

(Texto elaborado para incluir como capítulo en el libro colectivo homenaje a Manuel Delgado, titulado *Con Andalucía y el Sur en el corazón*, en prensa en Eds. Genil, Málaga, 2019)

4. La economía ecológica y su diálogo con los modelos de desarrollo. El desarrollo de ¿qué? ¿de la *producción* o de la *adquisición* de riqueza?

José Manuel Naredo

Manuel Delgado ha contribuido con textos verdaderamente antológicos a aclarar el desplazamiento que se ha venido operando desde la *producción* hacia la *adquisición* de riqueza, con especial referencia a Andalucía. Este desplazamiento, gobernado por las grandes corporaciones transnacionales, en connivencia con las oligarquías locales, y asociado a la especulación inmobiliaria y a un nuevo extractivismo, induce a revisar la propia noción de *desarrollo económico* y las relaciones de dependencia en las que se encuadra hoy la economía andaluza. Estas contribuciones aparecen sobre todo sintetizadas en los textos de Manuel Delgado publicados tanto en el libro sobre economía, poder y megaproyectos que coordiné con Federico Aguilera (Aguilera, F. y Naredo, J.M. (eds.), 2009), como en el libro sobre el poder y los megaproyectos en Andalucía, coordinado por el propio Manuel Delgado junto con Leandro del Moral (Delgado, M. y Del Moral, L. (Coords.), 2016).

-Nuevos poderes transnacionales, reacomodo de viejas oligarquías y mutación de actividades

El texto de Manuel Delgado (MD) en el primero de los libros indicados, versa sobre el reacomodo de las viejas oligarquías y los nuevos poderes transnacionales e ilustra con numerosos ejemplos cómo se desplaza el centro de gravedad de la actividad y el poder económico desde la *producción* hacia la *adquisición* de riqueza. En efecto, en este texto se analiza la mutación que se produjo desde las viejas oligarquías, apoyadas sobre todo en la propiedad de la tierra y las actividades agrarias reforzadas por industrias agroalimentarias, hacia su inserción en redes de comercialización más amplias y su participación en prácticas especulativas y extractivas asociadas operaciones inmobiliarias y megaproyectos. O más concretamente, desde el caciquismo clientelar de origen agrario, apoyado en la propiedad de latifundios, almazaras, bodegas...o fábricas de harina, que le permitían adueñarse del grueso de la cadena de valor tradicionalmente asociada a los productos agrarios, hacia el caciquismo comercial e inmobiliario-financiero, que se lucra controlando redes de distribución en gran escala, percibiendo subvenciones, facturando megaproyectos y/o dando buenos “pelotazos inmobiliarios”, al ser capaz de orientar a la carta la reclasificación de terrenos y la financiación de las Cajas de Ahorros. Casos como el reinado de Gil y Gil en Marbella ilustran bien este último proceder, al gobernar durante varios lustros en este municipio mediante una red clientelar que extendía sus tentáculos a otros muchos, en Andalucía e incluso fuera de ella, hasta que, al ser ajena a los principales partidos gobernantes, cayó sobre ella el peso de la ley y, tras largos años de conflictos judiciales, fue finalmente condenada y desmantelada. Pero, además de ese desplazamiento del lucro desde las actividades agrarias y agroalimentarias, hacia las inmobiliario-financieras, las elaboraciones de MD testimonian el

desplazamiento del de peso económico y el poder asociados a esas actividades agrarias y agroalimentarias locales hacia entidades comercializadoras y gestoras transnacionales.

MD detecta la aparición de nuevas megacorporaciones, entre las que predomina lo que se ha dado en llamar “empresas virtuales” o “corporaciones vacías”, que apoyan su negocio en el control y gestión “de la cadena de mercancías y/o servicios, pero sin hacerse cargo de sus eslabones o, dentro de ellos, reteniendo sólo aquellos que generan mayor valor añadido. El capital global trata así de liberarse de los lastres y limitaciones que impone el mundo real —la fabricación—, al crecimiento y la acumulación en la búsqueda de posibilidades de expansión ilimitadas. De modo que el llamado proceso de producción ya no es el camino del éxito, sino más bien un inconveniente a evitar” (Op. Cit., p. 163).

