



## La Otra Elección ¿De qué lado juegan los dueños del capital?

*Las apuestas se han abierto. Aquellos beneficiados con la apertura comercial y la reforma energética buscan continuidad, mientras que el grueso de pequeños empresarios quiere fortaleza del mercado interno. Los candidatos arrojan sus mejores cartas sobre la mesa.*

Ya no buscan llenar el zócalo, los estadios ni las plazas públicas: los candidatos a la presidencia de México cargan sus agendas con citas en hoteles y comidas privadas. Todos desfilan por San Pedro Garza García, el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y las cámaras industriales. Pareciera que más les apura acercarse a los de saco y corbata que los millones de votantes del Estado de México o las grandes ciudades: esta elección —al menos por ahora— la definen entre patrones.

Los empresarios dicen *convénceme* y los candidatos tratan de seducirlos. Así llegaron a la Convención Bancaria, a la American Chamber y hablan en cuanto foro permita colar temas económicos, financieros y planes para la industria.

Andrés Manuel López Obrador comenzó antes que todos: el 26 de febrero aterrizó primero en San Pedro Garza García, el municipio con más riqueza por persona en América Latina, según **Standard & Poor's (S&P)**; la capital simbólica del *establishment* nacional, donde están las oficinas de Vitro, Alfa, Cemex y Femsa.

No solo estuvo en Nuevo León, en febrero habló a cientos de patrones en Michoacán, Tabasco, Coahuila y Chihuahua. En Saltillo reunió a cerca de 300 siderúrgicos, transportistas, hoteleros, industriales y agropecuarios.

Apretó el acelerador en marzo. El día 1 estuvo con empresarios en Chiapas, el 4 en Sinaloa, el 5 en Baja California, el 6 en Jalisco, el 7 en Puebla, el 8 en Colima, el 16 en Sonora, por solo mencionar la primera quincena. Los otros candidatos empezaron más tarde, confiados tal vez.

Pero cuando López Obrador comenzaba a navegar más tranquilo, con su tarea hecha y encuestas a favor, llegó el tema del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

En la Convención Nacional Bancaria, el candidato dijo que de ganar la presidencia evaluaría la concreción de ese proyecto y sus palabras encendieron la mecha del escándalo, amplificado por la prensa que no lo respalda y la inusual conferencia de prensa de Carlos Slim, un hombre que hasta ahora huía de los micrófonos.

“Todo el mundo se espantó”, resume Jorge Sánchez Tello, investigador de la Fundación de Estudios Financieros del ITAM. “¡Justamente fue a decir eso ahí con los banqueros, que son los que están prestando para financiar el aeropuerto! Imagínate el miedo, la incertidumbre que dejó este señor a un sector muy importante que es la banca y a otro que son las constructoras. Si nos vamos a pelear por un aeropuerto, ¿qué va a venir después? Parecía que todo iba por buen camino hasta que volvió a tocar el tema del aeropuerto. Es cierto que este López Obrador ha matizado, pero luego se prende, no se controla”.

Para el investigador Enrique Dussel, los candidatos Ricardo Anaya y José Antonio Meade buscan hacer más reformas al modelo de crecimiento de los últimos 25 años, mientras que López Obrador busca hacer énfasis en el tema de la reducción de la corrupción.

“No hay modelo más neoliberalista que el de Anaya”, dice Moisés Kababie, el analista principal de México en el equipo de Análisis de Riesgos Globales de Control Risk, la consultora internacional con sede en Londres.

Acerca del nuevo aeropuerto en la capital del país, el tema es complejo: “Hay miles de millones (13.3 mdd aproximadamente) en juego donde un candidato de Morena lo que pide es “Vamos a revisar”, esto es lo que genera una revolución, un miedo generalizado, ¿qué es lo que tienen que esconder?”, cuestiona el filósofo y economista de la UNAM. Y hay razones. El ejemplo más reciente y más grande es Odebrecht, con proyectos ganados a base de sobornos en Brasil, Argentina, Perú, Colombia, Venezuela y México, dice. “No es iluso”.

