

# MEMORANDO OPEX N° 81/2008: ¿CÓMO INFLUIRÁN LOS LOBBIES DE LA INDUSTRIA DE DEFENSA EN LA POLÍTICA DE LOS CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE EEUU?

- Última actualización (martes, 06 mayo 2008)

MEMORANDO OPEX N° 81/2008 DE: PAULINA CORREA BURROWS, Investigadora UCM. Miembro del Panel de Expertos de Relaciones Transatlánticas de Opex. PARA: OPEXASUNTO: ¿CÓMO INFLUIRÁN LOS LOBBIES DE LA INDUSTRIA DE DEFENSA EN LA POLÍTICA DE LOS CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE EEUU?  
CONTEXTO

La industria de defensa con frecuencia hace contribuciones electorales mucho más reducidas que cualquier sector corporativo de la economía estadounidense, circunstancia que no ha erosionado su capacidad para influir en el debate, diseño y ejecución de las políticas públicas que repercuten en su trayectoria como agente económico. Aunque no se puede sostener que la Política Exterior refleja la voluntad del lobby de las armas, éste es una parte informal -pero no menos real- del proceso de elaboración de las políticas referidas a la proyección externa de Washington. Su influencia depende también del paradigma estratégico vigente, del tipo de beneficio proporcionado por su oferta y de la percepción del entorno de seguridad.

## - Tendencia de los últimos años

En los últimos ciclos electorales que incluyen renovación del Ejecutivo -1996, 2000 y 2004- los proveedores de bienes y servicios asociados a la defensa aportaron 45,2 millones de dólares. Esto les sitúa en el último lugar de la clasificación de contribuyentes corporativos, ya que su inversión política para campañas sólo representa el 1,5% del total. Pese a la sobriedad de su perfil contribuyente, en el periodo de referencia la inversión electoral de los fabricantes militares creció un 38%, hasta los 18 millones de dólares. En 2000 los fondos se incrementaron un 8% respecto a las presidenciales de 1996, pero en 2004 la variación fue del 26% en relación a los comicios precedentes.

Por lo que se refiere al destino de las donaciones, destacan dos tendencias:

- entre los contribuyentes corporativos lo habitual es favorecer a los candidatos del Partido Republicano y la industria de defensa no es la excepción. Entre 1996 y 2004 dos de cada tres dólares que entregó el sector beneficiaron a los candidatos de esa formación política.

- la gran mayoría de los fondos electorales que aporta la base industrial militar se canaliza hacia los candidatos al Senado y a la Cámara de Representantes, cuestión que se asocia al protagonismo del Congreso en las decisiones sobre el presupuesto de defensa, en general, y la compra de armamento, en particular. Al margen de la vigencia o no del triángulo de hierro, no hay que perder de vista que las factorías de la industria de defensa están situadas en áreas muy concretas de la geografía estadounidense, aunque con elevada densidad demográfica[1], lo que potencia el coste electoral de las disposiciones que puedan traducirse en desempleo.

Con todo, a partir del mandato presidencial de George W. Bush quienes se postulan al Ejecutivo fortalecen de manera notoria su posición como receptores de fondos de la industria militar, tanto en términos absolutos como relativos:

- si en 1996 y 2000 el sector destinó en torno al 2% de su volumen contribuyente a los candidatos a la Casa Blanca, en 2004 recibieron el 10% de los fondos. En lo que llevamos del ciclo electoral 2008, los candidatos a la Presidencia han recibido el 14% de estos recursos.

- en los comicios de 2004 los candidatos presidenciales recibieron 1.595.000 dólares, casi cinco veces más que los postulantes del año 2000 (332.300 dólares) y seis veces más que los candidatos de 1996 (255.500 dólares). Hasta el 20 de abril de 2008, la inversión política para campañas ya había superado a la contribución total del sector en 2004: 1.600.000 dólares, sin que hubiera empezado oficialmente la campaña para las elecciones generales.

- un tercer punto tiene que ver con la recepción de los fondos: también en este caso dos tercios de las contribuciones han favorecido a los candidatos republicanos en las últimas citas electorales.

