

Distr.
RESTRINGIDA

LC/R.508

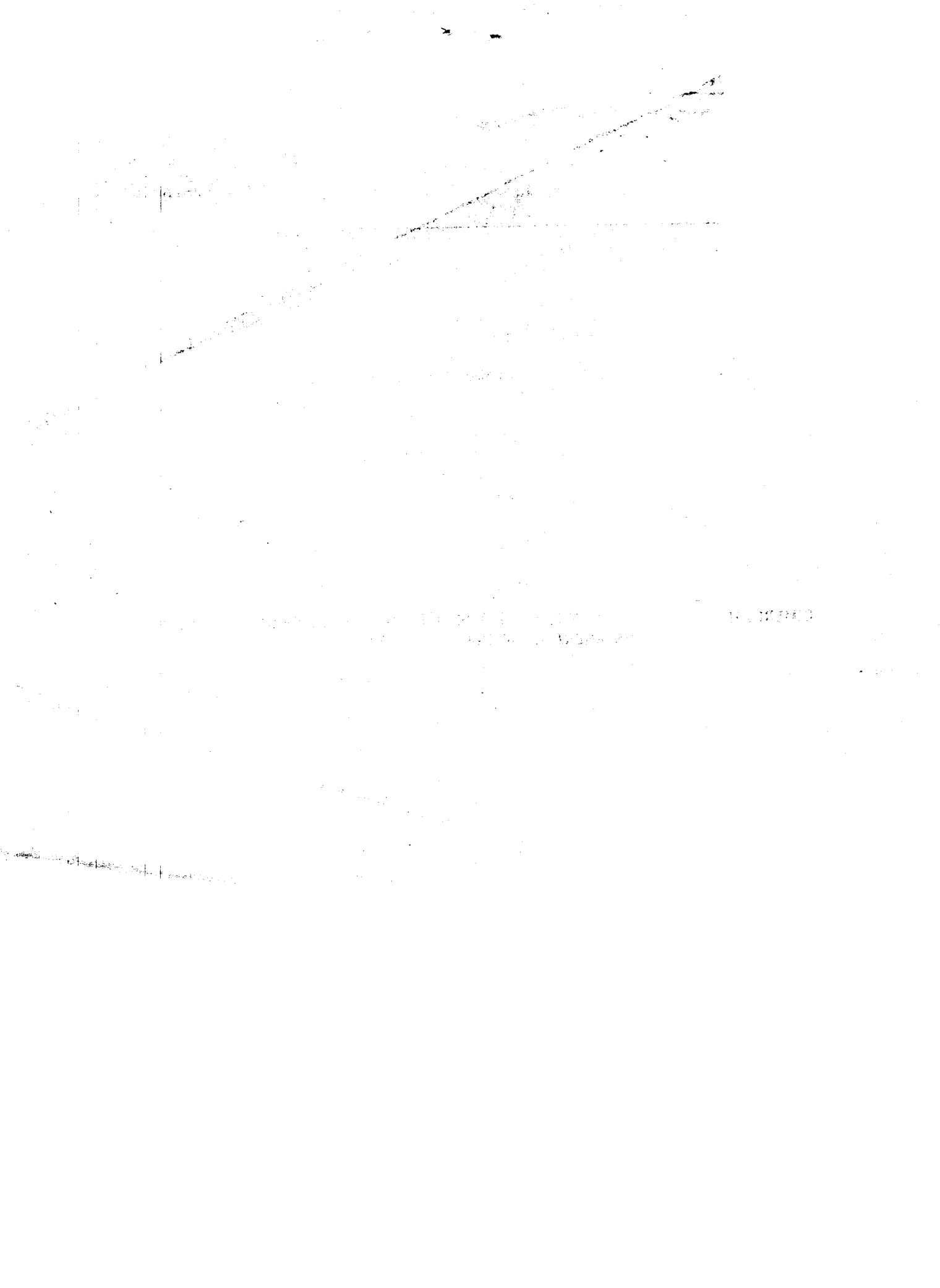
14 de julio de 1986

ORIGINAL: ESPAÑOL



COMERCIALIZACION Y ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS DE PRODUCTOS BASICOS
DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE */

*/ Este documento fue preparado por la División de Comercio Internacional
Desarrollo de la CEPAL.



INDICE

	<u>Página</u>
SINTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	1
INTRODUCCION	11
Capítulo I. LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS BASICOS: GENERALIDADES	14
1. Un análisis basado en las transacciones entre "partes relacionadas" de los Estados Unidos	14
2. Diferentes agentes de comercialización	45
3. Valor retenido en el sector de comercialización y distribución	55
Capítulo II. CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS BASICOS	61
1. Introducción	61
2. Clasificación de los productos básicos por sistemas de comercialización	62
3. A nivel de los distintos productos básicos	70
Anexo: Examen de otros productos básicos	116
Capítulo III. BARRERAS EXTERNAS QUE SE OPONEN A UNA MAYOR PARTICIPACION DE LOS PAISES EN DESARROLLO EN LOS SISTEMAS DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION	125
1. Introducción	125
2. Concentración en la producción, comercialización y distribución	126
3. Transparencia de los mercados	129
4. El funcionamiento de las bolsas de productos básicos..	130

5. Transporte	136
6. Consideraciones financieras	139
Capítulo IV. EXPERIENCIAS DE LAS ENTIDADES LATINOAMERICANAS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS	142
A. INTRODUCCION	142
B. ALGUNOS EJEMPLOS DE ASOCIACIONES MULTINACIONALES LATINOAMERICANAS EN LA ESFERA DE COMERCIALIZACION	147
1. Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB)	147
2. PANCAFE (Productores de Café Asociados S.A.)	151
3. Grupo de Países Latinoamericanos y del Caribe Exportadores de Azúcar (GEPLACEA)	154
4. Empresa Multinacional Latinoamericana de Fertilizantes S.A. (MULTIFERT)	156
C. ORGANIZACIONES DE COMERCIALIZACION ESTATALES	157
Notas	162

SINTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Este estudio, de carácter básicamente exploratorio, trata de contribuir a paliar las deficiencias que existen en América Latina en cuanto al conocimiento de los sistemas de comercialización y distribución */ de productos básicos, tanto a nivel internacional como en el plano regional. En una segunda etapa, correspondiente a futuros trabajos, se proyecta examinar más en profundidad los casos latinoamericanos por país y por producto.

En el Capítulo I, se trata de identificar las características más salientes de los mercados de productos básicos y los principales actores que intervienen en ellos. Se intenta, además, establecer el grado de participación y control de las empresas transnacionales en el sector de productos básicos, examinando las transacciones entre partes relacionadas de América Latina con los Estados Unidos, por país y por producto.

En el Capítulo II se describen, en forma más detallada, los sistemas de comercialización y distribución de 18 productos básicos de especial importancia para la región. Este análisis --junto con el que figura en el Capítulo I sobre el comercio entre partes relacionadas de los Estados Unidos-- muestra la existencia de grandes variaciones en las estructuras de comercialización y distribución de los diferentes productos básicos y de los actores que operan allí.

El Capítulo III es un resumen de las barreras externas en las esferas de la comercialización y la distribución internacionales. Allí se examinan cuestiones relacionadas con la elevada concentración en los sectores de elaboración de los países industrializados, la escasa transparencia de los sistemas de información, las limitaciones de los sistemas de transporte, y las restricciones financieras. En cada una de ellas se sugieren algunas medidas internacionales o regionales en esos campos.

En el Capítulo IV se examinan las experiencias de algunas asociaciones latinoamericanas en las esferas de comercialización de productos primarios, con el objeto de extraer algunas lecciones. Se analizan también los resultados obtenidos por organizaciones comerciales estatales (OCE) latinoamericanas. Con respecto a las primeras, los casos considerados son la Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB), el Grupo de Países Latinoamericanos y del Caribe Exportadores de Azúcar (GEPLACEA), el Grupo de Bogotá en el campo del café, y la Empresa Multinacional Latinoamericana de Fertilizantes S.A. (MULTIFERT).

En lo que sigue se analizara brevemente el contenido y las conclusiones principales del examen desarrollado en los mencionados capítulos.

2. El insuficiente grado de participación en la comercialización y distribución de sus productos básicos de exportación constituye un grave problema para los países del Tercer Mundo. Su proceso de desarrollo económico depende en gran medida de la capacidad que tengan para exportarlos a precios remunerativos y aumentar el valor

*/ Es conveniente señalar que los aspectos de marketing y distribución de productos básicos tratados en este estudio, se relacionan más con los vinculados a la estructura de los mercados, que con aquellos que habitualmente se denotan por estas expresiones en el lenguaje comercial.

agregado mediante la cadena de actividades vinculadas con su elaboración y comercialización.

Los países en desarrollo reciben un porcentaje desproporcionadamente pequeño del precio al consumidor final de sus exportaciones de productos primarios. Ello se origina en la evolución del orden económico internacional existente. Si bien las circunstancias históricas que han caracterizado los lazos imperiales y coloniales han evolucionado, hoy se manifiestan específicamente a través de la posición dominante de los países desarrollados en los sistemas internacionales de comercialización y distribución de los productos primarios. En todo este proceso es de vital importancia el poder de las empresas transnacionales oligopsonicas y oligopólicas. Aunque la fortaleza de dichas empresas en la esfera productiva se ha venido debilitando en algunos productos básicos debido a las nacionalizaciones operadas en los países en desarrollo --y en América Latina en particular--, su gravitación no se ha reducido --al contrario, ha aumentado-- en la esfera de la comercialización y la distribución.

El débil poder de negociación de los países en desarrollo en los sistemas de comercialización y distribución de sus productos primarios, proviene de las características estructurales del mercado. Una multiplicidad de vendedores en competencia, con escasa influencia en el mercado, enfrenta a unos pocos compradores --en general organizados-- con inmensos recursos a su disposición.

