Si comparamos la tasa de crecimiento de -- las ventas de todas las empresas extranjeras, contra el ritmo de crecimiento del Producto Nacional Bruto de los países capi-- talistas, encontramos que las primeras han alcanzado tasas -- que varían entre el 10% y 20%, mientras que el PNB solo lo ha hecho en un 5% en promedio. Haciendo una proyección tomando como base el comportamiento hasta ahora registrado, tendremos que: "para el año de 1990, el PNB del mundo capitalista llega rá a 4 billones de dólares, de los cuales probablemente cerca

de la mitad corresponderá a las empresas transnacionales"(15). El cálculo precedente supone que todos los factores internacionales se mantendrán estáticos, lo cual no es necesariamente -- cierto, sin embargo sí dan una idea del poderío de las macro-corporaciones internacionales.

Conviene distinguir la diferencia que existe entre empresas -- transnacionales y multinacionales. Las primeras son aquellas firmas que realizan actividades productivas en diferentes países y cuyo capital es por lo general propiedad de un país industrializado. Son empresas multinacionales aquéllas en que la propiedad está distribuida entre residentes de diferentes -- países.

Por su forma de operación, la empresa transnacional es general-- mente una agrupación de filiales radicadas en diferentes paí-- ses, que se encuentran estrechamente vinculados a la casa ma-- triz por relaciones de propiedad común.

Desde el punto de vista político, la corporación transnacional no puede ser considerada multinacional, puesto que los objetivos que persigue no poseen esta característica. Es evidente -- que las políticas de una empresa internacional, están identifi-- cadas en una primera instancia con los intereses del país de --

(15) CEPAL-NAFINSA. La Política Industrial en el Desarrollo Económico de México. 1971.

origen. Además, el funcionamiento de la gran corporación -- queda sujeto a la jurisdicción y directrices del gobierno en que la casa matriz tiene su sede. Las políticas de ese gobierno pueden encontrar su manifestación a través de la empresa transnacional y sus filiales, actuando en diversos países. Sobre la cuestión, existen precedentes establecidos por el gobierno norteamericano, el cual ha impuesto restricciones en el movimiento de capitales a empresas americanas -- que operan en el exterior. También ha aplicado leyes y disposiciones que tienen un efecto extraterritorial. En estos casos, el gobierno estadounidense afecta de manera indirecta la capacidad de las filiales en el extranjero para plegarse a las políticas del gobierno anfitrión.

En cambio, desde un punto de vista jurídico, la corporación transnacional posee formalmente la condición de multinacional. Ello es así, porque las partes integrantes de la empresa internacional quedan sujetas a varias jurisdicciones nacionales, puesto que la matriz por un lado, y cada una de -- las filiales por el otro, están constituidas bajo el régimen legal del Estado en el cual operan. Cada entidad de la gran corporación es titular de derechos y obligaciones en un Estado determinado, pero no existe un derecho "global", que regule el funcionamiento de la empresa transnacional como un todo. En este sentido, no existe un sistema normativo general

que gobierne las relaciones entre las corporaciones internacionales y los gobiernos receptores del capital. Las propuestas presentadas en la tercera reunión de UNCTAD, celebrada en 1972, indican la necesidad de que la comunidad de Estados cuente con principios idóneos sobre la materia.

La importancia de la empresa internacional radica en la existencia de una estrategia corporativa global que combina, bajo un control central, consideraciones financieras, comerciales, tecnológicas, administrativas y políticas. Esta estrategia, determinada por la casa matriz de la empresa, hace que muchas de las decisiones que adopta sean extrañas o nocivas al país anfitrión.

#### Motivaciones de las Empresas Extranjeras.

Las motivaciones que llevan a una corporación transnacional a establecerse en países subdesarrollados se refieren a tres aspectos distintos que son: a) La posibilidad de disminuir costos a través de diversos factores económicos; b) La posibilidad de conquistar nuevos mercados y ampliar considerablemente sus operaciones; y c) Por las facilidades y concesiones que ofrecen los países huéspedes.

En cuanto al primer punto existen numerosos ejemplos de transnacionales que se han establecido en países subdesarrollados a causa de la ventaja derivada de bajos sueldos y ma-

no. de obra abundante. Sin embargo, sus costos no solo se -- ven beneficiados por ese aspecto, existen otros factores que también redundan en menores costos, como:

- La duración de la jornada laboral es generalmente mucho más larga en los países subdesarrollados, a manera de - ejemplo cito a René Gendarme, quien comenta en un artículo publicado en la Revista Contextos de Julio de 1983, - "algunos observadores señalan la cifra de dos mil ocho--cientas horas productivas en Corea del Sur frente a solo mil novecientas en Alemania Federal".
- La legislación laboral frena y limita la acción de los - sindicatos. Según el estudio de referencia "tal situa--ción es llevada a su límite en Singapur donde las autoridades locales garantizan a las transnacionales contra la no creación de sindicatos en sus empresas".
- El costo de la protección del medio ambiente es muy bajo. Los reglamentos cuando existen, no son muy severos y -- las autoridades locales les prestan muy poca atención dado que el deseo de industrializarse es mucho más fuerte.
- El ahorro en fletes es también importante pues al no --- existir legislación en cuanto descentralización indus---

trial o regionalización, las empresas pueden establecerse cerca de las ciudades o cerca de las fuentes de aprovisionamiento, sin importar qué tan congestionadas y contaminadas estén tales zonas.

- También entran aquí los ahorros derivados por la existencia de economías de escala, que están en función directa de sus volúmenes de operación.

La segunda motivación de las transnacionales, consiste en la búsqueda o conquista de nuevos mercados que llevan a cabo estableciendo fábricas en países donde no pueden exportar libremente sus mercancías por las políticas proteccionistas -- que generalmente aplican los gobiernos nacionales. Además -- del método anterior, las transnacionales en su lucha por penetrar en los mercados de los países subdesarrollados, adoptan una diversidad de mecanismos, cada uno de ellos, más sofisticado que el anterior y encaminados básicamente a evadir la acción de las legislaciones nacionales. Entre dichos mecanismos se encuentran:

- Crean una sucursal de comercialización para conocer mejor la demanda y las condiciones del mercado y paulatinamente la van transformando en fábrica, si eso es lo que más les conviene.

- Toman el control total o parcial de empresas nacionales. Esta práctica se lleva a cabo esencialmente en sectores donde existen empresas locales eficientes, con circuitos de distribución propios y mano de obra calificada.
  
- Celebran contratos de franquicia con empresas nacionales. Este método ha venido cobrando importancia en las actividades de comercialización y distribución de las empresas transnacionales y consiste en que el dueño de una marca - permite a otra persona física o moral, producir un artículo usando la marca en cuestión. Esta técnica es precisamente la que se practica en la industria embotelladora de refrescos.

En este punto creo conveniente comentar que la acción de las transnacionales en los países subdesarrollados han hecho que la población se acostumbre, vía publicidad principalmente, a consumir productos que no produce el país, -- que no puede producir sin la intervención extranjera o --, que no le sirven para nada, todo lo cual implica a que corremos el riesgo de que las políticas de industrialización en los países subdesarrollados se transformen del modelo de "sustitución de importaciones" al de "sustitución de hábitos de consumo".

Por lo que se refiere a la tercera motivación, podemos comentar que algunos gobiernos de países subdesarrollados, se muestran muy favorables a la instalación de sucursales o incluso de plantas de la casa matriz en territorio nacional. Tal política engendró el nacimiento de un nuevo tipo de zonas industriales: las zonas libres. El objetivo de ellas es el de -- crear enclaves que escapan al derecho común aduanal y fiscal en el interior de un territorio nacional normalmente protegido. Solamente se exige a las transnacionales el pago de los derechos aduanales cuando los productos entran en territorio nacional, lo cual es excepcional puesto que en principio, dicha producción debe ser reexportada. Sin embargo, el más importante privilegio concedido a las inversiones extranjeras -- es la entera libertad que les conceden referente al monto de la inversión o a la repatriación de los beneficios.

Así, los países pobres hacen todo lo posible por inventar nuevos incentivos, sistemas de subenciones en favor de la gran industria, concesión de créditos preferenciales, etc. La distribución de la IED, ha provocado una aguda competencia entre los países receptores, quienes con tal de atraerse para sí la inversión, son capaces de otorgar concesiones que a veces no otorgarían ni a las empresas locales.

## 2.5 MODUS OPERANDI DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES.

La forma básica de operar de las empresas transnacionales es a través de la centralización de decisiones. Todas las operaciones de las subsidiarias están controladas por la casa matriz. Las filiales, pues, deben funcionar dentro del esquema general de la gran corporación, cuyas decisiones se adoptan a la luz de objetivos extraterritoriales. La planeación estratégica a largo plazo del conglomerado, se lleva a cabo sobre una base global. Lo mismo sucede con la coordinación de la índole y dirección de su expansión y la integración logística de su producción y mercado.

Las filiales operan bajo la disciplina y el marco de acción de la casa matriz. Las decisiones que adopta la matriz incluyen la determinación del país en donde se realizará una nueva inversión; los artículos que producirá cada filial a fin de evitar duplicidades; las ventas de productos elaborados y semielaborados entre subsidiarias; la determinación del precio que se pagará por los artículos que se venden, no solo entre las filiales, sino también al menudeo y para la exportación. Asimismo, se centraliza el control de las fuentes de materia prima; la adquisición del material al mayoreo; la coordinación de técnicas de mercado y la asignación o restricción de mercados de exportación para las filiales. De la misma forma, corresponde a la matriz la dirección de los

programas de investigación y desarrollo y de la política financiera de la empresa.

Para ser efectivas, la integración y la centralización de la empresa internacional requieren de un alto grado de control sobre las subsidiarias extranjeras. Ello se logra con la -- propiedad total o cuando menos mayoritaria de las filiales. Existe una clara preferencia de las empresas multinacionales por poseer el 100% del capital de sus filiales y algunas corporaciones solo invertirán en el exterior con esa condición. Con esta política, se obtiene la supeditación y coordinación requerida por la matriz; pero también sirve a la empresa multinacional como argumento para evitar conflictos de intereses con posibles copropietarios nacionales sobre los diversos aspectos de la dirección de la empresa. Asimismo, la empresa internacional, objeta el establecimiento de inversiones conjuntas por su aversión a revelar información interna de la compañía a extraños y por su indisposición para compartir las utilidades de la inversión. Existen, desde luego, - otras formas alternas de control que no requieren la propiedad del capital de la empresa. El control de las fuentes de tecnología, o los contratos de administración. Servicios de mantenimiento de hardware o software por ejemplo, pueden hacer innecesaria la participación en las acciones de la compañía.

Para que el sistema corporativo multinacional funcione, es necesario que el personal que trabaja para la empresa internacional abandone toda actitud nacionalista y que esté consciente que en última instancia, su lealtad se deposita en los accionistas de la casa matriz. Estos intereses deben prevalecer aun cuando parezca que ello no es en beneficio del país en que opera la filial. Incluso en el caso en que un país atraviese por dificultades económicas, cuestiones tales como la transferencia de fondos, el traslado de la producción de una subsidiaria a otra o el cambio de las directrices de la exportación, han de ser resueltas -- por el personal de la empresa transnacional en función de los intereses de ésta, sin emitir juicio de valor sobre -- las consecuencias que se producen en el país. En estos casos, como en muchos otros, lo que es bueno para General -- Motors o cualquier otra empresa internacional no necesariamente es bueno para el país anfitrión, cualquiera que sea su grado de desarrollo.

En la empresa transnacional, existe una estructura jerarquizada en la que los directores de una filial están subordinados a los dictados de la casa matriz y a los accionistas de la gran corporación.

En el mismo sentido, aunque las corporaciones multina--

cionales son organizaciones económicas privadas, las decisiones básicas sobre su operación se toman en el exterior. --- Ello, aparentemente, no significa una pérdida de soberanía política. Sin embargo, la autonomía nacional, esto es, la capacidad de un Estado como colectividad para tomar las decisiones que definan su futuro económico y político corre el riesgo de quedar disminuido o cuando menos altamente influenciado.

Por lo que se refiere a las políticas generales, y en particular las políticas financieras de la empresa transnacional, éstas están específicamente diseñadas a promover los objetivos de la casa matriz y solo en forma contingente, aquellas de las filiales o del país anfitrión. Son representativos de estas políticas los diversos sistemas que usan para trasladar las utilidades de un país a otro o, también con el propósito de evadir impuestos, reducir riesgos o lograr otros fines.

En el terreno económico podemos citar algunos ejemplos que - demuestran la capacidad de manobra y la flexibilidad que posee la gran corporación para evadir las directrices o políticas económicas que dicte un gobierno, entre las que se encuentran:

- La gran empresa puede eludir una política económica restrictiva que se pretenda aplicar a un país determinado, haciendo que una subsidiaria obtenga préstamos en otro país y realizando la correspondiente transferencia de - fondos a la otra filial.
  
- Si existen limitaciones en el ingreso o egreso del capital al exterior, los pagos por regalías o las cuentas - entre las filiales pueden ser ajustadas en forma tal, - que se obtengan o transfieran los recursos financieros a la subsidiaria afectada.
  
- Si existe un régimen fiscal severo en una jurisdicción determinada, las utilidades sujetas a impuesto pueden - ser enviadas a otra jurisdicción con un sistema tributario más benévolo, mediante manipulaciones en la contabilidad de las filiales.

En resumen podemos concluir que la política económica de un gobierno, puede verse altamente influida por las operaciones de la empresa transnacional, con prácticas como:

- Alterando el nivel de expansión de una filial.
  
- Cambiando las fuentes de aprovisionamiento.

- Realizando un movimiento masivo de capital de una moneda a otra.
- Limitando el volumen de exportaciones de una filial, etc.

Ante la conducta practicada por las grandes empresas mundiales, cabría hacernos una pregunta vital para los países subdesarrollados: ¿Qué efectos concretos tiene en las economías nacionales, la aceptación irrestricta de la IED y en particular de la operación de las grandes empresas transnacionales? -- Sobre esta cuestión y a manera de resumen, podemos comentar tres o cuatro aspectos torales, cuyo comportamiento determina el buen o mal funcionamiento económico de un país, y por lo tanto, su crecimiento o estancamiento. Entre tales factores están: la situación de la balanza de pagos, el nivel del empleo, el desarrollo tecnológico y en general el proceso de industrialización.

Supuestamente los méritos de la IED son: que aporta divisas -- que permiten mejorar la balanza de pagos y generar empleo internamente; que también proporciona modernas técnicas de producción que permiten desarrollar el nivel tecnológico y, por último que favorece el desarrollo nacional integral al incidir en el incremento de la productividad global de la economía, puesto que estimula el establecimiento de industrias auxiliares y la productividad de otros recursos.

Sin embargo, estos aspectos analizados a la luz de la experiencia concreta de México, nos muestran la pobre realidad de tales afirmaciones: A largo plazo, la aportación de divisas que implica la IED, lejos de mejorar la situación de la balanza de pagos, la deteriora hasta el punto de generar crisis de pagos, como la que sufre actualmente nuestro país. - ¿Por qué? Porque para producir bajo el modelo impuesto por las transnacionales, es necesario importar materias primas, componentes, tecnología y directivos altamente remunerados, con frecuencia a precios inflados a través de las transferencias internas que efectúan las transnacionales, las cuales, además subvalúan las exportaciones resultantes, reduciendo o eliminando de esta manera los ingresos de divisas y el pago de impuestos.

Adicionalmente a lo anterior, para nadie es un secreto las -- prácticas y trucos que usan las transnacionales para encubrir la salida de utilidades, porque sería infantil creer que la - Nestlé, la Crysler o la Olivetti, no han registrado utilidades durante su operación en nuestro país, tal como pretenden hacerlo creer y, si esto no es así, ¿de dónde salen las divisas para que el saldo de la balanza de capital de la casa matriz sea siempre favorable a ella?

El resultado de la sangría comentada, es que los países como México tienen que pedir préstamos cada vez mayores para satis

facen sus necesidades de importación, que aumentan adicionalmente -en especial las de productos agrícolas- en la medida en que la producción de manufacturas para la exportación interfiere en la producción de alimentos como en México, que -- ahora hasta importamos maíz, lo cual ha originado que constantemente tengamos que reprogramar nuestras deudas a tasas de interés y en condiciones cada vez más onerosas.

Es indudable que la IED genera empleos, pero además de ser inestables debido a las altas y bajas en el mercado mundial y/o la penetración en el mercado de la propia empresa, este mismo empleo genera desocupación al interferir con la industria y la agricultura orientadas al mercado interno, y atrae a las ciudades una cantidad de mano de obra mayor a la necesaria para los empleos que crea. Este desempleo generado estructuralmente es cada día más evidente en la Ciudad de México.

El desarrollo tecnológico a través de la IED, es incierto -- también. En la medida en que la producción local, esté representada por componentes o procesos que consten de operaciones de rutina intensivas en el uso de mano de obra en una línea de ensamblaje, que no constituyen sino parte de un proceso industrial a nivel mundial (en el que otros lugares se especializan en procesos tecnológicos más avanzados y en acelerar el propio desarrollo tecnológico) el país sede y su -- fuerza de trabajo experimentan únicamente un desarrollo téc--

nológico y un adelanto en la pericia de su fuerza de trabajo muy cuestionables. Aun cuando en México se fabrican productos completos como camisas, radios o aún autos, esto solo -- lleva a incrementar nuestra integración dependiente a una división del trabajo y del desarrollo tecnológico a nivel mundial, en el que nos asignan las contribuciones menos remunerativas y más obsoletas tecnológicamente y, consecuentemente con menores ganancias.

En fin no podemos negar que a través de la IED se promueva la industrialización en México, pero lo que si es innegable es que no forzosamente es en beneficio de nuestro país. Para que así fuera, tendrían que cambiar radicalmente los criterios de selección y aceptación de la IED.

## 2.6 RESPUESTA DE LOS PAISES SUBDESARROLLADOS ANTE EL COMPORTAMIENTO DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES.

La preocupación de los países receptores en relación a los costos o beneficios potenciales de las actividades de las empresas transnacionales en el interior de sus economías, ha hecho que muchos de ellos entre los que se encuentra México, adopten medidas restrictivas hacia la IED.

En un contexto histórico, los países subdesarrollados para -

frenar el explosivo crecimiento mostrado por las transnacionales en los sectores extractivos y de materias primas y, sobre todo deseosos de proteger sus recursos naturales no renovables, respondieron promoviendo la nacionalización de las empresas extranjeras en sectores considerados estratégicos.

México fue uno de los pioneros en el renglón de las nacionalizaciones cuando en 1938 expropió la industria petrolera. Un estudio de la ONU, indica que a nivel mundial... "la proporción de las nacionalizaciones relativas a las industrias extractivas, la industria petrolera y la agricultura que en 1970 era de 45% aumentó a 62% durante el período 1970-1974. Dichas nacionalizaciones que resultaron de la decisión unilateral de los gobiernos con economías atrasadas fueron concebidas como una forma de represalia contra actuaciones de importantes compañías de materias primas". Aunque algunas veces, durante este período, estas nacionalizaciones constituyeron la conclusión de negociaciones con transnacionales, en la mayoría de los casos fueron previstas como lógica consecuencia de la descolonización.

El proceso de nacionalización efectivamente frenó temporalmente la penetración extranjera o, mejor dicho modificó los esquemas de su penetración (como ya vimos en esa época la IED se dirigió al sector manufacturero) y permitió que conociéran-

mos otra característica de la empresa transnacional, su gran capacidad de adaptación a las circunstancias cambiantes y dinámicas.

A raíz del viraje en el destino de la IED se empezaron a realizar estudios en relación a las ventajas o desventajas que representaba su participación en el sector manufacturero de los países pobres. De ahí, surgió la adopción de reglamentaciones específicas más o menos elaboradas, para controlar el ingreso y operación de la IED. En México, durante el año de 1973 entró en vigor la de la "Ley para promover la Inversión Nacional y Regular la IED", la cual voy a analizar más detalladamente en el Capítulo IV de este trabajo, aquí solo me limitaré a comentar los rasgos comunes entre las leyes, decretos, reglamentos, políticas o criterios de los países que como México se han visto obligados a adoptar medidas reguladoras.

La aplicación de tales medidas tiene como objetivo fundamental el de tener un mayor control sobre el ingreso de inversiones extranjeras, así como de su crecimiento, para de esta forma obtener mayores beneficios económicos de su operación.

Mehdi Salehizadeh, en un artículo en la revista Contextos de Julio de 1983, expone que después de haber revisado las reglamentaciones de varios países, encontró los siguientes ele

mentos comunes en la aprobación y registro de la IED:

#### APROBACION Y REGISTRO

1. Sectores..... Se dirigen mayores flujos de IED a las actividades económicas prioritarias.
2. Geografía..... Se destinan mayores cantidades de IED a los sitios geográficos deseados en un país anfitrión.
3. Propiedad..... Se obtienen mayor propiedad local sobre las inversiones extranjeras.
4. Adquisiciones..... Se reglamenta la cantidad de empresas locales que las transnacionales pueden adquirir.
5. Contenido..... Se exige un nivel determinado de insumos locales en la producción basada en IED.
6. Exportaciones..... Se exige un nivel dado de exportaciones de producción basada en IED.
7. Empleo..... Reglamenta la cantidad de empleados extranjeros en los diversos niveles de cada proyecto de IED.
8. Repatriación..... Se restringe la repatriación de ganancias y de capital de los proyectos de IED.
9. Competencia..... No deben competir ruinosamente contra Inversión local.

FUENTE: M. Salehizadeh, Los países en desarrollo y sus reglamentos para la inversión extranjera directa: análisis teórico y empírico.

Tesis doctoral, Madison, Universidad de Wisconsin, diciembre de 1980.

El mismo autor comenta "los resultados del estudio indican - que en la mayor parte de los países, sus respectivos reglamentos contienen varias políticas distintas (elementos), en donde cada factor está dirigido a una especial característica de la IED".

Ahora bien, ¿Cuál fué la reacción de la empresa transnacional a las medidas reguladoras de los gobiernos? y ¿En qué medida les restó poder y predominio sobre las economías nacionales?. Paradójicamente, las reglamentaciones aludidas no han podido o, los gobiernos no han querido, poner freno a la expansión transnacional. Mientras tanto la ET haciendo gala de una gran versatilidad, encuentra fácilmente los mecanismos - para evadir o burlar las regulaciones con los consabidos resultados en la economía de los países en desarrollo.

Para ilustrar la aseveración anterior, baste con revisar los resultados que obtienen las economías pobres en casos de naturalización de empresas extranjeras. La naturalización se lleva a cabo por distintos medios:

- Vía Bolsa de Valores
- Cláusulas de desinversión
- Contratos específicos
- Venta de una parte al Estado anfitrión, etc.

Parecería que los reglamentos benefician más a las empresas extranjeras porque aclara las posiciones de un gobierno en relación a la IED, lo que implica la disminución de los riesgos políticos de las transnacionales, garantizándoles por -- ejemplo, la reducción de las posibles nacionalizaciones o expropiaciones y/o confiscaciones.

## 2.7 EXPECTATIVAS RESPECTO A LA INVERSION EXTRANJERA EN PAISES SUBDESARROLLADOS.

La polémica en torno a los efectos de la IED en los países subdesarrollados no ha llegado a conclusiones definitivas. Los estudiosos del fenómeno, basados en datos, apreciaciones e ideologías diversas, llegan como es de suponerse a resultados y conclusiones distintas. La comparación de ventajas-desventajas, generalmente depende de apreciaciones subjetivas, debido a que las transnacionales son las únicas que tienen los elementos para llevar a cabo una evaluación objetiva, quienes como es lógico, no proporcionan a las autoridades locales o a investigadores particulares, indicadores reales de su operación. Por su parte, cada país por separado, será el único que pueda juzgar los beneficios obtenidos de la operación de transnacionales en su territorio, en función de los objetivos y prioridades nacionales y a la óptica de sus experiencias particulares.

El único tópicó en el que existe consenso general es en el conflicto de intereses que existe entre los gobiernos locales y las transnacionales. En tanto éstas últimas siempre enarbolan la bandera de "sufridas" y "arriesgadas", argumentando que las utilidades millonarias que obtienen se las -- tienen bien "ganadas" dado los enormes riesgos políticos y sociales que enfrentan, los gobiernos huéspedes manifiestan que en el mejor de los casos, las transnacionales los han -- encasillado en una nueva división internacional de trabajo que no resulta todo lo favorable que aparenta. Concretamente, la causa del conflicto creo yo, es fundamentalmente la falta de coincidencia entre los objetivos de las transnacionales con los propósitos de desarrollo de los países en general (sean o no subdesarrollados).

Así pues, existe una profunda contradicción entre países -- pobres-transnacionales porque por un lado y como sabemos, -- las grandes empresas internacionales no son precisamente -- agentes de desarrollo y por el otro, las naciones pobres no pueden planear su desarrollo sin el concurso del capital foráneo. Pero además, no solo necesitan IED sino también tecnología, know-how, conocimiento y acceso a los mercados internacionales, todo lo cual se encuentra crecientemente fuera de su alcance. Por eso, los países no desarrollados requieren de la participación de las transnacionales sin las

que posiblemente no podrían soportar un proceso de desarrollo necesariamente largo, cuyos sacrificios podrían llegar a ser intolerables y producir explosiones sociales y políticas. De ahí que cualquier enfoque realista debe tomar en cuenta las tendencias principales del sistema mundial, pues será la única forma para resolver la crisis en la que se encuentran sumergidas las economías menos industrializadas.

En particular, México no está en condiciones para cerrarse por completo a las corrientes industriales, comerciales, tecnológicas, financieras y monetarias del sistema capitalista mundial y, menos aún ahora que la magnitud de la deuda externa pone de relieve el grado de dependencia en el que se encuentra inmerso nuestro país.

Todo lo anterior pone en un primerísimo plano, las políticas y criterios que sigamos internamente para aceptar o rechazar la IED. En México debemos evaluar cuidadosamente la IED y los proyectos de cooperación internacional y no aceptarlos como un "paquete". Por lo tanto, las inversiones directas deben ser revisadas de cerca en lo que compete a los costos colaterales (insumos adicionales e inversiones sociales a largo plazo). El balance neto entre exportaciones e importaciones esperadas debe ser estimado, así como también el tipo de tecnología introducido (intensiva de trabajo o capital) y el impacto positivo o negativo sobre las estructuras y el --

desarrollo regional dentro del país. Por consiguiente, las inversiones extranjeras deben ser aceptadas sólo de manera selectiva, de acuerdo a las prioridades fijadas de antemano por un plan global de desarrollo y, en concordancia con proyectos de origen interno y también con operaciones descen--tralizadas que surjan local y regionalmente.

La estrategia selectiva respecto a las inversiones extranjeras, requiere se tenga un conocimiento profundo sobre acuerdos tecnológicos y de inversión; sobre alternativas propuestas por diferentes países industrializados; sobre los mercados nacionales y su ligazón con los mercados internaciona--les; sobre los métodos de controlar las prácticas económi--cas y políticas de las transaccionales; sobre las opciones -técnicas y de investigación, etc. Todo lo anterior nos permitirá aumentar el poder de negociación frente a las transnacionales. Desafortunadamente, esto es más factible para países grandes que para países considerados pobres como Mé--xico.

Las decisiones que se tomen en los próximos años van a de--terminar la forma que asumirá el sistema económico interna--cional, y también el futuro del desarrollo para los países del Tercer Mundo. México debe buscar el apoyo de otros --países en desarrollo con objeto de que actúen colectivamente e incrementen su poder en los asuntos internacionales,

Para que logren acuerdos más justos. En otras palabras, deben tratar de imponer, junto con la comunidad internacional, acuerdos de mercado más equitativos respecto a las materias primas y un código de conducta efectivo sobre las operaciones de las empresas transnacionales.

Por último, creo conveniente comentar la política que recientemente anunció el gobierno por todos los medios a su alcance, ... "a partir de 1983 y en adelante los criterios para -- aceptar IED, serán más flexibles". Yo preguntaría asombrada ¿más flexibles? . Cuando a finales del año pasado se autorizó a una conocida transnacional de hamburguesas (Mac Donalds) y al consorcio Pepsico concurrir al mercado nacional, a la primera permitiéndole abrir todas las sucursales que quiera de sus alimentos chatarra y a la segunda autorizándole sacar su nuevo producto dietético "Pepsi-Light" (así, en inglés).

Autorizaciones como éstas, contravienen flagrantemente no -- sólo las leyes que regulan las inversiones extranjeras y las patentes y marcas, (por aquello de los productos con nombres en inglés) sino la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que en su Artículo 28 prohíbe expresamente la operación de todas aquellas prácticas que puedan -- conducir al monopolio, prácticas que como ya comentamos son

ampliamente conocidas por las empresas en cuestión. Pepsico, por ejemplo tiene para sí, la tercera parte del mercado de refrescos y, es posible prever, un aumento importante en su participación con motivo de su último "hit" dietético. Mac Donals por su parte, acapara en su país natal una gran proporción del mercado por lo que es más que seguro que desplace a los nacionales del ramo.

No queremos más inversiones innecesarias como Mac Donals, -- Kentucky Fried Chicken, Pepsi-Light, Hertz Rent a Car, etc. que no aportan tecnología, ni integran la industria nacional, pero que sí desplazan a nacionales y concentran el ingreso y que en fin, son nocivas en todos los terrenos, incluido el de la salud pública (el propio envase de Pepsi-Light trae la leyenda donde acepta su peligrosidad]. Inversiones autorizadas bajo el parapeto de la reinversión de utilidades que finalmente termina aumentando el dominio del capital extranjero, es decir, actúa en contra de lo que deseamos suprimir: la dependencia del exterior.

En síntesis, creo que el gobierno en lugar de ser más flexible en la aceptación de la IED debería ser más restrictivo, discriminatorio y selectivo conforme a prioridades nacionales.

ampliamente conocidas por las empresas en cuestión. Pepsico, por ejemplo tiene para sí, la tercera parte del mercado de refrescos y, es posible prever, un aumento importante en su participación con motivo de su último "hit" dietético. Mac Donalds por su parte, acapara en su país natal una gran proporción del mercado por lo que es más que seguro que desplaza a los nacionales del ramo.

No queremos más inversiones innecesarias como Mac Donalds, -- Kentucky Fried Chicken, Pepsi-Light, Hertz Rent a Car, etc. que no aportan tecnología, ni integran la industria nacional, pero que sí desplazan a nacionales y concentran el ingreso y que en fin, son nocivas en todos los terrenos, incluido el de la salud pública (el propio envase de Pepsi-Light trae la leyenda donde acepta su peligrosidad]. Inversiones autorizadas bajo el parapeto de la reinversión de utilidades que finalmente termina aumentando el dominio del capital extranjero, es decir, actúa en contra de lo que deseamos suprimir: la dependencia del exterior.