Fuente: elaboración propia; Center for Responsive Politics  
El ciclo 2008 sólo incluye las contribuciones hasta el 20 de abril

## - Factores estructurales y coyunturales de la evolución

La trayectoria reciente de las contribuciones electorales de la industria de defensa se explica por la convergencia de los siguientes factores:

1. los aportes de dinero compran acceso a los agentes involucrados en el proceso decisorio; el acceso es un bien por el que los grupos de interés pagan en la medida en que esa inversión les da la oportunidad de abogar por un tema determinado. En el contexto actual hay que comprar acceso a un poder Legislativo dominado por el Partido Demócrata y, sobre todo, acceso a una nueva Administración, al margen de su orientación política.

2. las contribuciones a campañas constituyen una inversión; de la misma se espera una rentabilidad que se concreta en la formulación de políticas públicas que se ajustan a las demandas -estratégicas y presupuestarias- de quien hace el desembolso. A partir de 2000 el entorno político y de seguridad garantizan la rentabilidad del activo contribuyente mucho más que en cualquier otro momento de la post Guerra Fría.

3. las decisiones políticas están condicionadas por muchos factores e incentivos; entre los ejecutivos de la industria de defensa hay conciencia de que su influencia en las preferencias de la clase política no sólo depende del monto contribuyente, sino que también:

a. del paradigma estratégico vigente; un modelo de seguridad que garantice la compatibilidad entre los intereses corporativos y el interés nacional requiere al menos un equilibrio entre la preeminencia normativa (auctoritas) y la preeminencia militar (potestas). La estrategia de la Ampliación daba preferencia a la dimensión económica y comercial de las relaciones internacionales, lo cual restringía la demanda de seguridad. En cambio, el modelo de seguridad de la Administración Bush añadía profundidad estratégica a la hegemonía estadounidense fortaleciendo las estructuras tradicionales de poder y los sectores económicos vinculados a la defensa.

b. del tipo de beneficio proporcionado por su oferta: tanto la seguridad del territorio nacional y los intereses en el exterior como la capacidad de proyección del liderazgo estadounidense son cuestiones de Estado. El consenso es unánime respecto a la necesidad de fortalecer y preservar la condición hegemónica de Estados Unidos en el siglo XXI.

c. de la percepción del entrono de seguridad vigente: tanto si emplea un enfoque basado en amenazas como si se opta por enfoque funcional basado en capacidades, el propósito es que el estamento político y la opinión pública sientan la necesidad de demandar más seguridad. Desde 2001, se produce una mayor convergencia de la agenda personal, de un lado, con las agendas política y pública, de otro, respecto a algunos temas que impulsan la demanda de seguridad: nuevas amenazas -desde el terrorismo internacional a la proliferación de armas de destrucción masiva-; el tipo de liderazgo internacional; la defensa antimisil; la Transformación de las Fuerzas Armadas; y el futuro de la OTAN.

4. un cuarto factor responsable del aumento es la promulgación de la Ley Bipartidista de Reforma Electoral (Bipartisan Campaign Reform Act. Conocida también como Ley McCain-Feingold, esta norma contiene dos disposiciones que repercuten sobre la actividad contribuyente de los proveedores militares:

- por una parte, prohíbe la recaudación y el uso de dinero blando a los partidos nacionales y a los candidatos o funcionarios federales. En los 90 el dinero blando se convirtió en la segunda fuente contribuyente de la industria de defensa; a través de ella canalizó un tercio de la inversión política para campañas.- pero por otra, duplica los límites con que una persona puede contribuir a los candidatos[2]. Ciertamente se mantiene la prohibición a las corporaciones que tienen contratos con el gobierno de usar sus beneficios para influir en las elecciones federales, pero tanto sus ejecutivos como sus trabajadores pueden contribuir a título personal y, por supuesto, a través de comités de acción política que en muchos casos son creados por las mismas empresas[3].

Aunque el Departamento de Defensa quiere reformar los segmentos de producción de la industria militar[4], desde el punto de vista de la oferta hay tres grandes sectores:

- sistemas aeroespaciales: incluye a los fabricantes de aeronaves, helicópteros y sistemas espaciales. Las compañías más emblemáticas son Lockheed Martin, Boeing, Honeywell International, la británica British Aerospace, United Technologies y General Electric.

- electrónica de defensa: incluye también los fabricantes de misiles y las tecnologías de la información con aplicación militar. Entre ellos destacan sociedades como Raytheon, SAIC, DRS Technologies y L-3 Communications.