Las estructuras industriales integradas del sector de los productos básicos en los países desarrollados de economía de mercado (PDEM) son una barrera que dificulta el ingreso de nuevos agentes. Esto se debe, entre otras cosas, a sus economías de escala; a su eficaz control sobre la comercialización --inclusive la lealtad al nombre comercial y la diversificación de productos--; al control sobre los locales de venta al por menor; a su dominio sobre las nuevas tecnologías; y a las prácticas comerciales restrictivas, como la fijación de precios de transferencia.

Diversos estudios demuestran que, en general, la proporción del precio FOB en el precio al consumidor final es baja. Especialmente algunos productos agrícolas revelan un valor retenido sorprendentemente reducido. El caso más notable es el del banano: los valores retenidos a las economías nacionales latinoamericanas en dicho producto oscilan entre solamente 10% y 15% del precio de venta al detalle en el mercado consumidor, y la mayor parte del precio final está representada por las actividades vinculadas a la comercialización.

3. Desde hace casi un decenio se realizan negociaciones que buscan mejorar las posibilidades de participación de los países en desarrollo en los sistemas internacionales de comercialización y distribución para el sector de productos básicos. Como se sabe, tanto en la UNCTAD V --Manila 1979--, como en la UNCTAD VI --Belgrado 1983-- se llegó a un acuerdo unánime para acelerar la cooperación internacional en estas esferas específicas, en el marco del Programa Integrado de Productos Básicos. Sin embargo, a pesar de tales esfuerzos no se han hecho propuestas de acción. Más aún, la tendencia reciente en los países industrializados es retroceder, incluso cuestionando el mandato de la UNCTAD V.

Las experiencias recientes apoyan la conclusión de que no será muy fructífera la búsqueda de soluciones a muchos de los problemas propios del sector de productos

básicos sólo en el marco de los acuerdos tradicionales entre productores y consumidores. Los escasos logros de las negociaciones internacionales, y el fortalecimiento de las posiciones rígidas de los países desarrollados sugieren que los países en desarrollo están obligados a buscar nuevas alternativas.

4. Puesto que es de conocimiento general que el comercio internacional se realiza en un medio de mercado rígidamente controlado, sobre todo por las empresas transnacionales, el presente estudio se propone en primer lugar cuantificar el grado de comercio dentro de las mismas firmas (intra-firm trade) en el sector de productos básicos y en el marco latinoamericano. Al examinar los datos de importaciones estadounidenses */ en 1981 sobre el comercio con compañías relacionadas ("related parties") --aquellas firmas en que un 5% o más de las acciones con derecho a voto son de propiedad de la otra firma con la cual realizan transacciones-- se aprecia que esta modalidad se adoptó en casi la mitad de las importaciones de los Estados Unidos en dicho año. Si nos limitamos sólo al sector de productos básicos, con algunas excepciones --la bauxita y la alúmina, el banano y el tabaco-- presentan bajos coeficientes de comercio con compañías afines. Esto significa que es pequeño el número de productos que se enfrentan a una integración total desde la producción hasta la última etapa de comercialización externa.

El análisis del comercio estadounidense con compañías relacionadas señala que el grado de intercambio dentro de una misma firma parece aumentar de acuerdo con el nivel de elaboración del producto. Esto puede afirmarse con fundamento, por ejemplo, para las siguientes cadenas de productos: 1) cacao en grano/manteca de cacao/polvo/chocolate; 2) animales vivos/carne y preparados de carne; 3) cueros, pieles/calzado; y 4) maderas en bruto/muebles/madera trabajada. Esta conclusión concuerda con la siguiente apreciación general: en el sector de productos básicos participan las transnacionales industriales, las que controlan más eficazmente el mercado en actividades posteriores de las industrias elaboradoras, donde hay un alto valor agregado. Sin embargo, en el caso de muchos productos la mayor parte del comercio mundial es manejada por un número relativamente reducido de compañías comerciales multinacionales y dedicadas a múltiples productos, las que se desempeñan como intermediarias entre productores y consumidores.

5. Puede apreciarse el enorme tamaño de las compañías internacionales de comercialización y el dominio que ejercen sobre las transacciones en productos básicos al considerar que las compañías dedicadas a múltiples productos controlaban entre el 70% y 80% del total del comercio mundial de productos básicos, en el año 1980, lo que representó US\$ 980 mil millones. Tal cifra incluye US\$ 230 mil millones del total de US\$ 306 mil millones de exportaciones de petróleo crudo controladas por los gigantes mundiales del petróleo, y alrededor de US\$ 500 mil de los US\$ 674 mil millones del resto de los productos básicos, controlados por compañías comercializadoras dedicadas a múltiples productos y por las filiales de comercialización de las transnacionales industriales.

*/ Se examinaron las importaciones estadounidenses, aprovechando una información que no estaba disponible para otras regiones desarrolladas.

6. El examen de los sistemas de comercialización y distribución de determinados productos básicos de exportación permite apreciar una amplia diversidad. Existen, por ejemplo, algunos productos básicos, especialmente de origen agrícola, en los cuales las condiciones de mercado parecen aproximarse por el lado de la oferta a las de la competencia pura: hay gran número de vendedores, sin que ninguno pueda influir decisivamente en el precio a través de medidas unilaterales. Así ocurre, aparentemente, en el caso de los productos básicos vendidos mediante remates --té y tabaco, por ejemplo. Sin embargo, en los precios del remate podrían influir considerablemente las acciones de un limitado número de compradores en gran escala, los que, en la mayoría de los casos, tienen vinculaciones de capital con las principales firmas mundiales elaboradoras de las economías de mercado desarrolladas. Contra lo que suele suponerse, estos productos se enfrentan a un alto grado de oligopsonio, y las firmas transnacionales elaboradoras y manufactureras han logrado controlar desde las etapas de producción hasta la venta al detalle en los principales mercados de consumo. Un puñado de grandes transnacionales controla el mercado mundial, utilizando entre otros, medios tales como la propiedad parcial o total de las plantaciones, la propiedad de las firmas de corredores, la concentración de las compras en los remates, la propiedad de instalaciones elaboradoras, la participación mayoritaria en el mercado en las principales zonas de comercialización, y un mayor poder en el mercado mediante la diversificación de productos y publicidad. En esta categoría se encuentra el banano, que probablemente enfrenta el mayor nivel de integración en cuanto a las actividades productoras y comercializadoras de las transnacionales.

7. En el caso de otros productos agrícolas --el cacao, el café, el azúcar, las semillas oleaginosas y el algodón--, los contratos de comercialización a futuro funcionan en conjunción con los mercados de los productos mismos. En las cotizaciones inmediatas en el mercado influyen la cobertura y la actividad especulativa de los mercados a futuro, además del equilibrio vigente entre oferta y demanda. Dichos mercados se consideran competitivos, aunque frecuentemente sean manipulados mediante las transacciones de compra y venta de los grandes comercializadores. Todos estos productos son muy sensibles a las expectativas futuras de oferta y demanda, lo que permite a comercializadores "avisados" obtener grandes ganancias especulativas. En estos mercados, dada la fuerte gravitación de los precios de las materias primas en el precio final del producto de consumo, para evitar los riesgos desproporcionados que significa mantener grandes existencias, los principales elaboradores confían en gran medida en los comercializadores para la adquisición de materias primas y para la cobertura de sus transacciones a plazo en los centros de intercambio.

Los mercados del azúcar y de la carne, y en menor medida el de los granos --los cuales enfrentan la gran participación de comercializadores en los mercados internacionales-- se componen de diversos mercados nacionales fragmentados. En estos casos, los canales preferenciales o los acuerdos especiales, las barreras arancelarias y no arancelarias, o bien los subsidios a las exportaciones, constituyen determinantes de importancia para el destino del comercio.

8. Tratándose de los minerales y de los metales, existen también diversos grados de participación de las transnacionales en los sistemas de comercialización y distribución. Para el cobre, tienden a imperar las condiciones de competencia del mercado. El precio fijado de acuerdo con ellas sirve de punto de referencia para

los contratos a largo plazo o para las negociaciones entre los gobiernos y las transnacionales. Los precios de los mercados terminales funcionan normalmente como precios corrientes de referencia, aun cuando, como mercados, los terminales tienen carácter marginal. Existe gran integración vertical en la industria del cobre, pero con escasas excepciones ésta se desenvuelve dentro de los límites nacionales, y la mayor parte del comercio internacional tiene lugar entre entidades independientes.

Las mismas observaciones pueden hacerse extensivas al estaño, caso en el cual parte importante de las transacciones internacionales se realiza entre entidades independientes, y la compra, venta y cobertura dependen fundamentalmente de los comercializadores. En el caso de otros minerales de importancia --por ejemplo, el mineral de hierro--, no existe un único precio generalmente reconocido. Su determinación tiene lugar mediante diversos mecanismos, que van desde las negociaciones bilaterales --de contratos de largo plazo-- a los precios de transferencia. El poder relativo de negociación y el proceso que tiene lugar entre comprador y vendedor son de la mayor importancia para la determinación de los precios. En el caso de otros, casi toda la comercialización se realiza dentro de las mismas firmas, como sucede con la bauxita y la alúmina, sin que haya un mecanismo establecido para la determinación de los precios.

9. Las observaciones anteriores acerca de la fortaleza de la posición de las compañías de comercialización transnacionales en el mercado de los productos básicos, no permiten pensar que en éstos impere un carácter abiertamente competitivo. El mecanismo de determinación de precios propuesto en teoría para un sistema de libre mercado no se aplica al comercio de productos básicos, cuando un grupo oligopsónico de compradores se enfrenta a un gran número de vendedores, como sucede en el caso de muchos productos agrícolas. Tampoco tiene vigencia cuando un grupo oligopsónico de compradores se enfrenta con un pequeño número de vendedores oligopólicos como sucede en el caso de algunos minerales exportados por los países en desarrollo. En estas condiciones de asimetría, los precios se determinan de acuerdo al poder relativo de negociación de las partes. Este tipo de desequilibrio en la capacidad de negociación se pone especialmente de manifiesto en los casos en que un poderoso conglomerado comercial representa a un grupo de compañías productoras o manufactureras --compradoras o vendedoras-- en carácter de agente exclusivo de compras o de ventas. Las comercializadoras multinacionales y dedicadas a múltiples productos suelen estar en situación de influir en los precios de mercado gracias al volumen de sus adquisiciones, y sus mejores redes de información.