“En este sentido, la creación y utilización de marcas es la vía que ha encontrado la gran corporación en la economía mundial globalizada para acaparar los mercados y poner la cadena de valor a su servicio (Klein, 2001). Muchas de ellas trascienden ya la exigencia de identificarse con objetos materiales para asociarse con necesidades socialmente construidas: el deporte, la salud, la libertad, la seguridad. Sin referencia real concreta, las marcas le permiten al capital amplios grados de libertad para proyectarse sobre “cualquier cosa”, porque una vez conseguida la apropiación del territorio simbólico, cabe, sin fabricar absolutamente nada, vender absolutamente todo. En este contexto, los recursos deben concentrarse en la construcción, el mantenimiento y el desarrollo de la propia marca: la publicidad, el patrocinio, las extensiones de la marca y el diseño de nuevos productos acaparan el grueso de los costes. Después de hacer frente a estos gastos [...] queda poco margen para los costes de producción, que vienen a ocupar un lugar residual en la escena. Hay que encontrar, a lo ancho y a lo largo del planeta, fábricas y subcontratistas que sean capaces de manufacturar tan barato como para facilitar a la megacorporación propietaria de la marca la apropiación de amplios márgenes de “valor”. De otro modo, los mercados financieros castigarán la ineficiencia de aquellas corporaciones que no se desprendan convenientemente del lastre de la producción. Esta es otra de las formas en las que se concreta el desplazamiento desde la producción de riqueza hacia la mera adquisición y apropiación de la misma, otro de los mecanismos de enajenación y desposesión de lo local desde lo global” (Ibidem.).

El texto citado de MD ilustra este proceso relatando el devenir de las principales empresas y grupos agroalimentarios asociados a la oligarquía andaluza, que se han ido integrando en, o siendo absorbidas por, corporaciones transnacionales, quedando de una u otra manera mediatizadas por intereses ajenos a los negocios originarios asentados en Andalucía. Como analiza MD, tres son los caminos por los que se ha adaptado el empresariado andaluz a las nuevas formas de negocio que impuso la irrupción de las grandes corporaciones transnacionales. El primero es el que vincula las empresas autóctonas a los grupos transnacionales mediante “procesos de adquisición de la parte más saneada del patrimonio empresarial local desde lo global”. Este camino ha sido el más transitado, alcanzando a grupos empresariales tan importantes como Cruz Campo, Aceites Carbonell, Compañía. Andaluza de Cervezas, Agrovic-Sur o Arrocerías Herba (Delgado y Márquez, 2004). El hecho de que estas compras no se paguen con el dinero ahorrado fruto de la actividad fabril o productiva de las empresas compradoras, sino con el papel que emiten en forma de acciones, posibilita ofrecer cifras más elevadas de lo que podían imaginar los vendedores, haciendo que estas adquisiciones suelen ser incruentas y deseadas por los vendedores, ya que reciben pagos muy superiores a lo que en principio consideraban que valían sus activos patrimoniales. Por eso, en estos casos, mejor que hablar de **desposesión** forzada, pues esta palabra presupone aplicación de fuerza y/o violencia, como era usual en la época del dominio colonial, creo que cabe hablar de **adquisición** voluntaria de patrimonios interesadamente

cedidos por sus propietarios. Las compras de empresas realizadas por RUMASA anticiparon este modelo, pero con poco éxito, al fallar y caer bajo sospecha el “dinero financiero” que emitía el grupo y al desencadenar conflictos de poder que precipitaron su colapso. En segundo lugar, “encontramos algunas empresas de origen familiar local que, en su proceso de expansión, consiguen globalizarse. González Byass o la familia Hernández serían los casos más ilustrativos de este grupo”. Y, en tercer lugar, “encontramos empresas y apellidos procedentes de la vieja oligarquía local, convertidos en concesionarios de prósperos negocios asociados a grandes marcas globales (Gómez-Trenor, Mora Figueroa, Bohorquez y Osborne, entre ellos)” (Op. Cit., pp. 156-157).

La evolución de la que llegó a ser la primera empresa de bebidas en España, la empresa de Pedro Domecq, acabaría ejemplificando el primero de estos caminos. “Su trayectoria desde los años 80 —señala MD (Op. Cit., p.163)— es ilustrativa de la evolución de los comportamientos patrimoniales de una parte importante de las elites locales tradicionales en Andalucía. En 1981, Hiran Walker utiliza la red comercial de Domecq para distribuir sus marcas en el mercado español. En 1986 esta compañía transnacional es adquirida por Allied Lyon, uno de los mayores grupos de bebidas espirituosas en Europa, que compra también el 32 % de Domecq, de manera que en los años 90 la empresa “jerezana” ya no estaba centrada en la producción de vinos y brandys de Jerez; se había convertido en una de las principales distribuidoras de marcas locales (La Ina, Carlos I, Carlos III, DyC, Doble V, Anís La Castellana...) y globales (Ballantines, Souza, Beafeeter, Courvoisier, Tía Maria...). En este contexto, los productos locales van siendo progresivamente desplazados de los mercados, penetrados por marcas globales y la producción local terminará teniendo un papel residual para el capital global, estimulándose así un proceso permanente de reestructuración productiva y del empleo. En 1994, Allied Lyons adquiere Domecq, cambiando su denominación por Allied Domecq. Consigue de este modo Allied dos importantes redes comerciales, en España y en México, abriéndole esta última las puertas al mercado latinoamericano. Desde entonces se ve acentuado el interés por las marcas globales, en perjuicio de las actividades de Domecq en el marco de Jerez, —consolidado cada vez más como espacio logístico—, hasta terminar trasladando el centro de decisión del grupo a Madrid y transformando las bodegas de Jerez en un mero centro subordinado a estrategias empresariales diseñadas en el Reino Unido y en Madrid”, que hace también las veces de parque temático para turistas. Como veremos a continuación en este guadiana empresarial no termina aquí: Allied Domecq sería después absorbida por Pernod, cambiando su denominación por la de Domecq Wines España, SA.