- otros proveedores de bienes y servicios asociados a la defensa: en este grupo están los fabricantes de sistemas navales, sistemas de combate terrestre, artillería y municiones; los fabricantes de sistemas de inteligencia, vigilancia y reconocimiento, así como a las entidades privadas que conducen programas de I+D militar o que prestan servicios a los cuerpos de seguridad. Las corporaciones más importantes por volumen de facturación con Defensa y como contribuyentes electorales son Northrop, Grumman, General Dynamics, Halliburton y Computer Science Corp.

Respecto a su implantación política, hay cuatro vías de acceso al proceso de toma de decisiones: las contribuciones

electorales, el gasto en lobby propiamente tal, la dinámica de rotación de las elites y los centros de investigación y análisis de políticas públicas:

- en los ciclos electorales considerados en este memorando, los constructores aeronáuticos y de sistemas espaciales cargaron con el mayor esfuerzo contribuyente: aportaron el 48% de los fondos electorales (21,7 millones), frente al 28% de los contratistas del segmento de electrónica y al 24% de los fabricantes generalistas. Sin excepción, los candidatos republicanos fueron los más beneficiados, al obtener el 62% de los fondos de los proveedores aeroespaciales, el 66% del sector electrónico y el 68% de los fabricantes generalistas.

#### CONTRIBUCIONES ELECTORALES POR SEGMENTO INDUSTRIAL

(cifras en millones de dólares)

1996	
2000	
2004	
2008*	
TOTAL	
Contribución relativa	Aeroespacial 6,96,78,14,426,147% Electrónica 3,93,84,73,716,129% Otros fabricantes 2,33,65,12,713,725% TOTAL 13,114,117,910,855,9100%

Fuente: elaboración propia y CRP  
\* el ciclo 2008 sigue abierto a las contribuciones (20/04/08)

- en el ciclo 2008, los constructores aeroespaciales han efectuado el 40% de las contribuciones, el segmento de electrónica de defensa el 35% y los demás fabricantes, el 25%. En cuanto a la recepción, esta vez se observa un cuidado equilibrio en las lealtades de los contratistas militares: mientras los republicanos han captado el 48,3% de los fondos los demócratas han conseguido el 51,7%.

- en su condición de lobbistas, el volumen de inversión es claramente superior al esfuerzo contribuyente. Entre 1998 y 2007, los fabricantes de sistemas de armas gastaron 850 millones de dólares y en este periodo el gasto se duplicó (hasta los 128,2 millones). Nuevamente es el sector aeroespacial el que hace el mayor desembolso (370 millones ó 43%). Pero el sector que registró un mayor crecimiento en valores absolutos y relativos fue el de los fabricantes generalistas, ya que su gasto se multiplicó casi por cinco y su participación en el conjunto pasó del 16% al 29%. Cuatro compañías &ndash;General Electric, Northrop Grumman, Boeing y Lockheed Martin- efectuaron al 52% del gasto total.

- la &lsquo;dinámica de rotación de las elites&rsquo; es la vía de acceso de la industria de defensa a las agencias y departamentos del Ejecutivo. La industria militar es una fuente de puestos de retiro para militares y funcionarios de alto rango, a la vez que muchos ejecutivos del sector son designados como altos funcionarios en las agencias relacionadas con la seguridad nacional. Una treintena de altos funcionarios de la Administración Bush procede de la industria militar o se han incorporado a estas compañías una vez que han abandonado la función pública. Los casos más sonados son los del vicepresidente Dick Cheney o el de Richard Perle[5], pero desde luego no son los únicos: Rumsfeld fue director de Gulfstream Aerospace; el secretario de la Fuerza Aérea, James Roche, fue presidente de Northrop Grumman Electronic Systems; y Edward Aldridge fue director general de Aerospace Corp. antes de ser designado subsecretario de Defensa para Adquisiciones, Tecnología y Logística. El mayor número de intercambios tiene lugar en el Departamento de Defensa, pero la misma situación se repite en el Consejo de Seguridad Nacional y en otras oficinas del Ejecutivo.