Aún no se puede evaluar qué tan herido resultó el tabasqueño y todavía faltan dos meses de campaña. En el inicio, comienzan a vislumbrarse al menos qué proyectos y personas están detrás de cada candidato.

**Mercado interno, mercado externo: dos empresariados**

Lo sabemos, México tiene a uno de los hombres más ricos del mundo, Carlos Slim, y tiene a 53.4 millones de pobres. La brecha es tal que la organización Oxfam documentó que la riqueza de cuatro empresarios equivale a los recursos de toda una mitad de la población.

Es por eso que para Andrés Barreda, economista y sociólogo con décadas de trayectoria en la UNAM, también hay un tema en los proyectos económicos de los candidatos que tiene que ver con un cambio de modelo, porque el neoliberalismo está “agotado”.

“No se puede detener la globalización, (pero) lo que no se puede es ponerla por encima de los países”, sostiene en entrevista.

Dar prioridad al mercado interno, aumentar el consumo local, generar más empleos y subir los salarios para que la población pueda al menos comer, es a donde tendría que ir México, y a donde apunta López Obrador, dice Barreda.

China parece un buen modelo, con planes quinquenales, objetivos claros y un empresariado fuerte, cohesionado y poderoso. Gracias a ello han logrado un crecimiento que ronda el 7% en los últimos años, cuando México no pasa del 2%. Los chinos han aprovechado su riqueza nacional para abastecer su mercado y para exportar. Pero pensar en algo así para México, gane quien gane, no sería posible, es algo “complejo”, dice Enrique Dussel, uno de los investigadores que más ha estudiado a China.

Imposible, dice, porque quien salga como presidente no va a tener la capacidad institucional de hacer movimientos de cambio y ajustes importantes en el corto o mediano plazo porque requiere de la mayoría de diputados y senadores.

Conocer qué empresarios están detrás de la campaña de cada candidato por ahora no es posible, y hasta el cierre de esta edición ninguno había enviado el detalle de procedencia de ingresos al Instituto Nacional Electoral.

Los grandes corporativos, representados por Slim y el CCE respaldan sobre todo a José Antonio Meade. Son aquellos que en años recientes han conseguido ganancias estratosféricas en la industria automotriz, maquiladora, frutas y hortalizas, entre otros rubros. También en ese bloque se enfilan los que explotan energéticos. “Están más en alerta porque creen que el cambio de política económica en México los dejaría fuera de la jugada”, explica Moisés Kababie, de la consultora Control Risk, que realiza estudios exclusivamente entre transnacionales y grandes corporativos.

“Los empresarios como Claudio X. González Laporte, por poner algún ejemplo, sí están muy en contra de López Obrador”, señala Dussel.

La Asociación Latinoamericana de Micros, Pequeños y Medianos Empresarios (ALAMPYME) salió de plano a respaldar al candidato de Morena en el escándalo aeropuerto de la Ciudad de México porque esa obra, consideran, ejemplifica la desventaja en la que han trabajado hasta ahora. “Hay concesiones que durante décadas los grandes hombres de negocios han mantenido como parte sustancial de sus acuerdos políticos y comerciales con el gobierno y líderes políticos”, denunció ante la prensa Alejandro Salcedo, de esa asociación.

Entonces, por un lado están los empresarios altamente orientados a las exportaciones y por el otro los que están enfocados al mercado doméstico, a los que poco o nada les afectaría una renegociación del TLCAN.

“Para ellos si desaparece Estados Unidos no es relevante, pero sí es relevante si tienen que competir con Vietnam y China, eso sí importa”. Y justamente la mayoría del PRI y del PAN en el Senado, hasta el cierre de la edición, estaban por ratificar otro tratado comercial con Australia, Brunéi, Canadá, Chile, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Perú y Singapur, tras la salida de Estados Unidos. Es el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP), conocido como TPP11.