Valga también como ejemplo del primero de los caminos señalados, la paulatina penetración y compra del grupo cervecero Cruz Campo por capital “foráneo”. Este proceso desemboca en la adquisición en 1991 del 98 % de Cruz Campo, primero “por el grupo internacional Guinness Brewing Worldwide, la segunda compañía de bebidas en beneficios, después de Coca Cola, por una cantidad próxima a los 100.000 millones de pesetas, la cifra más alta pagada hasta entonces por la compra de una empresa en Andalucía” (Ibidem.). Siendo comprada después por 108.000 millones de pesetas, en 1999, “por Heineken, el primer grupo cervecero europeo y segundo mundial” (Ibidem). MD aclara que la adquisición de Cruz Campo se hace mediante una ampliación de acciones de la compañía adquiriente, que suplen las funciones del dinero, permitiendo ofrecer cifras tan elevadas que animan a los vendedores a desprenderse de sus empresas y explican el carácter incruento de estas **adquisiciones**. Por otra parte, el propósito de la adquisición y el control de empresas españolas por las corporaciones transnacionales tiene que ver con estrategias que trascienden el valor de su inmovilizado y el beneficio derivado de sus actividades. Por ejemplo, como advierte MD en el texto citado, “con esta adquisición, Heineken afianza su liderazgo en el mercado europeo, se hace con marcas importantes claramente establecidas

en mercados regionales y se apropia de una red de distribución que le permite introducir sus cervezas y sus marcas y moldear progresivamente el gusto del consumidor local”. Además, “cuando Heineken negocia la compra de Cruz Campo, contempla también la posibilidad, que se hará real pocos años después, de obtener importantes plusvalías inmobiliarias a través de la realización de un megaproyecto”, sobre el que luego volveremos.

Otro ejemplo a subrayar es el que relata que “en 1989, el grupo Pernod Ricard adquiere la empresa Larios, compañía y marca de ginebra malagueña todavía entonces perteneciente a una de las familias de la oligarquía andaluza que protagonizó, junto con los Loring y los Heredia, el efímero denominado “proceso de industrialización” en los años 30 del siglo XIX (Delgado, M., 2004). Pernod Ricard traslada, después de su compra, las oficinas de Larios a Madrid y la producción de ginebra a un establecimiento localizado en Manzanares. Dejando en Málaga algunos departamentos como contabilidad, compras, comercial y algo de bodega del grupo: el brandy 1866 y Príncipe” (Op. Cit. pp. 160-161). Pero el nomadismo empresarial iniciado por Larios no acaba ahí. Posteriormente, Pernod absorbió a Allied Domecq y cedió la mitad de éste al grupo norteamericano Fortune Brand. Y aunque Pernod se quedó con mayoría de las marcas importantes de licores, le cedió la marca Larios, por su incompatibilidad con la marca de ginebra Beaffeter, perteneciente a Pernod. Con lo que Larios pasó a manos del grupo Fortune Brand y se deslocalizó nuevamente, pasando de Manzanares a las instalaciones que el nuevo grupo tiene en Segovia, donde se fabrica también el whisky DyC.

MD pone, entre otros, a Osborne y a González Byass como ejemplos del segundo camino transitado por las grandes empresas agroalimentarias andaluzas: el camino hacia la globalización, internacionalizando y ampliando sus propias actividades. Osborne emprendió este camino destinando sus inversiones a “zonas desreguladas donde poder reproducir el modelo productivo de los nuevos espacios vitivinícolas, siguiendo las dinámicas de la globalización” (Soler, M., 2004, p. 541), deslocalizando su actividad productiva y ampliando sus actividades con la gestión de nuevas marcas. “Un ejemplo ilustrativo en este sentido —señala MD (Op. Cit. p. 165)— es que la distribución de una sola marca en el mercado español, Red Bull, proporciona[ba] a Osborne el 10 % de los ingresos totales del grupo [en 2006]”.