Los méritos de estas organizaciones son muchos. Para indicar sólo algunos, la amplia diversificación geográfica y de productos al abarcar muchas transacciones de diverso tipo, parece reducir y distribuir los riesgos del comercio de productos básicos. Una mayor cartera de productos y de mercados geográficos disminuye las variaciones del ingreso, contrarrestando las grandes oscilaciones propias de los ingresos provenientes de un solo producto. En general, tales compañías suelen dedicarse tanto a las exportaciones como a las importaciones en diversos mercados, de modo que también se reduce el riesgo de las fluctuaciones cambiarias, y se facilitan diversos arreglos compensatorios en el plano privado o incluso en el nacional. A diferencia de lo que sucede con entidades dedicadas a un solo producto, las compañías comercializadoras múltiples pueden, por ejemplo, importar manufacturas a cambio de exportar productos básicos, o viceversa. Además, el poder de negociación de una compañía probablemente aumente si hay un vínculo entre su

capacidad para adquirir importaciones y la negociación de exportaciones de productos básicos. Dado que los europeos y los japoneses realizan gran parte de sus transacciones por intermedio de este tipo de entidades, y que los Estados Unidos van rápidamente hacia la expansión del sector comercial mediante la aplicación de esta forma de estructuración de las empresas, la creación de compañías similares o el fortalecimiento de las ya existentes en la región latinoamericana puede ser un medio para evitar que se intensifique más aún el control que ejercen los países desarrollados sobre los mercados de productos básicos.

10. Múltiples barreras externas se oponen al logro de una mayor participación de los países en desarrollo en esta esfera. Uno de los factores es la fuerte concentración de la industria de elaboración y manufacturas en los mercados de consumo de los países desarrollados, a los cuales las materias primas llegan en calidad de insumos. El reciente incremento de la concentración de empresas en el mercado mediante fusiones de tipo horizontal y vertical, ha hecho que el acceso de agentes comercializadores del Tercer Mundo sea cada vez más difícil. La existencia de acuerdos directos de comercialización con los consumidores organizados se enfrenta a las prácticas de fijación de precios de las firmas establecidas, a las economías de escala, a la necesidad de un fuerte compromiso de capital y a la exigencia de diferenciar los productos y de incurrir en ingentes gastos de publicidad. Por una parte, ello ha reforzado el predominio de las principales compañías elaboradoras transnacionales, y por otra, ha disminuido la capacidad de las compañías similares de los países en desarrollo para entrar en competencia dentro del mercado. En vista de esta situación, una medida regional podría ser aumentar la participación de los países en el valor agregado, elaborando y exportando conjuntamente los bienes manufacturados, o participando conjuntamente en inversiones directas relativamente pequeñas en los mercados de los países consumidores para establecer oficinas de representación y para comercializar y publicitar conjuntamente los productos. Estas últimas dos actividades podrían facilitar la creación de vinculaciones directas con las redes de distribución al detalle de los países consumidores, y crear una mejor comprensión de las preferencias y del comportamiento de los consumidores.

11. Uno de los problemas que afecta a casi todos los productos básicos es la falta de transparencia de los mercados. Esta carencia se aprecia no sólo en el caso de las ventas directas de productos comercializados mediante contratos de largo plazo o anuales. También emerge para los productos básicos comercializados en remates, en los que aparentemente debería existir suficiente información sobre precios y cantidades como para posibilitar las proyecciones futuras del mercado. Falta, sin embargo, la información necesaria tanto para evaluar la viabilidad comercial de las operaciones, como para comprender la política y las actitudes de los países y las compañías consumidoras. De persistir la debilidad relativa de los países en desarrollo en lo que toca a la reunión, revisión y evaluación de información, éstos seguirán entregando sus productos al mercado mundial bajo las condiciones fijadas por los consumidores. Y, obviamente, se mantendrá su incapacidad para evaluar si tales condiciones son o no equitativas.

Para reducir este desequilibrio, sería recomendable incrementar la capacidad de las organizaciones internacionales --tales como las dedicadas a la aplicación de los acuerdos internacionales de productos básicos, las asociaciones de productores y otros organismos, como la FAO-- para reunir y difundir oportunamente la información

necesaria. Sin embargo, como se dijo antes, es indispensable contar con alguna entidad representativa de los intereses de los productores en los principales centros de consumo, la que podría encargarse también de transmitir información a los interesados del país de origen.

12. Gran parte de las exportaciones mundiales de los principales productos básicos, tienen lugar con precios correspondientes a transacciones a futuro. Así sucede sobre todo en el caso de los productos agrícolas. El trigo, el maíz, la soya y sus derivados, el aceite de palma, el café, el cacao, el azúcar, el caucho, la lana, el algodón y el jugo de naranja se tranzan con precios fijados principalmente sobre la base de cotizaciones establecidas en bolsas de productos situadas, en casi todos los casos, en las economías desarrolladas de mercado. Para los minerales, la situación es análoga. El cobre, el estaño, el plomo, el zinc, el níquel, el aluminio, la plata, el oro y en forma creciente el petróleo, se encuentran entre los productos cuyos precios tienen estrecha vinculación con las cotizaciones a futuro.

Ciertas instituciones cuyos ingresos son particularmente sensibles a pequeñas variaciones de corto plazo en los precios de los productos básicos utilizan mucho los mercados a futuro con fines de cobertura. Los elaboradores y productores de materias primas recurren, además, con los mismos fines a los mercados terminales. Lo hacen procurando proteger el escaso valor agregado en la etapa de elaboración --como la molienda de cacao en grano, el tostado del café verde, la refinación del azúcar, la trituración de semillas oleaginosas o el procesamiento de los granos. En cambio, algunos productores y consumidores sienten menos necesidad de recurrir a los mercados a futuro con fines de cobertura ordinaria, por cuanto los cambios de precios de los productos básicos afectan menos sus ingresos que los de comercializadores o elaboradores. Así sucede, por ejemplo, con la bauxita y el mineral de hierro, que carecen de mercados terminales.

En los años setenta se produjo una marcada expansión de las transacciones en las bolsas de productos básicos. Uno de los factores que influyó en ello fueron las grandes oscilaciones de los precios de los productos básicos en el corto plazo. Esto determinó que para los productores se fuera haciendo progresivamente más difícil mantener sistemas --como los precios administrados-- establecidos desde hacía ya tiempo en los mercados mundiales. Así sucedió en los casos del aluminio, el níquel, el cobre y el petróleo.

A pesar de su importancia creciente, sigue siendo muy escasa la participación de agentes de los países en desarrollo en el mecanismo de determinación de los precios en las bolsas. Esto puede atribuirse a falta de familiaridad con el funcionamiento de los mercados, a obstáculos impuestos por reglamentos locales, o a los fuertes costos de oportunidad de las divisas necesarias para operar en estas entidades. En tales organizaciones --la Bolsa de Metales de Londres, por ejemplo-- pueden participar tanto sus miembros, como productores que se hacen representar por corredores o intermediarios que operan en el mercado respectivo. Sin embargo, resulta muy ventajoso poder participar directamente en las operaciones de la bolsa, sobre todo en la formulación de las reglas que rigen su funcionamiento. Y esa posibilidad sólo la tienen quienes poseen la calidad de miembros estables.

Respecto de las bolsas de productos básicos, los países en desarrollo pueden optar entre varias alternativas. Una de ellas sería soslayarlas en lo que respecta

a una parte de sus exportaciones, mediante la comercialización contractual, sobre la base de precios negociados. Los países también podrían evitar algunas de las dificultades existentes creando nuevas bolsas de productos dentro de sus propias fronteras. Sin embargo, para que estas alternativas tuvieran posibilidades de éxito, sería preciso resolver antes algunos problemas. En relación con la primera alternativa, la base de los precios negociados en los contratos de largo plazo quizá no pueda sustraerse del precio internacional que surja de las bolsas situadas en los países desarrollados. Acerca de la segunda alternativa sugerida, es necesario que los comercializadores y elaboradores extranjeros utilicen dichas entidades. A su vez, esto requeriría un espectacular mejoramiento de la infraestructura de comercialización de productos básicos en los países en desarrollo y, sobre todo, de cambios considerables en sus normas relativas a divisas. En consecuencia, ambas opciones se consideran como programas de acción sólo viables en el largo plazo. En la actualidad parece preferible aumentar la participación de los países en desarrollo en las bolsas ya existentes.

La participación directa en dichas bolsas por parte de agentes del Tercer Mundo, y el conocimiento especializado del mercado que de ello se derivará, servirán como instrumentos importantes para establecer sus propias expectativas respecto de todas las fuerzas económicas que afectan los precios futuros. Podría no justificarse el costo de la participación si se tratara de un solo producto de un determinado país. En cambio, una acción concertada por parte de varios países en relación con diferentes productos --por ejemplo, una entidad regional con representación en Londres, Chicago y Nueva York--, podría lograr un gran efecto en el conjunto del comercio de productos básicos.

Debería buscarse una cierta flexibilización de las reglas de funcionamiento, de las actuales bolsas, sobre todo en lo que respecta a los requisitos de ingreso. Además, estas instituciones deberían estar sometidas a algún tipo de vigilancia y legislación internacionales, como la que actualmente se realiza en el plano nacional en los Estados Unidos y en Francia.