Los dueños de empresas medianas son más cautos, no han jugado abiertamente por alguno. “Hay un diálogo. La industria está buscando generar cercanía con todos los candidatos para exponer la visión que se tiene desde el sector productivo sobre las necesidades de la economía”, explica José Luis de la Cruz, presidente de la comisión de estudios económicos de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).

—¿Alguno de los candidatos representa en este momento riesgo para la industria?

—No. Porque todos han buscado proponer el crecimiento económico y si bien en algunos puntos puede haber alguna diferencia, la agenda del sector privado e industrial es muy amplia.

Incluso podría interpretarse un guiño hacia López Obrador: “De momento se ve con simpatía que hable de fortalecer el mercado interno, es algo importante, sí es un pendiente. Aquí el punto que también se aprecia es que trate de preservar los fundamentos de la estabilidad económica. Necesitamos una nueva generación de política macroeconómica que tenga ambos componentes”.

“México tiene que reactivar la inversión, empezando por la inversión pública —ahonda De la Cruz. Hoy existe un fuerte rezago que básicamente es de una década”. Y los negocios que ellos identifican como urgentes son construcción de infraestructura, banca de desarrollo, disminuir trámites y corrupción, sustituir importaciones.

¿El empresariado entonces está con algún candidato o un grupo respalda solo a un candidato?

Los grupos empresariales hacen donativos a todos los candidatos “más o menos en montos similares”, dice Jorge Sánchez Tello, quien además de investigar trabaja como consultor de empresas privadas.

“¿Por qué lo hacen? Porque los empresarios siempre hacen planes para uno o dos sexenios, realmente lo único que les interesa es que los dejen trabajar, que permitan seguir el desarrollo de sus negocios”.

Para Dussel, las donaciones de los empresarios de las campañas son desiguales: un Slim no puede donar lo mismo que empresas pequeñas que tienen apenas para la nómina. Quienes donan, además, pueden deducir impuestos. “Son pocas esas empresas que donan y están mucho más cercanas a partidos como el PRI y el PAN; son los empresarios de etiqueta que se centran en la Ciudad de México”.

El analista Alberto Barranco es más directo: “Ningún empresario es hermana de la caridad para darle dinero a candidatos de partido e independientes sin esperar la contraparte: contratos, concesiones, privatizaciones”, escribió en su cuenta de Twitter. “El dinero público acarrea responsabilidades pero no compromisos; el privado sí. Te presto y me lo pagas con contratos. El pacto de la corrupción”.

Está por verse si en esta campaña si es que todos ponen dinero a todos, como en la pirinola, incluso a López Obrador, asumiendo que las encuestas de intención de voto le dan ahora una ventaja con un margen mayor que los demás. Porque el empresariado, dividido o no, cree que podría ser el próximo presidente.

Todo indica que incluso le han perdido el miedo.

“Hay un reconocimiento de los empresarios de que es muy probable que él sea el próximo presidente. Hay sigilo, pero no vemos un grado de desesperación o preocupación excesiva de que pueda ganar”, resume Díaz desde Vestiga Consultores, mientras que en Control Risk ven que incluso le temen menos los inversionistas transnacionales, dice Kababie: “Ya están más informados y tienen una imagen más suave de él. No lo ven como Venezuela”.

**Del miedo a la resignación**

Las imágenes de fondo corren en blanco y negro, con aire decadente. Una puerta, escaleras, una bicicleta. En primer plano un chico sentado, carita feliz, plancha un billete con una mano. La voz en off le pregunta:

—¿Son tuyos esos 20 pesos?

—20 mandados, 20 pesos —responde el pequeño, pelito negro y acento chilango.

—¿Y si te digo que habrá una devaluación y que tus 20 pesos ya solo valen 10?

—¿Me estás mintiendo, verdad? Aquí dice: 20 pesos. —le acerca el billete— ¿Me estás bromeando?

