

CAPÍTULO DOS

¿QUIÉN SE QUEDA LAS GANANCIAS?

La Gran Guerra, mejor dicho, nuestra breve participación en ella, ha costado a los Estados Unidos cerca de 52.000 millones de dólares. Descifrémoslo. Eso significa 400 dólares por cada estadounidense, hombre, mujer y niño. Y no hemos pagado la deuda todavía. La estamos pagando, nuestros hijos la pagarán y probablemente los hijos de nuestros hijos seguirán pagando todavía el coste de esa guerra.

El beneficio habitual de un negocio en Estados Unidos suele ser del seis, ocho, diez, en ocasiones, del doce por ciento. Pero los beneficios en tiempos de guerra (¡ah!, ese es otro cantar) pueden ser del 20, 60, 100, 300 e incluso del 1.800 por ciento (no hay techo). Lo que el negocio aguante. El Tío Sam tiene el dinero. Saquémoselo.

Por supuesto que esto no se dice tan crudamente en tiempos de guerra. Se disfraza de dis-

cursos patrióticos, amor por la patria y el «todos debemos arrimar el hombro», pero los beneficios se disparan, brincan y suben vertiginosamente (y se embolsan con seguridad). Tomemos unos pocos ejemplos:

Tomemos el caso de nuestros amigos los Du Pont, la gente de la pólvora. ¿No testificó uno de ellos recientemente ante un Comité del Senado que su pólvora ganó la guerra? ¿O salvó el mundo para la Democracia? ¿O algo así? ¿Cómo les fue a ellos durante la guerra? Ellos eran una corporación patriótica. Bien, las ganancias medias de los Du Pont durante el período de 1910 a 1914 fueron de seis millones de dólares al año. No era mucho, pero los Du Pont se las arreglaban con ellas. Ahora observemos su beneficio medio anual durante los años de guerra, de 1914 a 1918. ¡58 millones de beneficio anual encontramos! Cerca de 10 veces más que en tiempos de paz, y eso que los beneficios en tiempos de paz eran realmente buenos. Un incremento de beneficios de más del 950 por ciento.

Tomemos a una de nuestras pequeñas compañías del acero, que patrióticamente dejó de

lado la fabricación de raíles de tren, vigas y puentes para empezar a fabricar material de guerra. Bien, sus ganancias anuales durante el período 1910-1914 fueron de media seis millones de dólares. Entonces vino la guerra. Y, como ciudadanos leales, Bethlehem Steel se puso a fabricar munición rápidamente. ¿Sus beneficios se dispararon o fue una ganga para el Tío Sam? Pues bien, su beneficio medio durante el período 1914-1918 fue de 49 millones de dólares al año.

O tomemos el caso de United States Steel. Sus ganancias medias durante el período de cinco años previo a la guerra fueron de 105 millones de dólares anualmente. No está mal. Entonces llegó la guerra y los beneficios se elevaron. El beneficio medio anual del período 1914-1918 fue de 240 millones de dólares. Tampoco está mal.

Ahí tienen algunas de las ganancias de la pólvora y del acero. Veamos alguna otra. Un poco de cobre, tal vez. Este siempre viene bien en tiempos de guerra.

Anaconda, por ejemplo. Las ganancias medias durante los años prebélicos 1910-1914 fueron de 10 millones de dólares. Durante los

años 1914-1918 los beneficios saltaron hasta los 34 millones de dólares anuales.

O Utah Copper. Con una media de cinco millones de dólares al año durante el período 1910-1914. Los beneficios pegaron un brinco hasta un promedio de 21 millones de dólares anuales durante el período bélico.

Agrupemos a estas cinco compañías, junto a otras tres más pequeñas. El beneficio medio anual de todas durante el período de preguerra 1910-1914 fue de 137,4 millones de dólares. Entonces llegó la guerra. Los beneficios medios anuales para este grupo se elevaron hasta los 408,3 millones de dólares.

Un pequeño incremento del beneficio del 200 por ciento, aproximadamente, bien merece la pena.

¿Paga la guerra? Les pagó. Pero ellos no fueron los únicos. Hay todavía más. Fijémonos en el cuero.

Durante el período de tres años previo a la guerra los beneficios totales de la Central Leather Company fueron de 3,5 millones de dólares. Eso suponía 1,16 millones al año, aproximadamente.