En lo que concierne al caso de González Byass “en 1992 es participada por el grupo Gran Metropolitan, de manera que esta megacorporación amplía así la red de distribución de sus marcas, a la vez que González Byass accede a la red de distribución y comercialización de Gran Metropolitan (Soler, M., 2004). En 1997, la empresa jerezana recompra las acciones de Gran Metropolitan, para quien, una vez conseguido el uso de los canales de comercialización, no es negocio mantener sus “inversiones productivas” en el marco de Jerez. González Byass inicia en estos años una etapa de expansión basada prioritariamente en la adquisición y gestión de marcas locales y, cada vez en mayor medida, globales [expresamente identificadas en el texto citado de MD]. En el año 2001, el grupo transnacional Diageo [una vez consolidada su posición en el mercado español] vende a González Byass la empresa jerezana Croft [...] En 2003, el Ayuntamiento de Jerez y González Byass firman un convenio para hacer edificables los terrenos de Croft” (MD, Op. Cit., p. 165), recalificando como urbanizables esos terrenos previamente calificados de industriales en el Plan Urbanístico municipal, para hacer de ellos una zona residencial de alto poder adquisitivo y facilitar así a la empresa propietaria una jugosa plusvalía.

El negocio inmobiliario se ha venido solapando así con los procesos de deslocalización y ampliación de actividades del tejido empresarial andaluz, a la vez que cobró vida propia generando un sector específicamente inmobiliario-constructivo que alcanzó una importancia desproporcionada durante el pasado boom inmobiliario que sacudió a la economía andaluza

a los largo de todo un decenio (1997-2007). Otro ejemplo significativo de “pelotazo inmobiliario” que resulta de recalificación urbana de terrenos industriales, con el coeficiente de máxima edificabilidad, urdido en la sombra entre empresarios buscadores de plusvalías y políticos conseguidores, fue el asociado a los terrenos de la antigua fábrica de cerveza de Cruz Campo y de Abengoa. Esta operación abarca las 17 hectáreas de la antigua fábrica de Cruz Campo, más una parcela colindante de 4,2 hectáreas de la empresa Abengoa. La operación se justifica como una dádiva para que Heineken mantenga su planta en Sevilla y se adorna como la búsqueda de “espacios de oportunidad” bajo el lema “Sevilla, la construcción de un sueño”.

“El proyecto —señala MD (Ibidem. p. 160)— es firmado y avalado por el *star system* de la arquitectura global: se legitima con la marca de cuatro arquitectos estrella (Foster, Nouvel, Vázquez Consuegra e Isozaki) que, junto con González Fustegueras como director del PGOU, ponen su imagen al servicio de esa operación de maquillaje en la que se han buscado espacios de negocio privado de cuyas mugajas saldrá la financiación de lo público. Una operación que proporciona a Heineken 300 millones de euros de beneficio. La mitad, aproximadamente, de lo pagado por la adquisición del grupo Cruz Campo. Esta recalificación se decide en una corporación municipal gobernada por un pacto entre PSOE e IU, promoviendo así desde la administración pública la especulación urbanística a través de un Plan que tiene como pilar básico “la participación ciudadana”.

“Asociada a esta operación —prosigue MD— tiene lugar otra actuación propiciada por la familia Benjumea, que presidía y controlaba la empresa de instalaciones eléctricas Abengoa, propietaria de 4,2 hectáreas de suelo colindante con el recalificado para Cruz Campo. Ya en el avance del Plan se había cambiado el posible uso de esta parcela industrial: lo previsto era un edificio terciario y una residencia de ancianos. Cuando Heineken llama a la puerta, la familia sevillana aprovecha para reclamar un uso residencial para su suelo y, días antes de que se aprobara en el Ayuntamiento la operación de recalificación residencial, los Benjumea crean una sociedad (IBISA), a la que Abengoa vende el suelo, yendo así a parar las plusvalías generadas por la operación al patrimonio familiar de la saga que fundó Abengoa” y no al colectivo más amplio y disperso de accionistas de la sociedad. Afortunadamente, la reforma del Código penal de 2015, permitiría calificar esta actuación como delictiva, respondiendo al nuevo delito económico de “administración desleal” para con los accionistas, aunque hubiera sido aprobada por todos los órganos competentes. Mucho más tarde Abengoa, empresa siempre vinculada al poder y considerada modélica y de futuro, inició una larga agonía al verse vaciada de patrimonio y cargada de dudas como resultado de una administración que se acabó revelando poco recomendable (Blázquez, P., 2017).