El chico guarda bien el dinero dentro de su zapato, vuelve a sonreír y se pone a jugar con un cochecito. Nuevamente se oye la voz en off de un hombre:

—¿No te parece maravilloso que nuestros hijos ya no sufran lo que nosotros sufrimos tantas veces? Esto es producto de diez años de estabilidad económica, apostarle a algo distinto es retroceder. Defendamos lo que hemos logrado.

Al final del spot, aparece la marca del patrocinio: Consejo Coordinador Empresarial.

Lanzaron esta y otras propagandas en la campaña de 2006 contra Andrés Manuel López Obrador para posicionar la imagen de que era un candidato político peligroso, un Hugo Chávez, un Fidel Castro. Pagaron desplegados de plana entera en diarios nacionales, diseñaron folletos y los entregaron a sus empleados, explicando cómo el dólar se desplomaría. Y llevaron hasta los rincones de sus fábricas y oficinas a oradores con el mismo fin: espantar. Eran tiempos del *delivery* Anti-AMLO.

“Había empresarios que estaban muy enojados e hicieron todo lo posible para que López Obrador no ganara en el centro y norte del país”, cuenta Sergio Díaz, socio director de Vestiga Consultores. Él vivió el proceso muy de cerca, le tocó ver en 2006 y en 2012 cómo en la Ciudad de México empresas grandes hicieron esta “militancia” contra sus dos candidaturas.

A ese boicot —todo indica que sí existió— lo protagonizaron sobre todo los hombres de negocios del Grupo Chihuahua y de Nuevo León, muy conectados entre sí porque muchas son empresas familiares, y también cercanos al PAN, a quien históricamente han respaldado. Entre ellos Eugenio Baeza, de Bafar (marcas de Parma, Sabori y Pastora); José Luis Barraza González, presidente del Consejo de Administración de Aeroméxico, que en 2006 presidió ese confrontativo CCE; Federico Terrazas del Grupo Cementos de Chihuahua, y Víctor Almeida, de Interceramic. Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, grandes exportadoras que cuentan con miles de trabajadores.

Aquel “esfuerzo deliberado y concertado para desprestigiar y generar miedo contra López Obrador” no está pasando ahora. “Todavía no”, aclara Díaz. En esta campaña 2018, no ha visto una militancia empresarial. “Y no hay tiempo tampoco, falta muy poco para la elección”. Faltan dos meses.

Hay empresarios que hablan mal de Andrés Manuel en sus redes sociales sin mencionar su nombre, le suelen llamar “el populista” o el “Ya Sabes Quién”. No votarán por él, sienten que no los representan, no conectan con su candidatura, pero de cualquier manera creen que lo más probable es que gane el 1 de julio.

Lo ven con mirada fría sobre todo después de querer revisar los contratos en el proyecto del aeropuerto en Texcoco y poner como alternativa un par de pistas del aeropuerto militar de Santa Lucía en la Ciudad de México. La mayor inversión perdida sería para el multimillonario Carlos Slim, también entre los afectados estarían la constructora ICA y Olegario Vázquez Raña.

“El pasado ahí quedó”, dice en analista del ITAM Jorge Sánchez Tello, “pero en ocasiones el propio López Obrador se ha encargado de traer otra vez su pasado al presente”.

En las encuestas que Vestiga ha realizado sólo a empresarios, el 54% cree que AMLO será el próximo presidente, muy por encima del 12% que piensan ganador a Ricardo Anaya y el 7% a José Antonio Meade. Datos de abril pasado, antes del primer debate.

Los encuestados fueron accionistas principales y directores generales de 635 empresas mexicanas, grandes, medianas y pequeñas, seleccionadas del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI; entrevistadas vía telefónica. El ejercicio tiene un margen de error de más-menos 4.25% y un nivel de confianza de 95%. Es una encuesta seria.

Uno de los mayores reclamos en México es que no pasa nada con casos de corrupción como la Casa Blanca del presidente Enrique Peña Nieto, La Estafa Maestra, La Estela de Luz y el escándalo latino de Odebrecht. Eso y la falta de investigación están generando que Andrés Manuel tome ventaja, dice Moisés Kababie, analista principal de Control Risk, una reputada firma que asesora a empresas transnacionales.

