

TESSIER François
Professeur agrégé de géographie
CRIA
UMR Géographie-cités
Université Paris I Panthéon-Sorbonne

**La nacionalidad de las empresas
multinacionales.
¿De Pechiney a Alcan, de una firma
francesa a una firma global?**

Se conservaron el estilo y la forma orales de la conferencia.

Le style et la forme de l'exposé oral ont été conservés.

Lunes 30 de octubre de 2006

Intervención en la Universidad de Alicante
Campus de Sant Vicent del Raspeig
03 080 ALACANT

Introducción : Los orígenes de la investigación.

- Estoy investigando en las temáticas de geografía económica desde 7 años, siempre en geografía industrial, trabajando en un sector específico, la metalurgia del aluminio, con el apoyo científico de un instituto de investigación privado, el Instituto para la Historia del aluminio (IHA), una asociación nacida para la celebración del centenario del descubrimiento del proceso de la electrólisis del aluminio en 1986, y que funcionaba gracias a una ayuda de Pechiney, cuarto grupo mundial de esa industria y primer grupo de la UE en 2002. Desde este momento, pertenezco a uno de los únicos laboratorios franceses de geografía que queda especializado en geografía económica e industrial, el CRIA (Centro de investigación en las redes, la industria y la ordenación territorial) en la universidad de Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

La investigación empieza en 1999, con la « Maîtrise » (tesina de licenciatura), cuyo tema era « permanencias y mutaciones de la industria del aluminio en Maurienne ». Los objetivos de la investigación eran entender las razones de la longevidad de la fábrica de aluminio más antigua en el mundo, la de Saint-Jean-de-Maurienne, en las Alpes de Saboya. La idea subyacente era ver si se puede entender la longevidad del sitio gracias al modelo del distrito industrial, como unos trabajos lo dejaban pensar.

La fábrica fue analizada como centro técnico, centro de trabajo y centro de flujos materiales e inmateriales. El impacto de la actividad industrial en la organización del territorio local fue determinado en sus diferentes aspectos : los cambios económicos y demográficos del valle en un siglo, la contaminación, hoy globalmente desaparecida, del medio ambiente y de las poblaciones...

- La investigación ha demostrado que en ese tipo preciso de industria y de territorio, dominan las relaciones verticales dentro de las empresas. Por eso, fue decidido estudiar la industria del aluminio con un enfoque por la firma, en la tesina de DEA, diploma hoy desaparecido (como la maîtrise, que se han convertido en master) cuya utilidad era averiguar si el tema era pertinente para un doctorado. Los primeros resultados han mostrado que era pertinente seguir en este enfoque.

I) Una industria al centro de los cambios de escala de la economía.

1) La industria del aluminio realiza desde su creación la articulación entre las tres escalas geográficas más importantes : las escalas mundial, nacional y local.

a) Tomar en cuenta la escala mundial es un imperativo industrial, determinado por la distribución desigual de los recursos naturales en el globo.

- La distribución desigual de los recursos importa sobre todo para las materias primas, como la **Bauxita**. Cuando Francia o EEUU estaban importantes productores, hasta mediados del siglo XX, la internacionalización quedaba bastante débil.

Pero poco a poco, los yacimientos se agotaron, fueron menos rentables... hasta su cierre al final de los años 1980 y a principios de los años 1990 (Provenza o Lengadoc). La producción existe en los sitios más rentables al nivel mundial. Para la bauxita, se sitúa en los países tropicales que tienen los yacimientos más importantes y más baratos para la extracción en el mundo (norte de Australia, Guinea).

- Esa dinámica toca aún pequeños productos que representan volúmenes débiles, como los **fluoruros**. En 2005, Alcan cerró la única mina europea del grupo Pechiney, en Montroc (en el macizo central francés, al este de Tolosa, en Lengadoc). Importar fluoruros de Túnez es más rentable, y con menos problemas con las administraciones locales en los temas del medio ambiente, las condiciones de trabajo...

- La distribución desigual de los hombres y de los mercados implica otras lógicas en las industrias abajo del proceso de producción. En esas industrias, se necesita la proximidad con el cliente. En el mercado de los **transportes**, como en la **industria aeronáutica**, importa producir en América del Norte los productos para Boeing, en Europa para Airbus. Esto implica acercarse a los grandes centros económicos.

b) La escala nacional es primero la de los hombres y de los mercados, sobre todo cuando nace la industria del aluminio.

- Es el marco del desarrollo de las actividades económicas, en un mundo de principios del siglo XX, en tiempos de la afirmación de los nacionalismos y de los Estados-naciones.

c) La escala local es la de las fábricas.