- una vía de acceso indirecta al proceso decisorio está constituida por los centros de investigación y análisis de políticas públicas, que sin ser actores políticos en sentido estricto están habituados a proporcionar pautas de planificación política sobre diversas cuestiones. Respecto a la formulación de la Política Exterior, los think tanks sirven a muchos propósitos, pero sobre todo destacan por su capacidad para crear una base de apoyo a determinadas líneas de acción exterior y para consensuar las principales metas y objetivos estratégicos. Mediante apoyo financiero o integrándose en los consejos de dirección de estas organizaciones, la industria de defensa participa en la formulación de las agendas investigadoras y, en ocasiones, condicionar el enfoque de los estudios. Esta presencia es frecuente en centros de orientación conservadora, como el Centro para Política de Seguridad, el Instituto Nacional de Políticas Públicas, el Instituto Hudson o la Institución Hoover. Pero también hay ejecutivos de la industria militar en los consejos directivos de thinks tanks que se esfuerzan por resaltar su independencia, como el Centro de Estudios Estratégicos e Internacionales, la Institución Brookings o el Consejo de Relaciones Exteriores.

#### CONTRIBUCIONES E INFLUENCIAS CORPORATIVAS Y PERSONALES DE LOS CANDIDATOS: OBAMA, CLINTON Y McCAIN

Hillary Clinton es la candidata que ha recibido más contribuciones de la industria de defensa y la que tienen más vinculaciones directas con altos ejecutivos de esas corporaciones. La senadora por Nueva York ha conseguido captar el

21% (336.000 dólares) de la contribución total del sector, cinco puntos más que el candidato republicano (262.000 dólares), y seis puntos más que su compañero de partido, el senador Barak Obama (251.000 dólares).

Por segmentos de producción, Clinton es la más favorecida en las tres categorías. Barak Obama clasifica segundo en sistemas aeroespaciales y electrónica, mientras que John McCain hace lo propio en la segmento de fabricantes generalistas:

(en miles de dólares)

SISTEMAS AEROESPACIALESELECTRÓNICA  
DE DEFENSA OTROS SISTEMAS DE DEFENSA TOTAL HILLARY CLINTON 122  
84  
130  
336  
JOHN McCAIN 8971102262 BARAK OBAMA 11073  
68  
251  
TOTAL 321228300849 Fuente: elaboración propia (información: Federal Elections Commission)

Si se examina la inversión contribuyente de algunas compañías emblemáticas &ndash;a través de comités políticos y contribuciones individuales-, la situación es la siguiente:

- Lockheed Martin: las contribuciones del primer contratista del Departamento de Defensa tienden a favorecer a la senadora Clinton, a la que entregan un 32% más de fondos que a Obama y un 37% más que a McCain.
- Boeing: el fabricante aeronáutico ha repartido su apoyo entre los candidatos demócratas, concediendo 33.200 dólares a la senadora Clinton y 30.700 dólares al senador Obama. En cambio, se han restringido notablemente los fondos al candidato republicano: McCain ha recibido menos del 10% de lo que recaudó el presidente Bush en la campaña de 2004.
- General Dynamics: apuesta por Clinton, entregándole casi el triple de fondos que a su compañero de partido.
- General Electric Co.: el mayor receptor es Barak Obama, a quien se han concedido 123.650 dólares, un 25% más que a la senadora Clinton y cinco veces más que al candidato republicano.

En cuanto a las influencias personales, y teniendo en cuenta a los veinte mayores contribuyentes de la industria militar a lo largo del ciclo 2008, vemos que la senadora Clinton es la que percibe más contribuciones individuales de altos ejecutivos:

HILLARY CLINTON (13)  
NOMBRE COMPAÑÍA CARGO  
Roger A. Krone Boeing Presidente de Sistemas de Redes y Espacio  
Stanley O. Roth Boeing Vicepresidente de Boeing Asia  
Ammy King Northrop Grumman Directora de la división de gestión sanitaria  
Hugh E. Taylor Northrop Grumman Vicepresidente de Relaciones Institucionales (Agencias Civiles); división de Tecnologías de la Información  
Nicholas Chabraja General Dynamics Presidente y director general  
William J. Lynn Raytheon Vicepresidente de Operaciones y Estrategia  
Jeffrey R. Immelt General Electric Presidente y director general  
Tim J. Keating Honeywell International Vicepresidente senior de Relaciones con el Gobierno  
Howard L. Lance Harris Corp Presidente y director general  
Edward L. Bartlett DRS Technologies Presidente de la división de Sistemas Eléctricos  
Robert B. Rivers URS Corp Vicepresidente  
Lauren A. Gallo Booz Allen Hamilton Vicepresidenta  
Janet Lyman Booz Allen Hamilton Vicepresidenta