En síntesis, creo que el gobierno en lugar de ser más flexible en la aceptación de la IED debería ser más restrictivo, - discriminatorio y selectivo conforme a prioridades nacionales.

Finalmente, la política selectiva en la aceptación de la IED conviene a nuestro país, porque en última instancia y por -- más que amenacen las transnacionales, la exportación de capitales es también una necesidad de los países industrializa-- dos, porque es la única forma que tienen de realizar sus gi-- gantes excedentes y de mediatizar las explosiones sociales - que ellos mismos han contribuido a generar.

## CAPITULO TRES: EL CASO DE LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE REFRESCOS

### 3.1 ANTECEDENTES.

La industria embotelladora de refrescos y aguas envasadas que con el tiempo ha venido a ser una de las ramas industriales más importantes del país, se estableció en México a finales del siglo pasado, hace casi 100 años. Su origen fue muy modesto debido a la -- falta de capital y a la dificultad en enviar los productos a centros de consumo lejanos, por lo que su mercado era sumamente restringido y su crecimiento poco dinámico. Las empresas establecidas en esa época, podrían clasificarse dentro del género de "familiares". Las embotelladoras "El Gallo" y la "Higiénica" que envasaban agua para sifones y limonadas (en botellas conocidas con el nombre de "Canicas"), fueron las pioneras de la rama.

Todas las materias primas y materiales utilizados en la elaboración de los refrescos eran de importación con excepción del azúcar. Las máquinas utilizadas operaban accionadas por pedal, lo que originaba que el producto no siempre mantuviera una calidad uniforme.

En la segunda década del presente siglo, la corcholata aparece en el mercado nacional y transforma la industria al permitir una mejor conservación del producto. En 1918 se lanzan al mercado productos que subsisten en la actualidad: Sidral Mundet, en la Ciudad de México, propiedad de Don Arturo Mundet y Sidra Pino, en Mérida, perteneciente a la familia de Pino Suárez.

A partir de 1930, se registra una marcada evolución tecnológica, aparecen las primeras máquinas automáticas y se desarrollan mejores sistemas de publicidad, comercialización y distribución. En el transcurso de esta década, las embotelladoras se multiplican -- por todo el territorio nacional hasta alcanzar la cifra record de

2,300 unidades productivas, todas con capital 100% nacional con excepción de 2 embotelladoras extranjeras: Coca-Cola y Orange Crush.

En la década comprendida entre 1940 y 1950, se inicia la producción de grandes volúmenes, se proliferan las marcas y aparecen máquinas que alcanzan a producir hasta 300 botellas por minuto. Con motivo de la enorme competencia que surge entre las diferentes marcas, el número de embotelladoras se reduce a 1,073 en dicho período.

De 1950 a 1970, se consolida la industria y se registra una profunda concentración industrial, el número de fábricas se reduce a 478 y, cada vez se hace más difícil la aparición de nuevas empresas en el mercado, al requerirse para su instalación, volúmenes crecientes de capital. Esta etapa se caracteriza por la necesidad de las empresas de abatir costos, elevar la productividad, obtener mayores volúmenes de venta, hacer más funcionales y eficientes los sistemas de producción, distribución y comercialización, etc. Ya en 1970, las máquinas de embotellado permiten llenar hasta 1,200 botellas de tamaño grande por minuto.

Para el año de 1978, el número de empresas se reduce a 289, de las cuales, 116 (40% del total) son embotelladoras de marcas extranjeras mientras que 173 (60%) son de marcas mexicanas. En 1980 la proporción se revierte, es decir, el 55% de las empresas embotellan marcas extranjeras y sólo el 45% lo hace de nacionales. Lo anterior debido a que se reduce drásticamente el número de embotelladoras de marcas nacionales de 173 a sólo 97, con lo cual el total de embotelladoras disminuye a 213, ya que el número de embotelladoras de marcas extranjeras se mantiene en 116.

De continuar esta tendencia y de acuerdo con las proyecciones realizadas, para 1985 el número de establecimientos será de 165 en total.

En la hoja siguiente se presenta gráficamente el proceso de concentración que han resentido los establecimientos industriales de la rama envasadora de refrescos de 1950 a 1980.

### 3.2 ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA ECONOMICA DE LA RAMA.

Para analizar la importancia de la rama dentro del sector industrial, tomé como base los datos contenidos en el X Censo Industrial y de Servicios elaborado por la entonces Secretaría de Industria y Comercio en el año de 1975. Lo anterior en virtud de que la Secretaría de Programación y Presupuesto no ha publicado ni siquiera las cifras preliminares del censo correspondiente a 1980. La SPP ha venido publicando una encuesta mensual que contiene en forma general los datos censales, sin embargo dicha encuesta se refiere sólo a una parte de las empresas, (aparentemente las de mayor peso relativo en cada una de las ramas industriales), por lo que una visión globalizadora con la que se puedan hacer comparaciones sólo es posible con los datos del último Censo Industrial, toda vez que los criterios para selección de las empresas encuestadas no permite hacer una generalización.

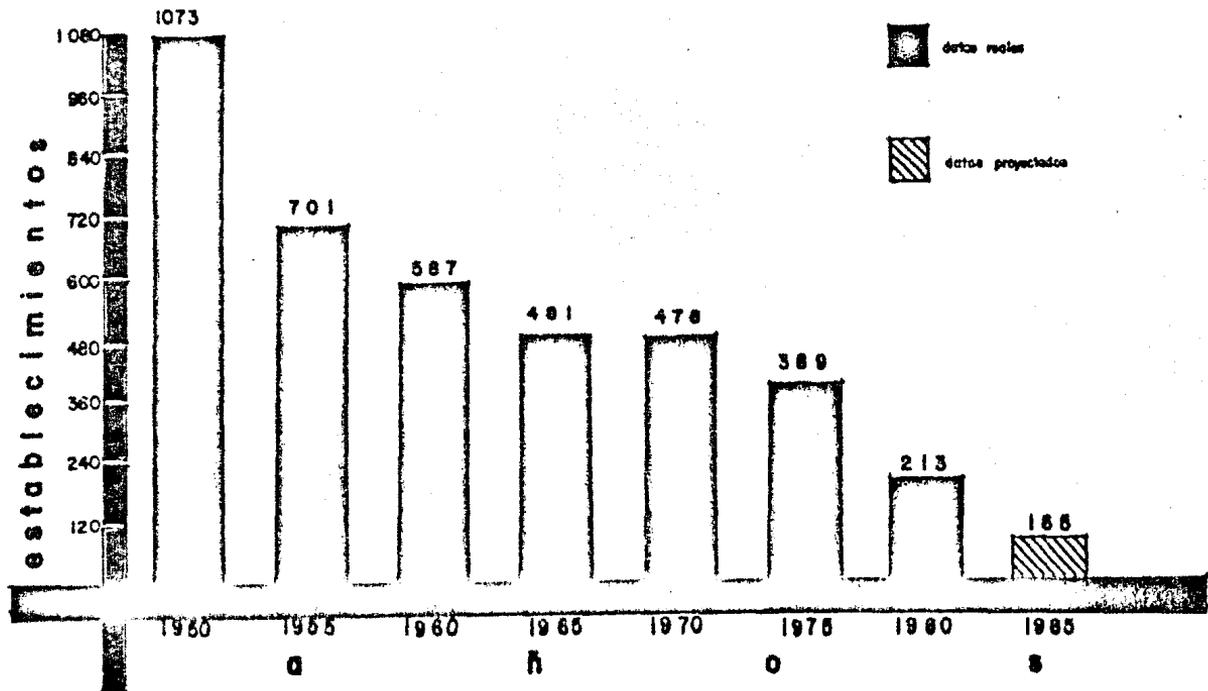
Ahora bien según el citado Censo Industrial, la industria Embotelladora se encontraba en los primeros lugares en cuanto al personal ocupado, pago de sueldos y salarios, valor de la producción -- monto de los impuestos pagados y capital invertido. En el cuadro No. 5 aparecen las series estadísticas de los principales indicadores de la Industria refresquera de 1930 a 1975. Si comparamos los citados datos con los registrados en otras ramas industriales encontramos que:

#### Personal ocupado.

El personal ocupado en la rama de bebidas embotelladas era de 47,151 personas, lo que la colocaba en el 4o. lugar dentro de la

# industria refresquera

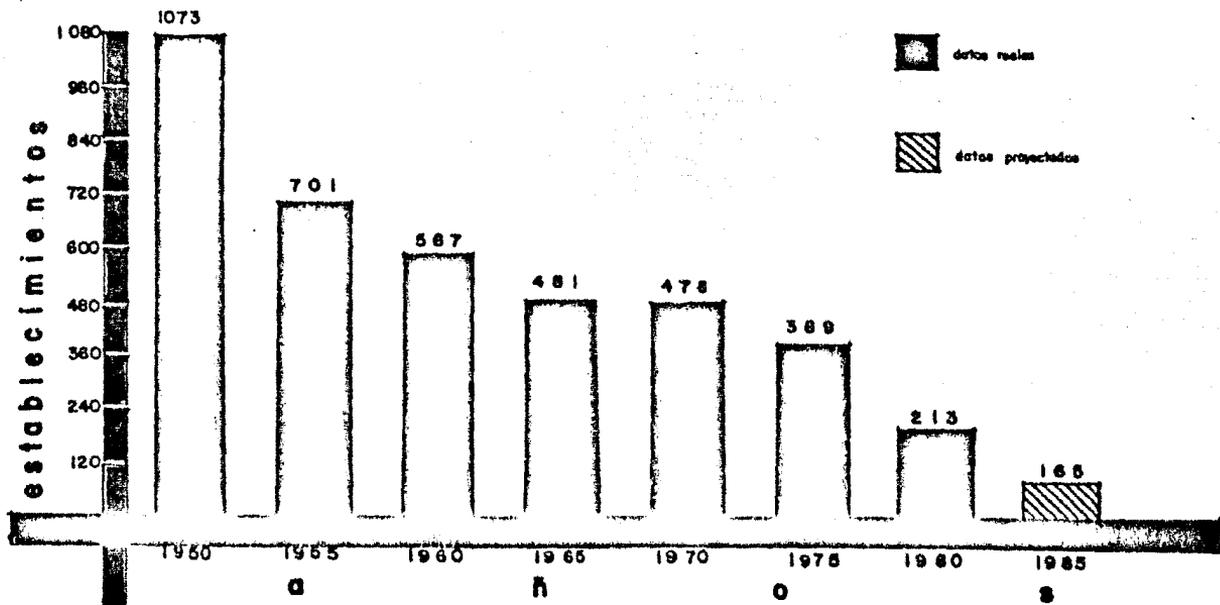
comportamiento del número de establecimientos en el país ■  
(1950 - 1985)



fueron elaborados con base en cifras del V al X censo industrial y de la asociación nacional de productores de aguas embotelladas

# industria refresquera

comportamiento del número de establecimientos en el país (1950 - 1985)



fuentes: elaborado con base en cifras del V al X censo industrial y de la asociación nat. de productores de aguas embotelladas

INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE REFRESCOS Y AGUAS ENVASADAS  
CARACTERISTICAS PRINCIPALES

	AÑO	ESTABLE-- CIMIENTOS	INVERSIONES	PERSONAL OCUPADO	SUELDOS Y JORNA LES PAGADOS	VALOR DE MATERIAS PRIMAS CONSUMIDAS	VALOR DE LOS COMBUS TIBLES, LUBRICANTES Y ENERGIA ELECTRICA CONSUMIDOS	VALOR DE LA PRODUCCION
Pesos	1930	--	3'873,402	3189	1'384,935	1'449,873	139,547	5'452,905
	1935	--	3'132,559	1059	766,042	1'009,272	121,342	3'565,923
	1940	--	7'801,821	2491	2'719,279	3'855,223	425,475	15'800,009
	1945	--	34'857,497	6621	13'546,653	27'755,667	1'822,876	88'841,983
Miles de Pesos	1950	1073	227,710	11821	68,011	123,755	25,512	327,308
	1955	701	888,151	44832	262,878	522,603	226,709	1'337,620
	1960	587	1'147,464	23940	289,052	661,685	297,054	1'618,573
	1965	481	1'460,282	31824	543,492	1'255,002	559,897	2'844,049
	1970	478	2'681,286	45447	951,713	1'651,935	--	4'797,401
	1975	389	4'282,595	47151	2'202,947	2'774,939	--	8'127,230 <sup>1/</sup>

<sup>1/</sup> Datos de la Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas y Refrescos, A.C.

FUENTE: Dirección General de Estadística, Secretaría de Industria y Comercio, del I al X Censo Industrial.

actividad económica, en cuanto a absorción de mano de obra, sólo supe-  
rada por:

<u>Industria</u>	<u>Personal Ocupado</u>
Elaboración de tortillas	56,001
Elaboración de Pan y Pasteles	51,732
Fabricación de Hilados y Tejidos	48,987

En una entrevista efectuada al Presidente de la Asociación Nacional de Embotelladores de Refrescos de Marcas Mexicanas (ANERMEX), publicada en la revista "SIEMPRE" de abril de 1978, aclara que la industria embotelladora absorbe en realidad mucho más personal, pues a la cantidad censal hay que añadirle los comisionistas que se ocupan de la distribución y que dependen económicamente de la industria embotelladora. Para dar una idea de la magnitud de mano de obra empleada en esa actividad, la misma asociación señala que en 1978 ascendían a más de 40,000 personas.

La absorción de mano de obra en la rama registró una tasa de crecimiento de 8.2% de 1955 a 1975, que si la comparamos con el crecimiento observado en el capital invertido 50% en promedio durante el mismo período, se hace evidente el desplazamiento de la inversión en favor del capital constante y en detrimento del variable.

CUADRO No. 6

COMPORTAMIENTO DE LA ABSORCION DE MANO DE OBRA EN LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA.						
AÑOS	CAPITAL INVERTIDO (MILES DE PESOS)	TASA DE CRECIMIENTO.	PERSONAL OCUPADO	TASA DE CRECIMIENTO	COSTO POR EMPLEO (PESOS)	TASA DE CRECIMIENTO
1955	888,151	-	44,832	-	19,810	-
1960	1'147,464	29.2	23,940	-46.6	47,930	141.9
1965	1'460,282	27.3	31,824	32.9	45,886	- 4.3
1970	2'681,286	83.6	45,447	42.8	58,998	28.6
1975	4'282,598	59.7	47,151	3.8	90,827	53.9
Tasa Promedio		<u>50.0</u>		<u>3.2</u>		<u>55.0</u>

FUENTE: Elaborado con base en los Centros Industriales.

En el cuadro anterior, también se observa el costo por empleo creado en la industria refresquera, tuvo un crecimiento promedio de 55%, debido a que sólo durante 1965 el número de personas ocupadas creció relativamente más que el incremento registrado en la inversión, ocasionando un decremento en el costo de creación de empleos, mientras que en el resto de los años analizados sucede lo contrario, situación que se hace más notoria en 1960 (que presenta una contracción considerable en la mano de obra ocupada) y 1975, en donde la inversión creció un 59.7% mientras que el personal ocupado sólo - 3.8%, con el consiguiente aumento en el costo por empleo.

El comportamiento observado en las dos variables analizadas (inversión y mano de obra ocupada), ha originado que en términos reales, el número de empleos creados por la industria embotelladora presente una tendencia decreciente en virtud de que en 1955 por cada millón de pesos invertido se creaban 50 nuevos empleos, en tanto que para 1975 sólo 11 empleos se crean con la misma inversión.

No obstante lo expresado en el párrafo anterior, la industria embotelladora de refrescos, se caracteriza por la utilización intensiva de mano de obra, ya que si comparamos el costo por empleo en la Industria de Transformación, que ascendió en 1975 a 350 mil pesos en promedio, con los 91 mil pesos que cuesta en la industria que nos ocupa, observamos que en esta última es bastante menor, lo que se traduce en la posibilidad de crear 11 empleos por cada millón de pesos invertidos en la industria refresquera contra 3 en el resto de la Industria de Transformación.

#### PAGO DE SUELDOS, SALARIOS Y PRESTACIONES.

En este renglón la industria también ocupó el 4o. lugar, pues durante 1975 pagó 2,202 millones de pesos, cantidad que sólo superaron los fabricantes de:

	<u>Millones de Pesos</u>
Automóviles y Camiones	3,325
Productos Farmacéuticos	2,952
Hilados y Tejidos	2,588

ANERMEX, en la entrevista citada expresó que en 1978, este concepto había ascendido a 4,500 millones de pesos.

Los sueldos y salarios mostraron un crecimiento, a precios corrientes de 75% en promedio en el período 1955-1975.

### VALOR DE LA PRODUCCION

En 1975 el valor de la producción de la industria embotelladora, - fue de 8,127 millones de pesos, ocupando el 9o. lugar en el sector industrial, después de las empresas dedicadas a:

	<u>Millones de Pesos</u>
Fabricación y Ensamble de <u>Au</u> tomóviles y Camiones.	25,703
Laminación Secundaria de <u>Hie</u> rro.	19,570
Fabricación de Productos <u>Far</u> macéuticos y Medicamentos.	12,285
Fabricación de Hilados y <u>Te</u> jidos.	12,284
Fabricación de Prendas de - Vestir.	10,719
Elaboración de Cerveza	10,516
Fabricación de Hierro	10,436
Fabricación de Aceites, Mar- garinas y otras Grasas de - Origen Vegetal.	9,715

La producción de refrescos ha tenido un comportamiento que podríamos calificar de dinámico, puesto que se registraron decrementos significativos y después incrementos de similar importancia. Los anuarios estadísticos elaborados por la Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas, A.C., (ANPAE, A.C.) contienen los datos que se indican en el Cuadro siguiente, los cuales nos muestran el comportamiento del volumen y del valor de la producción de re--frescos a precios corrientes, durante la última década.

## CUADRO No. 7

COMPORTAMIENTO DEL VOLUMEN Y VALOR DE LA  
 PRODUCCION DE LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE REFRESCOS  
 1970-1980

AÑO	MILLONES DE PESOS	TASA DE CRECIMIENTO -- ANUAL	MILLONES DE BOTELLAS	TASA DE CRECIMIENTO -- ANUAL
1970	4,405	-	10,919	-
1971	4,298	-2.43	9,382	-14.08
1972	4,633	7.79	10,436	11.23
1973	5,311	14.63	11,354	8.80
1974	7,081	33.33	11,072	-2.48
1975	8,127	14.77	12,767	15.31
1976	9,704	19.40	11,265	-11.76
1977	14,355	47.35	12,762	13.29
1978	17,197	19.79	15,065	17.95
1979	21,073	22.53	18,565	23.23
1980	42,591	2.11	18,787	1.19
Tasa promedio de:		17.92%		6.27%

FUENTE: Elaborado con base en los Anuarios Estadísticos de la ANPAE, A.C.

Como se observa, la producción resintió tres importantes reducciones durante los años de 1971, 1974 y 1976, de tal forma que el volumen alcanzado en 1970, no fue superado sino hasta 1973, registrándose un decremento de 2.5%, para el siguiente año. En 1975 la producción llegó a una cantidad record, no rebasada aún en 1977, no obstante que en este último año se observó una recuperación en la producción de refrescos, sostenida hasta 1980.

El comportamiento del valor producido por la industria embotelladora, se aprecia más objetivamente en las cifras elaboradas por Nacional Financiera, las cuales comparadas con los datos de crecimiento del PIB, a precios constantes de 1960, nos indican:

## CUADRO No. 8

ELABORACION DE BEBIDAS  
COMPARACION CON EL PRODUCTO INTERNO BRUTO  
(MILLONES DE PESOS A PRECIOS CONSTANTES DE 1960)

A Ñ O	PRODUCTO INTERNO BRUTO 1	TASA DE CRE- CIMIENTO - ANUAL	ELABORACION - - DE BEBIDAS 2	TASA DE CRE CIMIENTO -- ANUAL
1970	296 600	-	3 770	-
1971	306 800	3.43	3 394	-9.97
1972	329 200	7.26	3 788	11.60
1973	354 100	7.59	4 275	12.85
1974	375 000	5.90	4 413	3.22
1975	390 300	4.08	4 814	9.08
1976	398 600	2.12	4 489	-6.76
1977	411 600	3.26	5 007	11.53
1978	440 600	7.04	5 525	10.34
1979	476 900	8.23	6 303	14.08

TASA PROMEDIO ANUAL 4.86

TASA PROMEDIO ANUAL 5.26

FUENTE: NACIONAL FINANCIERA. LA ECONOMIA MEXICANA EN CIFRAS. 1981.

De los datos anteriores se deduce que la producción presenta en términos relativos una tendencia al alza, toda vez que en el período estudiado, tuvo un crecimiento del 6.27% mayor que el registrado en la población, observándose por lo tanto un ligero aumento en el consumo per-capita.

MONTO DE LOS IMPUESTOS PAGADOS.

Esta industria paga, además de los impuestos generales que son el de la Renta y el IVA (antes de Ingresos Mercantiles), un impuesto especial a la producción, renglón en el que está situada en el segundo lugar en cuanto al monto de la recaudación, ya que según cifras de la Dirección General de Planeación Hacendaria de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en 1977 las empresas refresqueras pagaron 4,206.2 millones de pesos (Ver Cuadro No. 9), que suma-

**INGRESOS BRUTOS DEL GOBIERNO FEDERAL POR IMPUESTOS ESPECIALES  
A LA PRODUCCION Y DEL COMERCIO ( 1971-1977 )**

(MILLONES DE PESOS)

	<u>1 9 7 1</u>	<u>1 9 7 2</u>	<u>1 9 7 3</u>	<u>1 9 7 4</u>	<u>1 9 7 5</u>	<u>1 9 7 6</u>	<u>1 9 7 7</u> <sup>p/</sup>
TOTAL DEL INGRESO BRUTO DEL GOBIERNO FEDERAL	44,655.2	54,740.2	70,134.4	96,977.2	133,357.9	167,109.5	231,807.0
=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====
I. <u>Producción y Comercio</u>	9,035.5	12,204.9 <sup>3/</sup>	12,910.0	19,756.0	31,472.7 <sup>4/</sup>	33,295.2 <sup>5/</sup>	47,880.0
a) Tabacos Labrados	1,335.3	1,482.6	2,376.5	2,864.0	3,541.2	4,293.4	5,272.0
b) Aguas Envasadas	959.7	1,108.2	1,215.1	2,313.0	2,814.2	3,064.4	4,206.2
c) Automóviles y Camiones <sup>1/</sup>	1,060.4	1,128.2	1,386.0	2,213.0	2,292.2	3,035.2	3,568.9
d) Energía Eléctrica	724.0	797.9	883.2	1,143.0	1,275.9	1,645.8	2,430.2
e) Teléfonos	495.1	589.7	698.8	1,098.0	1,979.3	2,631.3	3,686.5
f) Cerveza	899.2	1,204.3	1,406.7	1,596.0	2,030.2	2,617.6	3,605.4
g) Gasolina y otros productos del petróleo	929.8	878.3	1,056.5	3,257.0	8,862.7	9,583.4	15,129.1
h) Otros <sup>2/</sup>	2,632.0	5,015.7	3,887.2	5,272.6	8,677.0	6,424.1	9,981.7

Crecimiento promedio anual de los impuestos especiales a la producción y el comercio: 33.79%

Crecimiento promedio anual de la recaudación fiscal por concepto de aguas envasadas: 30.74%

p/ Cifras preliminares.

1/ Incluye ensamble y tenencia de uso de automóvil.

2/ Incluye alcohol, azúcar, algodón, llantas y cámaras, FFCC (10% y 2.5%), aguamiel, artículos electrónicos, alfombras, tapetes y tapices, radio y T.V., vidrio y cristal, cemento, cerillos y fósforos, vehículos con motores diesel, 15% oro y plata, benzol, xiloul, naftas y portes y pasajes.

3/ Incluye 1,339.2 millones de pesos del pago complementario de PEMEX.

4/ No incluye 1,116.6 millones de pesos, debido a que la recaudación que capta la Cuenta de la Hacienda Pública por el pago diario de PEMEX no corresponde al pago diario por el mismo concepto.

5/ No incluye 173.1 millones de pesos por concepto de multas y recargos que la Cuenta Pública Federal registra en aprovechamientos.

FUENTE: S.H. y C.P. Dirección General de Planeación Hacendaria, Dirección General de Política de Ingresos. Subdirección de Estadística de Ingresos. Cuenta de la Hacienda Pública Federal.

dos a los 3,500 millones de pesos anuales por cooperación al uso de azúcar, que si bien este último no es un impuesto sí equivale a lo mismo, la cantidad asciende a 7,706 millones de pesos, la cual sólo es rebasada por el pago efectuado por: "Gasolina y otros - Productos del Petróleo" (15,129.1 millones de pesos).

La recaudación fiscal por concepto de aguas envasadas, creció en la década analizada, a un ritmo de 30% en promedio, sin embargo el crecimiento fue más bien irregular, ya que mientras en 1974 creció un 90%, en 1976 sólo lo hizo 8%. La carga impositiva ejerció una significativa influencia en el comportamiento de la producción de refrescos, pues cada aumento o modificación de la tasa impositiva, ocasionó incrementos en los precios que a su vez incidieron en el mercado de refrescos. En el Capítulo VI se presenta el análisis de la situación impositiva por la que ha atravesado la industria refresquera, así como sus consecuencias en el mercado de los refrescos.

#### CAPITAL INVERTIDO.

Las inversiones del sector superaron en 1975 los 4 mil millones de pesos (4,282 millones), alcanzando un lugar preferente después de las diez industrias básicas del país: Fundición y Laminación de Hierro y Acero, Fabricación de Automóviles, Maquinaria y Equipo, Cemento, Productos Farmacéuticos, Celulosa y Papel, Fibras Sintéticas y Artificiales, Productos Químicos Primarios, Azúcar y Productos Residuales.

Según estimaciones de la ANERMEX, para 1978 la inversión de la industria ascendía a 5,800 millones de pesos aproximadamente, de los cuales, el 60% correspondía a empresas embotelladoras de marcas mexicanas, es decir \$3,500 millones, el resto \$2,300 millones estaba constituido por embotelladoras franquiciadas por Coca-Cola y Pepsi Cola. Sin embargo, como ya se comentó en el primer inciso de este capítulo, la participación se revirtió para 1980 al reducirse drás

ticamente el número de embotelladoras de marcas nacionales, ahora, la mayor proporción corresponde a empresas embotelladoras de marcas extranjeras.

### COMPOSICION DEL CAPITAL.

La IED en la industria es irrelevante pues hasta 1980, significaba menos del 5% del capital invertido en la rama, participación que para 1981 se redujo todavía más, hasta hacerse insignificante, debido a que el grupo Coca-Cola Co. vendió sus embotelladoras al grupo Alfa. En efecto, hasta 1980, había 19 empresas con participación extranjera en su capital, 15 de ellas pertenecían al grupo Coca-Cola, 3 al grupo Pepsi-Cola y sólo una embotelladora independiente. Para 1983, sólo quedan 3 embotelladoras con IED, las correspondientes al grupo Pepsico.

En el Anexo No. 1 se presenta el listado de las 50 empresas más importantes de la rama, en ellas se encuentran las citadas 19 empresas con IED. Asimismo en dicho Anexo se asientan diversos datos de las embotelladoras como: refrescos - que embotellan, localización, participación en el mercado, porcentaje de IED, principal socio extranjero y fecha de mexicanización de las empresas del grupo Coca-Cola. Para la selección de las 50 empresas analizadas, tomé como base -- aquéllas con ventas superiores a los 150 millones de pesos en 1980 y todas --- aquéllas que tenían IED en su capital

A continuación aparece en forma resumida el rango de IED en el que se encontraban las 19 empresas con participación extranjera y finalmente como quedó la IED en la rama, después de la venta de las empresas de Coca-Cola.

CUADRO No. 9

### INVERSION EXTRANJERA DIRECTA EN LAS EMPRESAS EMBOTELLADORAS

RANGO DE INVERSION EXTRANJERA	N° DE EMPRESAS				%	CAP. SOC. (\$ 000)	PARTICIPACION EN EL MERCADO
	1	9	8	0			
0 - 25			1		5.3	4,000	0.13
26 - 49			5		26.3	73,531	3.26
50 - 75			2		10.5	19,500	1.53
76 - 100			11		57.9	169,859	16.44
			19		100.0	266,890	21.36
		1	9	8	3		
1 - 25			1		-	4,000	0.25
26 - 49			1		-	23,250	0.30
50 - 75			-		-	-	-
76 - 100			1		-	25,000	14.25
			3		-	52,250	15.30

FUENTE: Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.

Varios comentarios se pueden hacer, al observar los datos del cuadro No. 9:

- 10.- Que el capital extranjero, cuando participa en alguna empresa, lo hace preferentemente en forma mayoritaria. Así hasta 1980 el 70% de las empresas con IED eran mayoritariamente extranjeras, para 1983, las tres empresas con capital foráneo propiedad de Pepsico, han mantenido su porcentaje de participación.
- 20.- Que no es necesario que los grupos extranjeros inviertan capital en forma directa para acaparar el mercado de refrescos. - Entre Coca-Cola y Pepsi-Cola controlan el 60% del mercado total de refrescos en el país, con una inversión directa de alrededor del 1% del capital de la rama.
- 30.- Que la penetración de las empresas extranjeras en el mercado de los refrescos se ha efectuado a través de autorizar a 113 empresas nacionales el uso de sus marcas, es decir, de las -- 116 empresas embotelladoras de Coca y Pepsi, sólo 3 (2.5%) -- son empresas con IED.
- 40.- Que la empresa más grande de la Rama Cía. Embotelladora Nacional (100% extranjera del Grupo Pepsico), abastece ella sola - el 14.25% del mercado. Ninguna empresa embotelladora de Coca Cola y mucho menos una de marcas nacionales se acerca a dicha proporción.

Es muy importante señalar que en las empresas embotelladoras analizadas, no se incluyen las grandes franquiciadoras Coca-Cola Export Company y Pepsicola Mexicana debido a que no embotellan refrescos, su giro es, entre otros, la elaboración y venta de concentrados para la industria refresquera. Ambas empresas son evidentemente 100% - extranjeras y controlan la operación de la industria refresquera, es decir, son las empresas a través de las cuales, los dos fuertes grupos extranjeros extienden su predominio sobre la industria de los refrescos en México.