13. La participación de los países latinoamericanos en el transporte de los productos básicos es muy incipiente. Corresponde a sólo 20% del tonelaje seco a granel registrado en todos los países en desarrollo, los que a su vez tienen nada más que 15% del total mundial. La falta de instalaciones de transporte redundan en demoras y falta de flexibilidad para organizar y programar los envíos, y en un uso menos eficiente del espacio. Las compañías comercializadoras geográficamente distantes, aunque no necesariamente manejen su propio transporte, pueden reducir el costo unitario de los bienes transportados coordinando fechas y lugares de envío, y contando con instalaciones y arreglos propios en los puertos de origen y de destino. En este sentido, la cooperación regional puede expresarse en la propiedad conjunta, o bien en la administración compartida, de estas instalaciones en los principales puertos de los países industrializados.

Para muchos productos las tarifas de transporte constituyen hasta 20% de los precios CIF. Sus fluctuaciones y cambios ejercen gran influencia sobre los precios, sobre la demanda de los respectivos productos y consecuentemente sobre los ingresos netos de los productores. En general, la estructura de las tarifas de transporte no parece reflejar el verdadero costo de la actividad, y se determina en forma no exenta de arbitrariedad. En muchos casos, tal arbitrariedad se relaciona con la

diversidad de posiciones negociadoras de los países exportadores y de las compañías navieras. En este sentido, la cooperación regional o subregional entre organizaciones navieras podría constituir un medio importante para fortalecer su poder de negociación y ampliar su capacidad para elaborar los datos e información naviera necesarios.

14. Se requiere mucho capital para establecer o expandir las capacidades de elaboración. Este hecho tiene consecuencias importantes en el área de la comercialización. En efecto, la participación en el capital social de las empresas suele ser lo decisivo en la determinación del agente y del canal de comercialización. El alto costo que representa el establecimiento de una planta de elaboración, sobre todo en el caso de los minerales, favorece la participación de capital foráneo y suele reducir por esta vía el alcance de las actividades de comercialización bajo el control de los países en desarrollo.

15. Una desventaja de los agentes comercializadores del Tercer Mundo es su relativa dificultad para brindar diversos servicios financieros a sus clientes. En cambio, las grandes comercializadoras extranjeras, otorgan créditos a través de la emisión de pagarés de corto o de largo plazo, de pagos diferidos, o de adelantos a los proveedores, y sirven de aval para gran número de compradores y vendedores. Los préstamos y las garantías se dan a muchos clientes y proveedores pequeños y medianos y también a grandes compañías manufactureras que deseen obtener préstamos importantes de bancos comerciales. A su vez, estos últimos consideran a las compañías comercializadoras muy buenos clientes, dados su tamaño y solvencia. En síntesis, las grandes comercializadoras pueden funcionar muchas veces como proveedoras o garantizadoras del crédito, o comerciar con diversos instrumentos crediticios además del dinero. En este sentido, es urgente que los países latinoamericanos amplíen su base de capital y procuren lograr diversos arreglos de tipo financiero. Por este intermedio pueden establecerse vínculos más sólidos y permanentes con proveedores y clientes extranjeros.

16. Sería conveniente crear compañías comercializadoras multinacionales, o ampliar su alcance cuando ya existan, con la principal responsabilidad de realizar transacciones de exportación e importación en una amplia gama, dentro de la cual deben estar los productos básicos. Esto se justifica no sólo porque la estructura que debería proporcionarse para uno o más productos podría servir también para otros, sino además porque el poder adquisitivo de cada país o de la región puede así incorporarse con mayor facilidad a la estrategia exportadora global. En síntesis, la compañía comercializadora multinacional y dedicada a múltiples productos puede ser un medio eficaz de combatir las insuficiencias de los mercados de productos básicos. Sus efectos serían beneficiosos en los siguientes aspectos: 1) mayor poder de negociación ante las transnacionales; 2) mejores sistemas de información comercial; 3) fomento de actividades conjuntas, entre ellas la armonización de contratos comerciales estándar, y condiciones de oferta; 4) coordinación de medidas tendientes a superar prácticas comerciales restrictivas y proteccionistas; 5) mejores condiciones de negociación comercial, mediante el establecimiento de mecanismos que lleguen a los consumidores finales, evitando así los intermediarios extranjeros y diversificando los mercados; 6) mejoramiento de las posiciones de negociación respecto de tarifas de transporte; y 7) facilitación de esquemas conjuntos de exportación e importación.

17. Los países latinoamericanos deberían tender a integrar las políticas de productos básicos en el marco de sus políticas económicas externas, tanto en el plano de cada país como en el regional. Una manera posible de lograrlo consiste en vincular las negociaciones de estos productos con la importancia de los países en desarrollo --o sólo de América Latina-- como consumidores de bienes exportados por los países industrializados. América Latina posee un poder adquisitivo conjunto y debería aprender a esgrimirlo, aprovechando particularmente la acción de las organizaciones regionales existentes dedicadas a los productos básicos, y la de las compañías comercializadoras estatales.

18. Al examinar la trayectoria de varias asociaciones regionales vinculadas a determinados productos básicos, puede apreciarse que no han podido aún cumplir totalmente con sus objetivos primarios. Las dificultades de los grupos de productores para dar apoyo colectivo a la retención de la oferta y, en particular, la insuficiente capacidad para soportar los efectos de dicha retención --por ejemplo, sobre el empleo o los ingresos en divisas-- han erosionado su capacidad negociadora conjunta.

La experiencia del Grupo de Bogotá --llamado luego Pancafé S.A.-- sirve para demostrar que es posible adquirir poder en los mercados mediante acciones concertadas de los productores. A pesar de la corta vida de esta entidad, el alto nivel del precio del café registrado en los períodos 1978/1980 puede atribuirse en gran parte a su intervención en el mercado. Según estimaciones moderadas, el Grupo logró durante dichos períodos mantener el precio a un nivel al menos 10% superior al usual, y el "experimento" de intervención en los mercados rindió cuatro veces su inversión. Además, mejoró la posición de los países productores en las negociaciones tendientes a un acuerdo internacional del café, lo que se refleja, por ejemplo, en una postura más flexible de los Estados Unidos respecto de las gamas de precios en un posible acuerdo.

Se sostiene que, dada la alta proporción que abarcan de la producción y exportación mundial de muchos productos básicos, dichas asociaciones pueden tomar un papel más activo en la comercialización de sus productos. No cabría, además, desestimar la posibilidad de que las mismas asociaciones se transformen en compañías comercializadoras multinacionales, como se proyectó originalmente en el caso de la Compañía Multinacional Comercializadora del Banano (COMUNBANA), filial de la UPEB.

19. En la región existen algunas comercializadoras estatales que ya participan en las actividades de exportación e importación. Sin embargo, sus efectos generales sobre la economía del país respectivo no siempre han tenido la trascendencia que se supuso en un principio. Sin embargo, tales organizaciones constituyen un instrumento apropiado para influir en el mercado y contrarrestar, aunque sea parcialmente, el predominio de los agentes de países desarrollados en los sistemas de comercialización y distribución. Mediante ellas, la importación de determinados bienes puede condicionarse a la exportación de productos básicos, obteniendo para estos últimos precios más estables y remunerativos. El considerable poder adquisitivo del sector estatal es una herramienta que podría ser utilizada para dar respuesta a las medidas proteccionistas que se aplican a los productos de los países en desarrollo en las naciones industrializadas. Las organizaciones comercializadoras estatales pueden ser también un instrumento eficaz para aumentar el comercio intrarregional, actualmente muy reducido, y para facilitar y ampliar diversos esquemas de comercio compensado con países de dentro y fuera de la región.

INTRODUCCION

La reestructuración del sistema internacional de comercio de productos básicos es uno de los puntos centrales que debería incluir un orden económico internacional más justo, equitativo y fundado en la cooperación. En el Programa Integrado para los Productos Básicos,*/ se reconoció explícitamente la necesidad de "mejorar los sistemas de comercialización, distribución y transporte de las exportaciones de productos básicos de los países en desarrollo, incluido el incremento de su participación en tales actividades y en los ingresos procedentes de ellas".

A fin de alcanzar este objetivo, en el Programa se prevé la adopción de "medidas internacionales para mejorar la infraestructura y la capacidad industrial de los países en desarrollo que abarquen desde la producción de productos primarios hasta su transformación, transporte y comercialización, así como la producción de manufacturas acabadas, su transporte, distribución y comercio, incluido el establecimiento de instituciones financieras, cambiarias y de otra índole para la gestión remunerativa de las operaciones comerciales".

En el quinto período de sesiones de la UNCTAD,**/ se aprobó la Resolución 124 (V), que reafirma la necesidad de establecer un marco de cooperación internacional --dentro del Programa Integrado para los Productos Básicos-- en la esfera de la comercialización y distribución de las exportaciones de productos básicos de los países en desarrollo. En esa ocasión, los gobiernos acordaron tener en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos específicos que son importantes para el Tercer Mundo:

1. Una mayor transparencia de los mercados, incluidas, en su caso, las medidas necesarias para mejorar el funcionamiento de las bolsas de productos básicos.
2. El aumento del apoyo financiero y técnico a los países en desarrollo para el establecimiento de sistemas de comercialización y distribución más eficaces.
3. El examen de los contratos, prácticas y acuerdos que rigen la comercialización de los productos básicos incluidos en la lista indicativa de la Resolución 93 (IV) de la Conferencia.***/
4. La eliminación de las barreras a la competencia leal entre las empresas de comercialización de los países desarrollados y las de los países en desarrollo.

*/ Establecido en la Resolución 93 (IV) de la UNCTAD, aprobado por consenso de la comunidad internacional en Nairobi en 1976.

**/ Celebrado en Manila en 1979.

***/ La lista incluye 18 productos: los aceites vegetales, el algodón, el azúcar, el banano, la bauxita, el cacao, el café, la carne, el caucho natural, el cobre, el estaño, las fibras duras y sus productos, los fosfatos, las maderas tropicales, el manganeso, el mineral de hierro, el té y el yute y sus productos.

A pesar de los esfuerzos desplegados por el Tercer Mundo, desde el quinto período de sesiones de la UNCTAD no se han logrado progresos en estos aspectos. Los tres períodos de sesiones celebrados por la Subcomisión Permanente de Productos Básicos --durante el transcurso de 1982 y 1983-- no sólo no arrojaron resultados positivos, sino que se transformaron en un retroceso al poner en duda el mandato del quinto período de sesiones de la UNCTAD.