- Se caracteriza por su gran variedad de localizaciones con arreglo a los imperativos de la producción y con arreglo a su localización en el proceso de producción. A esta escala, existe una gran diversidad de los territorios y de las situaciones locales. En la industria ligera, las unidades están situadas cerca de los grandes centros industriales. En la industria pesada, al contrario, están situadas en zonas periféricas, con arreglo a los imperativos de la producción : obtener electricidad barata en la electrólisis, acercarse al mar para limitar los gastos de transporte...

- Así, el mejor ejemplo parece ser las **primeras fábricas de electrólisis**. Están situadas al pie de los saltos de agua que alimentan las centrales hidroeléctricas, en alta montaña, porque a principios del siglo XX, no se sabía transportar la corriente eléctrica de alta tensión. Unas de esas fábricas han sobrevivido hasta 2000 ! (Auzat en el Vicdessos, y sobre todo Saint-Jean-de-Maurienne que sigue funcionando). Otros sitios siempre existen, pero con otras actividades industriales en los mismos grupos. Es el caso de **Sabiñanigo**, que pertenece hoy a Alcoa, el líder mundial (de EEUU) de la industria del aluminio.

2) Las firmas articulan estas tres escalas desde su creación, pero la importancia de cada escala evoluciona con el tiempo, entre dos polos.

a) Por un lado, la asociación local/global, es indisociable en su complementariedad.

- Medios de comunicación modernos realizan el vínculo entre local y global. Con el teléfono y sobre todo con **internet**, las fábricas están vinculadas con permanencia con los centros de mando de los grupos, que realizan una vigilancia estrecha, sobre todo en las finanzas.

- Para las largas distancias, los vínculos materiales están realizados por buques, gabarras o trenes completos. En cuanto a los productos de peso inferior, se puede emplear el camión.

b) Por otro lado, el nacional.

A la escala nacional, el tren y el camión tienen un papel central, con distancias más débiles (Ejemplo : de Saint-Jean-de-Maurienne a Issoire o Neuf-Brisach).

3) De los orígenes de la industria del aluminio hasta la Primera Guerra mundial, domina la escala global.

- El metal ligero es el fruto de una «cooperación» científica internacional, tanto por el descubrimiento del producto como por el del procedimiento de elaboración a la escala industrial.

- El descubrimiento del metal fue lento, fruto de las investigaciones de científicos de Europa occidental. Dura toda la primera mitad del siglo XIX.

- Inglés : Davy 1808
- Danés : Oersted
- Alemán : Wöhler 1827
- Francés : Sainte-Claire Deville 1854, que obtuvo el primer trozo de metal por vía química, y que descubrió el proceso químico para obtener el aluminio. Con Sainte-Claire Deville, el precio del aluminio correspondía al de la plata.

- El descubrimiento del process siguió el mismo esquema, pero más rápido: fue descubierto en el mismo año 1886 por dos jóvenes científicos de la misma edad, el francés **Hérault** y el americano **Hall**.

- Muchas pequeñas empresas crean territorios del aluminio, como en Maurienne (Alpes de Saboya) o en el Saguenay (Quebec).

- Los mercados eran reducidos : Pechiney pensaba que sólo podía servir para los binóculos. Los procesos industriales eran en vía de creación, la producción era difícil, y el tamaño económico de las fábricas era reducido.

Eso permite entender que esa industria sólo se ha desarrollado en unas regiones, que se especializaron con el éxito. (Arvida).

4) Dominan las lógicas nacionales desde la Primera Guerra mundial hasta los años 1970.

b) Los cambios de escala de la producción aparecidos con el primer conflicto mundial provocan una racionalización de las estructuras económicas. Unas grandes firmas se constituyen en los Estados productores.

La racionalización se hizo a partir de las estructuras preexistentes, según un modo de concentración de las empresas, muy claro en Francia. A partir de **1921** y hasta su fusión en 1971, sólo existen **en Francia dos productores** : AFC (el antiguo apellido de Pechiney) y Ugine.

Después de esta racionalización, se desarrollan vínculos estrechos entre las empresas del aluminio y el Estado, con los imperativos de la Defensa nacional. El aluminio es un producto estratégico en la industria aeronáutica. (Issoire)

b) Estos grupos, organizados sobre bases nacionales, se refuerzan en unas etapas distintas y crean un cártel.

El cártel tiene el claro sostén de los Estados : Pechiney, en Francia, sacó provecho de la política del « campeón nacional », que ha conducido a la fusión con UK en 1971. Este sostén está también muy claro fuera de las fronteras nacionales. Pechiney fue uno de los actores de la « Francafrique », con su fábrica de electrólisis de Edea en el Camerún.

5) Las lógicas globales se imponen desde unos treinta años

a) La multiplicación de los competidores con las « Treinta Gloriosas » exagera la competencia a nivel mundial.

