

Agosto 2018



alethéia
revista ieu universidad

Artículos de Opinión:

LOS AMOS DE MÉXICO, SU INFLUENCIA POLÍTICA

Alfonso Tecanhuey Tepox.



Revista Alethéia IEU
revista-aletheia.ieu.edu.mx



alethéia
revista ieu universidad

ARTÍCULO DE OPINIÓN:

LOS AMOS DE MÉXICO, SU INFLUENCIA POLÍTICA

AUTOR:

Alfonso Tecanhuey Tepox.

AFILIACIÓN INSTITUCIONAL:

Analista Político.

CORREO ELECTRÓNICO:

alfonsotepox@hotmail.com

TELÉFONO:

222 102 3453

Resumen.

En México, los empresarios tienen una fuerte influencia en la toma de decisiones de gobierno, a través de una red de contactos en el sector público. La frontera que separa a la elite política de la elite empresarial es muy estrecha, unos y otros comparten la misma red dado que mantienen espacios de socialización similares. El problema surge cuando se utiliza esa red para intercambiar favores o, peor aún, para incidir en la toma de decisiones públicas, marginando la participación de otros actores interesados; ya sea desde el Poder Ejecutivo o desde una elite empresarial como el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN), que incide en la política económica del país, o bien desde el Poder Legislativo, las empresas influyen en la discusión, aprobación o derogación de leyes a través del cabildeo.

Palabras clave: *empresarios, sector público, influencia, cabildeo.*

Resumen.

In Mexico, entrepreneurs have a strong influence on government decision-making, through a network of contacts in the public sector, the border that separates the political elite from the business elite is very narrow, one others share the same network, cause they maintain similar socialization spaces. The problem arises up when this network is used to exchange favors, or even worse, influencing on public decision-making, marginalizing the participation of other interested actors, even from the Executive Power, a business elite like the Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN) affects on the economic policy of the country, or as well from the Legislative Branch, companies influence on the discussion, approval or abolition of laws through the lobbying.

Keywords: *businessmen, public sector, influence, lobbying.*

LOS AMOS DE MÉXICO, SU INFLUENCIA POLÍTICA

El escritor y periodista Jorge Zepeda, autor del libro *Los amos de México* (2011), plantea la siguiente pregunta: ¿Son los multimillonarios los verdaderos dueños de México? Lo hace a través de un recorrido biográfico de 11 de las familias más acaudaladas de México: Carlos Slim (Telmex y el Grupo Carso), Emilio Azcárraga (Televisa), Alberto Bailleres (Industrias Peñoles), Lorenzo Zambrano (Cemex), María Asunción Aramburuzavala (heredera del grupo Modelo), Lorenzo Servitje (Bimbo), Roberto Hernández (Banamex), Olegario Vázquez Raña (Grupo Ángeles, medios de comunicación: radio, periódico y TV), Roberto González (Banorte y Gruma), Jorge Vergara (Omnilife y Chivas) y la familia Ramírez (Cinépolis). La respuesta es sí: los empresarios tienen influencia en la toma de decisiones de gobierno, a través de una extensa red de contactos en el sector público.

En un ambiente de mercado y competencia económica no habría motivos para investigar la fortuna de los dueños de esas empresas, sin embargo, en México la frontera que separa a la elite política de la elite empresarial es

muy estrecha, unos y otros comparten la misma red, dado que participan espacios de socialización similares. El problema surge cuando se utiliza esa red para intercambiar favores o para incidir en la toma de decisiones, marginando la participación de otros actores interesados. Mencionare dos ejemplos:

De acuerdo con Cokelet (2013), el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN), una asociación empresarial de élite —forman parte seis de los once empresarios mencionados—, tiene acceso exclusivo a información, además de que mantiene contacto directo con el Poder Ejecutivo Federal. Según el autor, a través de relaciones e influencias del gobierno corporativo de cada uno de sus miembros, influye en al menos 27% de la economía mexicana, lo cual “le permite a la organización condicionar de manera parcial la política económica y la toma de decisiones pública” (p. 1). Por tanto, “las decisiones de las élites de negocios afectan la estabilidad económica de manera significativa, la cual a su vez es imperativa para la salud de los gobiernos” (p. 4).

El segundo ejemplo se relaciona con el surgimiento de nuevos actores políticos. La injerencia del Poder Legislativo en los asuntos públicos fue cada vez mayor, sobre todo a partir de 1997; esto presionó al sector empresarial para modificar sus formas tradicionales de ejercer influencia en el sector público, dado que, además de su relación con el presidente, tuvo que acercarse al Congreso. El lobbying fue la estrategia empleada para influir en la toma de decisiones desde el Legislativo; a pesar de que la literatura es poca, algunos autores que han abordado el tema (Lerdo y Godina, 2004; Gómez, 2008) mencionan que la función del cabildero es monitorear y dar seguimiento a las leyes que se discuten en el Congreso, obtener información, reaccionar con tiempo a ciertas decisiones que consideren que puedan afectar al sector empresarial; o bien, anticiparse a los hechos y proponer leyes que juzguen convenientes a sus intereses. Así, empresas o corporaciones empresariales (CCE, Coparmex, Concamin, Concanaco, Canacitra) buscarán resguardar sus intereses.

Nuevamente, en un escenario de pluralidad política como la que tiene México, es normal que grupos de presión busquen proteger intereses de quienes representan, sin embargo, es poco ético utilizar estrategias poco convencionales para modificar o rechazar leyes que tienen un impacto social, ya que resulta controversial. Tal es el caso de las tabacaleras, por ejemplo, en 2006 el entonces diputado Miguel Ángel Toscano presentó una iniciativa para aumentar el impuesto a la industria; fue rechazada sin tener la oportunidad de ser discutida en comisiones.

Toscano señala una injerencia de las empresas en las decisiones públicas: “Tanto Philip Morris como British American Tobacco, durante los tres años estuvieron de manera constante, permanente, sesión tras sesión, platicando, comiendo, desayunando, invitando a cenas, invitando a viajes a los diputados” (Torres, 2006).

Referencias.

Cokelet, B. (2013). *El Consejo Mexicano de Hombres de Negocios: La política de negocios, las élites y la toma de decisiones en México* Universidad de Nueva York (NYU). Artículo consultado el 5 de agosto de 2018. Recuperado de: https://www.dropbox.com/s/7g4mzwh8wow9xz/CMHN_PoliticaNegocios.pdf?dl=0%22.

Gómez, J. J. (2008). *El cabildeo al Poder Legislativo en México: origen y evolución*. *Revista Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*. Vol. XIV No. 42, Mayo-Agosto. México: D. F., pp. 97-124.

Lerdo, S. y Godina, L. A. (2004). *El lobbying en México*, México, Miguel Ángel Porrúa.

Torres, J. (2006). *Cigarreras, una historia que no termina*. *Revista Fortuna, sección negocios y finanzas*, Artículo consultado el 5 de agosto de 2018. Recuperado de: <http://www.revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2006/enero/htm/negocios/cigarreras.htm>.

Zepeda, J. (coord.) (2011). *Los amos de México*. Editorial Temas de Hoy. México, 452 p.