Y entre los ejemplos que ofrece MD del tercer camino seguido por las empresas y familias tradicionales de la oligarquía andaluza, el camino de ejercer como concesionarios de las grandes marcas globales, destaca el de Rendelsur, empresa concesionaria de la fabricación de la marca Coca-Cola, cuya franquicia ha experimentado un importante proceso de concentración y crecimiento, alcanzando uno de los primeros puestos en volumen de negocio en el sector agroalimentario andaluz. Esta empresa “continúa perteneciendo a un conjunto de familias representativo de la vieja oligarquía andaluza, con apellidos como Mora-Figueroa, Bohórquez o Gómez Trénor, que [...] encuentran así su reacomodo desde la asociación con el capital transnacional para servir a sus necesidades en los procesos de elaboración y distribución de sus marcas. Como ingrediente “especulativo” del negocio, también en este caso nos encontramos con la recalificación de los terrenos en los que, dentro del municipio de Sevilla, se localizaba la fábrica de Coca-Cola, y el consiguiente traslado a la demarcación municipal de La Rinconada, a pocos kilómetros en la misma provincia” (MD, Op. Cit., pp. 164-165).

-La sobredimensión del negocio inmobiliario y los megaproyectos como ejemplo de adquisición de riqueza

En el mismo texto al que nos venimos refiriendo, MD (2009) subraya que “en Andalucía, el negocio inmobiliario tiene un peso que está por encima del que tiene en el conjunto de la economía española” (MD, 2009, p. 168) y responde a la pregunta “¿quiénes son, en Andalucía, los amos del negocio inmobiliario?” pasando revista a la naturaleza de los principales grupos empresariales del sector. Pese a su interés, no cabe entrar ahora en el detalle de esa revisión, sino en subrayar algunos aspectos y enseñanzas relevantes que se derivan de la información aportada.

Una primera observación a subrayar que se extrae de los datos aportados por MD es que, al calor del negocio inmobiliario, surgieron nuevas caras en la oligarquía económica local. Pues muchos de los personajes que se promovieron a partir de la promoción inmobiliaria, tenían un origen familiar modesto y pudieron entrar en el dominio reservado de las elites de la mano del clientelismo político asociado a las reclasificaciones de suelos y al apoyo financiero de las Cajas de Ahorro. Quizás el ejemplo más significativo sea el de Luís del Portillo. “Al amparo de las Cajas de Ahorro andaluzas se han fraguado grandes patrimonios alrededor del negocio inmobiliario, entre los cuales destaca el de Luís del Portillo, el llamado “príncipe del ladrillo”, que en 2006 acumulaba un patrimonio bursátil y empresarial de 3.785 millones de euros, siendo según *Forbes* la tercera fortuna de España, detrás de Amancio Ortega (Inditex) y de la familia Del Pino (Ferrovial). Este volumen monetario se extrajo del valor que acumularon sus participaciones en la inmobiliaria Inmocarral y en los bancos BBVA, Santander y Popular y del resto de activos de la sociedad Zent Inversiones, que agrupaba una treintena de empresas, de las que veinticinco (diecisiete inmobiliarias, siete gestoras y una constructora) estaban directamente relacionadas con el ladrillo [...] En diciembre de 2006 presidía tres grandes inmobiliarias: Inmocarral, Colonial y SFC. La privilegiada posición de este empresario no se basó en las ventas de sus empresas, sino en la revalorización de sus activos patrimoniales [...] en un ejemplo más de creación de dinero financiero como forma central de adquisición y acumulación de riqueza y de poder” (Ibidem. pp. 176-177).

No obstante, Luis del Portillo, al igual que otros personajes que no supieron moderarse y salvaguardarse a tiempo, consiguieron subir hasta el cielo del poder y la riqueza, pero cayeron estrepitosamente después, arrastrados por el pinchazo de la burbuja inmobiliaria y por el peso de la justicia, al verse imputados a menudo en delitos de corrupción, blanqueo de capitales, evasión de impuestos, etc.

Otro aspecto a subrayar es el importante papel que desempeñaron las Cajas de Ahorro —entidades que se les suponía finalidad social— a la hora inflar la burbuja inmobiliaria y las fortunas asociadas a la misma. Pues las Cajas de Ahorro, no solo financiaron de entrada el grueso de las operaciones inmobiliarias, permitiendo a los promotores realizar enormes plusvalías derivadas de la reclasificación de suelos, sino que participaron directamente en el negocio inmobiliario a través de los grupos de empresas asociadas que fueron creando, como constata MD (Ibidem. p. 175). Este proceder de las Cajas, como mano financiera del caciquismo local y regional, es el que aumentó su riesgo inmobiliario y explicó su bancarrota tras el pinchazo de la burbuja y su posterior salvamento por parte del Estado. El expolio practicado por el caciquismo clientelar agravó la crisis de las Cajas de Ahorro por dos caminos: 1º) Financiando un sinnúmero de operaciones y megaproyectos de dudoso interés

económico y social para facilitar el “pelotazo” de algunos (p.e.: la Caja de Castilla-La Mancha fue la primera en caer, tras haber financiado el pelotazo inmobiliario asociado la operación fallida del Reino de Don Quijote y su polémico aeropuerto privado, que costó 1.200 millones de euros) y 2º) Extendiendo prácticas de administración desleal y apropiación indebida ruinosas para las empresas que ha venido ilustrando el rosario de casos de corrupción que aflora en los tribunales y en los *media*.