“En cuanto a corrupción, muchos clientes ven que con Meade y con Anaya sería una continuidad”, cuenta Kababie. Sus principales clientes son extranjeros y justamente la corrupción es el tercer problema en el país, detrás de pobreza y violencia, según el Latinobarómetro de enero; en el ranking de Transparencia Internacional pasamos de la posición 72 a la 135 (de 180 países) en solo 10 años.

Aunque haya temor en ciertos aspectos y tensión en torno a temas como el AICM, lo que están señalando los empresarios es que gane quien gane este país va a seguir funcionando, sintetiza Díaz. Es decir: “Hay resignación”.

## Andres Manuel López Obrador

### Mira hacia el mercado interno

Aumentar los salarios, recuperar la agricultura local, no gastar más del presupuesto. Continuar el Tratado de Libre Comercio pero con cambios para apuntalar al mercado local. No aumentar impuestos ni la deuda pública, homologar el IVA en la frontera, descentralizar dependencias. Evitar gasolinazos, aumentar el salario. Las propuestas van en hilera y los empresarios lo miran con recelo porque no saben si es el mismo que hablaba hace doce y seis años de izquierda, izquierda e izquierda. Quienes van apagando los fuegos y explicando esos cambios son el empresario Alfonso Romo y una lúcida Tatiana Clouthier.

AMLO planea crear una Zona Estratégica en la frontera norte para poner parques industriales y generar empleos al modo de China de Shenzen y Suzhuo, los parques industriales de Singapur, la zona de Shannon, Irlanda, y la de Panamá. Es decir, un libre comercio que unifique fuerzas con Estados Unidos y Canadá para competir comercialmente con China; se dice dispuesto a renegociar el TLCAN siempre y cuando México fortalezca su industria nacional.

Su campaña es la más austera, hasta el 24 de abril por la tarde había gastado 9.9 millones de pesos, un promedio de 39 mil pesos por día.

## Ricardo Anaya

### El más neoliberal

Es el candidato que más ha gastado y al mismo tiempo quien menos ha dejado ver sus relaciones empresariales. Sin embargo, algunas acciones dejan entrever quiénes lo podrían estar respaldando con billetes.

Como panista, Anaya ha sido cercano al Grupo Chihuahua, aquellos que hicieron mala campaña en contra de AMLO en 2006. Pero en estos meses, también se acercó a otros estados. En Nuevo León, durante un encuentro a favor de la infancia, se dirigió a Alejandro Ramírez. Objetivo importante porque es dueño de Cinépolis, presidente de Mexicanos Primero en temas de educación y amigo muy cercano de Claudio X. González, presidente de Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad. Pero además es integrante de una familia de peso: hijo del influyente dueño de Kimberly Clark, el empresario con el mayor poder desde las década de los 70 y los 80. Habló también a Eduardo Tricio, dueño de Lala y Aeroméxico.

Tuvo una mala experiencia el 15 de abril, en Córdoba, Veracruz: un grupo de 30 empresarios abandonó la reunión que mantenían, enojados por la presencia de José Abella García, cercano al gobernador Miguel Ángel Yunes.

Y aunque poco se ha visto sobre quiénes financian al candidato del PAN, PRD y Movimiento Ciudadano, su gasto en las primeras semanas de campaña es abismal en comparación a los otros presidenciables: cerca de 4.7 de millones pesos cada día. Su financiamiento ya superó los 134 millones que no ha transparentado.

En cuanto a sus propuestas, dice que buscará aumentar el salario mínimo, como López Obrador. También promete aumentar la inversión pública y privada, bajar el gasto corriente, dar autonomía al Banco de México. Habla de productividad y competitividad, dos conceptos muy usados entre empresarios como Alejandro Ramírez. Impulsa un ingreso universal, lo cual genera inquietud porque no ha dicho cómo lo financiaría y se teme aumentaría la deuda pública. La propuesta no es original, dos legisladoras de Morena la habían presentado ya en abril de 2006, sin éxito.