### 3 OTRAS CARACTERISTICAS IMPORTANTES DE LA RAMA.

#### Diseminación en el Territorio Nacional.

Otro aspecto característico de la industria lo constituye la gran competencia que se establece entre las diferentes marcas de refrescos, motivo por el que los empresarios, buscando la manera de abatir costos, elevar la productividad, alcanzar mayores volúmenes de venta, etc., han tenido que establecer sus plantas industriales cerca de los centros de consumo, acortando la distancia entre estos y los de producción, evitando en la medida de lo posible los altos costos de transportación. En términos económicos es manifiesto el beneficio que aporta esta particularidad, pues al establecerse no solo en los grandes centros de población, sino también en pequeñas y apartadas poblaciones del país, contribuye a la descentralización industrial; crea fuentes de trabajo en lugares donde otras industrias de bienes de consumo no pensarían en ubicarse; incrementa el consumo de materiales; paga impuestos locales y municipales; estimula la actividad comercial de la zona y llega al consumidor final hasta municipios en donde no existe el agua potable.

Así, todos los estados de la República cuentan con embotelladoras, pero hay algunos que destacan por la cantidad de plantas instaladas como: Veracruz 26 plantas; Puebla 14; Tamaulipas y el Distrito Federal 12 y, Chihuahua y Guanajuato con 11 empresas cada una, en los demás estados existen de 1 a 9 embotelladoras conforme se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 10

#### NUMERO DE EMBOTELLADORAS POR ESTADO (1980)

<u>Entidad</u>	<u>No. de Empresas</u>	<u>Bajo Franquicia de</u>		<u>Marcas Nacionales</u>
		<u>Pepsi-Cola</u>	<u>Coca-Cola</u>	
Aguascalientes	6	1	1	4
Baja California Norte	9	2	2	5
Baja California Sur	1	1	-	-

<u>Entidad</u>	<u>No. de Empresas</u>	<u>Bajo Franquicia de</u>		<u>Marcas Nacionales</u>
		<u>Pepsi-Cola</u>	<u>Coca-Cola</u>	
Campeche	3	1	1	1
Chiapas	4	2	2	-
Chihuahua	11	1	6	4
Coahuila	8	1	6	1
Colima	3	1	1	1
Distrito Federal	12	1	2	9
Durango	7	2	2	3
Guanajuato	11	3	3	5
Guerrero	7	2	4	1
Hidalgo	3	-	1	2
Jalisco	8	1	2	5
México	7	1	2	4
Michoacán	9	2	3	4
Morelos	3	-	2	1
Nayarit	3	1	1	1
Nuevo León	7	2	1	4
Oaxaca	5	2	2	1
Puebla	14	1	1	12
Querétaro	4	1	2	1
Quintana Roo	-	-	-	1
San Luis Potosí	8	1	2	5
Sinaloa	8	3	3	2
Sonora	5	2	3	-
Tabasco	2	1	1	-
Tamaulipas	12	4	5	3
Veracruz	26	5	5	16
Yucatán	4	1	2	1
Zacatecas	2	1	1	-
<b>T O T A L</b>	<b>213</b>	<b>47</b>	<b>69</b>	<b>97</b>
Porcentaje	100%	22.97%	32.39%	45.54%

FUENTE: Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas, A.C.

Para analizar el comportamiento del número de establecimientos a nivel nacional, considero conveniente comparar las cifras del cuadro anterior, con los de los datos de las empresas inscritas en la Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología en 1977:

<u>Entidad</u>	<u>No. de Empresas</u>		<u>Bajo Franquicia de</u>				<u>Marcas Nacionales</u>	
	<u>Abs.</u>	<u>%</u>	<u>Pepsi-Cola</u>		<u>Coca-Cola</u>		<u>Abs.</u>	<u>%</u>
<b>T O T A L</b>	<b>289</b>	<b>100</b>	<b>46</b>	<b>15.9</b>	<b>70</b>	<b>24.2</b>	<b>173</b>	<b>59.8</b>

Destaca en primer lugar la disminución en términos absolutos y relativos de las embotelladoras de marcas nacionales. De 173 empresas quedaron únicamente 97; para 1983 es posible prever una reducción todavía mayor. Es claro el desplazamiento del mercado en favor de las empresas que operan bajo franquicia las cuales aún cuando no han aumentado en número sí han incrementado su participación en el mercado.

#### La Industria Refresquera como Promotora de otras Industrias de -- Transformación.

Otro rasgo distintivo de la Industria se refiere a la influencia que ejerce sobre las industrias que la abastecen. Generalmente su consumo representa entre un 30% y un 50% de las ventas de las ramas conexas, razón por la que tales actividades se afectan o promueven en función de la operación de la industria refresquera. -- Las ramas industriales vinculadas estrechamente con la de bebidas gaseosas son las de: azúcar, corcholatas, envases de vidrio, vehículos y sus refacciones, gas carbónico, cajas de madera y plástico, y concentrados para refrescos.

A continuación presento algunos datos que nos dan una idea de la magnitud del efecto que provoca la industria refresquera en las empresas que producen insumos para ella. En este apartado no incluyo comentarios de las empresas que fabrican concentrados para refrescos, toda vez que a ese producto no se le da tratamiento comercial de materia prima, sino que está incluido en el "paquete" de -- Transferencia de Tecnología por lo que se tratará específicamente en el capítulo correspondiente.

#### AZUCAR.

Este producto por su volumen y valor destaca entre las adquisiciones de materia prima de la industria refresquera. El consumo de la rama representaba según la Comisión Nacional de la Industria -- Azucarera, el 48% del total del azúcar destinada a uso industrial,

como se observa en el cuadro siguiente:

CUADRO No. 11

CONSUMO DE AZUCAR POR RAMAS INDUSTRIALES  
1976

Tipo de Industria	T O N E L A D A			%
	Refinada	Standard	Total	
Dulcera	119,429	67,518	186,947	18.55
Empacadora	40,490	9,024	49,514	4.91
Panificadora y Galletera	47,076	108,085	155,161	15.40
Embotelladora	486,824	196	487,020	48.32
Productos Lácteos	8,898	13,977	22,875	2.27
Productos Farmacéuti- cos	3,662	1,011	4,673	0.46
Bebidas Alcohólicas	5,604	47,239	52,843	5.24
Otras	17,184	31,646	48,830	4.84
<b>T O T A L :</b>	<b>729,167</b>	<b>278,696</b>	<b>1'007,863</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estadística Azucarera 1977, Comisión Nacional de la Industria Azucarera.

Ahora bien, el comportamiento del consumo de azúcar de la rama refresquera, se ha modificado en los últimos años, aparentemente en función del volumen producido de refrescos, así se aprecia en los siguientes datos:

CUADRO No. 12

CONSUMO DE AZUCAR DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA

T o n e l a d a s

	Consumo Nacional (a)	Consumo Industrial (b)	% Participa- ción (a/b)	Consumo de Industria Embotelladora (c)	% Participación (c/b)
1972	1'909,975	781,797	41.0	435,723	55.7
1973	2'124,673	874,033	41.1	485,594	55.5
1974	2'173,353	903,230	41.5	465,754	51.6
1975	2'434,268	1'041,468	42.7	573,064	55.0
1976	2'510,361	1'007,863	40.1	487,020	48.3

FUENTE: Elaborado con base en datos de "Estadísticas Azucareras" 1977. Comisión Nacional Azucarera.

Vemos como en los años analizados la participación del consumo refresquero dentro del consumo industrial de azúcar, permanece más o menos constante con excepción de los dos años en que se contrajo - la producción de refrescos (1974 y 1976), sin embargo es más aguda la reducción del consumo en 1976, año en el que también se contrajo el total de azúcar consumido por el sector Industrial, posiblemente motivado por la crisis resentida en la industria azucarera - que ocasionó una reducción en la producción de azúcar que hizo necesario se aumentaran los precios de esta materia prima, en especial los de la refinada, calidad de azúcar que es la que básicamente utiliza la industria. (Ver Cuadro No. 13)

De esta forma se pone de manifiesto la interrelación que existe entre la industria azucarera y la embotelladora, ya que si bien la - reducción en el volumen de producción de refrescos afectó el consumo de azúcar, fue precisamente el aumento de precios del azúcar lo que ocasionó la contracción del mercado de refrescos en 1976.

Cabe aclarar que los porcentajes anteriores los calculé exclusivamente sobre el consumo nacional total, en vez de hacerlo sobre los datos referentes a la producción, en virtud de que en estos últimos están incluidas las cantidades destinadas a la exportación.

#### CORCHOLATAS.

La industria embotelladora adquirió en 1977 más de catorce mil millones de corcholatas, lo que significa que las compras de los embotelladores, equivalen al 75% de la producción nacional de corcholatas, el resto, es decir el 25%, se destina a la industria cervecera y envasadora de jugos y néctares. La producción de corcholatas consume a su vez el 30% de la hojalata destinada a la industria productora de alimentos.

Las empresas productoras de corcholatas son: Crown Cork de México, S.A., Tapón Corona, S.A., Fábricas Monterrey, S.A. (FAMOSA), Tapón Corona de Guadalajara, S.A., Artículos Mundet para Embotelladores,

PRODUCCION Y CONSUMO NACIONAL DE AZUCAR  
(Toneladas)

AÑO	PRODUCCION	C O N S U M O				
		Total Nacional	D e s t i n o		C l a s e	
			Industrial	Doméstico	Refinada	Standard
1970	2'207,984	1'040,768	762,386	1'070,382	1'186,403	654,285
1971	2'392,850	1'774,654	712,799	1'061,855	1'033,225	691,429
1972	2'359,426	1'909,975	781,797	1'128,178	1'198,198	711,777
1973	2'592,277	2'124,673	874,033	1'250,640	1'318,022	806,651
1974	2'649,182	2'173,353	903,230	1'270,123	1'247,864	925,489
1975	2'548,297	2'434,268	1'041,468	1'392,800	1'347,943	1'086,284
1976	2'546,596	2'510,361	1'007,863	1'502,498	1'320,159	1'190,202
1977	2'541,000	2'467,000	1'097,000	1'370,000		
1978	2'049,000	2'729,000	1'267,000	1'462,000		
1979	2'801,000	2'886,000	1'463,000	1'423,000		

\* Incluye blanqueo de azúcares mascabados.

- NOTAS: 1) De 1970 a 1975 se exportaron 2,891 toneladas de azúcar.  
 2) En 1976 no hubo exportaciones.  
 3) De 1970 a 1978 no hubo importaciones.  
 4) En 1970 se importaron 5,000 toneladas de azúcar.

FUENTE: Elaborado con base en cifras de Estadísticas Azucareras 1977.  
 Comisión Nacional de la Industria Azucarera y La Economía Mexicana en Cifras. 1981. NAFINSA.

de las cuales sólo FAMOSA y MUNDET son nacionales, las otras son 100% extranjeras.

#### ENVASES DE VIDRIO.

En 1977 la producción nacional de envases fue aproximadamente de 3,037 millones de botellas, de los cuales 911 millones (30% del total), corresponden a envases para la industria refresquera; el 70% restante está dedicado a las industrias de: perfumería, medicamentos, alimenticia, etc.

El 72% de la producción nacional de envases es fabricado por empresas con capital 100% nacional, pertenecientes al grupo Monterrey.

Las principales empresas productoras son: Vidriera Monterrey, - Vidriera Los Reyes, Vidriera México, Vidriera Guadalajara, Vidriera Oriental, Fábrica Nacional de Vidrio.

#### CAMIONES.

Los embotelladores establecidos en la República Mexicana disponen de más de 20 mil vehículos para el servicio de distribución y, cada año adquiere aproximadamente 1,500 unidades nuevas para renovación de este equipo, lo que representa una considerable inversión y promoción a las empresas del ramo.

Las empresas fabricantes de camiones en el país son extranjeras: Ford, Chrysler, General Motors, Dina, International Harvester.

#### GAS CARBONICO.

El 90% de la producción nacional de gas carbónico es consumido por embotelladores de refrescos. Las principales empresas proveedoras de este insumo son: Gas Carbónico de México, S.A., - -

CO<sub>2</sub> de México, S.A., ambas extranjeras.

#### CAJAS DE MADERA Y PLASTICO.

Más del 70% de la producción nacional de cajas es consumido por la industria refresquera. Este producto está fabricado por un sinnúmero de empresas nacionales pertenecientes a la rama industrial fabricante de Envases y Empaques.

La industria embotelladora de refrescos compra todas sus materias primas y materiales en el país, por lo que tiene una integración nacional de 100%, sin embargo, como se observa en los datos precedentes, la mayoría de sus insumos, los producen empresas con capital extranjero, lo que implica que los efectos multiplicadores, benefician en última instancia a extranjeros.

#### La Industria Refresquera como Generadora de Actividad Comercial.

Además de incidir en el desarrollo de otras industrias de transformación, la industria refresquera interviene en forma importante en la actividad comercial. Los refrescos llegan al público con sumidor a través de todos o casi todos los comerciantes detallistas establecidos en el territorio nacional. El beneficio para el comerciante detallista es importante toda vez que el refresco es uno de los productos que les proporciona mayores ingresos porque el margen de comercio con que operan (10% en promedio), es superior al de otros artículos alimenticios de consumo generalizado, sin contar que muchos comerciantes en pequeño no declaran IVA, haciéndose por lo tanto un margen cercano al 25% sobre el precio al público. Adicionalmente, los refrescos requieren para su venta una mínima inversión y son productos con una rotación de inventarios muy veloz, todo lo cual redundo en beneficio para el comerciante.

De acuerdo con los precios oficiales autorizados por la Dirección General de Precios de la Secretaría de Comercio y Fomento Indus-

trial, en el mes de marzo de 1983, el margen de comercio de los re-  
frescos es el siguiente:

	T a m a ñ o s		
	Chico	Mediano	Grande
Precio al Público con IVA	\$ 6.50	\$ 7.50	\$ 15.00
Precio al Público sin IVA	5.65	6.52	13.04
Margen de Comercio	0.61	0.69	1.39
Costo del Detallista	5.04	5.83	11.65

### 3.4 ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFRESCOS.

#### Análisis de la Oferta Nacional.

La localización de las plantas embotelladoras depende básicamente de la competencia que se establece entre las distintas marcas. - Adicionalmente existen otros factores que influyen en la ubica- - ción de las empresas como son: lograr costos de producción más - bajos, aprovechar las vías de comunicación y estar cerca de los - centros de consumo. La distribución del producto se realiza a -- través de bodegas y en transportes especiales que generalmente -- son propiedad de la embotelladora, debido a que el envase por su fragilidad requiere de cierto cuidado en su manejo.

Una embotelladora puede abastecer un radio aproximado de 50 kiló- metros sin tener que modificar los precios oficiales, más allá de esta distancia tendría que aplicar un sobreprecio por el alto cos- to del transporte, con lo cual automáticamente el refresco esta- - ría fuera de competencia en el mercado.

El radio de acción de las empresas que operan bajo franquicia es - tá determinado por la franquiciadora, es decir, esta última esta- - blece la zona de influencia de cada embotelladora de tal manera que no se interfieran entre sí empresas afines, con ello se logra un mejor aprovechamiento del mercado. El área autorizada por la

franquiciadora, generalmente sigue los límites regionales naturales, por lo que casi siempre hay una embotelladora por marca en cada estado, sin embargo este número se modifica en función de la extensión territorial, la competencia y el nivel de precios establecido en cada entidad.

Las embotelladoras de agua mineral se exceptúan de los conceptos anteriores, ya que el factor determinante para su localización es la existencia de manantiales de aguas minerales, siendo éste el caso de las embotelladoras existentes en el Estado de Puebla, las cuales desde ese punto, distribuyen su producto a todo el país.

#### Principales Empresas.

A efecto de conocer el funcionamiento y la composición de las empresas de la rama, elaboré una muestra con las principales plantas embotelladoras. Las 50 empresas seleccionadas representan el 23.5% del total de establecimientos y abastecen el 68.7% del mercado de refrescos. El resto de las plantas (163) tienen una participación en el mercado poco significativa, menor al 1%, por lo que no las consideré como representativas.

Las 5 embotelladoras más importantes se localizan en: dos en el Distrito Federal, una en Puebla, una en Nuevo León y una en Jalisco, cubriendo entre las cinco el 30.94% del mercado de refrescos. Corresponde el primer lugar en importancia a la empresa "Cía. Embotelladora Nacional" (con capital 100% extranjero propiedad de Pepsico) que abastece el 14.25% del mercado nacional. En segundo se encuentra la empresa embotelladora Herdomo, S.A. que opera bajo franquicia de Pepsi. En tercero, cuarto y quinto lugares se encuentran 3 empresas que operan bajo franquicia de Coca-Cola, estas últimas 4 empresas tienen capital 100% nacional. Es importante destacar que dentro de las empresas más importantes no se encuentran embotelladoras de marcas nacionales. (Ver Anexo #1).

Del total de empresas de la rama, sólo 3 tienen Inversión Extranjera Directa y son propiedad de PEPSICO. Estas empresas participan con el 15.3% del mercado y embotellan las marcas extranjeras de su propiedad (Pepsi-Cola y Mirinda). Sin embargo, al considerar que otras 113 empresas embotellan marcas extranjeras, aún cuando son - 100% de capital nacional, vemos que el mercado en realidad se define por las marcas, independientemente de la empresa que las embotelle. En el cuadro siguiente se observa la participación de cada tipo de marca en el mercado nacional.

CUADRO No. 14

VENTAS POR MARCA  
(Porcentaje del Mercado)  
1980

<u>Marcas Extranjeras</u>	<u>Participación Porcentual en el mercado nacional.</u>
Colas	62.44
Sabores <sup>1/</sup>	<u>10.51</u>
Subtotal:	72.95
<u>Marcas Nacionales</u>	
Colas	0.28
Sabores <sup>1/</sup>	<u>26.77</u>
Subtotal:	27.05
T O T A L :	100.00

<sup>1/</sup> Incluye aguas minerales.

FUENTE: ANPAE, A.C.

En el cuadro anterior se observa el predominio de las marcas extranjeras, de tal manera que aunque la mayoría de las empresas son de capital 100% nacional e incluyen cláusula de exclusión de extranjeros en su acta constitutiva, el mercado está acaparado básicamente por las empresas franquiciadas de Coca-Cola y Pepsi-Cola.

Composición del Mercado de Refrescos.

Ahora bien, atendiendo a los diferentes sabores en que se fabrican, el mercado de refrescos se ha dividido en 3 grandes grupos que son el de Colas, el de Sabores y el de Aguas. El sabor que predomina es el de Cola, tal como se observa a continuación.

CUADRO No. 15

COMPOSICION DEL MERCADO DE REFRESCOS  
(1980)

<u>Tipo de Refrescos.</u>	<u>Producción (Miles de Pesos)</u>	<u>Porcentaje de Participación</u>
Colas	29'947,463	62.72
Sabores	15'667,782	32.82
Aguas	2'131,263	4.46
<b>T O T A L:</b>	<b>47'746,508</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: ANPAE, A.C.

Los sabores denominados "Colas", son elaborados con "emulsiones de aceites esenciales" cuya fórmula es considerada secreta. Las marcas de Colas que existen en el mercado nacional, son:

CUADRO No. 16

MERCADO DE COLAS  
(1980)

<u>M a r c a s</u>	<u>Producción (Miles de Pesos)</u>	<u>Porcentaje de Participación en el Mercado</u>	
		<u>Total</u>	<u>Colas</u>
<u>Extranjeras</u>			
1. Coca-Cola	15'208,603	31.85	50.79
2. Pepsi-Cola	14'606,226	30.59	48.77
Subtotal	29'814,829	62.44	99.56

<u>M a r c a s</u>	<u>Producción</u> <u>(Miles de Pesos)</u>	<u>Porcentaje</u> <u>de Participación</u> <u>en el Mercado</u>	
		<u>Total</u>	<u>Colas</u>
<u>Nacionales</u>			
3. Guajardo doble Cola	63,628	0.13	0.21
4. Arci-Cola	55,916	0.12	0.19
5. Royal Crown Cola	13,014	0.03	0.04
6. Otras	76	0.00	0.00
Subtotal	132,634	0.28	0.44
Total	29'947,463	62.72	100.00

FUENTE: ANPAE, A.C.

El mercado de colas representó en 1977, el 57.37% del mercado total de refrescos, para 1980 subió su participación a 62.44%, lo cual implica que la tendencia concentradora observada en la industria refresquera sigue su marcha en detrimento de las marcas nacionales. - Otro aspecto muy importante que considero conveniente comentar es - el comportamiento registrado en la producción de las dos empresas - fabricantes de refrescos de Cola, toda vez que el mercado ha resentido un fuerte desplazamiento en favor del grupo PEPSICO. En 1977 la participación de Coca era de 68.79% contra 30.36% de Pepsi, para 1980 la proporción es de 31.85% para la primera contra 30.59%; mientras una decreció casi la mitad, la otra aumentó en la misma proporción, lo cual pone en evidencia las prácticas más agresivas del grupo PEPSICO.

Las marcas mexicanas participan con menos del 1% en conjunto. El - único intento por competir en el mercado de Colas fue llevado a cabo por un grupo de embotelladores de marcas nacionales, quienes en 1978 lanzaron al mercado el refresco Fiesta Cola, el cual quebró es trepitosamente al no poder competir con Pepsi y Coca.

La participación de las principales marcas en el mercado de Sabores es:

CUADRO No. 17

MERCADO DE SABORES

(Principales Marcas)

(1980)

<u>M a r c a s</u>	<u>Producción</u> (Miles de Pesos)	<u>Porcentaje</u> <u>de Participación</u> <u>en el Mercado</u>	
		<u>Total</u>	<u>Sabores</u>
1. Fanta	1'729,857	3.62	11.04
2. Mundet Sidral	1'066,241	2.23	6.81
3. Seven-Up	1'032,317	2.16	6.59
4. Jarritos	885,477	1.85	5.65
5. Guajardo Barril			
Dr. Brown	876,074	1.83	5.59
6. Squirt	829,471	1.74	5.29
7. Joya Sab.	764,433	1.60	4.88
8. Mirinda Sab.	757,624	1.59	4.84
9. Orange Crush	595,737	1.25	3.80
10. Titán	517,796	1.08	3.30
11. Sol Manzanita	504,091	1.06	3.22
12. Peñafiel Sab.	440,898	0.92	2.81
13. Vita Sab.	339,974	0.71	2.17
14. Aga Sidral	285,602	0.60	1.82
15. Chaparritas	276,194	0.58	1.76
16. Mundet Orange	246,501	0.52	1.57
17. Squeeze	246,096	0.52	1.57
18. Premio	209,441	0.44	1.34
19. Señorial Sangría	200,197	0.42	1.28
20. Barril O'Key	184,786	0.39	1.18
21. Balseca Sab.	161,753	0.34	1.03
22. Toluqueña Manzana	150,153	0.31	0.96
23. Sanría Casera	137,389	0.30	0.88
24. Tehuacán sabor	137,285	0.30	0.88
25. Elite	136,990	0.30	0.88
26. Cristal	136,230	0.29	0.87
27. Querétaro Victoria	127,732	0.27	0.82
28. Pop	120,629	0.25	0.77
29. Aga Caballos	107,189	0.22	0.68
30. Sprite	74,418	0.16	0.48
31. Mission	71,684	0.15	0.46
32. Otras <u>1/</u>	<u>2'317,523</u>	<u>4.85</u>	<u>14.79</u>
T O T A L: 15'667,782		32.82	100.00

FUENTE: ANPAE, A.C.

1/ Incluye 135 marcas de sabores nacionales.

Como puede observarse en el mercado de sabores, el primer lugar lo ocupa la marca Fanta, propiedad de Coca-Cola, situación que evidencia la penetración de esta empresa en el mercado; en segundo lugar se encuentra Sidral Mundet, marca nacional, seguida de otra marca extranjera. Aún cuando en términos generales el mercado de sabores es abastecido por marcas nacionales, también en este mercado se observa la penetración y mayor dinamismo de las marcas extranjeras - (Fanta y Mirinda).

El mercado de Aguas Minerales, se compone de la siguiente forma:

CUADRO No. 18

M a r c a s	Producción (Miles de Pesos)	Porcentaje de Participación en el Mercado	
		Total	Aguas
1. Garci Crespo Agua Gasificada	573,601	1.20	26.91
2. Peñafiel Agua Gasificada	507,992	1.06	23.84
3. Joya	277,924	0.58	13.04
4. Tehuacán Azul Agua Mineral	211,690	0.44	9.93
5. San Lorenzo	85,480	0.18	4.01
6. Balseca Agua	82,556	0.17	3.87
7. Riego	59,709	0.13	2.80
8. Cristal Agua	54,294	0.11	2.55
9. Vita Agua	50,439	0.11	2.37
10. Lourdes	50,030	0.10	2.35
11. Canada Dry <sup>1/</sup>	46,145	0.10	2.17
12. Coyame	24,818	0.05	1.16
13. RCR Agua	23,893	0.05	1.12
14. Yoli Agua	20,958	0.04	0.98
15. Otras	61,734	0.13	2.90
T O T A L:	2'131,263	4.46	100.00

El mercado de aguas minerales y gasificadas representa el 4.46% del total nacional y se encuentra en manos de empresas mexicanas, sin embargo empieza a notarse la penetración de Coca-Cola y Pepsi-Cola en este mercado, pues las empresas que operan bajo franquicia de -

<sup>1/</sup> Las empresas que la embotellan operan bajo franquicia de Coca-Cola, Canada Dry Bottling y Pepsi-Cola.

estas marcas, están empezando a producir agua mineral con marcas como "Vita", "Cristal" y "Canada Dry".

### Principales Marcas.

Los productos de la industria refresquera se fabrican en una gran variedad de marcas tanto nacionales como extranjeras. Actualmente existen en el país aproximadamente 180 signos marcarios de refrescos. Las más importantes en cuanto a su participación en el mercado son las siguientes:

CUADRO No. 19

**PARTICIPACION PORCENTUAL Y NACIONALIDAD DE LAS PRINCIPALES  
MARCAS EN EL MERCADO NACIONAL  
(1980)**

<u>Producto</u>	<u>Nacionalidad</u>	<u>Participación Porcentual en el Mercado</u>
1. Coca-Cola	Estadounidense	31.85
2. Pepsi-Cola	Estadounidense	30.59
3. Fanta Sabores	Estadounidense	3.62
4. Seven-Up	Estadounidense	2.23
5. Mundet Sidral	Mexicana	2.16
6. Jarritos	Mexicana	1.85
7. Guajardo Barril Dr. Brown	Mexicana	1.83
8. Squirt	Estadounidense	1.74
9. Joya Sabores*	Mexicana	1.60
10. Mirinda	Estadounidense	1.59
11. Orange Crush	Estadounidense	1.25
12. Garcí Crespo Agua Gasificada	Mexicana	1.20
13. Titán	Mexicana	1.08
14. Peñafil Agua Gasificada	Mexicana	1.06
15. Sol Manzanita	Mexicana	1.06
16. Peñafiel Sabores	Mexicana	0.92
17. Vita Sabores*	Mexicana	0.71
18. Aga Sidral	Mexicana	0.60
19. Chaparritas	Mexicana	0.58
20. Mundet Orange	Mexicana	0.52
21. Squeeze*	Mexicana	0.52
22. Tehuacán. Azul Agua Mineral	Mexicana	0.44
23. Premio*	Mexicana	0.44
24. Barril O'Key*	Mexicana	0.39

<u>P r o d u c t o</u>	<u>Nacionalidad</u>	<u>Participación Porcentual en el Mercado</u>
25. Balseca Sabores	Mexicana	0.34
26. Toluqueña Manzana	Mexicana	0.31
27. Elite*	Mexicana	0.30
28. Cristal Sabores*	Mexicana	0.29
29. De Antaño Sangría	Mexicana	0.29
30. Querétaro Victoria*	Mexicana	0.27
31. Pop*	Mexicana	0.25
32. Aga Caballos	Mexicana	0.22
33. Joya Agua Mineral*	Mexicana	0.18
34. Sprite*	Mexicana	0.16
35. Misión	Mexicana	0.15
	Subtotal:	90.85
Otras Marcas <u>1/</u>		<u>9.15</u>
	T O T A L :	100.00

FUENTE: ANPAE, A.C.

Las 35 marcas consideradas en el cuadro anterior, son el 19% del total de marcas (180) y participan con el 91% del mercado, siendo las principales Coca-Cola que participa con el 31.85% y Pepsi-Cola con el 30.59%.

Las 4 principales marcas del mercado, son: Coca-Cola, Fanta (ambas del mismo grupo), Pepsi-Cola y Seven-Up, lo que indica un desplazamiento de las marcas nacionales, puesto que Mundet, Jarritos y Guajardo, ubicadas en el 5°, 6° y 7° lugar, respectivamente, sólo participan con el 2.0% en promedio. Por otra parte otras 10 de las 34 principales marcas, son elaboradas por plantas embotelladoras que están bajo franquicia de Coca-Cola o Pepsi-Cola.

Las marcas extranjeras que son sólo 7, abastecen el 72.87% del mercado, lo que implica que no obstante que la mayoría de las marcas son mexicanas. su participación en el mercado es mínima, este fenómeno es atribuible al despliegue publicitario y de penetración en el mercado seguido por las marcas extranjeras, principalmente de -

\* Marcas embotelladas por empresas que operan bajo franquicia de Coca-Cola y Pepsi-Cola.

1/ Incluye marcas nacionales.

Coca-Cola, Fanta, Pepsi-Cola y Mirinda, las cuales se conservan en los primeros lugares de venta en cada una de las entidades de la República según se muestra en el Cuadro No. 20 .

Coca-Cola ocupa el primer lugar de ventas en 27 entidades federativas, sobresaliendo su participación en los Estados de Morelos, Hidalgo, Coahuila, Chihuahua y Querétaro, donde prácticamente ejerce posiciones monopólicas pues cubre entre el 75 y el 95% del mercado de dichos lugares; le siguen Pepsi-Cola, primer lugar en 2 Estados y Vita en 1.

El segundo lugar está dominado por Pepsi-Cola, en 22 Estados, Fanta en 3, Coca-Cola en 2 y Elite, Peñafiel y Querétaro Victoria en uno de cada uno. Es de hacerse notar que Peñafiel Agua Gasificada, a pesar de distribuirse en toda la República a partir del Estado de Puebla, únicamente ocupa el segundo lugar en ventas, en esa entidad. Las otras dos marcas que ocupan el 2o. lugar en su entidad (Querétaro Victoria y Elite) aún cuando son marcas mexicanas, son embotelladas por empresas franquiciadas de Coca-Cola.