Financiación privilegiada y operaciones inmobiliarias han venido frecuentemente asociadas a la promoción de megaproyectos. Y eso nos hace entrar en la otra aportación de MD a la que nos hemos referido inicialmente: el libro que coordinó con Leandro del Moral sobre *Los megaproyectos en Andalucía. Relaciones de poder y apropiación de riqueza* (2017) y su capítulo introductorio sobre “Los megaproyectos como forma de apropiación de riqueza y de poder en Andalucía”. En la presentación al libro que hacen los coordinadores definen los megaproyectos “como actuaciones ligadas a la construcción de infraestructuras o al negocio inmobiliario que, presentadas en nombre del interés general, procuran la extracción o apropiación de riqueza en beneficio de una minoría que utiliza para ello situaciones privilegiadas de poder. Intervenciones que expresan [...] relaciones de connivencia y de simbiosis entre sistema económico y sistema político, entre economía, poder y política” (p.7). De esta manera, en los megaproyectos la “producción” de algo —infraestructuras, inmuebles...o servicios— deja de ser la verdadera finalidad, para convertirse en un mero pretexto para justificar reclasificaciones de terrenos y/o inversiones millonarias apoyadas o financiadas con dinero público, de las que sacar tajada en alguna de las fases del proceso —facturando presupuestos inflados, realizando plusvalías de terrenos... Una vez obtenido el lucro por los beneficiarios —lo que era la verdadera finalidad— poco importa que el megaproyecto culmine y sea de utilidad para la ciudadanía justificando y rentabilizando su desmesurado importe. Por eso salpican la geografía del país una sobredosis de infraestructuras de transporte con escaso tráfico, promociones inmobiliarias que no llegaron a puerto, etc., etc. Bajo el paraguas ideológico de las ideas de producción y de mercado, se justifica este latrocinio, haciendo creer que tales megaproyectos son buenos de por sí, porque crean riqueza y cubren necesidades insatisfechas. Así, por muy negativas que sean las experiencias, por muy increíble que sea la rentabilidad económica y social de los propósitos formalmente enunciados de los megaproyectos —en forma de parques temáticos, ciudades del juego, megapuertos, etc.— la gente tiende a seguirlos creyendo. Por eso, el libro que estamos comentando, al desvelar con claridad la verdadera finalidad lucrativa y las prácticas generalmente corruptas de los megaproyectos analizados, ejerce una pedagogía económica y social inestimable.

En su capítulo introductorio arriba mencionado, MD pasa revista a una serie de megaproyectos, empezando primero por los vinculados al negocio inmobiliario y siguiendo por los asociados a la construcción de infraestructuras. El megaproyecto urbanístico “Los merinos del norte” ilustra el *modus operandi* del primero de los grupos. No cabe aquí describir el tema, dada la complejidad de la trama de intereses y de medios utilizados para promoverlo. Advirtamos, además, que la ilustración de este tipo de megaproyectos aparece enriquecida en el libro con otros estudios de caso (entre los que destaca el caso del hotel llamado El Algarrobo, estudiado en profundidad por Abel Lacalle). Valga decir que estos relatos sintetizan con pelos y señales la naturaleza del caciquismo clientelar dominante en Andalucía, en el que colaboran, compartiendo el botín, empresarios y políticos de los principales partidos que gobiernan a nivel regional y municipal. MD concluye que “el sistema político instituido ha contribuido a “ordenar” el territorio andaluz a golpe de convenios urbanísticos urdidos en la trastienda de partidos políticos y empresas, actuando los profesionales de la política como gestores o “conseguidores” de negocios hechos en

beneficio de ellos mismos y de unos pocos que llenaron sus bolsillos hipotecando el futuro del resto” (MD, Op. Cit. 2016, p. 38).

Esa connivencia entre políticos y empresarios se observa también en lo referente al segundo grupo de megaproyectos: el de la facturación obras públicas, que aparece ejemplificado, entre otros casos, con la construcción de los metros de Sevilla y Málaga. En el primero de estos casos se constata que, por procedimientos diversos, se fue inflando el presupuesto hasta multiplicar la facturación por tres respecto a lo inicialmente acordado en la licitación de la obra. Y, para colmo, en estos casos se ensayó una modalidad de “colaboración público-privada”, consistente en que las empresas contratistas aportan la financiación de parte del proyecto, comprometiéndose las administraciones publicas contratantes reembolsar a las empresas con pagos escalonados a lo largo de 35 años, a tipos de interés muy superiores a los de mercado: ¡¡¡8,27 % anual en el caso del metro de Sevilla y 10,1 % en el de Málaga!!!. Con lo cual, sin riesgo económico alguno, las empresas multiplicaron, no solo la facturación inicial, sino la asegurada en condiciones privilegiadas a lo largo de 35 años. Esto evidencia que no es el libre albedrío de los mercados, sino la mano del poder la que impone en la sombra el cobro de sobrecostes y peajes como estos, que comprometen a largo plazo el presupuesto del Estado. Por lo que es un error de bulto atribuir nuestros males a “los mercados” y al “(neo)liberalismo”, cuando el grueso de los actuales atropellos son fruto del caciquismo clientelar imperante en Andalucía, como bien se ha encargado de evidenciar el escándalo de los EREs.