Anaya está de acuerdo en renegociar el TLCAN “sin posiciones de orden ideológico”. El analista Moisés Kababie lo define como “el más neoliberal”.

**José Antonio Meade**

**Continuidad de Peña Nieto**

Es favorito del empresariado y tiene una sólida relación construida con ellos desde que comenzó su carrera en la función pública. En marzo pasado, la encuesta de Vestiga lo puso como el candidato en el cual más confía la iniciativa privada, con un 43%, muy por encima incluso de Ricardo Anaya, quien logró el 18%.

Entre sus propuestas económicas destaca preservar los pilares de la estabilidad económica, como es el Banco de México y mantener el Tratado de Libre Comercio sin cambios. “Es el candidato que daría continuidad a los cambios estructurales que ha tenido la economía en los últimos 30 años, no tendría que aumentar más la deuda pública, que hoy anda entre el 46 y el 47 por ciento del Producto Interno Bruto”, dice Jorge Sánchez Tello.

Las cuentas de Meade ante el INE se ven discretas —tal vez demasiado— aunque también incoherentes: apenas ingresos de 9.5 millones de pesos en tres semanas y gastos por el triple, 26.4 millones.

**Margarita Zavala**

**La candidata de los Baillères**

Margarita Zavala está a favor de una economía de mercado y seguir dándole impulso a las empresas. Fue la primera en visitar al Consejo Coordinador Empresarial el 13 de abril, habló con sus líderes y les prometió atender sus demandas: firmó la agenda “México mejor futuro”, que ellos le pusieron sobre la mesa.

En cuanto a sus financiadores, Zavala parece ser “Totalmente Palacio”. Durante los primeros cuatro días de la campaña reportó 5 millones de pesos al INE, donaciones de Alberto Baillères González, Alejandro Baillères Gual y Juan Bordes Aznar. La respaldan así los altos directivos de la tienda departamental Palacio de Hierro, el poderoso Grupo BAL que también maneja seguros GNP, afore Profuturo, la minera Peñoles, la firma Petrobal y Casa de Bolsa Valmex, entre otros negocios trasnacionales.

Promete campaña austera y de momento mantiene una cartera discreta: ha reportado ingresos por 8.5 millones de pesos, de los cuales solo habría gastado 1.5 mdp.

Renunció a los recursos públicos que el INE distribuye entre candidatos y pidió que los fondos que le corresponden sean donados a las víctimas de los sismos de septiembre pasado en México, situación que no está prevista por la ley y aún no se resuelve. “Demagogia pura el renunciar al financiamiento público y pedir que el dinero vaya a damnificados. Y lo peor: pedirle, ahora, financiamiento a las grandes empresas”, opina el analista Alberto Barranco.

## Jaime Rodríguez Calderón

### El de la mano dura

El Bronco, que según encuestas de Parametría no tiene impacto sobre las preferencias electorales porque en marzo apenas si tenía una intención de voto del 2%, llegó de último minuto dando pelea y diciendo que cortará manos a los delincuentes.

Y en poco más de una semana, Rodríguez Calderón reportó ante el INE ingresos por 2.9 millones de pesos en 14 operaciones, de los que ha gastado 780 mil pesos hasta el 24 de abril.

Este aspirante que aparecerá en la boleta como candidato independiente, ha dejado bastante claro su proyecto económico. Promete cero ayuda social, nada de planes que considera asistencialistas. Anticipa que impulsaría la iniciativa privada, sobre todo a pequeñas y medianas empresas.

No es casual que, aunque esté lejos de ganar, entre el empresariado mexicano tiene buena aceptación porque habla de mano dura. Según la encuesta de empresarios de Vestiga, 95 por ciento de ellos tiene más confianza en las fuerzas armadas que en otra institución, seguido de la Iglesia católica y el INE.

Tal es su confianza en ese sector que ha dicho pondría a un empresario como secretario de Hacienda.