En el tercer lugar de ventas por Estado se encuentran 15 marcas, siendo las principales Fanta y Seven-Up (ambas extranjeras), le siguen: Titán, Barrilitos, Vita, Jarritos, Mirinda, Barril O'Key, Sidral Mundet, Premio, Manzana, Charritos, Pepsi-Cola y Squeeze.

En las entidades en las que concurren al mercado mayor número de marcas, como es el caso del Distrito Federal, Puebla y Veracruz, se nota que la parte del mercado, en manos de Coca-Cola y Pepsi-Cola es menor en relación con la proporción que absorben en otros lugares. Sin embargo, la diferencia entre estos y la marca que ocupa el 3er. lugar es notable, pues por ejemplo en el Distrito Federal, la marca Mundet sólo participa con el 8%.

En Puebla, la producción de las marcas que ocupan los 3 primeros lugares, está más o menos nivelada, en virtud de que toda la producción de Peñafiel se contabiliza en ese Estado. Por el contrario, en donde existe el menor número de marcas, la participación -

PRINCIPALES MARCAS POR ENTIDAD FEDERATIVA Y SU PARTICIPACION EN EL MERCADO

<u>ENTIDAD</u>	<u>Nº DE MARCAS</u>	<u>1er. LUGAR DE VENTAS</u>	<u>% PART. EN EL MERCADO LOCAL</u>	<u>2º LUGAR DE VENTAS</u>	<u>% PART. EN EL MERCADO LOCAL</u>	<u>3er. LUGAR DE VENTAS</u>	<u>% PART. EN EL MERCADO LOCAL</u>
Agascalientes	18	Coca - Cola	44	Pepsi - Cola	21	Jarritos	9
Baja Cfa. Norte	29	Coca - Cola	33	Pepsi - Cola	25	Seven - Up	12
Baja Cfa. Sur	2	Vita - Sabores	51	Pepsi - Cola	49		
Campeche	10	Coca - Cola	34	Pepsi - Cola	24	Mirinda	14
Chiapas	9	Coca - Cola	33	Pepsi - Cola	27	Fanta	19
Chihuahua	25	Coca - Cola	61	Elite	8	Fanta	8
Coahuila	16	Coca - Cola	70	Fanta	9	Barril O Key	8
Colima	9	Coca - Cola	48	Pepsi - Cola	26	Fanta	11
Distrito Federal	36	Coca - Cola	26	Pepsi - Cola	25	Mundet Sidral	8
Durango	22	Coca - Cola	58	Pepsi - Cola	8	Seven - Up	6
Guanajuato	23	Coca - Cola	44	Pepsi - Cola	19	Premio	8
Guerrero	19	Coca - Cola	43	Pepsi - Cola	21	Fanta	7
Hidalgo	10	Coca - Cola	59	Fanta	21	Manzana	7
Jalisco	19	Coca - Cola	47	Pepsi - Cola	30	Seven - Up	22
México	22	Coca - Cola	47	Pepsi - Cola	17	Titán	9
Michoacán	22	Coca - Cola	38	Pepsi - Cola	25	Fanta	8
Morelos	6	Coca - Cola	84	Fanta	9	Charritos	2
Nayarit	9	Coca - Cola	60	Pepsi - Cola	17	Seven - Up	9
Nuevo León	23	Coca - Cola	62	Pepsi - Cola	9	Guajardo Barril	8
						Dr. Brown	
Oaxaca	12	Pepsi - Cola	30	Coca - Cola	27	Fanta	12
Puebla	43	Coca - Cola	14	Peñafiel Agua Gasificada	13	Pepsi - Cola	13
Querétaro	4	Coca - Cola	61	Querétaro Vic.	22	Fanta	10
San Luis Potosí	26	Coca - Cola	44	Pepsi - Cola	16	Guajardo Barril	6
						Dr. Brown	
Sinaloa	18	Coca - Cola	48	Pepsi - Cola	19	Vita	15
Sonora	12	Pepsi - Cola	38	Coca - Cola	26	Vita	23
Tabasco	14	Coca - Cola	34	Pepsi - Cola	18	Fanta	15
Tamaulipas	22	Coca - Cola	53	Pepsi - Cola	16	Squeeze	10
Veracruz	41	Coca - Cola	33	Pepsi - Cola	25	Titán	6
Yucatán	14	Coca - Cola	53	Pepsi - Cola	16	Cristal	10
Zacatecas	8	Coca - Cola	46	Pepsi - Cola	22	Fanta	11

FUENTE: Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas, A.C.

de Coca-Cola es mayor a 50%.

De ello se deduce que existe una eliminación sistemática de marcas locales que en algún momento compitieron con Coca-Cola y Pepsi-Cola, las que al estar dominando el mercado, hacen incosteable la -- operación para otras empresas.

#### Tipos de Envasado y Capacidades.

Los refrescos se envasan en botellas de cristal, latas metálicas y sifones de muy diversas capacidades comprendidas en los siguientes rangos:

CUADRO No. 21

#### TIPOS DE ENVASADO Y CAPACIDADES

<u>Grupo</u>	<u>Tamaño</u>	<u>Tipo de Envase</u>	<u>Capacidad</u>
1	Chico	Cristal	Hasta 300 c.c
2	Mediano	Cristal	301 a 470 c.c
3	Familiar	Cristal	601 a 887 c.c
4	16 Onzas	Cristal	471 a 600 c.c
5	-	Cristal, Latas y Sifones	1000 c.c o más

Los tamaños chico, mediano y familiar, son los que tradicionalmente ha embotellado esta rama, los tamaños de 16 Onzas y de un litro o más, fueron lanzados por las empresas trasnacionales, provocando con ello una competencia desleal contra las empresas mexicanas, ya que ofrecen estos productos al mismo precio establecido para los - tamaños mediano y familiar. Esta práctica ocasionó serios trastor nos a las empresas nacionales por lo que en 1976, se firmó un convenio en el que los industriales se comprometieron a no embotellar dichos tamaños sin autorización oficial.

Sin embargo, a raíz de la autorización concedida por la Secretaría de Comercio al refresco "Fiesta Cola", en la presentación de 1 litro, varias embotelladoras sobre todo de Pepsi-Cola volvieron a sa

car al mercado esas presentaciones. Es importante destacar que - el tamaño que comprende a envases de más de un litro, es producido exclusivamente por marcas extranjeras. El tamaño de 16 Onzas, además de las 7 marcas extranjeras, únicamente es utilizado por 3 marcas mexicanas que son elaboradas por empresas bajo franquicia de Coca-Cola y Pepsi-Cola como son Vita, Premio y Querétaro Victoria.

### Análisis del Mercado por Tamaños.

El tamaño que tradicionalmente ha predominado en el mercado de refrescos es el mediano, cuyos porcentajes de participación en el mercado total, han fluctuado entre el 66% y el 81%, en segundo lugar se encuentra el tamaño chico, con variaciones del 13% al 18%, en tercer lugar se sitúa al tamaño de 16 Onzas, el cual no obstante haber sido restringida su producción a raíz del convenio firmado en 1976, se ha mantenido entre el 7 y el 13% de participación, notándose que tiene un crecimiento sostenido. En cuarto lugar tenemos al tamaño familiar, el cual ha tenido ligeras variaciones - en el periodo considerado. Por último tenemos al tamaño de un litro o más, el cual participa con menos del 1%.

De 1971 a 1977 la participación porcentual de cada uno de los tamaños en el volumen de ventas ha sido el siguiente:

CUADRO No. 22

#### PARTICIPACION PORCENTUAL DE LOS TAMAÑOS EN EL MERCADO

<u>T a m a ñ o s</u>	<u>1971</u>	<u>1977</u>
Chico	16.45	13.73
Mediano	71.10	66.53
Familiar	5.04	6.17
16 Onzas	7.39	13.11
Un Litro o más	<u>0.02</u>	<u>0.46</u>
T O T A L:	100.00	100.00

FUENTE: ANPAE, A.C.

El mayor incremento en el período correspondió al tamaño 16 Onzas (5.72%) el cual está sustituyendo al tamaño mediano, mismo que tuvo un decremento de 4.57% en el mismo período. El tamaño chico se decrementó en 2.72% los dos tamaños restantes, aumentaron su participación en el mercado al pasar de 5.04% a 6.17% el tamaño familiar y de 0.02% a 0.46%, el tamaño de un litro o más.

En adelante se espera un crecimiento mayor de los tamaños de 16 Onzas y de 1 litro o más, debido a que varias empresas los han --vuelto a introducir en el mercado, con el fin de absorber una mayor proporción del mismo. Estas prácticas monopólicas, sólo pueden ser realizadas por grandes empresas que cuentan con el capital y la tecnología suficiente para cambiar su forma de embotellado en detrimento de las empresas pequeñas que no cuentan con tales recursos.

Dicho comportamiento se hace evidente al observar las tasas de --crecimiento promedio anual experimentadas por cada uno de los tamaños de 1970 a 1977, siendo la mayor (70%) para el tamaño de un litro o más, en segundo lugar se tiene al tamaño de 16 Onzas con un crecimiento promedio anual de 15.3%; el tamaño familiar tuvo una tasa de 8.3%. El crecimiento alcanzado por estos tamaños, po ne de manifiesto su mayor penetración en el mercado en detrimento de los tradicionales, como son el mediano y el chico que únicamen te crecieron en 3.6% y 1.6% respectivamente.

#### Análisis de la Demanda Nacional.

Los refrescos son un producto de consumo final, por lo que la producción está dirigida a la población en general. En la República Mexicana se consumen diariamente un promedio de 52 millones de refrescos, es decir que cada habitante toma 261 botellas anualmente, situación que nos coloca en segundo lugar dentro de los países altamente consumidores de esta bebida en el mundo, siendo superados únicamente por los Estados Unidos. A continuación se presenta la estructura tanto del consumo nacional aparente como la del consumo

per capita, con objeto de analizar el comportamiento de estas variables en la Industria Embotelladora de Refrescos.

El consumo Nacional Aparente presenta el mismo comportamiento que registra la producción, debido a que ni las importaciones ni las exportaciones tiene una participación significativa en el consumo nacional o en la producción de refrescos, pues en el mejor de los casos, las exportaciones representan el 0.1% del valor de la producción, tal como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO No. 23

CONSUMO NACIONAL APARENTE  
(Miles de Pesos)

Años	Producción (1)	Importaciones* (2)	Exportaciones <sup>†</sup> (3)	Consumo Nacional Aparente (1)+(2)-(3)=(4)
1970	4'404,761	79	294	4'404,546
1971	4'297,522	102	386	4'297,238
1972	4'632,751	179	774	4'632,156
1973	5'311,300	250	665	5'310,885
1974	7'080,509	680	1,419	7'079,770
1975	8'127,230	453	13,573	8'114,110
1976	9'704,454	38	15,074	9'689,418
1977	14'355,389	63	27,867	14'327,585
1978	17'196,565	627	19,356	17'177,836
1979	21'073,690	966	34,870	21'039,786
1980	42'590,982	2,873	34,558	42'559,297

FUENTE: Elaborado con base en cifras del Anuario Estadístico del Comercio Exterior y de la ANPAE, A.C.

Las importaciones de refrescos mostraron una tendencia decreciente de 1974 a 1977, año a partir del cual vuelven a crecer hasta alcanzar su nivel más alto en 1980, situación que me parece inexplicable dado que en México se producen todos los sabores y aguas minerales más importantes del mercado mundial. La mayor parte de las importaciones (entre un 60 y un 100%), se refieren a limonadas y aguas gaseosas, provenientes de el Reino Unido y Estados Unidos -- principalmente, el resto son aguas minerales generalmente de ori--

Incluyen refrescos y aguas minerales.

gen francés.

Aun cuando las exportaciones de refrescos han tenido un crecimiento considerable en los años analizados con excepción de 1978 que disminuyó, su participación dentro de la producción nacional no es relevante, pues en el año de 1980 que las exportaciones alcanzaron su nivel más alto, su participación es apenas del 0.08% dentro del total producido en el mismo año. Considerando lo anterior, para calcular el consumo per capita de refrescos, utilicé las cifras correspondientes al volumen total de producción, de acuerdo como se muestra en el Cuadro No. 24 .

En virtud de la mayor aceleración del crecimiento en términos relativos de la producción de refrescos en relación con la población del país, el consumo per capita presenta una tendencia creciente. En 1980 se consumen por habitante 261 botellas al año, es decir, 5 refrescos semanales por cada hombre, mujer o niño, índice que nos muestra la magnitud del consumo nacional de refrescos.

Sin embargo, esta tendencia dinámica, no se observa en todas las marcas de refrescos pues algunas presentan un crecimiento menor e incluso algunas marcas registran disminución, en especial las de origen nacional. (Ver Cuadro No. 25)

Mientras el consumo per capita de refrescos va aumentando a un ritmo de 2.60% en promedio, el consumo de Coca-Cola, Fanta, Mirinda, Seven-Up y Mundet, todas marcas extranjeras menos ésta última, muestran un crecimiento sensiblemente mayor al promedio, en tanto las marcas nacionales se comportan en sentido inverso, crecen a un ritmo menor y en el peor de los casos hasta decrecen. Esto nos indica como se ha ido desviando el consumo hacia algunos productos específicos.

CUADRO No. 24

AÑO	POBLACION (MILES DE HAB)	CONSUMO ANUAL PER CAPITA				TASA DE CRE CIMIENTO %
		TASA DE CRE CIMIENTO %	PRODUCCION ANUAL TOTAL (MILLONES DE BOTELLAS)	TASA DE CRE CIMIENTO %	CONSUMO ANUAL PER CAPITA (BOTELLAS)	
1970	50,695	-	10,919	-	215	-
1971	52,452	3.47	9,382	- 14.08	179	- 16.74
1972	54,273	3.47	10,436	11.23	192	7.26
1973	56,161	3.48	11,354	8.80	202	5.21
1974	58,118	3.48	11,072	- 2.48	191	- 5.45
1975	60,145	3.49	12,767	15.31	212	10.99
1976	62,329	3.63	11,265	- 11.76	181	- 14.62
1977	64,594	3.63	12,762	13.29	198	9.39
1978	66,944	3.63	15,065	18.04	225	13.63
1979	69,381	3.64	18,565	23.23	267	18.66
1980	71,911	3.64	18,787	1.19	261	- 2.24
Tasa de Crecimiento - Promedio de la Década		3.55		6.27		2.60

FUENTE: Elaborado con base en cifras de la Agenda Estadística de la Secretaría de Programación y Presupuesto y la ANPAE, A.C.

COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCION DE LAS PRINCIPALES MARCAS  
( MILLONES DE BOTELLAS )

M A R C A	1 9 7 1		1 9 7 2		1 9 7 3		1 9 7 4		1 9 7 5		1 9 7 6		1 9 7 7		CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL
	PRO- DUC- CION	TASA DE CRECI- MIENTO													
Coca - Cola	3,145	--	3,535	12.4	3,876	9.7	3,949	1.9	4,504	14.1	4,129	- 8.3	4,883	18.3	8.0
Pepsi - Cola	1,996	--	2,086	4.5	2,216	6.2	2,008	- 9.4	2,234	11.3	1,983	- 11.2	2,155	8.7	1.7
Fanta	399	--	518	29.8	600	15.8	631	5.2	732	16.0	583	- 20.4	636	9.1	9.3
Seven - Up	238	--	266	11.8	300	12.8	303	1.0	364	20.1	309	- 15.1	363	17.5	8.0
Mundet Sidral	155	--	213	37.4	230	8.0	235	2.2	313	33.2	238	- 24.0	274	15.1	12.0
Jarritos	242	--	295	21.9	306	3.7	297	- 2.9	341	14.8	248	- 27.3	251	1.2	1.9
Gujardo Barril Dr. Brown	247	--	281	13.8	286	1.8	265	- 7.3	290	9.4	225	- 22.4	246	9.3	0.8
Orange Crush	249	--	263	5.6	274	4.2	237	-13.5	253	6.8	210	- 17.0	197	- 6.2	- 3.4
Mirinda	34	--	55	61.8	71	29.1	72	1.4	80	11.1	24	5.0	97	15.5	20.7

FUENTE: Elaborado con base en cifras de los Anuarios Estadísticos de la "Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas y Refrescos, A. C."

### 3.5 MODUS OPERANDI DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS EN LA INDUSTRIA REFRESQUERA Y SUS EFECTOS EN LA ECONOMIA NACIONAL.

A través del análisis realizado a lo largo de este Capítulo, se ha puesto en evidencia el papel que la Coca-Cola y la Pepsi-Cola juegan en la industria refresquera y por tanto en la economía nacional. La política de absorción que ambas empresas han puesto en práctica en los últimos años, al grado de controlar el procesamiento y la venta de los refrescos en este país, en perjuicio de los productores nacionales, hace necesario se destaquen algunos aspectos sobre la forma de operar de tales empresas.

La Coca-Cola es un consorcio industrial no sólo importante en México, pues en Estados Unidos, se país de origen y ocupante del primer lugar en el mundo por lo que toca al consumo de refrescos (se consumieron en 1977, 136,512 millones de botellas) 16), controla el 40% del mercado al que concurren alrededor de 30 consorcios.

Según un estudio titulado "The Graying of the Soft-Drink Industry", aparecido en la revista Business Week, en diciembre de 1977, durante la próxima década disminuirá en Estados Unidos el grupo de población entre los 13 y los 24 años de edad, situación que afectará a la industria embotelladora de refrescos, sobre todo a Coca-Cola Co., quien genera el 95% de sus ingresos por la venta de refrescos. El consorcio Pepsico Inc. está menos expuesto pues se ha diversificado hacia la producción de artículos deportivos, botanas, alimentos chatarra, líneas de camiones y camionetas, etc.; los refrescos representan sólo el 46% de sus ventas.

Ante estas perspectivas Coca-Cola Co., está llevando a cabo diversas estrategias para mantener sus hegemonía, entre las que destacan las siguientes:

16) Revista Beverage World 1978.

- a) Desarrollar más efectivamente sus mercados en el extranjero, en donde sus negocios le generan más del 50% de las ganancias totales de la compañía.
- b) Mayor diversificación tanto doméstica como en el extranjero.
- c) Utilizar mejores y nuevos métodos publicitarios y de comercialización para asegurar la mayor penetración de la marca Coca-Cola, en los diferentes mercados.

Es de esperarse que no sea difícil para la Coca-Cola llevar a cabo sus planes de expansión, ya que cuenta con más de 1,400 franquicias en 135 diferentes países, correspondiendo 581 establecimientos a Estados Unidos y 70 a México. Lo anterior aunado a la forma de penetración de la empresa que consiste en la autorización de franquicias, limitando así sus inversiones directas de capital, los obstáculos a los que se podría enfrentar desaparecen, pues sólo el 2% de las plantas embotelladoras de este producto en todo el mundo -- son propiedad de la empresa, el resto pertenece a ciudadanos de -- los países en los cuales está operando. Se puede decir que en México la Coca-Cola Co., ha echado a andar sus proyectos, situación que se manifiesta al analizar los datos estadísticos, en los que se observa que dicha empresa disfruta de casi el 40% del mercado mexicano de refrescos y, existen entidades donde prácticamente es la única oferente, como es el caso de los Estados de Morelos y Chihuahua.

Sin embargo el aspecto más significativo en la forma de operar de esta transnacional está constituido por la relación que se establece entre las embotelladoras de refrescos (que como ya vimos no son de su propiedad) y las empresas que sí son de su propiedad. En efecto la Coca-Cola Co. cuenta en México con 17 empresas de su propiedad, (todas con inversión mayoritariamente extranjera), mismas que están enlistadas en el Anexo No. 2 y cuyas operaciones están vinculadas directa o indirectamente con la industria embotelladora. Es precisamente a través de las susodichas empresas que la Coca-Cola ejerce el control y predominio sobre la industria refres-

quera nacional. Las actividades que realizan tales empresas son: arrendar y vender maquinaria, equipo de transporte y concentrados especiales para refrescos; comprar y vender acciones y bienes muebles e inmuebles; prestar servicios contables, administrativos y técnicos y, en general, realizar cualquier otra actividad relacionada con la industria refresquera. Todos estos "servicios indispensables" son cobrados lógicamente a precios exorbitantes, no -- justificados ni siquiera en industrias que utilizan tecnologías -- sofisticadas, mucho menos en esta, donde podemos afirmar categóricamente que no es necesaria la asesoría de extranjeros.

De esta forma se pone de relieve que el objetivo final de estas -- empresas no es más que encubrir utilidades, evadir impuestos, expedir facturas apócrifas, sacar divisas, transferir fondos entre filiales, etc., en unas palabras: ajustar a sus intereses las con tabilidades de las empresas de su propiedad, ocasionando con esto severos transtornos a la economía nacional. En 1980 fue muy sona do el caso de la millonaria evasión de impuestos por parte de una embotelladora de Coca-Cola, siendo este uno de los motivos por -- los que la Coca tuvo que vender sus embotelladoras.

Entre las empresas que permanecieron con capital mayoritariamente extranjero propiedad del grupo Coca-Cola sobresale la denominada Coca-Cola Export Corporation, que se ha convertido en una gran em presa exportadora de artesanías, cítricos, café y otros muchos -- productos. Asimismo, despliega una gran estrategia de relaciones públicas, pues colabora y presta asistencia técnica gratuita en -- varios proyectos de cultivo e industrialización de algunos produc tos agrícolas, todo ello con el fin de obtener tolerancia en sus prácticas contra la competencia y para vender sus concentrados im poniendo sus condiciones.

Por su parte, el consorcio estadounidense Pepsico Inc., aún cuando no había tenido una penetración en México de la magnitud regis trada por la otra empresa transnacional, pues no es sino hasta --

1980, que la Pepsi presentó un crecimiento espectacular que la situó en posición similar al de Coca-Cola, también recurre a las mismas estrategias.

En efecto, Pepsico tiene 9 empresas de su propiedad en nuestro país, las cuales aparecen relacionadas en el Anexo No. 3. Las 9 empresas en cuestión funcionan también de parapeto, para efectuar las maniobras depredatorias que caracterizan la operación de los dos gigantes de los refrescos, pues si no, ¿Cómo explicarnos el sensacional crecimiento en las ventas de esta transnacional, sin que haya abierto nuevas plantas ni ampliado las ya instaladas, pues todo ello está expresamente prohibido en la legislación vigente? La situación anterior, pone en tela de juicio la operatividad y/o cumplimiento de las leyes que rigen los destinos de este país, pues salta a los ojos que Pepsico ha encontrado fácilmente los mecanismos para evadirlas flagrantemente.

No obstante lo anterior, entre los planes más recientes de ambas transnacionales, se encuentra el de diversificarse, ahora quieren producir refrescos en polvo, ampliar su planta de concentrados, lanzar nuevos productos (en donde la Pepsi ya se le adelantó a la Coca con "Pepsi-Light"), instalar más empresas fantasmas, etc.

Los efectos que todas estas prácticas tienen en forma específica en el mercado de los refrescos, no pueden ser más desastrosos: -- acaparan las dos el 73% del mercado nacional y lo que es peor, -- continúa la tendencia a mayor concentración, pues la competencia encarnizada que se ha desatado entre ambas, tiene como primera consecuencia la desaparición de empresas nacionales.

CAPITULO CUATRO. TRATAMIENTO DE LA INVERSION EXTRANJERA DIRECTA  
EN LA INDUSTRIA DE LOS REFRESCOS.

4.1 ANALISIS DE LA LEY PARA PROMOVER LA INVERSION NACIONAL Y REGULAR LA INVERSION EXTRANJERA.

La Ley que nos ocupa es de observancia general y de interés público, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 9 de marzo de 1973 y entró en vigor el 9 de mayo de 1973. Consta de 6 capítulos en los que están contenidos 31 artículos y tiene además, 5 artículos transitorios.

El primer capítulo está constituido por 7 artículos, el primero establece el objeto de la Ley y dice:

"Su objeto es promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera para estimular un desarrollo justo y equilibrado y consolidar la independencia económica del país".

Los Artículos 2o. y 3o. indican qué se entiende por inversión extranjera para efectos de la Ley. En el 4o. y 5o. se enlistan las actividades reservadas exclusivamente para el Estado, así como el porcentaje máximo de participación de IED en otras actividades consideradas básicas. En el 6o. se reglamenta acerca de la inversión que realicen residentes extranjeros y en el 7o. sobre el dominio de tierras y aguas en una faja de 100 kilómetros a lo largo de --- fronteras y playas.

El Capítulo II trata sobre "la adquisición de empresas establecidas o el control sobre ellas". En él se obliga a todos los extranjeros a que se refiere el Artículo 2o., a solicitar autorización a la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIE) cuando de--

seen adquirir más del 25% del capital de una empresa o más del 49% de los activos fijos. La CNIE, antes de autorizar cualquier inversión extranjera deberá promover entre mexicanos la adquisición de las empresas que se hubieren puesto en venta y que existan extranjeros interesados en comprarlas.

En el Capítulo III se crea la CNIE la cual debe estar integrada -- por los titulares de las Secretarías de Gobernación, Relaciones Exteriores, Hacienda, Patrimonio y Fomento Industrial, Comercio, Trabajo y Previsión Social y de la Presidencia y estará auxiliada por un Secretario Ejecutivo.

El Artículo 12o. establece las atribuciones de la CNIE que son:

- I. Resolver, en los términos del artículo 5o. de esta ley, sobre el aumento o disminución del porcentaje en que podrá participar la inversión extranjera en las diversas áreas geográficas o de actividad económica del país, cuando no existan disposiciones legales o reglamentarias que exijan un porcentaje determinado y fijar las condiciones conforme a las cuales se recibirá dicha inversión;
- II. Resolver sobre los porcentajes y condiciones conforme a los cuales se recibirá la inversión extranjera en aquellos casos concretos que, por las circunstancias particulares, que en ellos concurren, ameriten un tratamiento especial;
- III. Resolver sobre la inversión extranjera que se pretenda efectuar en empresas establecidas o por establecerse en México, o en nuevos establecimientos;
- IV. Resolver sobre la participación de la inversión extranjera existente en México, en nuevos campos de actividad económica o nuevas líneas de productos;

- V. Ser órgano de consulta obligatoria en materia de inversiones extranjeras para las dependencias del Ejecutivo Federal, organismos descentralizados, empresas de participación estatal, instituciones fiduciarias de los fideicomisos constituidos - por el Gobierno Federal o por los gobiernos de las entidades federativas y para la Comisión Nacional de Valores;
- VI. Establecer los criterios y requisitos para la aplicación de las disposiciones legales y reglamentarias sobre inversiones extranjeras;
- VII. Coordinar la acción de las dependencias del Ejecutivo Federal, organismos descentralizados y empresas de participación estatal para el cumplimiento de sus atribuciones en materia de inversiones extranjeras;
- VIII. Someter a la consideración del Ejecutivo Federal proyectos - legislativos y reglamentarios así como medidas administrativas en materia de inversiones extranjeras; y
- IX. Las demás que le otorgue esta ley.

El Artículo 13 señala los criterios a que deberá sujetarse la Comisión para autorizar una inversión extranjera. Estos criterios son los siguientes:

- I. Ser complementaria de la nacional;
- II. No desplazar a empresas nacionales que estén operando satisfactoriamente ni dirigirse a campos adecuadamente cubiertos por ellas;
- III. Sus efectos positivos sobre la balanza de pagos y, en particular, sobre el incremento de las exportaciones;

- IV. Sus efectos sobre el empleo, atendiendo al nivel de ocupación que genere la remuneración de la mano de obra;
- V. La ocupación y capacitación de técnicos y personal administrativo de nacionalidad mexicana;
- VI. La incorporación de insumos y componentes nacionales en la elaboración de sus productos;
- VII. La medida en que financien sus operaciones con recursos del exterior;
- VIII. La diversificación de las fuentes de inversión y la necesidad de impulsar la integración regional y subregional en el área latinoamericana;
- IX. Su contribución al desenvolvimiento de las zonas o regiones de menor desarrollo económico relativo;
- X. No ocupar posiciones monopolísticas en el mercado nacional;
- XI. La estructura de capital de la rama de actividad económica de que se trate;
- XII. El aporte tecnológico y su contribución a la investigación y desarrollo de la tecnología en el país;
- XIII. Sus efectos sobre el nivel de precios y la calidad de la producción;
- XIV. Preservar los valores sociales y culturales del país;
- XV. La importancia de la actividad de que se trate, dentro de la economía nacional;

XVI. La identificación del inversionista extranjero con los intereses del país y su vinculación con centros de decisión económica del exterior; y

XVII. En general, la medida en que coadyuve al logro de los objetivos y se apegue a la política de desarrollo nacional.

Los Artículos 14 y 15 se refieren a las atribuciones y actividades que deberá desarrollar el Secretario Ejecutivo de la Comisión.

El Capítulo IV está denominado "Del Fideicomiso en Fronteras y Litorales". En el artículo 18 de dicho capítulo se faculta a la Secretaría de Relaciones Exteriores para que otorgue a las instituciones de crédito, permisos para adquirir como fiduciarias el dominio de bienes inmuebles destinados a la realización de actividades industriales y turísticas en la faja de 100 kilómetros a lo largo de las playas del país, siempre que el objeto de adquisición sea el de permitir la utilización y el aprovechamiento de dichos bienes o los fideicomisarios, sin constituir derechos reales sobre ellos, pudiendo emitir para estos fines certificados de participación inmobiliarios, nominativos y no amortizables.

El resto de los artículos de este capítulo, o sea el 19, 20, 21 y 22, se refieren a los términos específicos en los que operarán los citados fideicomisos.

En el Capítulo V se crea el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras y se establece quiénes están obligados a inscribirse en dicho Registro.

El Capítulo VI se refiere a varias disposiciones generales que deberán ser observadas por los extranjeros, así como las sanciones en caso de incumplimiento a lo establecido en la presente ley.

Por último, los artículos transitorios tienen los plazos en los que las personas obligadas a hacerlo, deberán inscribirse en el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras.

Reglamento del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras.

El instrumento anterior fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de diciembre de 1973, y especifica la forma y términos en que deberán inscribirse las empresas extranjeras.

El complemento de la Ley y Reglamento, han sido las diversas resoluciones generales que ha emitido la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras y en las que se establecen los criterios a seguir en la aplicación de la ley. Las citadas resoluciones se refieren a:

RESOLUCION GENERAL NUMERO 1. Empresas Maquiladoras.