Por esta razón, en el período siguiente de la UNCTAD */ se reafirmó el mandato relativo a las medidas internacionales. Además se acordó por unanimidad acelerar los trabajos relacionados con la formulación del marco de cooperación internacional en el contexto del Programa Integrado para los Productos Básicos. Con esta finalidad, la Conferencia pidió a la Subcomisión Permanente de Productos Básicos que siguiera examinando los estudios sobre la elaboración, comercialización y distribución de los distintos productos de su área de competencia. También resolvió que se convocara a un período extraordinario de sesiones de la Comisión de Productos Básicos. Allí debía elaborarse el marco de cooperación internacional, sobre la base de las deliberaciones de la Subcomisión Permanente en torno a los estudios de comercialización y distribución efectuados por la Secretaría de la UNCTAD.**/

En enero de 1985, la Subcomisión se reunió para examinar posibles medidas correctivas a la cooperación internacional en las áreas de elaboración, comercialización y distribución. Los resultados fueron desalentadores. No sólo no se alcanzó conclusión alguna, sino que las contradicciones ni siquiera hicieron posible que se efectuara un examen profundo de los temas planteados. Los países desarrollados de economía de mercado y los en vías de desarrollo mostraron discrepancias --insalvables en dicha reunión-- respecto de los sistemas de comercialización y distribución.

A juicio de los PDEM los estudios de la Secretaría de la UNCTAD incluían "una tendencia a pasar por alto o conceder poca importancia a los considerables progresos ya realizados por los países en desarrollo en la mayoría de los casos" y presentaban una "interpretación forzada de información fragmentaria para señalar o implicar que los países desarrollados con economía de mercado actuaban sistemáticamente en contra de los intereses de los países en desarrollo".

El Grupo de los 77, en cambio, consideró que tales estudios reflejaban la realidad y constituían un complemento útil de su propia experiencia. En resumen, eran una confirmación de su evaluación de las operaciones cerradas e injustas de gran parte del sistema económico internacional.

*/ Celebrado en Belgrado en 1983.

**/ La Secretaría ha actualizado y revisado estudios anteriores de elaboración y comercialización sobre el azúcar, la bauxita/alúmina/aluminio, el cacao, el café, el cobre, las fibras duras (sisal y henequén), los fosfatos, el manganeso, el té y el yute y sus productos. Además de éstos, se presentaron tres nuevos estudios sobre elaboración y comercialización del estaño y comercialización del mineral de hierro.

Como aporte a las negociaciones, el Grupo entregó un conjunto de propuestas. Los países socialistas y China estaban dispuestos a aceptarlo como base para la discusión. Sin embargo, fue rechazado por los países desarrollados de economía de mercado. Estos últimos presentaron sus propias propuestas que, a juicio de los países en desarrollo, equivalían a poner en duda o abandonar los elementos convenidos en la resolución de Manila aprobada seis años antes.

Durante casi un decenio de negociaciones internacionales, el éxito ha sido escaso. Los países desarrollados han ido adoptando posiciones cada vez más rígidas al respecto. De ello emerge un cuadro en el que las perspectivas de obtener resultados positivos a través de la cooperación entre el Norte y el Sur, son muy limitadas.

Todo esto parece aconsejar que los países en desarrollo busquen soluciones alternativas, si aspiran a conseguir rápidas mejoras en las actividades de comercialización y distribución. Un mecanismo posible es la adopción de medidas específicas, ya sea a nivel nacional o regional. Por ejemplo, la creación de una fuerza compensadora contra las posiciones afianzadas de las empresas transnacionales, dependerá de las acciones que llevan a cabo los países en desarrollo en distintos niveles --nacionales o regionales-- y/o de la cooperación interregional con otras zonas del Tercer Mundo.

Si se desea corregir efectivamente el desequilibrio actual, será necesario encontrar, desarrollar, fortalecer y/o ampliar las acciones colectivas entre los países productores-exportadores. La finalidad de este documento es facilitar las deliberaciones de los gobiernos de América Latina y el Caribe sobre posibles soluciones para alcanzar dichos objetivos.

Capítulo I

LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS BASICOS:
GENERALIDADES1. Un análisis basado en las transacciones entre "partes relacionadas" de los Estados Unidos

Según cifras de la UNCTAD, entre 30 y 40% del comercio internacional se efectúa entre empresas transnacionales, y filiales de ellas (comercio intra-firma) o entre partes relacionadas (5% o más de la propiedad del capital social). Otro 30% probablemente lo constituye el comercio estatal. El resto incluye mercados parcialmente "cautivos" como resultado de subcontrataciones o de acuerdos contractuales a largo plazo.^{1/} Esto determina que las condiciones de mercado en que se desarrolla el comercio internacional estén estrechamente controladas. Aquel concepto de un mercado mundial libre y abiertamente competitivo se reduce aún más como consecuencia del aumento de las barreras impuestas por los países desarrollados.

Es un hecho ampliamente reconocido que, en general, las exportaciones de los países en desarrollo hacen frente a un grupo relativamente pequeño y muy organizado de compradores. Esta sección trata de cuantificar y examinar la gravitación que tienen en esta gestión las empresas transnacionales. Por lo tanto, uno de sus aspectos sustantivos lo constituyen las transacciones intra-firma. La expresión incluye evidentemente el intercambio comercial entre las empresas matrices y las filiales de propiedad total, así como el que se realiza entre las empresas matrices y las filiales extranjeras en que aquellas tienen participación mayoritaria. En un grado variable, también se aplica al intercambio comercial entre las empresas matrices y las filiales extranjeras en que su participación es minoritaria.

Cabe señalar que se consideran operaciones de comercio entre partes independientes (arm's length trade) todas aquellas no realizadas a través de una negociación intra-firma. Por lo tanto, este concepto incluye las operaciones de mercado libre, y los contratos a largo plazo o arreglos preferenciales entre dos o más empresas independientes. Como ocurre en el comercio de muchos productos básicos, a pesar de no existir vínculos de capital con el vendedor o, según el caso, con el comprador, el intermediario puede ser una empresa transnacional influyente que tiene una posición dominante en el mercado. Por ello es que una transacción de productos básicos que incluya a este tipo de intermediación, aunque sea definida como comercio entre partes independientes, no implica, ni mucho menos, condiciones de mercado puramente competitivas.^{*/}

^{*/} A fin de aclarar algunas ambigüedades que rodean el concepto de comercio dentro de una misma empresa, se expone el caso hipotético de exportaciones de café brasileño a los Estados Unidos. Cuando la filial de propiedad total brasileña o una filial extranjera -en que la empresa matriz tiene participación mayoritaria- de una compañía elaboradora estadounidense (la compañía A) exporta café directamente a la empresa matriz en los Estados Unidos (caso I), es por definición comercio intra-firma. Cuando el exportador y el importador, que se dedican principalmente al intercambio comercial o al corretaje, están vinculados en cuanto al capital, aunque

Los datos disponibles sugieren que las empresas transnacionales se encargan de gran parte de las corrientes de comercio internacional. En 1977, 48% de las importaciones y 43% de las exportaciones estadounidenses constituyeron comercio intra-firma. Las operaciones se desarrollaron a través de casas matrices de los Estados Unidos con sus filiales en el extranjero o por medio de matrices extranjeras, con sus filiales en los Estados Unidos.^{2/} Asimismo, se ha observado que la proporción de este tipo de operaciones dentro de las exportaciones totales del Reino Unido aumentó de 29% en 1976, a 31% en 1980. Una muestra de 329 de las compañías industriales más grandes del mundo dejó en evidencia que, en 1977, la tercera parte de todas las exportaciones de empresas matrices consistía en ventas dentro de la empresa. Tal participación variaba de 45%, para las estadounidenses, a 30% para las de Europa Occidental y 17% para las japonesas.^{3/}

La tarea de analizar y cuantificar las actividades comerciales globales de las transnacionales se ve limitada por la falta de información. No se dispone de datos globales de las operaciones dentro de las empresas, porque la mayoría de los gobiernos no los recopilan sistemáticamente. Los Estados Unidos es el único país que recopila todos los antecedentes a este respecto. Lo hace por medio del Departamento de Comercio, el cual los publica en forma de estudios periódicos. El último de ellos es United States Direct Investment Abroad 1977.*/ La misma entidad

el comercio no llegue a efectuarse dentro de la empresa, tampoco se trata de un intercambio entre entidades independientes (caso II). Cuando un nacional brasileño, inclusive una entidad estatal o comerciante extranjero establecido en el Brasil, vende café a la compañía A directamente, la transacción es intercambio comercial entre entidades independientes (caso III). Además, cuando un nacional brasileño independiente o un exportador extranjero en el Brasil exporta café a los Estados Unidos por intermedio de un importador (caso IV) que no tiene ninguna relación de capital con el exportador o el elaborador, se trata también de comercio entre partes independientes. En este último caso, como ocurre en el comercio de muchos productos básicos, a pesar de no existir vínculos de capital con el elaborador, este importador puede ser una empresa transnacional con una posición dominante en el mercado del café. Una transacción de productos básicos que incluya a este tipo de intermediario, aunque se la defina como comercio entre partes independientes, puede representar un caso muy distinto del postulado para las operaciones de mercado abiertas libremente competitivas.

En general, se puede señalar que en muchas exportaciones de productos básicos, el tipo de transacciones más frecuente es el caso IV. Allí, a lo menos un nivel de mediación está constituido por un conjunto de poderosos grupos compradores.

En las alternativas expuestas, sólo el caso III constituye comercio de exportación directa por nacionales del país exportador. Pero, a veces, equivocadamente se clasifica el caso IV como comercio directo. Se considera que su participación termina a nivel de FOB o que la exportación por intermedio de uno de sus agentes autorizados constituye un comercio directo. Pero esto no es correcto, porque el comercio directo es una forma de transacción en que el exportador asume todas las responsabilidades que emanan de la negociación hasta la venta al comprador final en el extranjero.