Las **antiguas colonias** se desarrollan, con sus políticas de desarrollo por la industria. En el **bloque soviético** sigue siendo el mismo modelo, con las más grandes fábricas en el mundo, en Bratsk, en Siberia. La competencia vuelve más importante para los miembros del oligopolio, aunque los nuevos competidores no tienen productos de igual calidad.

b) La importancia relativa de las *majors* en la industria mundial disminuye fuerte y regularmente.

- Esa dinámica provoca la desaparición de las estructuras tradicionales de la industria del aluminio, tal como funcionaban desde medio siglo. **Las *majors* se fusionan** antes que consumir sus nuevos competidores. No se puede entender este esquema si no se piensa que hay una facilidad de fusión entre empresas que pertenecen al mismo mundo occidental, y que tienen historias próximas desde un siglo. La fusión con otras empresas del oligopolio presenta mucho menos riesgos que la fusión con nuevas empresas de países subdesarrollados o ex-comunistas.

- El oligopolio desaparece, y con él, el marco tradicional de las firmas vinculadas con un territorio nacional específico.

II) Problemática

1) El marco nacional parece hoy ausente de las lógicas industriales, por los efectos conjugados de las políticas seguidas por los dos protagonistas principales a esta escala.

a) La implicación de los Estados en el funcionamiento de la economía disminuye, siguiendo una lógica liberal.

- Los Estados privatizan los grupos públicos, en la segunda mitad de los años 1980. En Francia, Pechiney, nacionalizado en 1981 cuando la izquierda llega al poder, fue privatizado en 1995. En Alemania, lo mismo se produjo con VAW. Y los gobiernos van más allá, aceptando las fusiones, como la entre Alcan y Pechiney en 2002.

b) Las empresas funcionarían en red, en el marco de una « economía de archipiélago » (Pierre Veltz).

Teóricamente, no existen lógicas nacionales, sino una selección de los territorios más atractivos para las empresas, como Londres o Nueva York para los mercados financieros...

2) Sin embargo, la persistencia del elemento nacional en los diferentes agentes económicos siempre es una realidad que se impone para entender los territorios.

a) El ciudadano sigue unido a la identidad nacional en la mayoría de los países. Esta comprobación, hecha por A. V. Davis hace ya 80 años, es la razón de ser de Alcan.

- Por consecuencia, el grupo Alcan pone de relieve la identidad nacional de sus fábricas, como se ve en Aumale. Aunque sea verdaderamente un grupo global, no esconde las identidades de sus filiales, de sus empleados... Esta actitud corresponde a ciertos deseos de los pueblos en que Alcan tiene filiales, como lo han mostrado las resistencias de unos pueblos europeos frente a la expansión de la UE.

b) Para los Estados y las empresas, el territorio nacional queda un « santuario », que debe ser protegido de la competencia extranjera, con actitudes protectionistas más o menos tácitas.

- En nuestro mundo de economía capitalística y liberal, sigue sobreviviendo sin embargo el proteccionismo arancelario (como lo del presidente Bush en EEUU con el acero), las cuotas (como en la UE para el tejido), administrativo (con los casos bancarios durante el verano 2005 en Italia...), o las subvenciones y ayudas más o menos encubiertas (acuerdos Pechiney – EDF).

- Frente a esas tensiones contradictorias, entre una aparente desaparición del elemento nacional y su persistencia, hay que estimar hoy el peso y el papel de esta escala en la firmas multinacionales (FMN). Es dentro de las FMN donde el vínculo entre las escalas parece más evidente a poner en evidencia. Es por fin en las FMN, más que en otros tipos de empresas, donde el marco nacional debería ser el más deseado, en razón a las consecuencias de la globalización, de las que son uno de los vectores.

III) Metodología

- El método propuesto es un **método inductivo**, que permite dar cuenta de la complejidad de las diferentes situaciones vividas en los territorios. El tratamiento sobre todo cualitativo de los datos permite no pegar esquemas teóricos inadaptados en los espacios geográficos.

- Clásico en geografía industrial, este método **está renovado con un enfoque por la firma**, más pertinente hoy que un enfoque territorial clásico. El enfoque territorial clásico tiene hoy unos problemas en geografía económica, porque inserta más el establecimiento industrial en su territorio que en su firma. Con el refuerzo de las jerarquías internas en las empresas, bajo el peso de las coacciones financieras, los vínculos más importantes son los verticales.

- El análisis, basado en un vaivén permanente entre las escalas geográficas, utiliza las **aportaciones de las otras ciencias humanas y sociales**, sobre todo historia y sociología. Las investigaciones de un famoso sociólogo francés de las empresas, como Ph. d'Iribarne, son por ejemplo esenciales para entender que las realidades nacionales se vuelven a encontrar en las maneras de trabajar en las fábricas, y que su toma en cuenta afecta claramente los resultados técnicos de la empresa.