Aprobada en la sesión número 2 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 7 de junio de 1973.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 2. Aumentos de Capital en Empresas.

Aprobada en la sesión número 2 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 7 de junio de 1973.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 3. Adquisición de Acciones al Portador en Bolsas de Valores.

Aprobada en la sesión número 5 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 26 de septiembre de 1973.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 4. Reelección de Miembros Extranjeros de un Consejo de Administración.

Aprobada en la sesión número 5 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 26 de septiembre de 1973.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 5. Nombramiento de Miembros Extranjeros en un Consejo de Administración.

Aprobada en la sesión número 8 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 4 de enero de 1974.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 6. Transmisión entre Extranjeros de hasta el 1% de Capital de una Sociedad cuando el 95% pertenezca a un Inversionista Extranjero.

Aprobada en la sesión número 20 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 19 de diciembre de 1974.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 7. Equiparación de Inmigrados a Mexicanos para Efectos de Intervención en la Administración de una empresa.

Aprobada en la sesión número 20 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 19 de diciembre de 1974.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 8. Nuevos Establecimientos.

Aprobada en la sesión número 29 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, del 2 de octubre de 1975.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 9. Autorización e Inscripción de Fideicomisos.

Aprobada en la sesión número 29 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras de 2 de octubre de 1975.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 10. Autorización e Inscripción de Acciones que se Cotizan en Bolsas de Valores Mexicanas.

Aprobada en la sesión número 29 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 2 de octubre de 1975.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 11. Criterio para la Aplicación del Artículo 8o. de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera.

Aprobada en la sesión número 31 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 28 de noviembre de 1975.

RESOLUCION GENERAL NUMERO 12. Clausura de Nuevos Establecimientos.

Aprobada en la sesión número 48 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 23 de junio de 1977.

**RESOLUCION GENERAL NUMERO 13. Transmisión de Acciones o de Activos entre Inversionistas Extranjeros Pertenecientes a un Mismo Grupo de Interés.**

Aprobada en la sesión número 48 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 23 de junio de 1977.

**RESOLUCION GENERAL NUMERO 14. Adquisición por Extranjeros de - Pequeños Lotes de Acciones.**

Aprobada en la sesión número 48 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 23 de junio de 1977.

**RESOLUCION GENERAL NUMERO 15. Relocalización de Establecimientos Comerciales, Industriales y de Servicios.**

Aprobada en la sesión número 48 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 23 de junio de 1977.

**RESOLUCION GENERAL NUMERO 16. Nuevos Campos de Actividad Económica y Nuevas Líneas de Productos.**

Aprobada en la sesión número 49 de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, de 21 de julio de 1977.

El espíritu de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera, está enfocado básicamente a controlar la operación de las empresas transnacionales para proteger los intereses nacionales, principalmente en los renglones de balanza de pagos, distribución del ingreso, nivel de empleo y estructura de las importaciones y exportaciones. Asimismo pretende lograr beneficios económicos crecientes de la operación de empresas extranjeras.

En términos generales creo que es difícil alcanzar todos los beneficios que podrían derivarse de la aplicación de esta ley, dado -- que no es posible llevar un seguimiento de las prácticas de las empresas transnacionales o, de inspeccionar el debido cumplimiento -

de las restricciones que establece la propia ley, como puede ser el caso, por ejemplo, de la repatriación de ganancias o del número de empresas que los extranjeros pueden adquirir en el país.

Por lo contrario, la ley contiene instrumentos que bien utilizados pueden proporcionar beneficios tangibles y concretos entre los que se encuentran: canalizar la IED hacia un sector económico o una área geográfica determinada; exigir a la transnacional un alto grado de integración nacional, de exportación de productos y de generación de empleos. Estos elementos usados intensivamente pueden contribuir al desarrollo económico en general.

Por otra parte, hay que destacar que la ley no contempla en forma específica elementos relativos a la promoción de la inversión nacional, es decir, no indica cual sería la ingerencia u obligación del Ejecutivo Federal en esta materia, lo que trae como consecuencia que sea muy flojo el resultado que se obtiene en este aspecto.

En el caso de la industria refresquera, la ley para regular la inversión extranjera no ha sido usada en todas sus proporciones. Esta situación está originada por dos motivos: el primero se refiere a la poca significación de la IED en la rama (3 empresas -- únicamente cuentan con ella), lo que hace que el volumen de peticiones que la industria presenta ante la CNIE sea muy escaso y de poca trascendencia y, el segundo, que las autoridades respectivas no han reconocido la importancia económica de la rama envasadora de refrescos dentro del sector industrial, lo que ha ocasionado que peticiones iguales hayan sido tratadas y resueltas con criterios distintos y sin estudios previos que las sustenten, tal como veremos en el inciso siguiente que se refiere precisamente al tra tamiento que se le ha dado a la IED en la industria de los refres cos.

## 2. TRATAMIENTO DE LA IED EN LA INDUSTRIA DE LOS REFRESCOS.

Para observar el trato que han recibido las empresas embotelladoras con IED, analicé la información disponible en la Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología de SECOFIN. Cabe aclarar que los datos que obtuve se refieren al total de empresas con IED que ha habido en la industria desde que se publicó la -- Ley hasta la fecha, por lo que el análisis se refiere a las 19 empresas con IED que había antes de que la Coca-Cola mexicanizara sus empresas. Lo anterior debido a que me parece más representativo el estudio si incluyo también el comportamiento del grupo Coca-Cola y no nada más el de Pepsi-Cola.

Ahora bien, de las 19 empresas con inversión extranjera directa en la industria embotelladora, sólo 13 recurrieron a la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras para obtener las autorizaciones a que se refiere la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la -- Inversión Extranjera. Diez de ellas embotellan la marca Coca-Cola y tres Pepsi-Cola, debiendo aclararse que de éstas últimas, dos tienen inversión extranjera minoritaria, por lo que no están obligadas a solicitar autorización ante la CNIE, sin embargo, han solicitado autorización para realizar cambios en el Consejo de Administración.

Las promociones solicitadas y las resoluciones de la CNIE en materia de inversión extranjera, son las siguientes:

CUADRO No. 26

### RESOLUCIONES DE CNIE POR TIPO DE SOLICITUD

Tipo de Solicitud	Nº de Solicitudes -- Presentadas	R E S O L U C I O N E S		
		Aprobada	Denegada	Pendiente
Relocalización de Bodegas	8	8	--	--
Apertura de bodegas	6	1	--	5
Nuevos establecimientos industriales	3	--	3	--
Ampliación de actividades	1	--	1	--
Adquisición de acciones	1	--	1	--
Transmisión de acciones	3	3	--	--
Cambios en el Consejo de Administración	7	7	--	--
Apertura de Estacionamientos	2	1	--	--
TOTAL:	31	20	5	6

FUENTE: Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.

A primera vista se aprecia que la mayoría de las solicitudes presentadas por la Industria embotelladora fueron aprobadas y que también existe una tendencia a no permitir el crecimiento de la IED - en la industria, pues las 5 solicitudes negadas se refieren a nuevos establecimientos o ampliación de actividades. Sin embargo, a continuación presento con más detalle las resoluciones que la CNIE ha emitido respecto a cada tipo de solicitudes:

### Relocalización y Apertura de Bodegas.

Las solicitudes de relocalización y apertura de bodegas, han sido aprobadas a través de dos mecanismos diferentes que son:

1. A través del Departamento de Análisis Jurídico, se han resuelto 4 relocalizaciones, una apertura de bodega y una apertura de estacionamiento, todas ellas en analogía con la Resolución General No. 8.
2. El Departamento de Análisis de Inversión Extranjera, - recomendó a la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras resolver favorablemente 4 relocalizaciones de bodega, ya que se ajustaban a la Resolución General N° 8.

La resolución General No. 8 permite a las empresas extranjeras - abrir nuevos establecimientos sin previa autorización de la CNIE, siempre y cuando:

"En el nuevo establecimiento se realicen exclusivamente las actividades de administración o almacenaje, con la advertencia de que en caso de que se pretenda realizar cualquier otra actividad en ese establecimiento, (aunque se trate de campos de actividad económica o líneas de productos que ya realice la empresa en otro establecimiento) se requerirá - de autorización para tal efecto;"

"Las actividades administrativas o de almacenaje que se realicen en dichos locales no constituyan la forma o manera --

usual y ordinaria en que la empresa realiza sus actividades - principales, industriales, comerciales o de prestación de servicios".

El procedimiento a través del cual se aprobaron las solicitudes - incluidas en el primer punto, consiste en elaborar un oficio que es expedido por el Secretario Ejecutivo de la Comisión, en el que se comunica a la empresa que su solicitud se apega a la Resolución General No. 8, por lo que no hay inconveniente en que se lleve a cabo la apertura o relocalización solicitada. En este tipo de trámite no se realiza ningún análisis económico previo.

Por el contrario, en el segundo caso, el Departamento de Análisis de la Dirección de Inversión Extranjeras realiza un estudio económico de la solicitud, con objeto de someterla a la consideración de la Comisión, la cual emite la resolución, para que sea comunicada a la empresa a través de la Dependencia correspondiente.

En relación a este punto me parece conveniente comentar dos situaciones que se observan en el trato a la IED: una se refiere a que los funcionarios públicos encargados de administrar la Ley de Inversiones Extranjeras, no aplican los mismos criterios para solicitudes iguales, sino que cada solicitud es estudiada por separado y sin un análisis económico previo. Otra, es que todas las -- autorizaciones contravienen a la propia resolución número 8 dado que la apertura de bodegas constituye la "forma o manera usual u ordinaria en que las empresas realizan sus actividades principales". En efecto, las embotelladoras pueden seguir creciendo siempre que les autoricen la apertura de locales a partir de los cuales pueden seguir distribuyendo el producto.

Dado el crecimiento que ha registrado la Pepsi-Cola sin necesidad de abrir nuevos establecimientos industriales, se puede pensar -- que su crecimiento se ha hecho, en parte, a través de abrir nuevas bodegas de su producto.

### Nuevos Establecimientos Industriales.

Las 3 solicitudes para abrir nuevos establecimientos industriales así como otra para ampliar actividades (de una bodega o establecimiento industrial y comercial), fueron denegadas por la Comisión -- Nacional de Inversiones Extranjeras, aduciendo las siguientes razones:

- a) En su sesión del 3 de abril de 1974, la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, negó dos de las solicitudes de referencia, basada en la 7a. Norma expedida por la Comisión Mixta Intersecretarial, la cual dice: "Las sociedades cuyo objeto sea la elaboración de gaseosas deben tener como mínimo -- 51% de capital mexicano".
- b) Otra de dichas solicitudes, se negó, en virtud de que se -- coartarían las posibilidades de expansión de las compañías refresqueras de capital nacional que operan en la zona, además de limitar el desarrollo de otros productos y marcas -- nacionales del ramo.
- c) Por lo que se refiere a la última solicitud, el 15 de abril de 1977, el Comité Técnico Asesor, recomendó denegar la solicitud, "debido a que la operación no representaba ventaja alguna para la economía del país y por considerarse que en la actividad de embotelladoras de refrescos no se justifica la mayor participación de capital extranjero".

En este tipo de solicitudes, si se aprecia una tendencia a no permitir la expansión de la IED en la industria.

### Adquisición de Acciones.

La adquisición de acciones, fue denegada por la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras el 23 de octubre de 1975, por considerar que no se justifica la mayor participación de capital extranjero en la actividad, tal razonamiento se fundamentó en lo dispuesto

por la Fracción II y demás relativas del Artículo 13 de la LIE.

#### Transmisión de Acciones.

En los casos analizados, la transmisión de acciones se realizó generalmente entre personas físicas y todas las peticiones de este tipo, se resolvieron favorablemente con base en la Resolución General No. 13 de la CNIE que faculta al Secretario Ejecutivo de la Comisión a autorizar la transmisión de acciones cuando éstas se realicen entre inversionistas extranjeros pertenecientes a un mismo grupo de interés. La propia resolución aclara que se entiende por inversionistas de un mismo grupo de inversión:

- "a) Transmisión de acciones o de activos de una sociedad extranjera a otra, en el caso de que esta última sea la propietaria de aquélla o viceversa.
- b) Transmisión de acciones o de activos entre sociedades extranjeras, cuando ambas, transmisora y adquirente, sean propiedad de una tercera sociedad extranjera.
- c) Transmisión de acciones o de activos de una sociedad extranjera a uno o varios de sus principales funcionarios, o viceversa.
- d) Transmisión de acciones o de activos entre personas físicas extranjeras con parentesco por consaguinidad en línea recta en grado indefinido y en línea colateral hasta el 4° grado."

#### Cambios en el Consejo de Administración.

Todas estas solicitudes han sido aprobadas favorablemente por el - Secretario Ejecutivo de la CNIE, condicionadas a que la representación de extranjeros en el consejo de administración sea proporcional a la participación del capital foráneo.

El criterio de la CNIE, en lo que respecta a la apertura de nuevos establecimientos industriales o a la ampliación de actividades que de hecho implican nuevos establecimientos, así como a la adquisición de acciones, ha sido la de no permitir la expansión de la inversión extranjera directa en el sector, en virtud de que limitan las posibilidades de expansión de empresas nacionales, sin embargo, la autorización de apertura de bodegas, ha venido a mediatizar el resultado que se pretende lograr.

Tratamiento a la IED en las Empresas Fabricantes de Concentrado para Refrescos.

Debido a la estrecha relación que existe entre las embotelladoras y las fabricantes de concentrados y dado que éstas fungen como las franquiciadoras de aquéllas, consideré conveniente incluir el trato que han recibido dichas empresas en relación con la LIE.

Del total de compañías dedicadas a la elaboración de concentrados y jarabes para la fabricación de los refrescos, sólo cinco tienen participación de capital extranjero, siendo 3 únicamente las que han solicitado la autorización previa de la CNIE para los asuntos que aparecen en el siguiente cuadro:

Empresa y Tipo de Solicitud	N° de Solicitudes Pre sentadas	RESOLUCION	
		Autorizada	Pendiente
COCA-COLA EXPORT CORP.			
a) Relocalización de Oficina Administrativa	1	1	--
b) Apertura de bodega	3	1	2
c) Apertura de Oficina Administrativa	1	1	--
PEPSI-COLA MEXICANA, S.A.			
a) Cambios en el Consejo de Administración	3	3	--
b) Adquisición de empresas	2	--	2
REFREMEX, S.A. DE C.V.			
a) Transmisión de acciones	1	1	--
T O T A L:	11	7	4

FUENTE: Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.

Como vemos en el cuadro anterior, estas empresas han formulado 11 peticiones, sin que existan resoluciones negativas. Las autorizaciones se emitieron con apego en las Resoluciones Generales emitidas por la CNIE, sin haberse efectuado análisis económico previo.

Corresponde a Coca-Cola Export y a Pepsi-Cola Mexicana, S.S. cinco solicitudes a cada una, quedando para ambas, dos asuntos pendientes de resolver, debido a que son solicitudes que se han presentado recientemente. Tales peticiones se refieren a que por un lado Coca-Cola Export Corp., desea abrir dos bodegas de productos terminados, una en Jalisco y otra en Coahuila y Pepsi-Cola Mexicana, S.A., pretende adquirir las Embotelladoras "Rfo Bravo, S.A." y "Aguas Purificadas del Norte, S.A.", ambas localizadas en el Estado de Chihuahua. Es evidente que ambas empresas muestran interés en seguir creciendo, debido a que a través de estas empresas pueden controlar el mercado de los refrescos, por lo que las medidas restrictivas que establece la ley, más que dirigidas a las embotelladoras, deben orientarse a controlar la operación de estas dos empresas.

CAPITULO CINCO. TRATAMIENTO DE LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA  
EN LA INDUSTRIA DE LOS REFRESCOS

5.1 ANALISIS DE LA LEY SOBRE EL CONTROL Y REGISTRO DE LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA Y EL USO Y EXPLOTACION DE PATENTES Y MARCAS.

La regulación Oficial al proceso de Transferencia de Tecnología en México es reciente, se inició con la publicación de la Ley del Registro de Transferencia de Tecnología, el 29 de enero de 1973. De acuerdo al artículo 1o. de dicha Ley, se creó el Registro Nacional de Transferencia de Tecnología, a cargo de la Secretaría de Industria y Comercio hasta el año de 1976, pasando a ser responsabilidad de la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial el 1o. de enero de 1977 y regresando como entidad de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, desde el mes de diciembre de 1982.

A través de la aplicación de la citada legislación y después de -- diez años de operación, se han registrado más de 10,000 acuerdos -- de traspaso tecnológico. Los objetivos esenciales del registro -- son: lograr mejores condiciones de pago de la tecnología transfe-- rida y, eliminar las cláusulas restrictivas y/o de ataduras que an-- teriormente se establecían entre la adquirente y la proveedora. En síntesis, a través de la aplicación de la ley, se pretende lograr un balance positivo en términos de costos, derechos y obligaciones.

Dadas las características de la Ley de 1973, así como por la com-- plejidad del proceso tecnológico y la dinámica de su cambio, se di-- señó un nuevo ordenamiento legal para cubrir en forma más eficiente los objetivos del país en materia tecnológica. El día 10 de fe-- brero de 1982, entró en vigor la nueva "Ley Sobre el Control y Re-- gistro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas." La responsable de su aplicación es la Secreta-- ría de Comercio y Fomento Industrial a través de la Dirección Gene-- ral de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología. El nuevo Reglamento a dicha Ley se publicó el 25 de noviembre de 1982.

La Ley de referencia consta de 5 capítulos en los que se distribu-- yen 24 artículos. Al final tiene 4 artículos transitorios.

El Capítulo I denominado "Disposiciones Generales", contiene 7 artículos, el primero se refiere al objeto de la Ley y establece - - "Esta Ley es de orden público e interés social y su aplicación corresponde al Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial. Su objeto es el control y orientación de la transferencia tecnológica, así como el fomento de fuentes propias de tecnología."

El Artículo 2o. indica el tipo de convenios o contratos que son objeto de inscripción en el Registro Nacional de Transferencia de tecnología, los cuales son:

- a) La concesión del uso o autorización de explotación de marcas;
- b) La concesión del uso o autorización de explotación de patentes de invención o de mejoras y de los certificados de invención;
- c) La concesión de uso o autorización de explotación de modelos y dibujos industriales;
- d) La cesión de marcas;
- e) La cesión de patentes;
- f) La concesión o autorización de uso de nombres comerciales;
- g) La transmisión de conocimientos técnicos mediante planos, diagramas, modelos, instructivos, formulaciones, especificaciones, formación y capacitación de personal y otras modalidades.
- h) La asistencia técnica, en cualquier forma que ésta se preste;
- i) La provisión de ingeniería básica o de detalle;
- j) Servicios de operación o administración de empresas;
- k) Servicios de asesoría, consultoría y supervisión, cuando se presten por personas físicas o morales extranjeras o sus subsidiarias, independientemente de su domicilio;

- l) La concesión de derechos de autor que impliquen explotación industrial; y
- m) Los programas de computación.

El Artículo 3o. aclara cuales convenios o contratos no tienen obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Transferencia de Tecnología. Los Artículos 4o., 5o., 6o. y 7o., tratan sobre diversas disposiciones relativas a las empresas maquiladoras y las personas físicas y morales que tienen obligación de Registrar contratos.

El Capítulo II, "Del Registro Nacional de Transferencia de Tecnología y Procedimiento de Registro", consta de 7 artículos, entre los que destacan: el 8o. ratifica la existencia del Registro Nacional de Transferencia de Tecnología; el 9o. establece las facultades del Ejecutivo en materia de Tecnología; el 10o. describe los procedimientos de Registro; EL 11o. declara nulos todos aquellos contratos a que se refiere el Artículo 2o. de la Ley que no hayan sido registrados; el 12o. establece los plazos a que se sujetará el Ejecutivo para resolver la procedencia o improcedencia de los contratos; el 13o. crea el recurso de reconsideración contra las resoluciones dictadas por la autoridad respectiva.

El Artículo 14o. obliga a los funcionarios y empleados públicos vinculados con el Registro, guardar absoluta reserva respecto a procesos y tecnologías inscritas.

El Capítulo III denominado "De las Causas de Negativa de Inscripción" está formado por tres artículos en los que se establecen las causas de las negativas de inscripción, las que se detallan a continuación:

- l) -- Cuando se incluyan cláusulas por las cuales al proveedor se le permita regular o intervenir directa o indirectamente en la administración del adquirente de tecnología;

- II .- Cuando se establezca la obligación de ceder u otorgar la licencia para su uso a título oneroso o gratuito al proveedor de la tecnología, las patentes, marcas, innovaciones o mejoras que se obtengan por el adquirente, salvo en los casos en que exista reciprocidad o beneficio para el adquirente en el intercambio de la información;
- III .- Cuando se impongan limitaciones a la investigación o al desarrollo tecnológico del adquirente;
- IV .- Cuando se establezca la obligación de adquirir equipos, herramientas, partes o materias primas, exclusivamente de un origen determinado, existiendo otras alternativas de consumos en el mercado nacional o internacional.
- V .- Cuando se prohíba o limite la exportación de los bienes o servicios producidos por el adquirente de manera contraria a los intereses del país;
- VI .- Cuando se prohíba el uso de tecnologías complementarias;
- VII .- Cuando se establezca la obligación de vender a un cliente exclusivo los bienes producidos por el adquirente;
- VIII.- Cuando se obligue al receptor a utilizar en forma permanente, personal señalado por el proveedor de tecnología;
- IX .- Cuando se limiten los volúmenes de producción o se impongan precios de venta o reventa para la producción nacional o para las exportaciones del adquirente;
- X .- Cuando se obligue al adquirente a celebrar contratos de venta o representación exclusiva con el proveedor de tecnología a menos de que se trate de exportación, el adquirente lo acepte y se demuestre a satisfacción de la Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial que el proveedor cuenta con mecanismos adecuados de distribución o que goza del prestigio comercial necesario para llevar a cabo en mejores condiciones que el adquirente la comercialización de los productos;
- XI .- Cuando se obligue al adquirente a guardar en secreto la información técnica suministrada por el proveedor más allá de los términos de vigencia de los actos, convenios o contratos, o de los establecidos por las leyes aplicables;

- XII.- Cuando no se establezca en forma expresa que el proveedor - asumirá la responsabilidad, en caso de que se invadan derechos de propiedad industrial de terceros; y
- XIII.- Cuando el proveedor no garantice la calidad y resultados de la tecnología contratada.
- XIV.- Cuando su objeto sea la transferencia de tecnología proveniente del exterior y que ésta se encuentre disponible en el país;
- XV.- Cuando la contraprestación no guarde relación con la tecnología adquirida o constituya un gravamen injustificado o excesivo para la economía nacional o para la empresa adquirente;
- XVI.- Cuando se establezcan términos excesivos de vigencia. En ningún caso dichos términos podrán exceder de diez años - - obligatorios para el adquirente; y
- XVII.- Cuando se someta a tribunales extranjeros el conocimiento o la resolución de los juicios que puedan originarse por la interpretación o cumplimiento de los actos, convenios o contratos, salvo los casos de exportación de tecnología nacional o de sometimiento expreso al arbitraje privado internacional, siempre que el árbitro aplique sustantivamente la Ley mexicana a la controversia, y de acuerdo a los convenios internacionales sobre la materia, suscritos por México.

En el Capítulo IV se establecen las causas y el monto de las sanciones en caso de incumplimiento de las disposiciones de la presente Ley.

El Capítulo V se reglamenta acerca del recurso de revocación para todos aquellos que presenten objeciones a las sanciones impuestas por la autoridad.

Por último, en los artículos transitorios se aclara sobre los contratos que se encuentren en trámite a la fecha de publicación de la presente Ley.

REGLAMENTO DE LA LEY SOBRE EL CONTROL Y REGISTRO DE LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y EL USO Y EXPLOTACION DE PATENTES Y MARCAS.

Este reglamento especifica la forma y términos en que deberán inscribirse los contratos y convenios objeto de la Ley, fue publicado el 25 de noviembre de 1982 y contiene 8 capítulos y 75 artículos. Los citados capítulos son:

CAPITULO I.	<u>DEFINICIONES.</u>
CAPITULO II.	<u>DISPOSICIONES GENERALES.</u>
CAPITULO III.	<u>DE LOS ACTOS, CONVENIOS O CONTRATOS SUJETOS A REGISTRO.</u>
CAPITULO IV.	<u>DE LA ORGANIZACION DEL REGISTRO.</u>
CAPITULO V.	<u>DE LAS ATRIBUCIONES DE LA SECRETARIA Y LAS CONDICIONES DE INSCRIPCION.</u>
CAPITULO VI.	<u>DE LAS CAUSAS DE NEGATIVA DE INSCRIPCION.</u>
CAPITULO VII.	<u>DE LAS SANCIONES.</u>
CAPITULO VIII.	<u>DE LA SUBSTANCIACION DE LOS RECURSOS DE LA RECONSIDERACION.</u>

El análisis de los criterios a través de los cuales se han registrado los contratos de concesión de uso de marcas en la industria de los refrescos es fundamental porque nos permite detectar los mecanismos a través de los cuales las empresas extranjeras se han apoderado del mercado nacional de bebidas gaseosas, sin tener que invertir capital en forma directa. Asimismo, estudiar las relaciones, derechos y obligaciones que se establecen entre empresas franquiciadoras y franquiciadas, nos permitirá conocer las prácticas gracias a las cuales se transfieren fondos y utilidades de las empresas nacionales a las extranjeras, provocando una descapitalización de las primeras y la obtención de ganancias extraordinarias a las segundas, sin que estas últimas corran riesgos ni desarrollen esfuerzos productivos.

Las consecuencias económicas de la forma de operar de la rama se reflejan en el alto grado de concentración que registra la industria refresquera en favor de los grupos transnacionales. Los efectos de esta situación, no sólo son negativos en cuanto a la desaparición de empresas, sino especialmente por el predominio cada vez mayor de las empresas extranjeras Pepsi-Cola y Coca-Cola, cuyo comportamiento se ha distinguido por contravenir las leyes, disposiciones y políticas económicas del país.

## 5.2 TRATAMIENTO DE LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA EN LA INDUSTRIA DE LOS REFRESCOS.

Para efectuar el estudio del comportamiento de la Transferencia de Tecnología dentro de la industria refresquera, analicé la forma de operar de las 50 empresas más importantes de la rama, dentro de las cuales incluí las 19 empresas con IED. Las 50 empresas citadas se encuentran relacionadas en el Anexo 1 de la presente tesis.

Del total de empresas estudiadas, 5 no han realizado contratos -- por uso de marca, suministro de conocimientos técnicos, o ningún otro concepto, en virtud de que se trata de embotelladoras que envasan refrescos de marcas nacionales de las cuales ellas mismas son titulares, tal es el caso de:

<u>E m p r e s a s</u>	<u>M a r c a</u>
1. Embotelladora Mexicana, S.A.	Jarritos
2. Derivados de Fruta, S.A.	Chaparritas
3. Refrescos Internacionales, S.A.	Guajardo Barril
4. Manantiales Pañafiel, S.A.	Pañafiel
5. Electropuera, S.A.	Agua Soda

Del análisis de la información que obra en expedientes de la Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología, se detectó que las 45 embotelladoras restantes, tienen 131 contratos registrados, los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

<u>No. de Empresas</u>	<u>No. de Contratos</u>	<u>O B J E T O D E L C O N T R A T O</u>		
		<u>Por Uso de Marca</u>	<u>Servicios Administrativos</u>	<u>Asistencia Técnica</u>
45	131	106	24	1

En los datos anteriores se aprecia que cada embotelladora realiza en promedio 3 contratos, ya sea por uso de marca, servicios administrativos o cualquier otro objeto.

En forma específica, cada tipo de contrato presenta las siguientes particularidades:

#### Uso de Marcas.

Es manifiesto que el principal objeto de los contratos registrados en la rama, se refieren al uso y explotación de marcas (80% de los convenios) y en la mayoría de los casos son autorizaciones para -- utilizar marcas de origen extranjero, pues de los 106 contratos de este tipo, solamente 7 se refieren a la autorización para utilizar marcas nacionales (cuatro contratos de Mundet, dos de Titán y uno de Squeeze).

Es importante señalar que por este concepto, en el 90% de los casos, no se exige una contraprestación, pues la autorización se -- otorga en forma gratuita, cosa que sucede también con la asisten-- cia técnica y el suministro de conocimientos. Sin embargo, en dichos contratos se obliga a la empresa concesionada a que cumpla -- con los siguientes requisitos:

- a) Compre el concentrado a una compañía que la licenciante determine, a los precios y condiciones que la dueña de la marca establezca y, ajustándose además a las fórmulas, métodos de elaboración y requisitos de calidad que se le indiquen.
- b) Participe en la publicidad y promoción de la marca, en los términos que la licenciante fije.
- c) Restrinja su área de venta, a los límites que se le prede--terminen.

Los contratos de licencia de uso de marca inscritos en el Registro Nacional de Transferencia de Tecnología se refieren a los siguientes signos marcarios:

CUADRO No. 28

## CONTRATOS CELEBRADOS POR USO DE MARCA

<u>Licenciante</u>	<u>Nacionalidad</u>	<u>Marca</u>	<u>Nacionalidad</u>	<u>No. de Contratos</u>
1. Coca Cola Company	EE.UU.	Coca Cola	EE.UU.	33
2. Coca Cola Company	EE.UU.	Fanta	EE.UU.	30
3. Pepsico Inc.	EE.UU.	Pepsi-Cola	EE.UU.	11
4. The Seven Up Company	EE.UU.	Seven Up	EE.UU.	7
5. Coca Cola Company	EE.UU.	Sprite	EE.UU.	6
6. Pepsico Inc.	EE.UU.	Mirinda	EE.UU.	4
7. Promotora de Marcas Nacionales, S.A.	Mex.	Mundet	Mex.	4
8. Extractos y Derivados, - S.A.	EE.UU.	Canada Dry	EE.UU.	3
9. The Squirt Company	EE.UU.	Squirt	EE.UU.	2
10. Orange Crush de México, - S.A.	Mex.	Orange Crush	EE.UU.	2
11. Orange Crush de México, - S.A.	Mex.	Titán	Mex.	2
12. Técnica Fleishman, S.A.	Mex.	Squeeze	Mex.	1
13. Pepsico Inc.	EE.UU.	Teem	EE.UU.	1
				<u>106</u>

FUENTE: Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.

Es interesante observar que de las 50 embotelladoras más importantes del país, 31 tienen contratos por uso de marca con Coca-Cola Company, lo que representa más del 65% de los contratos registrados, ésto se comprende por la penetración que Coca-Cola, Fanta y Sprite tienen en el mercado, como se ha visto a través del presente estudio.