JOHN McCAIN (10)  
NOMBRE COMPAÑÍA CARGO  
Alison Fortier Lockheed Martin Vicepresidenta de Defensa Antimisil  
Anne E. Sauer Lockheed Martin Vicepresidenta de Relaciones con el Gobierno  
Sydney E. Fuch Northrop Grumman Vicepresidente y director de Operaciones de Inteligencia  
James R. O'Neil Northrop Grumman Presidente de Tecnologías de la Información  
James G. Rice General Electric Vicepresidente de GE y Presidente de Infraestructuras  
Alison Kaufman United Technologies Vicepresidenta senior de Relaciones Internacionales y de Relaciones Gubernamentales  
Michael Mendler SAIC Vicepresidente de Gestión de Riesgo Inversor y director del Departamento de Fusiones y Absorciones  
Kevin E.

CahillHarris CorpVicepresidenteMary L. Howell  
Textron

Desde 2000 ha sido vicepresidenta ejecutiva de Relaciones Gubernamentales, Estrategia Desarrollo, Relaciones Internacionales, Comunicación e Inversión Jock P. Covey  
Bechtel Corp  
Vicepresidente senior de Asuntos Corporativos

BARAK OBAMA (4)NOMBRECOMPañÍACARGOPamela DaleyGeneral ElectricVicepresidenta de Desarrollo CorporativoRobert DuffyLockheed MartinVicepresidenta de Desarrollo GlobalJock P. CoveyBechtel CorpVicepresidente senior de Asuntos CorporativosJohn D. LuedersBooz Allen HamiltonVicepresidenteFuente: elaboración propia (Comisión Federal Electoral)

## VALORACIÓN DEL PESO DEL LOBBY

En los últimos años, la inversión política de la industria de defensa ha conseguido:

- un aumento del presupuesto de Defensa en general y de las partidas presupuestarias para Adquisiciones e Investigación y Desarrollo en particular; entre 2001 y 2006 la variación fue del 48%, 50% y 56%, respectivamente.
- que en el mismo periodo se duplicara el volumen de contratación de Defensa con el sector privado.
- que se reactivara el sistema nacional de defensa antimisil; el presupuesto de la Agencia de Defensa Antimisil se duplicó entre 2001 y 2007.
- que se incrementara el intercambio internacional de bienes y servicios de defensa, así como el monto de las ayudas enmarcadas en el Programa de Ventas Militares al Exterior: en 2006 se suscribieron acuerdos de venta por 20.900 millones de dólares, un 65% más que en 2001 y el doble que a finales de los 90. Respecto a las ayudas gubernamentales para estimular la compra de equipos estadounidenses, hasta 2006 crecieron un 36% respecto a 2001.
- un importante aumento de su volumen total de negocios: entre 2001 y 2006, los diez mayores contratistas incrementaron un 50% su facturación total y duplicaron el volumen de contratación con el Departamento de Defensa. También reforzaron su dependencia de la demanda del Pentágono.

### PERSPECTIVAS

- El cambio de Administración obliga a la industria de defensa a renovar su acceso al proceso decisorio. En los próximos meses es muy posible que se incremente el esfuerzo contribuyente y el gasto en lobby por la necesidad de establecer nuevos vínculos. En el futuro el alcance de su esfuerzo estará condicionado, en buena medida, por el modelo de seguridad que el nuevo Gobierno decida poner en marcha. Los requerimientos de seguridad no son los mismos que en los 90, de forma que no se volverá a un paradigma como el de la Ampliación. Sin embargo, uno de los desafíos del nuevo Gobierno será conseguir un equilibrio entre los compromisos y requerimientos de la seguridad estadounidense y las capacidades materiales del país para dar respuesta a los mismos. En este sentido, la industria de defensa tendrá que estar atenta a una más que previsible reorganización del gasto público.
- De momento, el sector seguirá esforzándose por consolidar los logros obtenidos en el último tiempo. Esto implica intervenir en el debate y formulación de algunas políticas como las siguientes:

