



El domingo 10 de diciembre, muchos/as puertorriqueños/as vieron desde sus casas el Teletón coordinado por la entidad Unidos por Puerto Rico. Desde sus primeras apariciones esta entidad ha sido cuestionada, ya que es una especie de “Alianza Público-Privada” de la cual no se sabe sobre su funcionamiento ni cómo se manejan los fondos recaudados.

Fue Carmen Jovet quien en plena tarima esbozó lo maravilloso que ha sido el junte de compañías privadas y lo mucho que han hecho por recoger dinero para aquellos que lo han perdido todo. Sin duda parecería que han hecho mucho habiendo colectado más de \$30 millones. Valdría la pena cuestionar ¿dónde está todo ese dinero?, ¿quién se ha beneficiado de esto?, ¿el esfuerzo es del gobierno o de la empresa privada? Son muchas las preguntas que vienen a la mente. Pero, ¿cuál es el verdadero interés de estas empresas con sus “dadivosas” aportaciones?

Basta con mirar las marcas que le dan vida al junte Unidos por Puerto Rico para ver a dónde apunta el verdadero interés de las empresas. Iniciemos con la compañía Medalla. Según lo reportado en el Teletón, Medalla contribuyó con una donación de \$50 mil. Parecería mucho, pero la verdad es que eso es nada. Para el 2008, Medalla invirtió sobre 100 millones de dólares en la remodelación de su planta. Esta remodelación hace que su producción sea de 1,250 latas por minuto. Se estima que Medalla vende alrededor de 30 millones de cajas de cervezas al año, todo esto contando con una plantilla de empleados menor de 250¹, lo que a todas luces muestra la cara de una compañía explotadora. Según los informes de la Junta de Planificación, el año pasado la producción de capital en Puerto Rico de tabaco y alcohol ascendió a más de treintaicinco mil millones de dólares, de los cuales Medalla tiene más del 35%. Con las ganancias generadas, cincuenta mil dólares no son nada. Otra compañía muy parecida y que comparte la misma tajada de ganancias es Bacardí, auspiciadora y donante del evento.

Por otro lado, Triple-S Management Corporation, una de las principales compañías de seguros en Puerto Rico, quienes informaron que para el segundo trimestre del 2013 tuvieron un ingreso neto de \$20.1 millones, fue otra de las compañías donantes. Al momento Triple S tiene gran parte de los beneficiarios del plan Mi Salud del gobierno de Puerto Rico, lo que le asegura ganancias ascendentes a \$80 millones de dólares. En el 2016, Triple S, mostró un aumento en su capital total de \$69,248,971 millones, distanciándose de la precaria situación económica del País. Asimismo, el total de ganancias revelado en el historial de los pasados cinco años refleja un alza descomunal de \$473,750,444 millones. En el 2011 sus ganancias fueron casi \$1.1 mil millones (\$1,097, 289,945) con apenas un total de gastos administrativos de \$147,531,931. Mucho dinero, poco gasto. Otras aseguradoras que andan montadas en el barco de la dadivosidad son MMM y MCS, quienes son las compañías que manejan casi la totalidad de servicios de salud a las personas de edad avanzada, población que al momento es casi la mayor del país. Aquí tres de las compañías cuyas aportaciones son nada en el mar de ganancias que se llevan en el año.

Otra de las compañías que sacaron a pasear su generosidad fue Walmart. El gigante estadounidense superó los once mil millones de dólares en ganancias para el 2014. Hoy esta compañía ha logrado maximizar ganancias en Puerto Rico siendo una de las causantes del cierre de cientos de comercios locales, creando un cuasimonopolio en el mercado puertorriqueño. En la carrera del control del mercado puertorriqueño está Walgreens, quien para el 2014 tenía 1,118 tiendas ubicando una cada 3,435 millas cuadradas, obligando al consumidor a comprar en sus tiendas y generando ganancias exorbitantes². Otras compañías que hicieron aportaciones fueron las multinacionales de comida Burger King, Churchs, los bancos First Bank y Popular, las empresas de comunicaciones SBS y GFR Media y la distribuidora de autos Bella Group.

¿Qué tienen en común todas estas compañías? Basta con fijar el ojo en lo que hacen las compañías para ver que la génesis del desarrollo de sus ganancias está centrada en el consumo. Estas compañías reconocen la crisis que vive el país. Saben también que nuestra economía está montada sobre el consumo, siendo la depositaria de muchos de los excedentes de la producción estadounidense. Los excedentes en producción son la base de las riquezas de estas compañías. Los trabajadores generan más producción que la paga con la cual se compensa, generando excedentes de producción los cuales catapultan las ganancias de los dueños. Si la población en general no sale a consumir, por falta de capital, ese excedente de producción se queda acumulado y no genera ganancias. O sea, si el puertorriqueño que tiende a gastar dinero en carros nuevos, cervezas, tabaco, comprar seguros, comer en fast foods y comprar en Walgreens o Walmart, no tiene el capital para eso porque se afectó su casa o sus necesidades inmediatas, no saldrá a consumir. Eso lo conocen estas empresas. Su respuesta fue montar un fondo común (Unidos por Puerto Rico) para aliviar los estragos causados por María y procurar que los puertorriqueños sigan consumiendo. Imaginen lo que pasaría si Medalla o Bacardí tuvieran que bajar su producción por falta de consumo o que Bella Group tuviera que transportar menos carros, o que Walgreens o Walmart bajaran sus ventas sustancialmente. La lógica de estas empresas es aumentar sus ganancias año tras año. Es por eso que todo el show mediático de estas empresas es una hipocresía mayúscula y el lema que los une no debe ser “Unidos por Puerto Rico” sino “Unidos para hacernos ricos”.

1.
<https://www.elnuevodia.com/negocios/finanzas/nota/lainsaciableseddeunacervecera-1044300/>
2.
<http://periodismoinvestigativo.com/2014/05/puerto-rico-primero-en-el-mundo-en-walgreens-y-walmart-por-milla-cuadrada/>

(Publicado en 80grados)