Pepsico Inc., titular de las marcas Pepsi-Cola, Mirinda y Teem -- participa con el 15.85% de los contratos registrados y, ocupa el -- segundo lugar como empresa licenciante. Del total de la muestra de 50 empresas sólo 8 embotelladoras fabrican productos con marcas propiedad de Pepsi. (Ver anexo No. 1)

En tercer término está The Seven Up Company que se distingue por -- ser la única licenciante extranjera que cobra regalías por el uso de su marca, de acuerdo con la siguiente fórmula: 15 centavos por caja equivalente a .237 litros (8 onzas), con 24 botellas por caja, la mencionada regalía no debe exceder del 3% de las ventas netas de dichos productos y tales pagos deben ser en dólares.

Promotora de Marcas Nacionales, S.A. (empresa de capital nacional) y Extractos y Derivados, S.A. (que actúa en representación de Canda Dry Corporation), autorizan en cada contrato a usar varias marcas de su propiedad, por ejemplo: Promotora de Marcas Nacionales, S.A., autoriza en cada contrato, el uso de sus marcas Sidral Mundet, Orange Mundet, Limonada Mundet y Prisco Mundet, con una regalía del 33.33% sobre el precio en que la licenciataria compre el -- litro o kilo de concentrado o extractos necesarios para la elaboración de los refrescos materia de la franquicia. Como se observa, las empresas nacionales sí cobran regalías por el uso de marcas.

Las vigencias de los contratos por uso de marcas, son muy diversas, no estandarizados ni siquiera en aquellos contratos registrados -- por una misma empresa, tal como se muestra en el cuadro siguiente:

## RANGOS DE VIGENCIA DE LOS CONTRATOS POR USO DE MARCAS

	<u>Coca-Cola Co.</u>	<u>Pepsico Inc.</u>	<u>Seven-Up</u>	<u>Los demás</u>	<u>T o t a l</u>
Hasta 5 años	8	-	-	1	9
Hasta 8 años	12	-	-	1	13
Por 10 años	39	16	5	2	62
10 años o más	-	-	-	1	1
Indefinidos	10	-	2	9	21
	<u>69</u>	<u>16</u>	<u>7</u>	<u>14</u>	<u>106</u>

FUENTE: Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.

Ultimamente tiende a uniformarse el período de vigencia de los contratos, pues los más recientes y en particular los de Coca-Cola, - Pepsi-Cola y Seven-UP, se realizan por un plazo de 10 años con posibilidad de renovarse por el mismo período, mientras que antes se hacían por períodos de 3, 5 u 8 años, o bien eran por tiempo indefinido

El único contrato que tiene un rango de vigencia mayor de 10 años, es el celebrado entre Extractos y Derivados, S.A. y Refrescos Pascual, S.A., el 7 de enero de 1970, en el cual se estipula una vigencia de 25 años, plazo que contraviene la fracción XIII del Artículo 7o. de la Ley de materia y que sin embargo fue aceptado por el recurso de amparo que interpuso y ganó la promovente.

Cabe indicar que los contratos indefinidos también infringen la -- fracción mencionada, al no indicar la duración del convenio. Se - observó que las licenciantes que incluyen cláusulas en estos términos son principalmente Promotora de Marcas Nacionales, S.A., y - - Orange Crush de México, S.A., ambas empresas con capital nacional.

#### Servicios Administrativos.

El segundo motivo de los contratos analizados, es la contratación de Servicios Contables, Jurídicos y Administrativos, de los cuales se encontraron un total de 24 convenios celebrados con 7 licencian

tes, 4 de ellas con capital extranjero, distribuidos de la siguiente forma:

## CUADRO No. 30

## NUMERO DE CONTRATOS CELEBRADOS POR SERVICIOS ADMINISTRATIVOS.

<u>L i c e n c i a n t e</u>	<u>No. de Contratos</u>	<u>% Inv. Extr.</u>
1. Administración, S.A. de C.V.	6	84.04
2. Fomento Industrial Azteca, S.A.	4	--
3. Dirección, S.A. de C.V.	3	99.96
4. Dirección y Servicios, S.A. de C.V.	3	99.89
5. Fomentadora, S.A. de C.V.	3	49.00
6. Sociedad Industrial, S.A.	3	--
7. Proyección Corporativa, - S.A.	<u>2</u>	<u>--</u>
T O T A L :	24	

FUENTE: Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.

Es conveniente observar que la totalidad de este tipo de servicios está contratado por empresas bajo franquicia de Coca-Cola y que además existe entre las licenciantes una relación corporativa con la dueña de la marca. (Ver Anexo No. 2).

La fórmula de contraprestación que estipulan estas licenciantes varía ya que algunas fijan el monto de sus honorarios en relación al número de cajas vendidas durante un año y puede ser de \$0.20 a \$1.10 por cada caja de refresco. Otras fijan una cantidad mensual, más un porcentaje determinado sobre el número de cajas vendidas mensualmente, excluidas las ventas que las embotelladoras realizan de primera mano a otras empresas embotelladoras.

CUADRO No. 31

## VIGENCIA DE LOS CONTRATOS POR SERVICIOS DE ADMINISTRACION

<u>D u r a c i ó n</u>	<u>No. de Contr. Regs.</u>	<u>No. de Contratos considerados como no objeto de Reg.</u>	<u>No. de Con- tratos en trámite.</u>	<u>Total</u>
Hasta 10 años	9	6	3	12
Indefinidos	<u>6</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>6</u>
T o t a l :	15	6	3	24

Como se observa en el cuadro anterior el mayor número de contratos tienen una vigencia de 10 años. En este tipo de convenios existen modificaciones periódicas para aumentar el monto de los honorarios por los servicios prestados.

En lo que se refiere a los contratos indefinidos como se mencionó anteriormente, infringen el Artículo 160. Fracción III de la Ley de la Materia, que al no indicar el término del contrato se puede considerar como con plazos excesivos.

Los 6 contratos que no fueron objeto de registro, se consideraron así debido a que la Dirección General del Registro de Transferencia de Tecnología, en respuesta a la consulta formulada por la empresa Administración, S.A. (del grupo Coca-Cola), le comunicó oficialmente que no era obligatoria la inscripción de tales contratos, en virtud de que esos servicios no se ajustaban a lo establecido en el inciso F del Artículo 20. de la Ley de la materia. En base a tal criterio los convenios de las embotelladoras con dicha licenciante (y 3 más que tiene con Ambesco de México, S.A., Promociones e Inversiones de Occidente, S.A., y Arrendadora Azteca, S.A., empresas que también pertenecen al grupo de Coca-Cola), no se encuentran inscritos formalmente en el Registro Nacional de Transferencia de Tecnología. Por tanto de los 24 convenios presentados sólo 15 están registrados y 3 en trámite.

### Asistencia Técnica.

Por lo que se refiere a este punto y como ya se había indicado, en casi todos los contratos analizados, se suministran conocimientos y asistencia técnica en forma gratuita, ya que el objeto principal de los contratos es la autorización del uso de marcas, por esta razón sólo aparece un contrato cuyo principal objeto es la asistencia técnica, que se refiere a la manufactura y venta del concentrado por parte de Seven Up Mexicana a las embotelladoras que The - Seven Up Company autoriza a utilizar dicha marca. Esta misma licenciataria también tiene autorización para embotellar refrescos - de esta firma, razón por la cual es la única empresa de la muestra que tiene esta clase de contrato, ya que otras empresas que fabrican y venden concentrado y que también tienen este tipo de contrato, se dedican exclusivamente a la venta de concentrados y no a la elaboración de refrescos, tal es el caso de Coca-Cola Export, Pepsicola Mexicana, EDSA (en representación de Canada Dry Corporation) y Orange Crush de México. El contrato en cuestión tiene una vigencia de 10 años con una contraprestación de 60,000 dólares anuales.

### Análisis de los Contratos de Transferencia de Tecnología de las -- Empresas Fabricantes de Concentrados de Refrescos.

Cabe destacar en este análisis, la actuación de las empresas que se dedican a la elaboración, venta y comercialización de extractos y concentrados para la fabricación de refrescos, pues aún cuando no se dedican a la elaboración de éstos últimos, su relación con la - rama es determinante.

El mercado de esencias, sabores, concentrados y extractos está integrado por más de 50 compañías, de las cuales las más importantes son las que tienen participación extranjera mayoritaria en su capital. La demanda de esta rama industrial está representada en orden de importancia por las industrias de: perfumería, alimenticia, cosméticos, refresquera y otras.

Para fines de este apartado, se investigaron únicamente las empresas más importantes que elaboran y comercializan concentrados y extractos para refrescos.

Principales empresa fabricantes de concentrados para refrescos en México:

<u>E m p r e s a</u>	<u>M a r c a</u>	<u>% de Part. Extr.</u>
Coca-Cola Export Corp.	Coca-Cola	100
Pepsi-Cola Mexicana, S.A.	Pepsi-Cola	100
Extractos y Derivados, S.A.	Canada Dry	100
Seven-Up Mexicana, S.A.	Seven-Up	49
Refremex, S.A. de C.V.	Squirt	49
Orange Crush de México, S.A.	Orange Crush	--
Jugos de Frutas Mundet, S.A.	Mundet	--

Las 6 primeras tienen celebrado un contrato por suministro de cono-  
cimientos técnicos con la empresa norteamericana propietaria de la  
marca en cuestión, siendo éstas:

LICENCIATARIA

Coca-Cola Export Corp.  
Pepsi-Cola Mexicana, S.A.  
Extractos y Derivados, S.A.  
Seven-Up Mexicana, S.A.  
Refremex, S.A. de C.V.  
Orange Crush de México, S.A.

LICENCIANTE

Coca-Cola Company  
Pepsico Inc.  
Canada Dry Corporation  
Seven-Up International\*  
The Squirt Company  
Inter American Orange Crush Co.

\* En este caso la propietaria de la marca es Seven-Up Co. empresa  
del mismo grupo.

Es interesante señalar que las 5 primeras tienen una relación di-  
recta con las licenciante, pues éstas participan en el capital so-  
cial de aquéllas, lo que significa que las licenciante tienen una  
integración vertical en el país que les da el control de la indus-  
tria refresquera nacional.

Los contratos que las fabricantes de concentrados tienen con las -  
licenciante norteamericanas tienen plazos de vigencia de 10 años,  
con opción a renovarse por el mismo periodo o bien son indefinidos

y de la vigencia de éstos dependerán las subfranquicias que la licenciante autorice en el país, pues a diferencia de las embotelladoras, las licenciatarias en cuestión, pueden vender sus productos en toda la República, pero limitándose a venderlos solamente a las embotelladoras que la licenciante determine.

Las contraprestaciones que estas fabricantes del concentrado pagan por el uso de las marcas o por la asistencia técnica que reciben - es muy variable, ya que cada una observa características distintas. En el caso de Coca-Cola Export Corp., no se estipula ninguna forma de pago.

Pepsi-Cola Mexicana, S.A., debe pagar durante la vigencia del convenio, una regalía de 55 dólares por unidad de concentrado vendida.

En el contrato de Orange Crush de México, S.A., tampoco se establecen regalías, pero se obliga a la compra anual de ingredientes básicos en un mínimo de 2600 unidades para el año de 1977, cantidad que a partir de 1980 debe incrementarse a razón de 5% anual acumulativo, con base en la compra del año inmediato anterior.

Extractos y Derivados, S.A., (que tiene la representación de Canada Dry) no paga regalías, ya que su convenio es gratuito y está facultada para otorgar a terceros dentro de la República Mexicana, licencias para el uso de marcas comerciales propiedad de la licenciante, pero fue negada su inscripción por incluir en el convenio la cláusula por la cual decide ajustarse a las leyes del lugar de origen de la licenciante.

Seven-Up Mexicana tiene dos contratos: uno con Seven-Up International que le da asistencia técnica, suministro de conocimientos, provisión de ingeniería básica y servicios de administración, con una regalía que para el año de 1977 era de 60,000 dólares anuales. El otro contrato es por el uso de la marca celebrada con Seven-Up Company, con una regalía del 1% sobre las ventas de la usuaria.

Por último, Refremex, S.A. de C.V., debe pagar dos décimos de cen

tavo de dólar por cada caja de 24 botellas de 7 onzas o el equivalente que se produzca por la venta del concentrado, este pago se efectúa por la asistencia técnica que recibe de la licenciante.

Otro punto importante de los convenios estudiados, es que las licenciatarias deben de adquirir de las licenciantes los ingredientes básicos para la elaboración del concentrado a los precios que ambas hayan fijado de común acuerdo. Cuando no se hace mención a este punto, se supone que de todos modos la licenciante autoriza - dónde se van a adquirir tales ingredientes.

La licenciataria debe realizar en cada área subfranquiada convenios anuales de publicidad con las embotelladoras franquiciadas, para la promoción de la marca de refresco que corresponda, dichas campañas se realizan por todos los medios de difusión: prensa, radio, cine, televisión, etc.

Los convenios con Coca-Cola Company no establecen quien venderá el concentrado ni tampoco el precio de éste, en cambio en los casos de la marca Pepsi-Cola la vendedora es la empresa Pepsi-Cola Mexicana, S.A. que vende la unidad de concentrado a precios diferentes, según el rendimiento que cada empresa obtenga por el concentrado comprado en un período de 6 meses, relacionado con el tamaño y ventas de cada refresco (precio ponderado). EDSA exige al embotellador franquiciado que venda como mínimo el número de cajas vendidas el año anterior, salvo atenuantes que lo justifiquen; ésto le asegura una demanda constante, tampoco se determina el precio del concentrado.

La licenciante nacional, Promotora de Marcas Nacionales, S.A., cede el uso de sus marcas, las fórmulas y procedimientos para elaborar los refrescos Mundet, a cambio de una regalía del 33.33% sobre el precio de compra del concentrado, el cual deben de adquirir de Jugos de Futas Mundet, S.A., quien establece el precio de tal producto.

Igual sucede con Orange Crush de México, que vende a las empresas subfranquiciadas, las bases, concentrados y jarabes necesarios para su producción, a los precios que ella misma determina.

En cambio quien fabrica los refrescos Seven-Up está condicionado a obtener ventas mínimas que debe de ir aumentando en los años sucesivos, ésto le asegura a la proveedora de concentrados una demanda constante y creciente de sus productos.

The Squirt Company al autorizar el uso de su marca también designa la empresa que venderá el concentrado y que en este caso es la empresa Refremex, S.A., pero en el contrato no se establece el precio del concentrado, sólomente "conviene" con la embotelladora que debe adquirir la cantidad suficiente para producir un determinado número de cajas de refrescos, cuota que deberá aumentar en los años sucesivos.

En mi concepto, la forma de operar analizada a lo largo de este capítulo, es la médula del problema de la industria refresquera, pues precisamente a través de la celebración de contratos leoninos, las transnacionales se apoderan no sólo del mercado de refrescos sino también de los excedentes que la industria genera. Coca-Cola Co., Pepsico, Inc., Canada Dry Corp., Seven-Up Co., Squirt Co., e Interamerican Orange Crush, propietarias de las fórmulas y patentes para la preparación de los extractos y jarabes esenciales en la preparación de refrescos cuyas marcas también son de su propiedad, operan extendiendo su predominio en forma vertical, pues controlan al productor final de refrescos y al productor de su materia prima básica, el concentrado.

La mecánica operativa concreta de las corporaciones transnacionales es:

10. Autorizan a una empresa local, con la que tienen relaciones corporativas pues participan en su capital social (generalmente en forma mayoritaria), a fabricar concentrados cuya fórmula "secreta" es de su propiedad. La razón social de --

Las empresas locales lleva preferentemente la palabra México o Mexicana con excepción de Coca-Cola Export Corp., como por ejemplo: Pepsi-Cola Mexicana, S.A., Seven-Up Mexicana, Refremex, S.a., Orange Crush de México, De Squirt de México, - etc. La contraprestación que la fabricante de concentrado - debe pagar a la dueña de la fórmula es excesiva y está en -- función del volumen de ventas del producto y no de su costo de fabricación.

20. Autorizan a embotelladoras nacionales a que usen las marcas de su propiedad, condicionándolas, como ya dijimos, a que -- compren el concentrado a su filial mexicana. En este caso - el cobro por el concentrado también es condicionado y en fun ción del volumen de ventas de las embotelladoras.

Así pues el concentrado que usan las embotelladoras está doblemen te gravado: primero, por la regalía que paga la filial mexicana - a su matriz transnacional y, segundo, por la regalía que paga la embotelladora nacional a la filial mexicana fabricante del concen trado. Cabe aclarar que en ningún contrato se establecen pagos - por concepto de regalías, supuestamente el traspaso de la fórmula secreta y la concesión del uso de marcas, son gratuitos, sin em-- bargo, es claro que la mecánica de venta del concentrado es mucho más onerosa que el establecimiento de un pago específico.

Un simple ejemplo teórico nos muestra la magnitud del pago que -- las embotelladoras nacionales deben hacer a las empresas extranje ras: Si suponemos un pago del 5% por concepto de regalías (por- centaje que puede considerarse razonable o cuando menos similar - al porcentaje de los contratos aceptados como normales), la canti dad resultante sería de 2,150 millones de pesos anuales (las ven- tas de la industria ascendieron a casi 43 mil millones de pesos en 1980), repartidos principalmente entre Pepsi-Cola y Coca-Cola. - Pero además, sabemos que el cobro encubierto de regalías en esta indus tria es superior al porcentaje promedio de los contratos registra dos y, por si fuera poco la Coca-Cola Company se da el lujo de ce

lebrar contratos y cobrar regalías por conceptos tales como asesoría técnica, servicios administrativos, ingeniería básica, etc., con lo cual se aumenta lógicamente la transferencia de fondos entre empresas nacionales-transnacionales.

Es evidente que el costo de los servicios no es proporcional a la prestación que otorgan las transnacionales, sin embargo los contratos aludidos se siguen registrando sin objeción alguna por parte de las autoridades correspondientes, bajo el pretexto de que la venta de concentrados no es objeto de registro y por lo tanto no hay causa de negativa.

CAPITULO SEIS. COMENTARIOS RESPECTO DE OTROS MECANISMOS DE REGULACION Y CONTROL ESTATAL EN LA INDUSTRIA DE LOS REFRESCOS.

La intervención del Estado en una economía de mercado, tiene como objetivo final el de lograr la elevación del ingreso, el consumo y el ahorro de la mayoría de la población, es decir, debe utilizar intensivamente los instrumentos que le son propios para evitar la indeseable concentración de la riqueza en manos de las minorías privilegiadas, la distorsión de los mercados, la inflación, el desempleo, el desequilibrio externo y, en general, todas las manifestaciones conflictivas y contradictorias inherentes al sistema capitalista de pendiente que caracteriza a las economías de los países como México.

Los instrumentos con que cuenta el Estado son numerosos y de diversa índole, los hay económicos, políticos y sociales. En el ámbito económico, por ejemplo, el ejecutivo dicta, maneja y administra las políticas fiscal, monetaria, laboral, de estímulos y exenciones, de subsidios, de precios máximos y mínimos, de tarifas a los bienes y servicios que proporciona el Sector Público, de proteccionismos de variada especie, etc.

Sin embargo, el logro del objetivo apuntado es harto utópico, por no decir imposible. Baste con revisar la crítica situación actual para constatar el alcance de las regulaciones Estatales. La razón de ello no se encuentra simplemente en la ineficiencia y corrupción del aparato administrativo ni es tampoco fruto del azar, sino es -- más bien, el resultado del carácter del sistema capitalista de producción y de su instrumento de control político: el Estado.

Así pues, el Estado Capitalista por su esencia misma no puede erigirse como el promotor del desarrollo colectivo, pues no es más que ... "una estructura de poder destinada a asegurar el ejercicio libre del derecho de propiedad privada" (17), por tanto su acción siempre

(17) Mario de la Cueva. "La Idea del Estado". Universidad Nacional Autónoma de México. 1975. P. 413.

y finalmente estará destinada a favorecer al capital y a las relaciones sociales que él recrea. El Estado Capitalista jamás frenará las fuerzas espontáneas del sistema ni tampoco suprimirá los antagonismos distintivos del capitalismo, su función se reduce a mediatizar las contradicciones hasta el punto que aseguren la permanencia y reproducción del sistema.

No es el objeto de esta tesis analizar el carácter del Estado Capitalista, no obstante ello, apunté los razonamientos anteriores por que sí creo factible que con los mecanismos de regulación con que cuenta el Estado Mexicano es posible detener la agotante e injustificada succión de recursos que entraña la participación extranjera en la industria de los refrescos, de tal forma que el excedente -- que ella genera permanezca en el país, independientemente si la riqueza se encuentra o no concentrada en pocas manos, distorsión que como ya vimos no es fácil evitar en un régimen económico como el nuestro.

El Estado Mexicano ha hecho numerosos y muy variados esfuerzos por corregir los desequilibrios del mercado de los refrescos. La operación de la rama está sujeta a muchos de los instrumentos con que cuenta el Estado, así por ejemplo, se le obliga a un régimen impositivo especial, para luego conceder exenciones y subsidios a determinadas empresas; se le controla su principal materia prima (el azúcar); se le establecen precios máximos de venta al público; se le ha dado tratamiento particular en materia arancelaria; se le concedieron licencias de importación a los concentrados; se le autorizan a algunas empresas prácticas que comercialmente podrían calificarse de desleales y con tendencias monopólicas, etc. Adicionalmente a dichas medidas, los industriales deben cumplir todas -- aquellas obligaciones de observancia general para las personas físicas y morales radicadas en la República Mexicana como por ejemplo el Impuesto Sobre la Renta, el I.V.A. y las dos leyes analizadas en los capítulos precedentes.

Además, la industria de los refrescos está regida por dos leyes específicas: la " Ley Sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal -

en Materia Económica" y la "Ley de Compraventa de Primera Mano de Aguas Envasadas" y, por diversas "Normas", "Reglamentos" y "Decretos" que analizaré en el inciso siguiente.

A continuación expongo con más detalle el comportamiento de algunas de las medidas de regulación que el Estado ha puesto en práctica en la industria que nos ocupa.

### 6.1 IMPUESTOS ESPECIALES.

La Ley de Compraventa de Primera Mano de Aguas Envasadas, entró en vigor en enero de 1958 y creó por primera vez un impuesto especial a la industria refresquera. En esa fecha la tasa impositiva era - del 5% sobre el precio unitario de fábrica y gravaba a los refrescos elaborados con jugos naturales o extractos, con o sin gas, a las aguas minerales gasificadas o no y, a las aguas purificadas envasadas.

Este ordenamiento legal ha sufrido varias modificaciones, sobre todo en lo que se refiere al nivel de la tasa impositiva, la cual actualmente asciende a un 15.7% sobre el precio de fábrica.

La situación impositiva por la que ha atravesado la industria se puede resumir en los términos siguientes:

#### MODIFICACIONES A LA TASA IMPOSITIVA EN LA INDUSTRIA REFRESQUERA

<u>F e c h a</u>	<u>Tasa Impositiva</u>	<u>Acontecimiento</u>
1945	\$0.60 por Kg. de gas carbónico consumido.	Se publicó una Ley que estableció por primera vez un impuesto indirecto a los fabricantes de refrescos. Este impuesto estuvo en vigor hasta 1947.

<u>F e c h a</u>	<u>Tasa Impositiva</u>	<u>Acontecimiento</u>
Dic. 1957	- o -	Se publica la "Ley del Impuesto Sobre Compraventa de Prima Mano de Aguas Envasadas".
Ene. 1958	5% sobre el precio de fábrica de los refrescos.	Entra en vigor la Ley gravando a los refrescos elaborados con jugos naturales o con extractos, con o sin gas; a las aguas minerales gasificadas o no y a las aguas purificadas envasadas. La tasa del 5% estuvo vigente hasta diciembre de 1961.
Ene. 1962	Se aumenta la tasa de 5% a 7.5%	Aún cuando se modifica la tasa impositiva, los industriales realizan gestiones ante la SHCP, quien por un lado, les reduce el 50% del aumento en la tasa y por otro, les otorga un subsidio del resto del aumento a quienes adquieran materias primas de origen nacional.
Sep. 1966	Se reduce la tasa de 7.5% a 6%.	La SHCP considerando que las plantas compran sus materias primas en el país y que tienen precios congelados, les otorga un subsidio del 1% a todas las embotelladoras.
Ene. 1971	Se aumenta la tasa en forma considerable de 6% a 25%.	Esta medida se tomó con el fin de sanear a la industria azucarera. El aumento del impuesto motiva un aumento de precios que propicia una contracción del 15% en las ventas de refrescos.
Ene. 1974	Además del Impuesto ad valorem, se crea un impuesto específico por botella: \$ 0.0525 chica, 0.0825 mediana y 0.1485 grande	Se elevó el gravamen a una cifra que oscila entre el 38 y 40% del precio de fábrica. Asimismo originó un nuevo aumento de precios con la consiguiente reducción del mercado.

<u>F e c h a</u>	<u>Tasa Impositiva</u>	<u>Acontecimiento</u>
Ene. 1976	El ajuste por azúcar es de: \$ 0.16 por refresco chico \$ 0.26 por refresco mediano \$ 0.52 por refresco grande	Se firmó un convenio entre las autoridades de la SECOM y UNPASA con los industriales, en donde estos últimos se comprometieron a pagar un sobre precio por consumo de azúcar. Dependiendo de la cantidad de azúcar consumida por caja, el precio por Kg. de azúcar que paga la industria varía de empresa a empresa.  En esta ocasión se autorizó un aumento de precios del 66% que afectó las ventas en un 12% en el mercado general y en un 30% en el de marcas mexicanas.  El gravamen en la industria alcanza un nivel del 60% sobre el precio de fábrica.
30 Dic 1977	- o -	Se establece que también son objeto del impuesto indirecto los refrescos en polvo, concentrados, jarabes, esencias o extractos, destinados al consumidor final y que cuando al diluirse puedan obtenerse refrescos.
19 Dic 1980	Se disminuye la tasa impositiva de 25% a 15.7% y se elimina el impuesto específico.	Se publica la "Ley del Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios".

La influencia que ha tenido la carga impositiva en la operación y funcionamiento de la industria embotelladora, ha sido muy significativa, pues cada aumento o modificación en la tasa, ha ocasionado incrementos en los precios, los que a su vez han incidido en forma importante en el mercado, como se aprecia a continuación:

<u>Período</u>	<u>Incremento en la Tasa Impositiva</u>	<u>Incremento en el Nivel de Precios*</u>	<u>Comportamiento del Volumen de Producción.</u>
1971	Se aumenta la tasa impositiva de 6% a 25%.	Se autoriza un aumento de precios de 45% (de \$0.45 a \$0.65)	Sufre una reducción de 15%.
1972	No se registra	No se registra	Crece ligeramente
1973	No se registra	No se registra	Crece ligeramente
1974	Se crea el impuesto específico.	Se aumentan los precios 38% (de \$0.65 a \$0.90)	Se contrae 2.5%
1975	No se registra	No se registra	Crece 15%
1976	Se crea el sobreprecio por consumo de azúcar.	Se autoriza una modificación de 66% (de \$0.90 a \$1.50)	Se reduce 12%
1977	No se registra	Se autoriza un aumento de 20% (de \$1.50 a \$1.80)	Crece sin llegar al nivel de 1975.
1978	Se disminuye	No se registra	Crece ligeramente

\* Se refiere a refrescos de tamaño mediano.

Aún cuando los precios de los refrescos estuvieron congelados de 1950 a 1970, razón por la cual México obtuvo el liderato de ser el país -- con los refrescos más baratos del mundo, en la década pasada los precios de los refrescos aumentaron considerablemente, sin embargo, el incremento registrado en los impuestos por botella ha sido proporcionalmente mayor, pues de \$0.02 en 1970 subió a \$0.59 en 1977 (2,950%) cifra que significa el 60% del precio de fábrica, mientras que los -- precios de los refrescos aumentaron el 400% en el mismo período.

## 6.2 CUOTA POR CONSUMO DE AZÚCAR.

En enero de 1976 se firmó un convenio que aparece como Anexo No. 4 -- de esta tesis, por medio del cual los industriales del ramo se comprometieron a pagar un ajuste sobre el precio del azúcar que consu--

men. El citado compromiso fue suscrito ante las autoridades de -- COMERCIO, HACIENDA y UNPASA y tenía como objetivo el de reordenar el mercado de refrescos, gravando su materia prima básica y prohibiendo presentaciones de refrescos que no fueran las convencionales.

El ajuste por consumo de azúcar consiste en que los industriales - deben pagar una cuota de \$0.16, \$0.26 y \$0.52 respectivamente, por cada botella tamaño chico, mediano y grande que produzcan. Dicha cuota debe ser liquidada a UNPASA conforme al siguiente mecanismo:

- Los precios oficiales por Kg. de azúcar, autorizados por la Secretaría de Comercio el 8 de diciembre de 1982, son de \$28.00 - para la popular o morena y de \$30.00 para la refinada o blanca.
- La industria que nos ocupa consume el 99.9% de azúcar refinada, por lo que debería pagar \$30.00 por Kg. consumido, sin embargo, por el convenio firmado con UNPASA, debe pagar un precio que varía en función del contenido de azúcar por botella, pero que en promedio asciende a \$34.68 por Kg. consumido.

Para explicar la fórmula a través de la cual la industria refresquera, paga el Kg. de azúcar a UNPASA, presento un ejemplo real de un refresco de sabor naranja, tamaño mediano.

REFRESCO SABOR NARANJA TAMAÑO MEDIANO  
DE 360 cc = 12 ONZAS

Para producir una caja de 24 botellas de refresco tamaño mediano se necesitan 1.100 Kg. de azúcar (45.83 g. por botella).

De acuerdo con el convenio, el refresco mediano paga una cuota fija de \$0.26 por botella producida, entonces:

$$\begin{aligned} 24 \text{ botellas} \times \$0.26 &= \$ 6.24 \\ \text{por lo que} \quad \$6.24 &= 1,100 \text{ g.} \end{aligned}$$

Si 1,100 gramos cuestan \$6.24, el costo por gramo será:  
 $\$6.24 \div 1,110 \text{ g.} = \$0.00567$  y por consiguiente el precio por Kg. es de \$5.67 .