*/ Conviene señalar que a partir de diciembre de 1985, el Departamento de

entregó también los resultados de una encuesta reciente por muestreo, sobre las operaciones de las filiales estadounidenses de empresas extranjeras, en 1978 y 1979.^{4/} Sin embargo, los datos contenidos en esos documentos no permiten un examen de las estructuras de comercialización, por país y por producto, a un nivel razonablemente detallado. Otra deficiencia es que la situación de 1977 puede dar una idea alejada de la realidad más reciente. Se estima que, a partir de 1980, la recesión generalizada, la creciente ola proteccionista en los países desarrollados de economía de mercado y la crisis de la deuda externa, han cambiado profundamente el marco de la inversión extranjera directa y los niveles y la estructura del comercio de productos básicos.

Los datos empleados en el presente documento pertenecen a la División de Comercio Exterior de la Oficina del Censo de los Estados Unidos. Se refieren al valor y al volumen de las importaciones de los Estados Unidos dentro de cada clasificación arancelaria (TSUS) desde cada país de origen siempre que provengan de "partes relacionadas". La definición de "parte relacionada" corresponde a una empresa en que 5% o más de las acciones con derecho a voto pertenecen a la otra parte con la que comercia. En tal definición se incluyen compañías con sede fuera de los Estados Unidos y empresas estadounidenses. Por consiguiente, esta definición, comparada con la que se emplea en las filiales de propiedad total o en las filiales extranjeras en que la empresa matriz tiene participación mayoritaria, incluye además de las transacciones efectuadas dentro de empresas productoras integradas verticalmente, aquéllas que tienen lugar entre agentes compradores y sus empleados, o entre sucursales de empresas de corretaje o comerciales.

El profesor G. Helleiner, de la Universidad de Toronto, ha escrito una serie de documentos pioneros en que analiza esta base de datos hasta el año 1977.^{5/} El presente estudio versa sobre las cifras comerciales correspondientes a 1981. No se dispone de información más reciente, ya que la Oficina del Censo de los Estados Unidos decidió suspender esta recopilación a partir de esa fecha. Además de la actualización del estudio de Helleiner que abarca todos los grupos de productos, en este Capítulo se hace mayor hincapié en el sector de productos básicos, con referencia a los países latinoamericanos. Idealmente, el análisis debería incluir datos similares correspondientes a otros países industrializados, pero, como ya se explicó, no se dispone de ellos.

Sin embargo, se considera que dada la importancia de los Estados Unidos en el comercio latinoamericano, los resultados de este análisis proporcionan un indicio de las repercusiones que tienen las transnacionales en el área comercial de los países de la región. La importancia del mercado estadounidense para los productos básicos

Comercio de los Estados Unidos hizo públicos algunos resultados de la encuesta sobre la inversión extranjera directa para el año 1982. Sin embargo, un análisis en profundidad usando estos datos no será posible hasta que las cifras completas estén disponibles. No obstante, un cálculo preliminar indica que la tasa de comercio intrafirma en 1982 para las importaciones estadounidenses se ubicó en 54.8%, mientras la cifra para las exportaciones alcanzó 55.1%. Estas muestran un porcentaje mucho mayor en comparación con 1977. En dicho año las cifras respectivas fueron para las importaciones, 48%, y para las exportaciones 43%.

latinoamericanos se refleja en un simple antecedente. En los últimos años, cerca de 30% de las exportaciones de productos primarios latinoamericanos tuvo por destino los Estados Unidos.

El examen de las cifras de 1981 indica que ese año, el 49% de las importaciones totales de mercaderías de los Estados Unidos se negociaron en forma de comercio entre partes relacionadas (CPR). En general, esto coincide con las cifras de 45.0% y 48.4%, correspondientes a 1975 y a 1977, respectivamente, que entrega G. Helleiner,^{6/} aunque indica una leve tendencia al crecimiento en el transcurso de esos años. Como era de prever, todas las importaciones, incluso al nivel más agregado, presentan amplias variaciones entre los productos y dentro de los principales grupos de productos (véase el Cuadro 1). En general, se observa mayor nivel de CPR en las manufacturas, especialmente en las industrias pesadas. Por otro lado, los productos animales, vegetales, minerales y no metálicos, registran un coeficiente muy bajo a nivel de los grupos agregados.

En el Cuadro 2 figura el grado de CPR con respecto a las importaciones totales de los Estados Unidos, por principales grupos de productos básicos (utilizando las subagrupaciones de la TSUS). Ambas cifras se basan en los valores de las declaraciones de aduanas.^{*/} Aunque la generalización es difícil, se puede distinguir que el CPR aumenta, como proporción del total a medida que uno avanza desde los productos primarios -excluido el petróleo- hacia los artículos semimanufacturados. Dentro de los productos primarios, el grado de "relación" tiende a aumentar de acuerdo con el nivel de elaboración/fabricación.^{**/} Se pueden proporcionar argumentos convincentes, por ejemplo, para las cadenas de productos de: i) cacao en grano/manteca/polvo/chocolate; ii) animales vivos/carne y preparados de carne; iii) cueros y pieles/calzado; iv) madera/madera en rollo/muebles.

Los productos básicos se ubican en un nivel de escasa importancia en el comercio total entre partes relacionadas. En especial, esto es válido para pescado -seco y salado-, mantequilla y crema fresca o agria, cueros y pieles, azúcar, jarabes, melaza y miel, café, yerba mate, especias, semillas oleaginosas, nueces y

^{*/} Cabe señalar que la TSUS difiere de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI). Por lo tanto, mientras en algunos grupos de productos básicos es posible efectuar comparaciones aproximadas, para otros las cifras bajo los mismos epígrafes difieren ampliamente.

^{**/} Esta conclusión es apoyada por las de Helleiner, respecto de los años anteriores. El indicó que esta pauta general se aplicaba para las importaciones de 1977, tanto desde el Tercer Mundo como de los miembros de la OCDE. Como concluyó acertadamente, "al ser iguales otras cosas, se pueden prever aumentos en el papel del comercio entre partes relacionadas a medida que avanza la industrialización en el Tercer Mundo y sigue aumentando la importancia relativa de su comercio de artículos manufacturados". Tomando en cuenta la conexión que vincula el grado de procesamiento con el comercio entre partes relacionadas, Helleiner concluyó que la importancia relativa de éste, al parecer, era mucho mayor en las importaciones provenientes de los países de la OCDE que las originadas en los países en desarrollo.

Cuadro 1

**LAS IMPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS EN EL COMERCIO ENTRE PARTES RELACIONADAS
(VALORES ARANCELARIOS) SEGUN LA CLASIFICACION ARANCELARIA
DE LOS ESTADOS UNIDOS DE 1981**

Clasificación arancelaria de los Estados Unidos		Grupo de productos	Partida arancelaria	Importaciones totales (Millones de dólares)(A)	Comercio entre partes relacionadas (Millones de dólares) (B)	(B)/(A) %
Clasificación						
1		Productos animales y vegetales	100.0110-193.2360	22 261	3 440	17.0
2		Madera y papel impresos	200.0300-274.9040	9 647	2 405	24.9
3		Textiles y productos textiles	300.1020-390.6000	9 780	1 377	14.1
4		Productos químicos y conexos	401.0200-495.2000	94 796	49 870	52.6
5		Minerales y productos no metálicos	511.1100-548.0500	5 874	1 099	18.7
6		Metales y productos de metal	601.0300-696.6000	97 127	61 413	63.2
7		Productos específicos productos misceláneos y no enumerados	700.0500-799.0000	20 179	6 727	33.3
8		Disposición para clasificación especial	800.0000-870.4500	4 687	2 046	43.6
Apéndice a los rubros arancelarios			901.0020-957.1500	363	341	93.9
TOTAL				259 012	126 788	49.0

Fuente: Informaciones proporcionadas por la División de Comercio Exterior de la Oficina de Censos de los Estados Unidos.

Cuadro 2

ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS: TRANSACCIONES
ENTRE PARTES RELACIONADAS (ISUSA), 1981

Subgrupo de productos	Descripciones de productos	Valores arancelarios de las importaciones totales (Miles de dólares) (A)	Valores arancelarios de las transacciones entre partes relacionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
<u>101</u>	Animales vivos	359 928	45 114	12.5
102 A	Carne de aves	3 371	247	13.6
102 B	Otras carnes y preparados de carne	1 990 274	432 569	21.7
<u>102</u>	Carne y preparados de carne	1 993 645	432 816	21.7
103 A	Pescado fresco, refrigerado o congelado	1 282 896	495 229	38.6
103 B	Pescado seco, salado	81 440	2 928	3.6
103 C y D	Pescado, preparado o en conserva	230 901	40 176	17.4
103 E	Crustáceos y moluscos preparados o en conserva	1 333 155	236 220	17.7
<u>103</u>	Pescado y preparados de pescado	2 928 393	774 552	26.4
104 A y D	Leche y crema	16 088	10 286	63.9
104 B	Mantequilla y crema fresca o ácida con contenido de más del 45% de materia grasa	2 155	34	1.6
104 C	Queso y cuajada	332 062	39 202	11.8
104 D	Huevos, aves y albúminas y yemas de huevos de aves	5 541	777	14.0
<u>104</u>	Productos lácteos y huevos	335 846	50 299	14.1
105 A	Cueros y pieles (excepto pieles finas) sin curtir, o curtidas	454 989	8 430	1.9
105 B	Pieles finas	193 795	3 538	1.8
<u>105</u>	Cueros, pieles y pieles finas sin curtir, o curtidas	648 783	11 968	1.8
106 A	Plantas vivas	67 830	20 152	29.7
106 B	Semillas de plantas	57 714	6 387	11.1
<u>106</u>	Plantas y semillas	124 543	26 539	21.3
<u>107</u>	Cebada, alforfón, maíz, sorgo, avena, arroz, centeno, trigo, almidones	95 060	6 436	6.8
<u>108</u>	Legumbres frescas, congeladas o conservadas temporalmente y leguminosas secas, raíces y tubérculos	839 061	403 165	48.0
<u>109</u>	Frutas y nueces, frescas o secas preparadas o en conserva	1 605 124	616 484	38.4
110 A	Azúcar, jarabes, melazas y miel	2 306 812	25 558	1.1
110 B	Cacao en grano, manteca de cacao, cacao en polvo y chocolate	876 212	101 192	11.5
110 C	Otros preparados alimenticios que contienen cacao o chocolate	123 759	53 484	43.4
<u>110</u>	Azúcar, melaza, miel, cacao y sus productos	3 306 783	180 234	5.5
111 A	Café, té, mate	3 019 422	147 390	4.9
111 B	Especias	136 033	2 425	1.8
<u>111</u>	Café, té, especias y sus preparados	3 155 456	149 814	4.7