- Política en Oriente Próximo: la industria de defensa alentará cualquier línea de acción exterior que suponga un aumento de la demanda de seguridad israelí y de otros aliados estadounidenses en la región. Esto repercutirá en el estado de las relaciones Washington-Teherán y con la Autoridad Palestina. Israel es el mayor receptor de fondos del Programa de Ventas Militares al Exterior; en 2007 Estados Unidos aumentó las ayudas más de un 25% - hasta a un promedio de 3.000 millones anuales para los siguientes diez años- disposición que entrará en vigor en octubre de este año. Además, existen acuerdos de colaboración que permiten a la industria estadounidense participar en la producción de sistemas esenciales para las fuerzas israelíes, como el carro de combate Merkava y el caza multifunción Lavi[6]. Por último hay que considerar que un impulso de la demanda israelí refuerza la demanda de los países del entorno. En 2006, la región representó casi el 40% del volumen de ventas al exterior. En este sentido, es importante no perder de vista que las expectativas de la industria de defensa coinciden con los requerimientos de otros grupos de interés, como el lobby judío.

- Retirada de Irak: las compañías más afectadas con la retirada de las tropas estadounidenses no serán tanto los fabricantes tradicionales como aquellas corporaciones que prestan servicios de apoyo logístico en operaciones militares, las compañías privadas de seguridad y las que han ganado contratos para la reconstrucción de Irak. Con todo no es un tema menor, ya que los servicios constituyen el 40% de la demanda del Pentágono. Además, son empresas que tienen una capacidad de generación de empleo superior a la de muchos gigantes del sector. Por último, y aunque la externalización de los servicios de defensa es un fenómeno reciente, su vocación de influencia política no es menos proactiva. Tanto si ganan los demócratas &ndash;los dos candidatos han dicho que empezarán la retirada de tropas tan pronto asuman el cargo- como si se impone el aspirante republicano &ndash;McCain es partidario de dar más tiempo a las fuerzas estadounidenses hasta que tenga lugar la reconciliación política en Irak- el mayor empeño de estas compañías será conseguir que, tras la retirada, Washington mantenga su compromiso con la reconstrucción y que se mantenga cierta presencia estadounidense &ndash;y aliada- aunque sea bajo un nuevo marco jurídico. - Escudo

Antimisil: la presión política ejercida por los fabricantes a este respecto ha pasado por dos etapas: en los 90 se ejerció una presión directa fundamentalmente sobre el poder Legislativo. Lockheed Martin, Boeing, Raytheon y TRW &ndash;integrada hoy en Northrop Grumman- aportaron entre 1996 y 1998 dos tercios de las contribuciones electorales del sector y consiguieron el 77% del volumen de contratación de la Organización para la Defensa contra Misiles Balísticos. A partir de 2001 la presión directa se redujo sensiblemente, a la vez que creció la influencia indirecta a través de altos funcionarios de gobierno, think tanks y organizaciones conservadoras partidarias de desplegar cuanto antes un escudo antimisil[7]. Los cambios políticos y estratégicos que se sucedieron desde entonces propiciaron decisiones favorables a los intereses de los fabricantes militares. En el contexto de un cambio de Administración es probable que vuelva a aumentar la presión directa, al menos hasta que el sector sea capaz de determinar la fluidez de su acceso al nuevo gobierno. Esta circunstancia se verá reforzada por el aumento del número de compañías implicadas en programas asociados al escudo antimisil. El principal argumento seguirá siendo la necesidad de proteger el territorio nacional, los intereses en el exterior y los aliados estadounidenses de un ataque procedente de un Estado hostil. Pero en el contexto actual la amenaza balística iraquí (y norcoreana) sería sustituida por la amenaza procedente de Irán. - Ampliación de la OTAN: la OTAN obligan a los nuevos socios a actualizar sus fuerzas armadas y homologarlas con las de los miembros. En 1997 el Congreso estadounidense estimó que en los siguientes 15 años la ampliación tendría un coste de 125.000 millones de dólares; eso explica que la industria de defensa sea uno de los grupos de interés más activos a favor de incorporar nuevos Estados a la Alianza Atlántica. Durante la primera ampliación, la mayor presión la ejercieron Lockheed Martin, Boeing, Northrop Grumman, Raytheon y Textron que, además, financiaron organizaciones como el Comité para la Ampliación de la OTAN[8]. Desde que se iniciaron las conversaciones para la adhesión de Polonia, Hungría y la República Checa en 1997 la venta de bienes y servicios de defensa a estos países creció un 70%. Ciertamente es que los países de la segunda ampliación no han hecho un desembolso tan generoso como los países que se incorporaron en 1999, pero mientras en Europa occidental el gasto militar se estancaba o tendía a la baja, en Europa central y oriental crecía un 4% y un 12%, respectivamente[9]. La decisión de no dar luz verde a las negociaciones con Ucrania y Georgia es frustrante para la industria de defensa, ya que ambos países tienen mucho camino por recorrer si quieren modernizar sus capacidades militares y en los últimos cinco años el volumen de los acuerdos suscritos con ambos creció un 50%. Aunque el Comité para la Ampliación fue disuelto en 2003, ha sido relevado por el Proyecto de Transición de las Democracias, una organización que promueve la incorporación de los países en la periferia de la Federación Rusa a las instituciones euroatlánticas. Ahora bien, aunque la ampliación de la OTAN es una cuestión de Estado, entre los demócratas no lo es poner en riesgo las relaciones con Moscú. En ese caso, la industria de defensa se vería obligada a promover algún tipo de acuerdo de asociación que cree compromisos y obligaciones desde el punto de vista de la armonización de las capacidades militares.