¿Qué producción? ¿Qué desarrollo?

¿Qué pintan las nociones habituales de *producción* y *desarrollo* en el contexto arriba descrito? Anticipemos que su principal función es la de soslayar el predominio de las prácticas habituales de adquisición o extracción de riqueza que hemos venido ejemplificando. Pues el llamado *desarrollo económico* solo encuentra un significado preciso vinculándolo con el aumento del agregado de producto de Cuentas Nacionales, es decir, con el aumento del famoso PIB. Y este agregado es un cajón de sastre de valor monetario, resultado de convenciones contables, que alberga “valores añadidos” de orígenes muy variopintos. En el PIB teóricamente se agrega, dándolos por buenos, la mayor parte de los sobrecostes, peajes, márgenes, comisiones o mordidas diversas a las que nos hemos venido refiriendo. A la vez que excluye aquellos otros lucros que resultan de revender con beneficio bienes patrimoniales, como son las plusvalías inmobiliarias o bursátiles, que han sido tan manifiestamente importantes durante el pasado boom especulativo. Es decir, que incluye, dándolas por buenas, o excluye, ignorándolas, las numerosas formas de adquisición o extracción de riqueza que han cobrado una importancia manifiesta en nuestra sociedad. La categoría de *producción* —y sus derivados entre los que se incluye el *desarrollo económico*— sirve así para encubrir o soslayar, no para analizar, las formas de lucro parasitarias que invaden el cuerpo social. Resulta perverso que se quiera hacer creer que todos los países, regiones y personas, podrían desarrollarse y llegar lo más alto trabajando y produciendo, y que si no lo consiguen es por no ser lo suficientemente laboriosos y productivos, soslayando que estamos en la era de la globalización de sociedades y entidades piramidales, en las que la situación de unos depende de la de otros y en las que si algunos están arriba es porque se apoyan en otros que están abajo.

Como he venido sugiriendo, para ilustrar los actuales procesos de dominación y adquisición de riqueza resultan mucho más útiles los modelos depredador-presa o parásito huésped, que metáfora de la *producción*. Al igual que para analizar el perfil jerárquico que adopta la valoración monetaria a lo largo del proceso económico, resulta mucho más útil la Regla del

Notario (Naredo, J.M., 2015b) —que subraya que son los últimos escalones de gestión comercialización y venta los que se llevan la parte del león del valor monetario generando — que la idea abstracta de mercado, supuestamente libre, neutral y ajeno a las ideologías y relaciones de poder imperantes en el actual capitalismo y estatismo clientelar. A la vez que, para analizar las relaciones de dominación/subordinación entre los países o las regiones, resulta esencial conocer su metabolismo económico con todas sus piezas, considerando, no solo sus flujos monetarios, sino también los físicos y el marco institucional que los regula, así como la “huella de deterioro ecológico” que generan dentro y fuera de su territorio.

Este enfoque más amplio y transdisciplinar, debe romper el divorcio entre economía y ecología, tratando los llamados sistemas económicos como ecosistemas a nivel de Estado, compuestos a su vez por ecosistemas regionales, agrarios, industriales...o urbanos, pues la especie humana, querámoslo o no, forma parte de la biosfera. En este sentido debo subrayar que una aportación capital de MD ha sido coordinar el capítulo sobre Andalucía del *Metabolismo económico regional español* (Carpintero, O. (dir.), 2015). Este análisis, unido al realizado por MD con Carpintero, O., Lomas, P. y Sastre, S. (2014) apoyándose en la información sobre el metabolismo regional antes mencionado, precisa la posición de dependencia económica y de deterioro ecológico, en la que se encuentra Andalucía. Se constata que, a la vez que la mera adquisición de riqueza ha venido ganando peso impulsada por la irrupción del capitalismo transnacional, las burbujas especulativas y los megaproyectos, también lo ha hecho un nuevo extractivismo. Así, MD concluye que, al igual que otros espacios “periféricos”, Andalucía ha conocido, junto a la globalización, “una expansión del extractivismo, un proceso de “reprimarización” acentuado desde la explosión de la burbuja inmobiliario-financiera que intensifica la depredación territorial [...] A esta “reprimarización” responde la “reactivación” de la minería dentro de lo que desde la Junta de Andalucía se ha denominado “nuevo modelo productivo”” (MD, 2016, p. 43 y en este mismo libro da cuenta de ello el capítulo de María Jesús Beltrán, “Análisis de la gestión del agua en megaproyectos mineros. El caso de la mina de cobre de Las Cruces”, pp. 159-181).