(cont. Cuadro 2)

Subgrupo de productos	Descripciones de productos	Valores arancelarios de las importaciones totales (Miles de dólares) (A)	Valores arancelarios de las transacciones entre partes relacionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
112 A y B	Bebidas no alcohólicas	656 672	137 612	21.0
112 C y D	Bebidas alcohólicas	2 338 086	460 091	19.7
112	Bebidas	2 668 024	489 658	18.4
113	Tabaco y sus manufacturas	184 140	36 456	19.8
114	Oleaginosas, nueces oleaginosas y semillas oleaginosas no especificadas	558 039	32 619	5.8
115	Preparaciones de cereales y diversas preparaciones alimenticias	1 068 893	159 967	15.0
Clasificación 1	Productos animales y vegetales	20 260 724	3 440 047	17.0
201, 202 y 203	Madera, madera de construcción, corcho	3 482 229	426 074	12.2
204	Pulpa y papel	5 559 341	1 824 329	32.8
205	Libros, impresos	605 633	154 453	25.5
Clasificación 2	Madera y papel: impresos	9 647 202	2 404 855	24.9
301 A	Fibra de algodón, desperdicios, hilados	49 763	14 327	28.8
301 B	Otras fibras textiles, desperdicios, hilados, abacá, lino, cáñamo, sisal, henequén, yute, etc.	44 402	1 740	3.9
301 C	Lanas y otros pelos de animales e hilados	222 138	22 003	9.9
301 D	Seda cruda, hilados	12 483	2 554	20.5
301 E	Fibras artificiales	218 640	72 738	33.3
301 F	Otros hilados	1 404	564	40.2
301	Fibras textiles, desperdicios, hilados	548 829	113 927	20.8
302	Cuerdas y cordelajes	103 597	12 798	12.4
303 A	Telas de algodón	590 143	37 479	6.4
303 B	Telas, fibras vegetales	160 893	15 031	9.3
303 C y D	Tejidos, seda, lana	205 069	13 205	6.4
303 E y F	Tejidos, fibras artificiales	553 637	180 422	32.6
303	Tejidos textiles	1 509 741	258 415	17.1
304	Tejidos de punto de fibras textiles, tejidos estrechos, encaje, mallas, etc.	310 552	124 254	40.0
305	Cubrepisos, tapicerías y partículas de material plisado vegetal	527 799	48 153	9.1
306	Vestuarios y accesorios	6 512 782	778 905	12.0
307	Bolsos, adornos, cintas, trapos, limpiadores	268 647	40 145	14.9

(cont. Cuadro 2)

Subgrupo de productos	Descripciones de productos	Valores arancelarios de las importaciones totales (Miles de dólares) (A)	Valores arancelarios de las transacciones entre partes relacionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
Clasificación 3	Fibras textiles y productos textiles	9 779 948	1 376 598	14.1
<u>401</u>	Productos químicos orgánicos y conexos	2 141 409	1 133 549	52.9
<u>402</u>	Productos químicos inorgánicos y productos conexos	4 067 633	1 803 397	44.3
<u>403</u>	Productos médicos y farmacéuticos	711 178	392 081	55.1
<u>404</u>	Resinas sintéticas, caucho y materiales plásticos	1 181 082	455 277	38.5
<u>405, 406, 407, 408 y 409</u>	Aceites esenciales y materiales de perfumería, preparados de tocados, para pulir y limpiar	813 493	137 427	16.9
<u>410</u>	Petróleo crudo, productos de petróleo	80 337 109	43 324 614	53.9
<u>411</u>	Fertilizantes manufacturados	1 393 909	425 176	30.5
<u>412</u>	Explosivos	20 720	4 291	20.7
<u>413</u>	Aceites y grasas animales y vegetales, procesados, ácidos grasos, ceras de origen animal, vegetal o mineral	417 575	141 172	33.8
Clasificación 4	Productos químicos y conexos	91 094 107	47 940 701	52.6
<u>501</u>	Materiales crudos, grafito, cemento, piedra caliza, mármol, piedra, mica, asbestos, abrasivos naturales, crudos o procesados, incluidos diamantes industriales, naturales o sintéticos, otras piedras preciosas y semipreciosas	4 153 492	624 336	15.0
<u>502 A y B</u>	Arcilla y materiales refractarios de construcción	275 742	56 404	20.5
<u>502 C, D y E</u>	Loza para el hogar, de cerámica, porcelana o china, loza de barro o de piedra, artículos ornamentales cerámica y china	780 264	201 044	25.8
<u>503</u>	Vidrio, artículos de vidrio	664 104	217 332	32.7
Clasificación 5	Minerales y productos no metálicos	5 873 604	1 099 116	18.7
<u>601</u>	Metales no ferrosos, mineral	2 372 504	953 087	40.2
<u>602 A</u>	Metales preciosos, incluidos oro y plata	3 859 783	508 053	13.2

(cont. Cuadro 2)

Subgrupo de productos	Descripciones de productos	Valores arancelarios de las importaciones totales (Miles de dólares) (A)	Valores arancelarios de las transacciones entre partes relacionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
602 B	Hierro y acero, diversos tipos y formas	11 260 776	7 330 680	65.1
602 C	Productos relacionados con el cobre y aleaciones de cobre, elaborados y sin elaborar, desechos y chatarra	1 151 028	213 198	18.5
602 D	Productos relacionados con el aluminio y aleaciones de aluminio, elaborados y sin elaborar, desechos y chatarra	1 384 909	1 029 879	74.4
602 E	Productos relacionados con el níquel y aleaciones de níquel, elaborados y sin elaborar, desperdicios y chatarra	895 639	563 895	63.0
602 F	Productos relacionados con el estaño y aleaciones de estaño, elaborados y sin elaborar, desperdicios y chatarra	645 312	182 812	28.3
602 G	Productos relacionados con el plomo y aleaciones de plomo, elaborados y sin elaborar, desperdicios y chatarra	89 559	21 156	23.6
602 H	Productos relacionados con el zinc y aleaciones de zinc, elaborados y sin elaborar, desperdicios y chatarra	562 257	104 137	18.5
602 I, J y K	Productos relacionados con otros metales, aleaciones, desperdicios y chatarras	616 227	36 516	5.9
<u>602</u>	Metales no ferrosos	20 456 490	10 072 509	49.2
<u>603</u>	Manufacturas metálicas	5 658 425	1 140 220	20.2
604 A	Manufacturas de máquinas y equipos generadores de fuerza, máquinas y equipos industriales en general	6 342 651	2 989 773	49.1
604 B	Equipo de manejo mecánico	1 612 466	909 889	56.4
604 C	Maquinaria agrícola y hortícola (excepto tractores) maquinaria de elaboración de alimentos	748 306	442 585	59.1
604 D	Maquinaria de impresión y encuadernación y sus partes	671 196	240 299	35.8
604 E	Maquinaria textil, para lavar, blanquear y teñir	965 313	490 416	50.8
604 F	Maquinaria para trabajar metales, máquinas herramientas	2 268 852	1 206 397	53.2
604 G	Máquinas de oficina y equipo para la elaboración electrónica de datos	3 492 998	2 565 045	73.4
604 H	Maquinaria para calzado, clasificación, moldeado, elaboración de cigarrillos, aparatos audiovisuales, radios, etc.	1 766 375	857 068	48.5
604 J	Bolas, rodamientos, válvulas, etc.	1 554 368	779 448	50.1

(cont. Cuadro 2)

Subgrupo de productos	Descripciones de productos	Valores arancelarios de las importaciones totales (Miles de dólares) (A)	Valores arancelarios de las transacciones entre partes relacionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
<u>604</u>	Maquinaria de uso industrial	19 422 526	10 480 920	54.0
<u>605</u>	Maquinaria eléctrica, aparatos y artefactos	11 160 255	8 048 663	72.1
<u>606</u>	Vehículos de carretera, otro equipo de transporte	31 776 287	26 574 475	83.6
Clasificación 6	Metales y productos de metal	97 127 166	61 412 971	63.2
701 A	Calzado	3 141 218	234 138	7.5
701 B	Sombreros de todo tipo de material	154 524	20 455	13.2
701 C	Guantes de fibras textiles, de caucho y plásticos	215 507	72 150	33.5
701 D	Artículos para viajes, bolsos de mano	290 807	51 303	17.6
<u>701</u>	Prendas diversas de vestir	3 802 056	378 046	9.9
<u>702 A</u>	Lentes de contacto, lentes ópticos	779 071	293 797	37.7
<u>702 B</u>	Equipo y aparatos médicos	672 467	357 704	53.2
<u>702 C y D</u>	Instrumentos profesionales y científicos	1 187 876	676 706	57.0
<u>702 E</u>	Relojes de pulsera y relojes	1 250 716	645 961	51.6
<u>702 F</u>	Aparatos y equipo fotográficos	1 463 403	1 006 109	71.7
<u>702 G</u>	Películas cinematográficas, discos fonográficos, cintas grabadas, etc.	393 874	228 781	58.1
<u>702</u>	Aparatos y equipos de precisión	5 687 406	3 209 058	56.4
<u>703</u>	Instrumentos de música, estuches y repuestos	262 852	119 206	45.4
<u>704 A</u>	Muebles	1 256 706	321 764	25.6
<u>704 B</u>	Coberturas de piso	36 059	7 909	21.9
<u>704</u>	Muebles y coberturas de piso	1 292 765	329 673	25.5
<u>705 A</u>	Armas de fuego, municiones y cartuchos	159 659	29 459	18.5
<u>705 B</u>	Equipo de pesca	136 999	36 809	26.9
<u>705 C</u>	Bicicletas, cochecitos para niños	340 533	73 873	21.7
<u>705 D</u>	Equipo para deportes	1 140 403	356 968	31.3
<u>705 E</u>	Juguetes	862 303	222 977	25.9
<u>705</u>	Artículos y juguetes para deportes	2 639 897	721 086	27.3
<u>706, 707, 708</u>	Otros artículos			
<u>709 y 710</u>	manufacturados	1 642 567	251 002	15.3
<u>711</u>	Obras de arte, antigüedades	725 908	35 191	4.8
<u>712</u>	Manufacturas de caucho	2 784 515	1 515 538	54.4
<u>713 y 714</u>	Artículos diversos	828 916	141 036	17.0
Clasificación 7	Productos especificados; productos varios y no enumerados	20 178 878	6 726 712	33.3
<u>801, 802, 803, 804, 805, 806</u>	Bienes norteamericanos devueltos, bienes re-importados para uso público y de las instituciones	4 687 375	2 046 316	43.7