Ahora bien UNPASA vende a las embotelladoras a \$28.00 el Kg. de azúcar refinada (precio oficial del azúcar morena) lo que finalmente resulta:

\$ 5.67 (cuota fija)
<u>\$ 28.00 (precio oficial de azúcar morena)</u>
\$ 33.67

Cantidad a la que se le agrega una merma del 3% : \$ 34.68

PRECIO PROMEDIO POR KG. DE AZUCAR PARA LA  
INDUSTRIA EMBOTELLADORA: \$34.68

Tal como se indicó, el precio así calculado, se modifica en función de la cantidad de azúcar consumida por refresco o por caja, de tal forma que mientras más azúcar se utilice menor será el precio por Kg.

La fórmula de pago de sobreprecio del azúcar ocasiona:

- a) Que los refrescos de Cola que son los que mayor cantidad de azúcar consumen, paguen proporcionalmente menores precios por Kg.
- b) Que las empresas que producen refrescos en presentaciones mayores a las tradicionales, de medio litro o un litro, (que lógicamente utilizan más azúcar y que de acuerdo al convenio suscrito en 1976, quedó prohibida su producción), no paguen su exceso en el consumo a razón de \$ 34.68 por Kg. sino a \$ 28.00.

### 5.3 SUBSIDIOS CONCEDIDOS A LA INDUSTRIA REFRESQUERA.

Los desequilibrios del mercado de los refrescos, la crítica situación financiera de las empresas nacionales y la carga impositiva -

de la industria, ocasionó que algunas empresas realizaran gestiones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, solicitando subsidios y exenciones, con los siguientes resultados:

SUBSIDIOS CONCEDIDOS A LA INDUSTRIA REFRESQUERA

<u>Fecha</u>	<u>Monto del Sacrificio Fiscal (\$ 000)</u>	<u>Tasa del Subsidio</u>	<u>Observaciones</u>
1973.		Se establece un 20% de subsidio sobre el impuesto ad-valorem para las empresas con ventas anuales menores a un millón de cajas de refrescos.	Este subsidio se concede únicamente a las marcas nacionales, por lo que si la empresa embotella además marcas extranjeras, el subsidio se aplica de acuerdo con la participación de las ventas de marcas nacionales en el total de ventas de la empresa.
1974	12,500 <u>1/</u>	Se concede prórroga al subsidio.	Opera en la misma forma que el año anterior.
1975	60,279	Se concede prórroga del subsidio.	Opera en la misma forma que el año anterior.
1976	68,012	Se establece una tasa diferencial de subsidio consistente en la aplicación de una tabla decreciente que fluctúa entre el 20 y el 5%.	El subsidio es únicamente para marcas nacionales y se aplica considerando el volumen de ventas del año anterior y la participación de las ventas de marcas nacionales en el total de las ventas de la empresa.
1977	89,002	Se concede prórroga al subsidio.	Opera en la misma forma que el año anterior.
1978	64,948 <u>2/</u>	Se concede prórroga al subsidio.	Opera en la misma forma que el año anterior.

1/ Datos estimados

2/ Cifras correspondientes a enero-agosto.

FUENTE: Dirección de Estudios Fiscales.  
S.H.C.P.

Las marcas mexicanas gozan de otro subsidio que es absorbido por UNPASA y que consiste en que pagan únicamente un sobreprecio por consumo de azúcar de \$0.13, \$0.22 y \$0.44 por botella, tamaños chico, mediano y grande, respectivamente, en lugar de \$0.16, \$0.22 y \$0.52 por botella que pagan las marcas extranjeras.

Lo anterior pone de manifiesto que el gobierno federal pretende a través de los subsidios, proteger a las empresas embotelladoras de marcas mexicanas, debido a la situación desfavorable en que se encuentran frente a las de marcas extranjeras, reflejada principalmente en la falta de capital suficiente para desarrollar adecuadamente sus operaciones.

Sin embargo, si consideramos que las marcas extranjeras penetran y crecen en el mercado a través de empresas que están bajo franquicia, pero con capital 100% nacional, nos encontramos con que los refrescos de marcas nacionales que gozan de subsidio y que mayor crecimiento relativo han tenido en el año de 1977, son los que están fabricados por embotelladoras que están bajo franquicia de Coca-Cola y Pepsi-Cola, tal como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO No. 32

**PARTICIPACION COMPARATIVA DE LAS MARCAS NACIONALES Y EXTRANJERAS EN EL MERCADO**

<u>M a r c a</u>	<u>1976</u> <u>(%)</u>	<u>1977</u> <u>(%)</u>	<u>Variación</u> <u>(%)</u>
Coca-Cola	37.82	39.46	1.64
Pepsi-Cola	18.16	17.41	- 0.75
Marcas de Sabores Extranjeros 1/	14.32	13.33	- 0.99
Marcas de Sabores Nacionales 2/	17.45	16.53	- 0.92
Marcas de Cola Nacionales	-	0.5	-
Marcas de Sabores Nacionales Propiedad de Embotelladores de Coca-Cola y Pepsi-Cola 3/	5.59	6.13	0.54
Aguas de Tehuacán	3.88	3.89	0.01
Sabores de Tehuacán	2.78	2.75	- 0.03
<b>T O T A L :</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>0.00</b>

1/ Bravo, Delaware Punch, Fanta, Mirinda, Orange Crush, Seven-Up, Squirt, Wink, Sanson, etc.

2/ Barrilitos, Chaparritas, Extra Poma, Jarritos, Manzanita Sol, Mundet, Pascual, Titán, Aga Sidral, Garci-Crespo, etc.

3/ Joya, Vita, Yoli, Pop, Chamaca, Cristal, Elite, etc.

FUENTE: ANERMEX.

#### 6.4 CONTROL DE PRECIOS.

La Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, es el instrumento base del control oficial de precios y fue publicada el 30 de diciembre de 1950, con el propósito de prevenir irregularidades en el comercio, derivadas de presiones inflacionarias internas y externas. Fue hasta el año de 1951, cuando se publicó en el Diario Oficial de la Federación la lista de los productos controlados, en la que se incluyó a los refrescos como productos de consumo generalizado.

Asimismo en 1951, se publicó el Reglamento de dicha Ley, en el que se establece que los precios de los productos controlados sólo podrán modificarse previa autorización de la Secretaría de Comercio, entonces llamada de Economía, quien para fijar el precio máximo de venta, debe realizar estudios sobre los costos de producción, comercialización y distribución y reconocer al fabricante o comerciante una "utilidad razonable".

Con base en dicha disposición, los precios de los refrescos permanecieron congelados 20 años, de 1950 a 1970, aunque posteriormente, de 1970 a la fecha, se han autorizado 7 modificaciones de precios que significan aumentos del orden del 1,666% (de \$0.45 a \$7.50 por botella tamaño mediano).

En la década pasada, tanto la Ley como su Reglamento han sido objeto de varias modificaciones y adiciones entre las que destacan las siguientes:

1. La publicación el 3 de octubre de 1974, del Decreto que regula los precios de Diversas Mercancías y Servicios. Este Decreto además de adicionar 171 productos genéricos al control, establece un nuevo sistema llamado "Fijación de Precios por Variación de Costos".
2. A raíz de la devaluación de nuestra moneda, el 27 de septiembre

de 1976, se expidió un Decreto que adicionó 126 productos al control oficial de precios.

3. Por último y con objeto de hacer más "flexible" y "transparente" la política de precios, el 21 de octubre de 1977, se liberaron varios productos del control y se creó la Comisión Nacional de Precios, concebida como un órgano consultivo del -- Ejecutivo, en el que participan los sectores involucrados. Los productos que deben ser sometidos a opinión de la Comisión Nacional de Precios, sólo son los considerados como de consumo - generalizado, clasificación en la que se encuentran los refrescos.

Con fundamento en las disposiciones anteriores, la Secretaría de Comercio fija los precios máximos de venta de los refrescos a nivel de rama, es decir, establece precios para los refrescos tamaños chico, mediano y grande, independientemente del sabor o de la empresa que lo fabrique.

Para tal fin estudia los costos de las empresas más eficientes o consideradas representativas y después hace extensivo el resultado a toda la industria.

Con el nivel de precio neto de fábrica que se establece, el industrial debe cubrir adecuadamente sus costos y gastos de producción y venta y obtener una utilidad razonable. Sin embargo, sabemos que los costos, la productividad y por tanto el nivel de utilidad o pérdida, es diferente en cada empresa, así, aquella empresa cuyos costos estén - por encima del nivel fijado, estará en problemas financieros en el - corto plazo, mientras que las embotelladoras cuya eficiencia redunde en costos menores, obtendrá utilidades extraordinarias.

Un ejemplo de la estructura actual del precio a nivel de rama es:

ESTRUCTURA DEL PRECIO DE UN REFRESCO  
TAMAÑO MEDIANO EN EL DISTRITO FEDERAL

1 9 8 3

Precio al Público	\$ 7.50
IVA 15%	.98
Precio Base IVA	6.52
Margen Detallista	.69
Precio Detallista	5.83
Impuesto a Producción Aguas. Envasadas 15.7% s/p.f.	.79
Precio Fábrica	5.04
Comisiones	1.01
Precio Neto Fábrica (*)	4.03

(\*) El precio neto de fábrica incluye el sobre precio por consumo de azúcar que es diferente para marcas nacionales y extranjeras.

El ejemplo anterior es teórico porque se desconoce la estructura --- real de costos de cada embotelladora, sin embargo, nos permite apreciar como se encuentran constituidos los precios máximos de venta de los refrescos, así tenemos que las comisiones a los distribuidores -- son el 25% del precio neto de fábrica; la suma de estas dos cantidades forman el precio de fábrica, sobre el cual se calcula el impuesto indirecto, lo que aunado al margen detallista y al IVA, nos da -- por resultado el precio al público.

De esta forma se aprecia cómo los impuestos son una proporción importante tanto del precio de fábrica (44%) como del precio del público (24%), es decir el precio de fábrica es el 54% del precio al público.

Existen 3 diferentes niveles de precios en la República Mexicana que son:

A. El Nivel de Precios del Distrito Federal y la Zona Metropolitana.

Es la base para la fijación de precios en el resto del país y con

siste en un precio máximo de venta para los refrescos, tamaños - chico, mediano y grande, independientemente del sabor o la empresa que los fabrique.

**B. El Nivel de Precios de la Zona Fronteriza.**

Esta zona abarca las poblaciones de Monclova, Coah., Reynosa, -- Tamps., Matamoros, Tamps., Nuevo Laredo, Tamps., Piedras Negras, Coah., Cd. Juárez, Chih. y también Campeche, Camp. por considerarse como zona de vida cara. Es \$0.50 mayor que el establecido para el Distrito Federal.

**C. El Nivel de Precios de la Zona de Vida Cara.**

Esta zona está constituida por las poblaciones de Tuxtla Gutiérrez, Tapachula, San Cristóbal de las Casas, Chis., Oaxaca, Juchitán, Ixtepec, Oax., Cd. Obregón, Hermosillo, Agua Prieta, Son., - Los Mochis, Mazatlán, Culiacán, Sin., Acapulco, Gro., Lázaro Cárdenas, Mich., Cancun, Q. Roo, Tuxpan, Veracruz, Poza Rica, Minatitlán, Ver., Tampico, Tamps., Villahermosa, Tab., Nogales, Son., - Mexicali, Tijuana, La Paz, B. C. Este precio tiene un incremento de \$1.00 con respecto al fijado para el Distrito Federal.

Los niveles de precios anteriores tienen vigencia en las poblaciones donde se fabrica el producto así como en un radio de 25 Km. a la redonda, más allá de ese perímetro, los precios se rigen por una tarifa de transporte que varía en función de la distancia recorrida y -- del tamaño del refresco, como aparece en seguida:

**ESTRUCTURA DE FLETES AUTORIZADOS CON FECHA 17 NOVIEMBRE 1982**

T A M A Ñ O	D I S T A N C I A	CARGO POR BOTELLA	
		SIN I.V.A.	CON
CHICO	De 25 a 100 Kms.	0.64	0.74
	101 en adelante	0.82	0.94
MEDIANO	De 25 a 100 Kms.	0.82	0.94
	101 en adelante	1.18	1.36
GRANDE	De 25 a 100 Kms.	1.18	1.36
	101 en adelante	1.27	1.46

Adicionalmente, la Secretaría de Comercio autorizó a los fabricantes de refrescos que utilicen jugo o pulpa de fruta natural en la elaboración de los refrescos, a aplicar un ajuste de \$1.50 para los tamaños chico y mediano y de \$3.00 para el grande, sobre los precios de las tres zonas aludidas.

#### 6.5 ARANCELES Y LICENCIAS DE IMPORTACION.

En materia de comercio exterior la industria de los refrescos no ha recibido un tratamiento específico ni ha sido objeto de algún linea miento en particular. Mejor aún, el contradictorio tratamiento que se le ha dado a la industria no hace más que reflejar el desconocimiento de su problemática y de los efectos negativos en nuestra eco nomía que ello implica.

Hasta 1978 se autorizaba la importación de materias primas para la elaboración de concentrados para refrescos sin ninguna restricción, bajo el argumento de que no existía fabricación nacional de los extractos especiales utilizados por Coca-Cola y Pepsi-Cola. Posteriormente se liberó la fracción arancelaria del requisito de permiso previo y se eximió a las transnacionales del pago de aranceles - debido a que dicha fracción estuvo considerada como materia prima - básica de la industria alimenticia.

Por fin en 1980, se estableció el pago del 60% de arancel a la importación de concentrados. A partir de la época de control de cambio y derivado de los ajustes que exigían la situación financiera y económica del país, se volvió a sujetar la fracción correspondiente al régimen de permiso previo y se ha seguido la política de negar todas las solicitudes de ese producto.

Similar tratamiento recibió la importación de refrescos, es decir, si no es por la situación crítica del país seguramente seguiríamos encontrando en cualquier tienda de autoservicio aguas minerales --- francesas, cervezas alemanas o bebidas gaseosas enlatadas en los Es

dos Unidos. Es evidente que las políticas aplicadas en materia de Comercio Exterior no han sido el fruto de un análisis particular - sino más bien el resultado de consideraciones generales. Es de temerse que conforme se vayan superando los problemas por los que -- atraviesa el país, se caiga nuevamente en la inaceptable importación de tales productos y, lo que es peor, sin que las transnacionales paguen los niveles adecuados de aranceles e impuestos, pues son esas empresas las que promueven este tipo de operaciones, a pesar de que sabemos que precisamente la importación de mercancías - es una de las formas más usuales de transferir subrepticamente -- utilidades entre filiales-casa matriz.

#### 6.6 OTRAS DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS DEL EJECUTIVO FEDERAL.

Otra reglamentación relativa a la industria refresquera, es la Séptima Norma de la Comisión Mixta Intersecretarial, adoptada el 25 de octubre de 1948, que legalizó y amplió la limitación a que se refieren los acuerdos de 1945 y 1947 de la Secretaría de Relaciones Exteriores, dependencia que sancionaba la IED antes de la publicación de la Ley respectiva. En dichos acuerdos se prohíbe la constitución de sociedades dedicadas a la producción de aguas gaseosas y refrescos, a menos de que el cincuenta y uno por ciento - del capital como mínimo, sea mexicano. Las empresas dedicadas a - la elaboración de esencias, concentrados y jarabes para refrescos también se incluyen en esta restricción.

Por tal razón, aún cuando la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera no incluye estas actividades dentro de las limitadas expresamente al capital extranjero, se considera incluida dentro de las señaladas por disposiciones reglamentarias del Ejecutivo Federal.

- Es inegable que la IED a través de su principal agente, la empresa internacional, promueve la industrialización de los países en donde opera, sin embargo, ya vimos que no forzosamente en beneficio de tales países. A largo plazo, la transnacional extrae más recursos de los que aporta, modifica el esquema de producción hacia la satisfacción de necesidades mundiales en vez de hacia las locales y encasilla a los países en una división internacional del trabajo que no resulta beneficiosa más que para sí misma.
- El resultado de todo ello es que los países dependientes se ven obligados a pedir préstamos cada vez mayores y más onerosos, para poder satisfacer sus necesidades de importación que aumentan gradualmente -en especial las de productos agrícolas- en la medida en que la producción de manufacturas para la exportación interfiere en la producción de alimentos para el consumo local. - No obstante lo anterior, dichos países no pueden planear su desarrollo sin el concurso de la IED. Además, no solo necesitan inversión directa sino también, tecnología, know-how, conocimientos y acceso a los mercados internacionales, todo lo cual se encuentra crecientemente fuera de su alcance.
- En particular, México no está en condiciones para cerrarse a las corrientes industriales, comerciales, tecnológicas, financieras y monetarias del sistema capitalista mundial y, menos aún ahora que la magnitud de la deuda externa pone de relieve el grado de dependencia en el que se encuentra inmerso nuestro país.
- Todo lo anterior pone en un primerísimo plano, las políticas y criterios que sigamos internamente para aceptar o rechazar la IED y la transferencia de tecnología. En México debemos evaluar

cuidadosamente tales operaciones, en lo que compete a los costos colaterales (insumos adicionales e inversiones sociales a largo plazo), en el impacto positivo o negativo sobre las estructuras y el desarrollo integral del país. Por consiguiente, las inversiones y tecnologías extranjeras deben ser aceptadas sólo de manera selectiva, de acuerdo a las prioridades fijadas de antemano por un plan global de desarrollo y, en concordancia con proyectos de origen interno. Debemos rechazar categóricamente inversiones innecesarias y onerosas como Mac Donalds, Kentucky Fried Chicken, Pepsi-Light, Hertz Rent a Car, Coca-Cola, etc., que no aportan tecnología, ni integran la industria nacional, pero que si desplazan a nacionales y concentran el ingreso y que en fin, son nocivas en todos los terrenos, incluido el de la salud pública.

- Un ejemplo concreto y muy claro de los efectos de la participación extranjera en determinados sectores, lo constituye la Industria Refresquera en donde la operación de grupos transnacionales ha originado severas distorsiones en su mercado y una sangría -- creciente y excesiva de divisas que el país no debe ni tiene por qué erogar.
- En efecto, la evolución de la industria refresquera nacional se caracteriza por la profunda concentración registrada en los últimos 30 años. En ese lapso, las empresas embotelladoras se redujeron de más de 1,000 plantas a solamente 213. Este comportamiento se explica por la feroz competencia desplegada entre las diferentes marcas y productos de las que sólo han subsistido aquéllas de mayores niveles de eficiencia y productividad, -- que embotellan refrescos con marcas de gran penetración en el -- mercado, toda vez que ésta es una industria que basa su desarrollo en la venta de grandes volúmenes de producto.
- La industria embotelladora de refrescos presenta las desviaciones y desequilibrios que son inherentes a toda actividad indus-

trial que se desenvuelve con un alto grado de concentración. En efecto, dos empresas: Coca-Cola Co. y Pepsico Inc., con el agravante de que se trata de consorcios transnacionales, controlan el 73% del inmenso mercado nacional de refrescos.

- El mecanismo específico a través del cual las dos transnacionales se han apoderado paulatinamente del mercado, ha sido el sistema de "franquicias", que consiste en concesionar a empresas nacionales el uso de la marca y la tecnología propiedad de la empresa extranjera o franquiciadora, aparentemente en forma gratuita.
- Las ventajas que obtienen las transnacionales con este sistema son múltiples:
  - a) No tienen necesidad de invertir capital en forma directa, por lo que no corren riesgos sociales, políticos o económicos, ni desarrollan esfuerzos productivos.
  - b) No encuentran obstáculos o restricciones para su crecimiento o expansión. Por el contrario, como las embotelladoras franquiciadas son empresas nacionales, gozan de toda una serie de apoyos gubernamentales, como: exenciones de impuestos, subsidios, licencias y otros estímulos de diversa índole.
  - c) No encuentran objeciones en el registro de los contratos de concesión de uso de marcas, porque no exigen ninguna contraprestación por ese motivo.
  - d) No están sujetas a las disposiciones de la Ley de Inversiones Extranjeras y evitan otras regulaciones de carácter económico, aplicables a empresas nacionales.
- Las consecuencias de estas relaciones franquiciadas no pueden ser más negativas para el país. Por un lado, no se obtiene de ellas ninguna de las relativas ventajas que podrían lograrse al

aceptar inversión extranjera directa, pues esta práctica no aporta divisas ni tecnología, ni crea empleos, ni integra la industria. Por otro, permiten a las transnacionales adueñarse de las ganancias extraordinarias que genera el sector, a través de gravámenes onerosos e injustificados que imponen a las embotelladoras nacionales.

- Una estimación conservadora de la sangría que esta relación franquiciada implica para el país, asciende a la cantidad de 5,586 millones de pesos para el año de 1983, repartidos básicamente entre dos empresas transnacionales. La apropiación de tal suma es totalmente injustificada, pues no conceden prestación alguna, servicio o asesoría que realmente lo amerite.
- El análisis de los convenios que han sido registrados ante las autoridades competentes, permite señalar las prácticas por medio de las cuales se transfieren fondos y utilidades de las empresas franquiciadas a las franquiciadoras, entre las que se encuentran: venta de concentrados y de otras materias primas, servicios administrativos contables y técnicos, uso de patentes, campañas publicitarias conjuntas y limitación territorial. Pero además, estas relaciones han propiciado inclusive, otras prácticas no registradas, como son: la expedición de facturas apócrifas, sistemas contables dobles, etc.
- A pesar de tal situación, los empresarios nacionales prefieren embotellar marcas extranjeras, sin importarles las condiciones que imponga la propietaria del signo marcario. Con todo, las usuarias de marcas extranjeras, obtienen mayores rendimientos que las embotelladoras de marcas nacionales. Estas últimas se encuentran en situaciones financieras cada vez más deterioradas por el sistemático desplazamiento de sus productos.
- La tendencia oligopólica del mercado de los refrescos ha hecho que sólo subsistan aquellas empresas ligadas con franquiciadoras poderosas. Agrupadas en una organización central obtienen diversos beneficios y registran importantes ahorros por las eco

nomías de escala que genera. Adicionalmente, la capacidad financiera prácticamente ilimitada de las transnacionales, les permite apoyar a sus embotelladoras, aplicando políticas ventajosas - y carentes de toda ética comercial, como son:

- a) Compra de exclusividades.
- b) Saqueo y destrucción de envases de competidores.
- c) Compra de embotelladoras para eliminar marcas locales.
- d) Promociones no autorizadas.
- e) Campañas publicitarias nocivas.
- f) Introducción al mercado de presentaciones de mayor contenido, a precios iguales que otras de menor capacidad.

Esta forma de comercialización asegura la penetración del mercado en forma rápida y altamente competitiva.

- La importancia que para el país tiene el sano desarrollo de esta industria que se encuentra entre los primeros lugares en cuanto a capital invertido, contribución fiscal, valor de su producción, ocupación de mano de obra; así como el desplazamiento sistemático de las marcas nacionales y la concentración del mercado en favor de empresas transnacionales, ha motivado que el Gobierno Federal dicte y aplique medidas tendientes a proteger a empresarios mexicanos, entre las que destacan: subsidios en el pago de impuestos y cuota azucarera; prohibición a las transnacionales - - (prácticamente simbólica) de sacar nuevas presentaciones con mayor contenido de refresco a los mismos precios que presentaciones más pequeñas y prohibición a estas mismas de expandirse en el mercado de nuestro país.
- El esfuerzo que realiza el Gobierno para ayudar a las empresas mexicanas se refleja tan sólo en permitirles una supervivencia artificial y a corto plazo, ya que su principal problema es el enfrentamiento con las transnacionales, cuya productividad, desarrollo y capacidad financiera son sensiblemente mayores a las de las empresas nacionales.

- El registro de contratos de concesión de uso de marcas y de --- transferencia de tecnología que sirven de sustento a la problemática que he descrito resulta inexplicable, pues significan -- gravámenes injustificados y excesivos no sólo para la rama, si no también para la economía en su conjunto. Dichos contratos - no son congruentes con los propósitos de promoción a la tecnología e inversión nacionales, pues no solo no las estimulan sino que las afectan y desplazan, lo que contraviene las disposiciones legales dictadas sobre la materia, situación que es inacep- table.

La omisión en que incurren las autoridades responsables de la materia es, en mi concepto, una consecuencia de la falta de estudios previos, que contemplen la problemática y repercusiones de los convenios de franquicias entre nacionales y extranjeros, aspecto al que esta tesis pretende contribuir.

- También debe destacarse que la ineficacia del Estado para frenar la tendencia oligopólica del mercado de los refrescos y detener la succión de recursos derivada de la intervención extranjera en la rama, es producto de acciones contradictorias y aisladas, que cada dependencia del Ejecutivo aplica en el cumplimiento de sus funciones. Así por ejemplo, se conceden subsidios a los embote- lladores nacionales, mientras que se libera de pago la fracción de concentrados para refrescos, sin considerar el beneficio que con esto se dá directamente a empresas extranjeras. O bien, se fijan precios a nivel de rama, sin evaluar las consecuencias de ello específicamente en las empresas de marcas extranjeras.

Por otra parte se niegan todas las peticiones que implican el - surgimiento de empresas extranjeras en la rama, pero se autoriza el registro de contratos que lo propician.

La nula coordinación de las políticas y programas económicos -- que manejan las distintas dependencias gubernamentales, es ob- viamente aprovechada por las empresas transnacionales, quienes

presentan información distinta según la petición que deseen promover. Así, una es la que presentan para fines de fijación de precios y otra distinta para tramitar estímulos fiscales o apoyos financieros, lo que hace más difícil su control y regulación y les facilita el camino para su penetración y expansión en el mercado nacional.

- Es necesario destacar que la situación en que se encuentra la industria de los refrescos es sólo un ejemplo de los mecanismos y consecuencias de cierto tipo de participación extranjera en nuestra economía, pero que abundan los ejemplos de IED y tecnologías innecesarias, gravosas y por lo tanto injustificadas en la industria de transformación, especialmente en los sectores alimenticio, de la confección y de bienes de consumo generalizado (cosméticos, perfumes, aparatos eléctricos, juguetes), o aun en el sector de servicios, en donde este problema se observa en hoteles, restaurantes, renta de carros.
- Es por ello urgente que el Estado utilice intensiva y congruentemente su infraestructura legal y administrativa para evitar la expansión extranjera en sectores y bajo condiciones que afectan nuestra situación económica y financiera.

Para lograr el objetivo señalado sería conveniente que una sola dependencia fuera la responsable de diseñar y administrar los criterios, políticas y estrategias de industrialización, tanto si se refieren a protección, como a fomento o regulación. De esta forma todas las operaciones de naturaleza económica que realicen las empresas ante el Gobierno, tales como fijación de precios, financiamiento preferencial, CEPROFIS, licencias y permisos, etc., estarían sujetos a un solo criterio. Esta consolidación permitiría crear un banco de datos único y sistematizado al cual concurrir para evaluar las peticiones de las empresas, cualquiera que fuera su naturaleza y, además, facilitaría la elaboración de estudios y análisis detallados por ramas industriales, indispensables para detectar los mecanismos específicos que aplican las transnacionales para evadir nuestras regula

ciones y controles.

- Finalmente y dado que la Ley de la Materia no especifica concretamente cuáles son las obligaciones del Ejecutivo en su función de promotor de la inversión nacional, sería conveniente que esa misma dependencia consolidada creara centros de información sobre alternativas tecnológicas propuestas por diversos países industrializados o no; sobre los mercados nacionales y su ligazón con los mercados internacionales; sobre métodos y sistemas contables y administrativos; sobre opciones técnicas, científicas y de investigación. Todo lo cual permitirá promover y canalizar la inversión nacional adecuadamente.

## B I B L I O G R A F I A

- Reynolds W. Clark. La Economía Mexicana su Estructura y Crecimiento en el Siglo XX.- México 1973, -- FCE.
- Hansen D. R. La Política del Desarrollo Mexicano.- México, 1978, Siglo XXI Editores.
- Solfs L. La Evolución Económica de México a partir de la Revolución de 1910.- Demografía y - Economía III, 1969, El Colegio de México.
- Reyes Osorio S. y Eckstein S. El Desarrollo Polarizado de la Agricultura Mexicana. En la sociedad Mexicana Presente y Futuro, Selección de M.S. Wionzeck.
- Cepal - NAFINSA "La Política Industrial en el Desarrollo Económico de México". México 1971
- García Reynoso P. La Política Mexicana de Fomento Industrial.- México, Revista de Comercio Exterior, Noviembre de 1968. Banco Nacional de Comercio Exterior.
- Sepúlveda B. y Pellicer O. Las Empresas Transnacionales en México.- El Colegio de México. México 1974.
- Sepúlveda B. y Chumacero A. La Inversión Extranjera en México; FCE. - México 1973.
- Marx Karl El Capital.- Siglo XX Editores, 11a. Edición, Tomos I, II y III.
- Aguilar Monteverde Alonso Dialéctica de la Economía Mexicana.- Editorial Nuestro Tiempo. 18a. Edición.
- Pérez Villaseñor A. La Transferencia de Tecnología y la Inversión Extranjera en la Industria de los Alimentos.- TESIS UNAM, Facultad de Economía 1972.
- Cordera, Rolando Estado y Desarrollo en el Capitalismo Tardío y Subordinado.- Síntesis de un caso pionero. México 1920-1970.- México, Escuela Nacional de Economía; UNAM, No. 123, 1972.
- Solfs, Leopoldo La Realidad Económica Mexicana: Retrovisión y Perspectivas.- México 1979, Siglo XXI Editores.

- Fajnzyliver F. y Martínez T. Las Empresas Transnacionales. Expansión a Nivel Mundial y Proyección en la Industria Mexicana.- México 1976, FCE.
- Ceceña, J.L. México en la Orbita Imperial. Ediciones - el Caballito, México 1974.
- Ceceña J.L. El Imperio del Dólar.- Ediciones el Caballito, México 1972.
- Penrose, Edith La Economía del Sistema Internacional de Patentes.- Editorial Siglo XXI; México - - 1974.
- De María y Campos M. Transferencia de Tecnología, Dependencia - del Exterior y Desarrollo Económico.- TE-- SIS, UNAM, ENE. México 1978.
- De María y Campos M. La Política Mexicana sobre la Transferen-- cia de la Tecnología: Una apreciación pre liminar. Comercio Exterior, Vol. XXIV, Nú mero 5 Mayo 1974. Banco Nacional de Co-- mercio Exterior.
- Gómez Jara Francisco Aceites, Jabones y Multinacionales. Edito rial Nueva Sociología 1978.
- Aguilar M.A. y Carmona F. México: Riqueza y Miseria. Editorial - - Nuestro Tiempo, 13a. Edición.
- Ramírez Brun Ricardo Estado y Acumulación de Capital en México 1929-1979. UNAM 1980.
- De la Cueva Mario La Idea del Estado. UNAM 1975.
- Wionczek, M. La Inversión Extranjera Privada: Proble-- mas y Perspectivas.
- Baran P. y Sweezy P. El Capital Monopolista. México, Siglo XXI, 1968.
- Hilferding, Rudolf El Capital Financiero.- México, 1973, Edi-- ciones el Caballito.
- Villarreal, René El Desequilibrio Externo en el Crecimiento Via Sustitución de Importaciones. El Caso de México. TESTIS, UANL, Fac. de Economía 1976.
- Baran P. El Crecimiento Económico. FCE. 1972.
- Revista "Investigación Econó mica." Varios números.
- Revista Contextos Varios números.