- Este enfoque pluridisciplinario permite paliar el escaso número de investigaciones geográficas en el campo temático, sobre todo en Francia. (Casi sólo hay investigaciones en Noruega...)

- La toma en cuenta de los resultados de otras investigaciones minimiza las debilidades propias a toda investigación sobre una empresa. La dependencia de las fuentes internas, el mismo tamaño de la estructura (más de quinientos sitios) y sus permanentes evoluciones constituyen dificultades muy importantes.

- En unos años, Pechiney, Alcan y Alusuisse intentaron fusionar, y después de la opinión negativa de las autoridades europeas de la competencia, Alcan compró sólo Alusuisse. Después de otro fracaso de Pechiney con el grupo de acero inglo-holandés Corus en 2002, fue

comprado por Alcan en 2003, con autorización europea, mientras que la situación de los dos grupos era casi la misma que en 2000 !

- El factor tiempo en la investigación puede compensar en parte esos límites, aunque sea ambiguo. Existe un riesgo de que los conocimientos se vuelvan anticuados, y, en el mismo tiempo, de conocer más profundamente el grupo, sus evoluciones, sus prácticas...

Algunos datos bibliográficos

- ANDREFF W., *Les multinationales globales*, Paris, La Découverte, coll. « Repères » n°187, 1996, 124 p.
- BEAUD M., DOLLFUS O., (dir.), *Mondialisation. Les mots et les choses*, Paris, Karthala, 1999, 358 p.
- BOYER R., DEWITTE P., (dir.), *Mondialisation : au delà des mythes*, Paris, La Découverte, 1997.
- CAMPBELL D. C., *Mission mondiale*, Montréal, Alcan et Ontario Publishing Company Limited, 3 vol., 1985 (vol. I) et 1990 (vol. II et III), 1495 p.
- CARROUE L., *Géographie de la mondialisation*, Paris, Armand Colin, « collection U », 2002, 254 p.
- DICKEN P., *Global shift. Transforming the World Economy*, Londres, Paul Chapman Publishing Ltd, 2001 pour la troisième édition (première édition, 1998), 496 p.
- D'IRIBARNE Ph., *La logique de l'honneur, gestion des entreprises et traditions nationales*, Paris, Editions du Seuil, coll. « Points Essais », n°268, 1993, 280 p.
- D'IRIBARNE Ph. (dir.), *Cultures et mondialisation, gérer par-delà les frontières*, Paris, Editions du Seuil, coll. « Points Essais », n°482, 1998, 357 p.
- DONZE J., « Les territoires face à la mondialisation : le cas de l'industrie de l'aluminium dans le sud-est de la France », *Revue de Géographie de Lyon, Géocarrefour*, volume 73, n°1, 1998, pp. 17-24.
- GENEAU DE LAMARLIERE I., STASZAK J.-F., *Principes de géographie économique*, Rosny, Bréal, coll. « Grand Amphi Géographie », 2000, 448 p.
- HIRST P., THOMPSON G., *Globalization in Question*, Cambridge, Polity Press, 1999 (2^{ème} édition), 318 p.
- HOLZ J.-M., HOUSSEL J.-P., *L'industrie dans la nouvelle économie mondiale*, Paris, P.U.F., coll. « Major », 2002, 450 p.
- MANZAGOL Cl., *La mondialisation. Données, mécanismes et enjeux*, Paris, Armand Colin, coll. Campus, 2003, 191 p.
- MÉNDEZ R., *Geografía económica, La lógica espacial del capitalismo global*, Barcelona, Editorial Ariel SA, 1997, 384 p.
- MÉNDEZ R., CARACAVA I., *Organización industrial y territorio*, Madrid, Síntesis, 1996, 365 p.
- MÉNDEZ R., CARACAVA I., « Trayectorias industriales metropolitanas : nuevos procesos, nuevos contrastes », Santiago de Chile, *Eure*, vol. 29, n°87, 2003, pp. 37-50.
- MERENNE-SCHOUMAKER B., *Les localisations des industries: enjeux et dynamiques*, Rennes, P.U.R., 2002, 243 p.
- MUCCHIELLI J.-L., *Multinationales et mondialisation*, Paris, Le Seuil, coll. « Points Economie », n°41, 1998, 373 p.
- NAPPI C., *L'aluminium*, Paris, Economica, coll. Cyclope, 1994, 118 p.
- OHMAE K., *L'entreprise sans frontière, nouveaux impératifs stratégiques*, Paris, Interéditions, 1991.
- VELTZ P., *Mondialisation, villes et territoires. L'économie d'archipel*, Paris, P.U.F., 1996, 262 p.
- VELTZ P., *Des lieux et des liens, les politiques du territoire à l'heure de la mondialisation*, La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, coll. « Monde en cours », 2002, 153 p.