## NOTAS

- [1] Los estados de Maine, Massachusetts, Connecticut y Nueva York, en la Costa Este; Texas, Georgia, Louisiana, Nuevo México y Arizona, en el Sur; Missouri en el corazón del país; y Washington y California, en la Costa Oeste.
- [2] La Ley McCain-Feingold &ndash;que entró en vigor el 6 de noviembre de 2002- aumentó de 1.000 dólares a 2.000 dólares la cantidad que una persona puede donar a un candidato a presidente, senador o representante. Este límite &ndash;que a partir de 2002 se reajusta en función del IPC anual- es por elección, de manera que las elecciones primarias y las generales son tratadas en forma separada y, por tanto, una persona puede donar a un candidato hasta 4.000 dólares en el mismo año electoral. Para el ciclo 2008, la máxima contribución ha quedado establecida en 4.600 dólares.
- [3] Los diez mayores contratistas del Departamento de Defensa -37% de volumen de contratación en el año fiscal 2006; los datos de 2007 aun no están disponibles- han creado comités de acción política para canalizar las contribuciones electorales de sus empleados. Estas compañías son: Lockheed Martin, Boeing, Northrop Grumman, General Dynamics, Raytheon, Halliburton, L-3 Communications, BAE Systems, United Technologies y Science Application International Corp (SAIC).
- [4] El objetivo es adaptarlo a un enfoque funcional según el cual los proveedores militares son productores de capacidades: defensa del territorio, proyección del poder militar, apoyo al combate, precisión, acceso y control del espacio exterior.
- [5] Cheney fue presidente y director general de Halliburton hasta el verano de 2000. Perle tuvo que dejar la presidencia del Consejo de Política de Defensa en marzo de 2003 por su vinculación a Boeing y Loral Space & Communications.
- [6] Algunas de las compañías estadounidenses que proveen de componentes a los fabricantes del Merkava (IMI, IDF Ordnance y Tank Workshops) son L-3 Communications Combat Propulsion Systems, Motorola, DuPont y Caterpillar. Pratt & Whitney proporciona la planta motriz del Lavi.
- [7] Entre los primeros cabe destacar al secretario de Defensa Donald Rumsfeld, el vicesecretario Paul Wolfowitz, al subsecretario de Inteligencia, Stephen Cambone, y al presidente del Consejo Científico de la Defensa, William Schneider. Los think tanks más activos en el debate sobre la defensa antimisil han sido en los últimos años el Centro para Política de Seguridad, el Proyecto para un Nuevo Siglo Americano y la Organización High Frontier. Por último hubo cuatro organizaciones conservadoras que destacaron por hacer requerimientos compatibles con aquéllos de la industria de defensa: American Conservative Union, SAFE Foundation, Coalition to Protect America Now y Americans for Missile Defense.
- [8] El fundador y presidente del Comité para la Ampliación de la OTAN, Bruce Jackson, era en 1997 director de Desarrollo Global de Lockheed Martin y en 1999 se convirtió en vicepresidente de Planes Estratégicos.
- [9] Cinco años después del inicio de las negociaciones para ingresar a la OTAN, Polonia, Hungría y la República Checa firmaron acuerdos de venta por 543 millones de dólares frente a los 394 millones que suscribieron los Estados

---

bálticos, Bulgaria, Rumanía, Eslovaquia y Eslovenia. Los mejores clientes, con el 85% del volumen de facturación regional, son con diferencia Polonia y Hungría.