Anuarios Estadísticos de la Asociación Nacional de Embotelladores de Aguas Envasadas y Refrescos. Varios años.

Informe Anual del Banco de México. Varios años.

Del V al X Censo Industrial y de Servicios.

Agenda Estadística de SPP de 1979.

La Economía Mexicana en Cifras. NAFINSA de 1980.

Encuestas Mensuales Industriales de SPP de 1983.

Ley, Reglamentos, Decretos, Normas y Acuerdos.

Periódicos Excélsior y Uno más Uno.

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO No. 1      PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE  
REFRESCOS.

ANEXO No. 2      SOCIEDADES MEXICANAS PERTENECIENTES AL  
GRUPO COCA-COLA.

ANEXO No. 3      SOCIEDADES MEXICANAS PERTENECIENTES AL  
GRUPO PEPISCO.

ANEXO No. 4      ACUERDO CELEBRADO ENTRE LOS EMPRESARIOS  
DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA Y LAS AUTO-  
RIDADES DE LA SECRETARIA DE COMERCIO.

## PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE REFRESCOS

1 9 8 0

EMPRESAS	MARCAS	LOCALIZACION	CAPITAL SOCIAL (\$ 000)	PARTICIPACION EXTRANJERA (%)	PRINCIPAL ACCIONISTA EXTRANJERO	FECHA DE MEXICANIZACION	PARTICIPACION EN EL MERCADO (%)
1. Cfa. Embotelladora Nacional, S.A.	Pepsi-Cola Mirinda	Distrito Federal Iguala	25,000	100.0	Promotora de Em-- sas, S.A. 1/		14.25
2. Cfa. Embotelladora Herdono, S.A.	Pepsi-Cola Squirt Sangría Casera	Puebla	20,000	0.0			6.70
3. Bebidas Mundiales, S.A.	Coca-Cola Joya	Nuevo León	36,000	0.0			4.24
4. Industria Embotelladora de México, S.A.	Coca-Cola	Distrito Federal	55,000	100.0	Empresas Unidas 2/ Duque 2/	11-III-81	3.03
5. Embotelladora La Favorita, S.A.	Coca-Cola Fanta Favorita	Jalisco	29,000	0.0			2.72
6. Artículos Mundet para Embotelladores, S.A.	Mundet Sidral Mundet Orange Mundet Limonada Mundet Prisco	Distrito Federal	80,000	0.0			2.63
7. Manantiales Peñafiel, S.A. (Tehuacán)	Peñafiel	Puebla	20,000	0.0			2.32
8. Embotelladora de Occidente, S.A.	Pepsi-Cola Mirinda	Jalisco	35,000	0.0			1.63

PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE REFRESCOS

1 9 8 0

EMPRESAS	MARCAS	LOCALIZACION	CAPITAL SOCIAL (\$ 000)	PARTICIPACION EXTRANJERA (%)	PRINCIPAL ACCIONISTA EXTRANJERO	FECHA DE MEXICANIZACION	PARTICIPACION EN EL MERCADO (%)
9. Embotelladora Organge Crush, S.A. 3/	Orange-Crush De antaño Sangría Titán	Distrito Federal	N.D.	0.0			1.49
10. Refrescos del Bajío, S.A.	Coca-Cola Fanta Premio	Guanajuato	16,000	84.0	Inversiones Azteca 1/	2-VI-81	1.45
11. Embotelladora La Victoria, S.A.	Coca-Cola Fanta Mundet Sidral Querétaro Victoria	Querétaro	10,000	0.0			1.32
12. Refrescos de Puebla, S.A.	Coca-Cola Fanta	Puebla	22,362	49.0	The Coca Cola Bottling Plants. 1/	11-III-81	1.20
13. Embotelladora Mexicana, S.A.	Jarritos Doral Sangría	Distrito Federal	N.D.	0.0			1.14
14. Embotelladora de la Frontera, S.A.	Coca-Cola Canada Dry Fanta Seven-Up Tiki	Cd. Juárez Chihuahua	15,600	0.0			1.08
15. Yoli de Acapulco, S.A.	Coca-Cola Fanta Yoli	Guerrero	20,000	0.0			1.00

PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE REFRESCOS

1 9 8 0

EMPRESAS	MARCAS	LOCALIZACION	CAPITAL SOCIAL (\$ 000)	PARTICIPACION EXTRANJERA (%)	PRINCIPAL ACCIONISTA EXTRANJERO	FECHA DE MEXICANIZACION	PARTICIPACION EN EL MERCADO (%)
16. Derivados de Frutas, S.A.	Chaparritas Señorial Sangría Trébol	Distrito Federal	N.D.	0.0			0.97
17. Embotelladora del Istmo, S.A. de C.V.	Coca-Cola Fanta Elite	Tabasco Veracruz	10,374	82.06	Empresas Unidas de México <u>2/</u>	11-III-81	0.97
18. Refrescos Veracruzanos, S.A.	Coca-Cola Fanta	Veracruz	13,496	49.0	The Coca-Cola Bottling Plants. <u>1/</u>	26-III-82	0.95
19. Embotelladora San Luis, S.A.	Coca-Cola Fanta Pop	San Luis Potosí	9,000	0.0			0.93
20. Industria Embotelladora de Jalisco, S.A.	Seven-Up	Jalisco	10,000	0.0			0.92
21. Aguas de Tehuacán, S.A.	Mundet Sidral Mundet Orange Tehuacán Azul	Puebla	25,000	0.0			0.91
22. Cía. Embotelladora de Culiacán, S.A.	Coca-Cola Fanta Mundet Sidral	Sinaloa	2,830	0.0			0.88
23. Embotelladora El Sol, S. de R.L.	Sol Manzanita Seven-Up	Distrito Federal	15,000	0.0			0.83
24. Embotelladora del Bravo, S.A.	Pepsi-Cola Bravo Canada Dry De Antaño Sangría	Nuevo León	23,250	46.0	Inversionista Universal, S.A. de C.V.		0.80

PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE REFRESCOS

1 9 8 0

EMPRE S A S	M A R C A S	LOCALIZACION	CAPITAL SOCIAL (\$ 000)	PARTICIPACION EXTRANJERA (%)	PRINCIPAL ACCIONISTA EXTRANJERO	FECHA DE MEXICANIZACION	PARTICIPACION EN EL MERCADO (%)
25. Embotelladora de Zamora, S.A.	Coca-Cola Fanta Premio	Michoacán	11,500	63.8	Inversiones Azteca 1/	2-VI-81	0.80
26. Embotelladora Guadiana, S.A.	Coca-Cola Fanta Pop	Durango	9,000	0.0			0.79
27. Embotelladora de Tlalnepantla, S.A.	Coca-Cola	México	10,000	100.00	Empresas Unidas 2/ Duque 2/	2-III-81	0.77
28. Embotelladora de Chihuahua, S.A.	Coca-Cola Canada Dry Fanta Elite Seven-Up	Chihuahua	16,000	0.0			0.77
29. Fábricas El Carmen, S.A.	Coca-Cola Barril 0 Key Fanta	Coahuila	12,000	0.0			0.75
30 Embotelladora Moderna, S.A. 3/	Pepsi-Cola Lemon Crush Orange Crush Titán	México	12,000	0.0			0.74
31. Embotelladora de Morelia, S.A.	Coca-Cola Fanta Mundet Premio	Michoacán	8,000	62.3	Inversiones Azteca 1/	2-VI-81	0.74

PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE REFRESCOS

1 9 8 0

EMPR ESAS	M A R C A S	LOCALIZACION	CAPITAL SOCIAL (\$ 000)	PARTICIPACION EXTRANJERA (%)	PRINCIPAL ACCIONISTA EXTRANJERO	FECHA DE MEXICANIZACION	PARTICIPACION EN EL MERCADO (%)
32. Cfa. Embotelladora del Sureste, S.A.	Pepsi-Cola Canada Dry Mission Sol Manzanita Sangría Casera	Yucatán	7,500	0.0			0.73
33. Embotelladora de Irapuato, S.A.	Coca-Cola Fanta Premio	Guajuato	5 625	94.0	Inversiones Azteca 1/	2-VI-81	0.72
34. Embotelladora de Cuernavaca, S.A.	Coca-Cola Fanta	Morelos	3,000	0.0			0.72
35. Embotelladora de Coahuila, S.A.	Coca-Cola Pop Fanta	Coahuila	9,000	0.0			0.69
36. Embotelladora de Tampico, S.A.	Coca-Cola Squeeze	Tamaulipas	10,000	0.0			0.66
37. Refrescos Purificados de Hermosillo, S.A.	Pepsi-Cola Vita	Sonora	7.200	0.0			0.58
38. Embotelladora de Baja California, S.A.	Coca-Cola B.C. Victoria Fanta	Mexicali Baja California Norte	2,500	0.0			0.58
39. Embotelladora Tamaulipeca, S.A.	Coca-Cola Joya Sprite	Tamaulipas	4,500	0.0			0.57

PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE REFRESCOS

1 9 8 0

EMPRESAS	MARCAS	LOCALIZACION	CAPITAL SOCIAL (\$ 000)	PARTICIPACION EXTRANJERA (%)	PRINCIPAL ACCIONISTA EXTRANJERO	FECHA DE HIXICANIZACION	PARTICIPACION EN EL MERCADO (%)
40. Embotelladora de Celaya, S.A. de C.V.	Coca-Cola Fanta Premio	Guanajuato	3,500	84.0	Inversiones Azteca <u>1/</u>	2-VI-81	0.55
41. Embotelladora, S.A. de C.V.	Coca-Cola Fanta	Veracruz	10,423	49.0	The Coca Cola Bottling Plants. <u>1/</u>	11-III-81	0.55
42. Refrescos Internacionales, S.A.	Guajardo del Valle Guajardo Barril Dr. Brown	Distrito Federal	N.D.	0.0			0.53
43. Embotelladora de Apatzingán, S.A.	Coca-Cola Fanta Premio Sprite	Michoacán	3,000	78.7	Inversiones Azteca <u>1/</u>	2-VI-81	0.47
44. Embotelladora Sin Rival, S.A. de C.V.	Coca-Cola Fanta Sin Rival	Chiapas	4,000	48.9	Fomento de Inversiones <u>2/</u>	11-III-81	0.30
45. Refrescos de Oaxaca, S.A. de C.V.	Coca-Cola Fanta Sin Rival	Oaxaca	7,500	98.9	Empresas Unidas <u>2/</u> Duque <u>2/</u>	11-III-81	0.28
46. Refrescos Pascual, S.A.	Canada Dry Mexicola	Distrito Federal	50,000	0.0			0.27
47. Embotelladora Rfo Bravo, S.A.	Pepsi-Cola Mirinda Sangría Casera	Coahuila	4,000	25.0	Pepsico Inc. <u>1/</u>		0.25

PRINCIPALES EMPRESAS EMBOTELLADORAS DE REFRESCOS

1 9 8 0

EMPRESAS	MARCAS	LOCALIZACION	CAPITAL SOCIAL (\$ 000)	PARTICIPACION EXTRANJERA (%)	PRINCIPAL ACCIONISTA EXTRANJERO	FECHA DE MEXICANIZACION	PARTICIPACION EN EL MERCADO (%)
48. Embotelladora Peninsular, S.A.	Coca-Cola Cristal	Yucatán	10,000	0.0			0.15
49. Delaware Punch y Gran Mister Q.	Squirt Delaware Punch Fanta Mister Q Ontario	Distrito Federal	25,000	99.9	Fomento de Inversiones S.A. <sup>2/</sup> Empresas Unidas de México, S.A. de C.V.	11-III-81	0.01
50. Electropura, S.A.	Electropura Agua Soda	Distrito Federal	8.500	83.1	Consorcio Inversionista <sup>2/</sup>	N. D.	0.02
SUMA:			747,020				60.73

<sup>1/</sup> Nacionalidad Estadounidense.

<sup>2/</sup> Nacionalidad Panameña

<sup>3/</sup> Su principal accionista es Consorcio Inversionista, S.A. (100% nacional) que tiene celebrado un fideicomiso por medio del cual sus acreedores -extranjeros- tienen la facultad de intervenir en el manejo de la misma.

<sup>4/</sup> Se incluye entre estas empresas, debido a que la venta de los productos registrados sólo representan el 12% del total; desconociéndose el monto para los demás productos (Pascual y Lulú Boing).

H.D. No se tiene datos de su capital social.

- Las 15 empresas embotelladoras de Coca-Cola y Fanta, con Inversión Extranjera Directa, son propiedad del grupo Coca-Cola.
- Las 3 empresas con Inversión Extranjera Directa embotelladoras de Pepsi-Cola son propiedad del grupo PepsiCo.

FUENTE: Dirección General de Inversiones Extranjeras y Transferencia de Tecnología.  
Asociación Nacional de Productores de Aguas Envasadas, A.C.

SOCIEDADES MEXICANAS PERTENECIENTES AL GRUPO COCA COLA

<u>E m p r e s a</u>	<u>Capital Social (\$000)</u>	<u>% de Part. Extr.</u>	<u>Principales Inversionistas Extranjeros</u>	<u>Nacionalidad</u>	<u>Actividades que Realiza</u>
Empresas Unidas de México, S.A. de C.V.	62,000	99.94	Duque, S.A.	Panameña	Adquirir acciones o participaciones en otras empresas.
Inversiones Azteca, S.A. de C.V. (1)	21,297	48.99	Panamerican Investment Co. Inc.	Estadounidense	Compra-venta de valores en México y el extranjero.
Promociones e Inversiones de Occidente, S.A. de C.V.	4,840	99.58	Inversiones Azteca, S.A. de C.V. (*)	Estadounidense	Arrendamiento no financiero de camiones para el transporte de la industria refresquera.
Ambesco de México, S.A. de C.V.	3,000	48.92	Universal Flavor of Indiana. American Beverage & Supply Corp.	Estadounidense	Fabricación de esencias y concentrados para - bebidas, frutas estabilizadas y en forma experimental aditivos para alimentos.
Administración, S.A. de C.V.	2,500	84.00	Inversiones Azteca, S.A. de C.V. (*) Administración, S.A. Jocelyn B. Staton.	Estadounidense Panameña Estadounidense	Prestación de servicios administrativos y contables.
Arrendadora Azteca, S.A. de C.V.	1,600	68.97	Inversiones Azteca, S.A. de C.V. (*) Administración, S.A. John C. Staton.	Estadounidense Panameña Estadounidense	Arrendamiento de maquinaria y equipo industrial.
Dirección, S.A. de C.V.	1,000	99.96	Duque, S.A.	Panameña	Prestación de servicios administrativos, técnicos y de consultoría.
Fomentadora, S.A. de C.V.	705	49.00	The Coca Cola Bottling Plants Inc.	Estadounidense	Administración y organización de toda clase de empresas. (Inversión)
Plantas Industriales, S.A.	600	100.00	The Coca Cola Export. Corp.	Estadounidense	Adquirir toda clase de bienes raíces y derechos sobre bienes inmuebles. (Inmobiliaria)
Dirección y Servicios S.A. de C.V.	385	99.90	Duque, S.A. Dirección, S.A. de C.V. (*)	Panameña Panameña	Administración y organización de toda clase de empresas.
Inmuebles Industriales del Istmo, S.A.	336	99.88	Empresas Unidas de México, S.A. de C.V. (*)	Panameña	Comercio de bienes raíces.

<u>E m p r e s a</u>	<u>Capital Social (\$000)</u>	<u>% de Part. Extr.</u>	<u>Principales Inversionistas Extranjeros</u>	<u>Nacionalidad</u>	<u>Actividades que Realiza</u>
Distribuidora Trans-Istmo, S.A. de C.V.	250	80.80	Duque, S.A.	Panaméña	Compra-venta de bebidas; jarabes y concentrados.
Distribuidora Sureña, S.A. de C.V.	250	98.96	Empresas Unidas de México, S.A. de C.V. (*) Duque, S.A.	Panaméña Panamá	Compra-venta de bebidas (y sus componentes), arrendamiento de artículos para restaurant.
Comercio de Productos Industriales, S.A. de C.V.	100	96.00	The Coca Cola Export Corp.	Estadounidense	Compra-venta de esencias, jarabes y concentrados.
Impulsora de Refrescos, - S.A. de C.V.	25	49.00	The Coca Cola Bottling Plants Inc.	Estadounidense	Toda clase de operaciones relacionadas con la industria refresquera.
Club de Golf Chapultepec, S.A. (antes Chapultepec Golf Club) (2)	-	-	The Coca Cola Export, Corp.	Estadounidense	- - - - -
The Coca Cola Export Corp. (Sucursal en México) (3)	-	-	The Coca Cola Export Co.	Estadounidense	Fabricación de concentrados y jarabes. Compra-venta de: a) Materiales de publicidad y novedades. b) Equipo y refacciones para expender refrescos. c) Equipo de laboratorio para la industria en botelladora. d) Oxígeno para exportación. Servicios de administración a empresas, computación electrónica y de ingeniería básica y de detalle proporcionado al extranjero. Maquila o procesamiento de fruta para obtener materia prima para concentrados. Representaciones y comisiones. Venta de sub-productos (como terpenos y aceites esenciales). Arrendamiento de maquinaria para la industria embotelladora. Exportación de artesanías.

E m p r e s a	Capital Social (\$000)	% de Part. Extr.	Principales Inversinistas Extranjeros	Nacionalidad	Actividades que Realiza
---------------	------------------------	------------------	---------------------------------------	--------------	-------------------------

Financiamiento a embotelladoras y agricultores que procuren a la empresa de materias primas.

NOTA: La sociedad panameña Fomento de Inversiones, S.A. participa además en las sociedades mexicanas siguientes:

- 1).- Fomento de Inversiones Mexicanas.
- 2).- Computadoras Comtran de México.
- 3).- Productos Imperiales.
- 4).- Plásticos Panamericanos.
- 5).- Factor Comercial.
- 6).- Distribuidora Comercial Dico.
- 7).- Vendo de México.
- 8).- Ever-Ly-Swiss.
- 9).- Shell Metal de México.
- 10).- Manufacturera de Balas y Baleros de Precisión.
- 11).- Agencia Técnica.
- 12).- Artefactos Metálicos Mc. Gregor (o Empresas Santa F8)

(\*) Empresas mexicanas con participación de capital extranjero.

- (1) Inicialmente la sociedad panameña Administración, S.A. tuvo participación de capital en la empresa.
- (2) Se encuentra irregular ante la Sección Segunda del RNIE.
- (3) Cuenta con un capital invertido de \$ 211'221,000.00

FUENTE: Registro Nacional de Inversiones Extranjeras.

SOCIEDADES MEXICANAS PERTENECIENTES AL GRUPO PEPSICO

<u>Empresaa.</u>	<u>Capital Social (\$000)</u>	<u>% de Part. Extr.</u>	<u>Principales Inversionistas Extranjeros</u>	<u>Nacionalidad</u>	<u>Actividades que Realiza</u>
Pepsi Cola Mexicana, S.A.	10,000	100.00	Pepsico Inc. Inversionista Universal, -- S.A. de C.V. (*)	Estadouniden se.	Fabricación de concentrados para refrescos y -- arrendamiento de bienes muebles e inmuebles.
Cia. Embotelladora Nacio nal, S.A.	25,000	100.00	Promotora de Empresas, S.A. (*) Cia. Interamericana de Servi cios, S.A.	Panamense	Embotellar toda clase de refrescos, aguas gaseo sas y purificadas.
Embotelladora del Bravo, S.A. de C.V.	23,250	46.00	Inversionista Universal, S.A. de C.V. (*)		Comercio y distribución en general de toda cla se de bebidas no alcohólicas, jugos de frutas, -- aguas gaseosas y sin gas, esencias, concentra-- dos y jarabes.
Sabritas, S.A. de C.V.	15,625	100.00	Pepsico Inc.	Estadouniden se.	Fabricación de botanas. Distribución de algunos productos de la línea de chocolates y dulces -- Senbers y Lady Baltimore.
Promotora de Empresas, S.A.	7,100	100.00	Pepsico Inc.	Estadouniden se.	Comercio en general, manufactura de toda clase de productos alimenticios y materias primas. Efe tos de comercio.
Inversionista Universal, S.A. de C.V.	4,750	100.00	Pepsico Inc.	Estadouniden se.	Financiamiento de toda clase de empresas indus triales y comerciales.
Embotelladora Rio Bravo, S.A.	4,000	25.00	Pepsico Inc.	Estadouniden se.	Embotellar toda clase de refrescos, aguas gaseo sas y purificadas; así como concentrados.
Inmobiliaria Interameri cana, S.A. (1)	3,700	100.00	Praga 45 Inc.	Estadouniden se.	Compraventa de bienes raíces.
Servicios Industriales y Arrendamientos de México, S.A. de C.V. (2)	500	100.00	Cralex Inc.	Estadouniden se.	Compra-venta, reparación y arrendamiento de ma quinaria, equipo de transporte, herramientas y bienes muebles en general.

(\*) Empresas mexicanas con participación de capital extranjero.

(1) y (2) Pepsico transmitió las acciones que posee de éstas sociedades.

FUENTE: Registro Nacional de Inversiones Extrag  
jeras.

Comisión Nacional de la Industria Azucarera y la Unión Nacional de Productores de Azúcar, S.A., y escuchando los puntos de vista de los industriales de la rama embotelladora de aguas envasadas, tomó los siguientes acuerdos:

1. El azúcar que UNPASA vende a la Industria Embotelladora de Refrescos, Aguas Envasadas y bebidas de cualquier tipo, que pudieran asimilárselos, tendrá un ajuste equivalente a \$ 0.26 por botella, para el tamaño mediano (de 297 a 500 cms<sup>3</sup>); para el tamaño chico (hasta 296 cms<sup>3</sup>) el ajuste será de \$ 0.16 por botella y para el familiar (de 501 a 887 cms<sup>3</sup>) será de \$ 0.52 por botella.

Los productos de bajas calorías (conocidos como "dietéticos"), quedarán sujetos al tratamiento especial que determine la Secretaría de Industria y Comercio, tanto en materia de precios como en el impacto del azúcar.

Queda entendido que los ajustes referidos serán aplicables exclusivamente a los tamaños que en cada plaza de la

Handwritten notes and signatures on the left margin, including a large 'R' and several illegible signatures.

Handwritten signature on the right margin.

Handwritten word 'RUC' in the center.

Handwritten signature at the bottom center.

Handwritten signature at the bottom right.

República existían al día 10. de noviembre de 1975; en la inteligencia de que cuando en alguna plaza hubiere aparecido o apareciere, previa autorización de la Secretaría de Industria y Comercio, un tamaño distinto de los que existieran a la fecha referida, la determinación del ajuste por azúcar se hará dividiendo \$ 0.26 entre el número de cms<sup>3</sup> que tenga el tamaño mediano en esa plaza y multiplicando el factor así resultante por el número de cms<sup>3</sup> que tenga el nuevo tamaño.

2. Con base en los incrementos de costos y previniéndose mayores márgenes para comisiones a distribuidores, así como mayores ingresos por concepto del impuesto ad valorem que percibe el Fisco Federal, se eleva el precio de fábrica en 40.7%.

El impacto de la elevación referida, aunado a la necesidad de dar un mayor ingreso al detallista, así como el ajuste en el azúcar, llevan a un precio de venta al público del refresco mediano en el Distrito Federal de \$ 0.90 a \$ 1.50.

En el resto de la República el precio al público del refresco mediano será de \$ 1.60 tomando en cuenta costos mayores y diferenciales en los precios que estaban establecidos con anterioridad. En las localidades fronterizas siguientes el precio del refresco mediano será de \$ 1.80: Matamoros, Reynosa, Nuevo Laredo, Piedras Negras, Cd. Juárez y Tapachula. En las siguientes ciudades fronterizas el precio será de \$ 2.00: Agua Prieta, Mexicali, Tijuana y Nogales.

3. Con el objeto de reordenar el mercado y evitar mayor desproporción en la participación relativa de las diferentes marcas que a él concurren, la Secretaría de Industria y Comercio ha decidido no autorizar la producción y venta del refresco de un litro, por lo cual esta presentación deberá retirarse del mercado a más tardar el 30 de septiembre de 1976. Adicionalmente, las empresas de la industria embotelladora de aguas envasadas no podrán introducir ningún nuevo producto ni presentación diferente en ninguna plaza de la República, si no

D

W

SH

POM

BY

7

ha sido autorizado previamente por la Secretaría de Industria y Comercio. Esta disposición incluye a las aguas conocidas como mineralizadas, con o sin gas y las aguas naturales con gas.

4. De acuerdo con las disposiciones legales aplicables al caso, las empresas de la industria embotelladora de aguas envasadas habrán de abstenerse de realizar cualquier práctica comercial que tienda al monopolio o que limite la libre concurrencia al mercado de productos competitivos.

5. Los industriales embotelladores de aguas envasadas se abstendrán, sin la previa autorización de la Secretaría de Industria y Comercio, de instalar aparatos mecánicos expendedores de refrescos, denominados "dispensers".

6. Los usuarios de azúcar para la producción de refrescos, aguas envasadas y bebidas de cualquier tipo que...

ventas mensuales, los diferenciales que por concepto de ajuste del azúcar a que se refiere el punto 1 de este documento, resulten a su cargo. Para efectos de verificación de dichos pagos, se utilizarán las copias de las declaraciones mensuales para el pago del impuesto de aguas envasadas, de quienes estén obligados a presentarlas y las declaraciones, que sobre la base de buena fé, deberán formular quienes no tengan esta obligación.

El pago mencionado se hará conforme al siguiente mecanismo:

a) Se harán pagos provisionales conforme al acuerdo que los productores tengan con UNPASA;

b) Cada mes se hará la liquidación de diferencias que resulten conforme a la venta del mes inmediato anterior, haciéndose los pagos o bonificaciones que en su caso procedan;

c) Las excepciones previstas en los incisos A y B del Artículo 17 de la Ley del Impuesto sobre Compra-Venta de Primera Mano de Aguas Envasadas y Refrescos, serán consi-

deradas como ventas para los efectos del pago del azúcar correspondiente.

7. Las Secretarías de Industria y Comercio y de Hacienda y Crédito Público revisarán, al concluir el primer semestre de 1976, la situación económica de la industria de aguas envasadas y refrescos.

En caso de que para tal fecha se encuentre que la industria atraviesa por alguna situación crítica, se revisarán los elementos de costos, a efecto de tomar las medidas tendientes a su promoción y sano desarrollo.

8. La Secretaría de Industria y Comercio y la UNAPASA determinarán la forma de distribución y comercialización del azúcar destinada a la industria embotelladora de refrescos.

México, D. F., a 20 de enero de 1976.

ASOCIACION NACIONAL DE PRODUCTORES DE AGUAS ENVASADAS, A. C.

Alejandro Amieva Noriega  
Presidente.

Jorge Zúñiga Múñiz  
Vicepresidente.

*[Handwritten signature]*

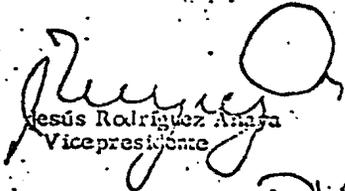
*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

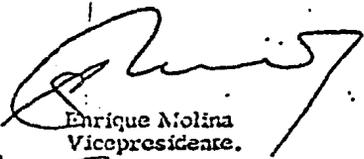
*PUM*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



Jesús Rodríguez Anaya  
Vicepresidente

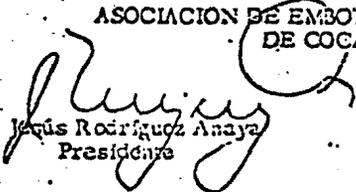


Enrique Molina  
Vicepresidente.



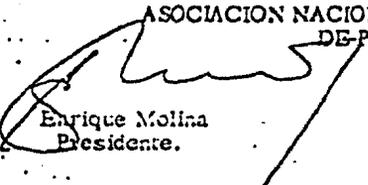
Porfirio Vivar  
Vocal.

ASOCIACION DE EMBOTELLADORES MEXICANOS  
DE COCA-COLA, A.C.



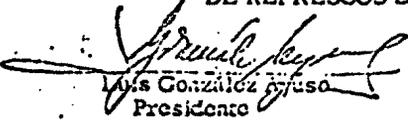
Jesús Rodríguez Anaya  
Presidente

ASOCIACION NACIONAL DE EMBOTELLADORES  
DE PEPSI-COLA, A.C.

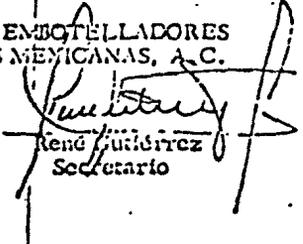


Enrique Molina  
Presidente.

ASOCIACION NACIONAL DE EMBOTELLADORES  
DE REFRESCOS DE MARCAS MEXICANAS, A.C.



Luis González Gussó  
Presidente



René Gutiérrez  
Secretario

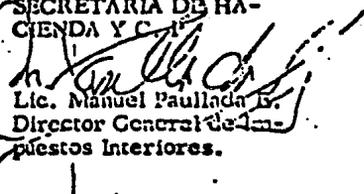
UNION DE EMBOTELLADORES DE AGUAS MINERALES  
Y REFRESCOS DE TEHUACÁN, A.C.

  
Ramón Torre Kemus  
Presidente.

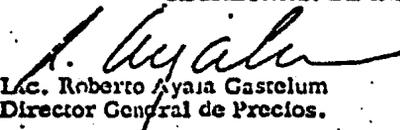
UNPASA

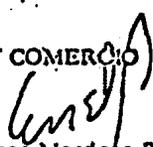
  
Lic. Hilario Campos Vicedo  
Director General.

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO

  
Lic. Manuel Paullada B.  
Director General de Impuestos Interiores.

SECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

  
Lic. Roberto Ayala Castelum  
Director General de Precios.

  
Lic. Elisco Mendoza Berructo  
Subsecretario de Comercio.