Concluyendo, que bajo el paraguas ideológico de las ideas de *producción* y de *mercado*, el mar de corrupción que ha venido aflorando evidencia formas de lucro parasitarias que: 1º suelen ser legales, 2º tiene gran peso económico y 3º tienen carácter sistémico. Corregir esta situación exige desvelar y clasificar todas las formas de lucro para revisar su interés económico, ecológico y social y penalizar las más dañinas (Naredo, J.M., 2019). Hay que darse cuenta de que, una vez desmontada la noción de *producción* para analizar las formas de lucro que hay dentro y las que quedan fuera, se desmonta también la noción de *desarrollo*. Y al analizar el fenómeno del *desarrollo* desde perspectivas más amplias, aparece como un fenómeno posicional, en el que si unos están arriba es porque hay otros que están abajo. Si un país consigue una relación de intercambio favorable, es porque hay otros que la tienen desfavorable. Si un país consigue ejercer como atractor de capitales del resto del mundo, es porque hay otros a los que se les escapan los capitales...o si hay países que usan el resto del mundo como base de recursos y sumidero de residuos, es porque hay un resto del mundo que hace las veces de almacén y vertedero de esos países. Además, debemos darnos cuenta de que estas relaciones de dominación y adquisición de riqueza, tienen lugar también en el seno de los países y regiones, tal y como hemos venido ejemplificando en el caso de Andalucía, con la intervención de las empresas transnacionales, que sobrevuelan los territorios con ánimo controlar actividades y redes que les permitan apoderarse de aquellas fracciones más suculentas del valor monetario generado, subordinando a ello las actividades agrarias, fabriles o mineras.

Bibliografía

- AGUILERA, Federico y NAREDO, José Manuel: (2009) *Economía, poder y megaproyectos*, Colección Economía & Naturaleza, Fundación César Manrique, Lanzarote.
- BELTRÁN, María Jesús: (2017) "Análisis de la gestión del agua en megaproyectos mineros. El caso de la mina de cobre de Las Cruces", en DELGADO, Manuel y DEL MORAL, Leandro (Coordinadores): (2016), pp. 159-181
- BLÁZQUEZ, Paloma: (2017) "Del rescate fantasma a un improbable rescate público, la última agonía de Abengoa", publicado en Blog salmon.com/empresas, el 29-04-017.
- DELGADO, Manuel: (2004) "¿Industrialización y desindustrialización? Reflexiones entorno a la historia económica de Andalucía" en *Historia de Andalucía a debate. III. Industrialización y desindustrialización de Andalucía*, M. González de Molina y A. Parejo (Eds.), Ed. Anthropos y Diputación Provincial de Granada, Barcelona.
- DELGADO, Manuel: (2009) "Transformaciones del poder económico en Andalucía: Reacomodo de las viejas oligarquías y los nuevos poderes transnacionales", en AGUILERA, Federico y NAREDO, José Manuel (2009), *Economía, poder y megaproyectos*, pp. 153-180.
- DELGADO, Manuel: (2016) "Los megaproyectos como forma de apropiación de riqueza y de poder en Andalucía", en DELGADO, Manuel y DEL MORAL, Leandro (Coordinadores) (2016) *Los megaproyectos en Andalucía. Relaciones de poder y apropiación de riqueza*, pp. 11-47.
- DELGADO, Manuel y DEL MORAL, Leandro (Coordinadores): (2016) *Los megaproyectos en Andalucía. Relaciones de poder y apropiación de riqueza*, Aconcagua Libros, Sevilla.
- KLEIN, Noemi, (2001) *No logo. El poder de las marcas*, Ed. Paidós, Barcelona.
- NAREDO, José Manuel, (2015a) *La economía en evolución. Historia y perspectivas de las categorías básicas del pensamiento económico*, Siglo XXI, Madrid.
- NAREDO, José Manuel, (2015b) *Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Más allá de los dogmas*, Siglo XXI, Madrid.
- NAREDO, José Manuel, (2015c) *Economía, poder y política. Crisis y cambio de paradigma*, Díaz&Pons, Madrid.
- NAREDO, José Manuel, (2019) *Taxonomía del lucro*, Siglo XXI, Madrid.
- SOLER, Marta, (2004) *La vitivinicultura del marco de Jerez en la globalización (1980-2002)*, Tesis Doctoral, Facultad de Económicas, Universidad de Sevilla.