(cont. Cuadro 2)

Subgrupo de productos	Descripciones de productos	Valores arancelarios de las importaciones totales (Miles de dólares) (A)	Valores arancelarios de las transacciones entre partes relacionadas (Miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
Clasificación 8	Disposición para clasificación especial	4 687 375	2 046 316	43.7
901, 902, 903, 904 y 905	Diversos	362 945	340 709	93.9
Clasificación 9	Apéndice a los rubros arancelarios	362 945	340 709	93.9
Clasificaciones 1 a 9	Total	259 011 948	126 788 024	49.0

Fuente: Véase el Cuadro 1.

almendras oleaginosas, fibras textiles -incluidos desperdicios, hilados de abacá, lino, cáñamo, sisal, henequén, yute, etc.- lanas y otros pelos e hilados de animales, tejidos de algodón y de otras fibras vegetales.

En el Cuadro 3 se examina el grado de CPR de los Estados Unidos con respecto solamente a los países latinoamericanos. Se han elegido alrededor de 80 grupos de bienes primarios. En este análisis, los productos se seleccionan al nivel 7 dígitos de la TSUS.

A continuación se entrega una visión somera de los bienes más importantes. Una información más completa --por producto y por país-- que permite realizar una comparación con la situación global, puede encontrarse en el Cuadro 3.

En el rubro carne y preparados de carne, la importancia del CPR es variable. Mientras algunos países hacen depender de él buena parte de sus exportaciones, otros no lo utilizan o representa sólo un porcentaje mínimo de sus ventas al exterior. En términos generales --salvo las excepciones de Honduras y de Brasil-- en este sector América Latina muestra el nivel más bajo de comercio entre partes relacionadas.

Globalmente, las pieles y cueros exhiben un bajo coeficiente de CPR. Ningún país latinoamericano --se consideran, recuérdese, las exportaciones hacia los Estados Unidos-- lo utiliza para los tres productos seleccionados que aparecen en el Cuadro. Sin embargo, este panorama cambia considerablemente respecto de las exportaciones de calzado de cuero. El porcentaje es particularmente elevado para México.

El banano constituye una clara excepción a la norma de que "a mayor procesamiento mayor vinculación de capital", pues muestra un coeficiente particularmente elevado y para algunos países cercano al 100%. Esto se debe a que la "industria" del producto --en realidad un porcentaje muy alto se transa como fruta fresca-- se encuentra bajo el dominio de un número limitado de empresas transnacionales que participan en los sistemas de producción, comercialización y transporte. El caso del banano contrasta, por ejemplo, con el de las manzanas frescas, que casi no supone ningún comercio entre partes relacionadas.

Respecto del azúcar (de caña y de remolacha), jarabes y melaza, ningún país de la región informa acerca de comercio entre partes relacionadas. La cifra global también es muy baja. En 1981, sólo 0.7% de las importaciones de azúcar de los Estados Unidos se negoció siguiendo esta vía. Esto parece indicar un elevado grado de "apertura" del mercado del azúcar, donde ninguna empresa transnacional importante --productora o comercial-- controla las exportaciones ni las importaciones.

En el cacao y sus derivados, según el nivel de elaboración, hay diversos coeficientes de CPR. Esto se aplica a las importaciones desde todas las fuentes. Los coeficientes del cacao en grano para los países latinoamericanos son muy bajos: incluso para la República Dominicana, el Ecuador y el Brasil --los tres exportadores principales-- alcanzan a menos de 1%. Las importaciones estadounidenses de cacao en grano provenientes de todas las fuentes muestran un coeficiente de sólo 3.4%. Sin embargo, a medida que aumenta el grado de elaboración --como en los casos de la manteca de cacao, los productos de chocolate y los artículos de confitería-- el coeficiente de todos los países se eleva a un rango entre 12 y 17%. En el caso del

Cuadro 3

**ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE PRODUCTOS BASICOS;
TRANSACCIONES ENTRE LAS PARTES RELACIONADAS (VALORES CIF) SEGUN LA
CLASIFICACION ARANCELARIA DE LOS ESTADOS UNIDOS DE 1981**

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares)	(B)/(A) %
			(A)	(B)	
1061020	Vacuno con hueso, fresco y refrigerado	México	374	-	
		Guatemala	389	-	
		Honduras	220	-	
		Costa Rica	152	-	
		República Dominicana	445	-	
		Todos los países	21 523	32	0.2
1061040	Vacuno, congelado con hueso	Honduras	191	191	100.0
		Todos los países	2 082	491	23.6
1061060	Vacuno sin hueso, fresco refrigerado y congelado	México	1 777	-	
		Guatemala	13 472	-	
		Belice	134	-	
		El Salvador	364	-	
		Honduras	52 609	10 505	20.2
		Nicaragua	23 711	2 864	12.1
		Costa Rica	76 015	1 475	1.9
		Panamá	5 827	-	
		Haití	2 733	-	
		República Dominicana	13 315	-	
		Todos los países	1 313 897	283 247	21.6
1074820	Carne salada de vacuno en contenedores herméticos de no más de dos libras de capacidad	Brasil	54 987	25 866	47.0
		Uruguay	3 166	-	
		Argentina	20 535	-	
		Todos los países	78 966	25 866	32.8
1074840	Carne salada de vacuno en contenedores herméticos de más de dos libras de capacidad	Brasil	8 022	2 011	25.1
		Uruguay	1 568	-	
		Argentina	8 248	-	
		Todos los países	18 037	2 145	11.8
1144545	Camarones y langostinos sin pelar	México	213 398	91 256	42.8
		Guatemala	14 242	2 706	19.0
		Belice	266	-	
		El Salvador	20 903	-	
		Honduras	18 607	93	0.6
		Nicaragua	12 316	3 212	26.1
		Costa Rica	9 228	-	
		Islas Turcas	372	-	

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
		Haiti	165	-	
		Panamá	56 130	510	0.9
		República Dominicana	84	17	20.2
		Barbados	55	-	
		Trinidad y Tabago	1 486	86	5.8
		Colombia	11 914	-	
		Venezuela	6 973	1	
		Guyana	6 432	2 962	46.1
		Suriname	6 179	5 045	81.6
		Guyana Francesa	10 488	4 234	40.4
		Ecuador	82 928	2 278	2.7
		Perú	6 083	-	
		Chile	66	-	
		Brasil	13 244	224	1.7
		Argentina	100	-	
		Todos los países	537 818	116 543	21.7
1201400	Cueros de vacuno sin curtir o curtidos	Honduras	136	-	
		Todos los países	28 716	1 397	4.9
1213000	Piel de becerro superior	Colombia	331	-	
		Argentina	8 686	-	
		Todos los países	20 326	63	0.3
1216138	Piel de vacuno de baja calidad, no especificada	México	162	-	
		Costa Rica	252	-	
		Colombia	265	-	
		Brasil	2 901	-	
		Paraguay	479	-	
		Uruguay	142	-	
		Argentina	13 263	-	
		Todos los países	29 777	629	2.1
14610000	Manzanas frescas	Colombia	47	-	
		Perú	175	-	
		Chile	8 829	165	1.9
		Todos los países	46 248	379	0.6

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
1464000	Bananos frescos	México	3 397	152	6.3
		Guatemala	49 351	28 315	57.4
		Honduras	183 996	182 149	99.0
		Nicaragua	21 829	21 144	96.9
		Costa Rica	159 966	113 497	71.0
		Panamá	55 078	42 623	77.4
		República Dominicana	5 923	39	0.7
		Colombia	90 990	46 188	50.8
		Venezuela	493	493	100.0
		Ecuador	138 102	64 457	46.7
		Bolivia	831	564	67.9
		Todos los países	709 496	500 048	70.5
1552045	Caña de azúcar, remolacha, jarabes, melaza, no especificadas	Guatemala	91 188	-	
		Belice	30 381	-	
		El Salvador	14 144	-	
		Honduras	48 461	-	
		Nicaragua	35 132	-	
		Costa Rica	35 190	-	
		Panamá	60 955	-	
		República Dominicana	347 284	-	
		Islas de Sotavento y			
		Barlovento	4 049	-	
		Barbados	9 191	-	
		Antillas Neerlandesas	2 449	-	
		Colombia	105 445	-	
		Guyana	35 896	-	
		Ecuador	19 202	-	
		Bolivia	8 545	-	
		Brasil	416 345	-	
		Argentina	230 125	-	
		Todos los países	2 292 585	17 083	0.7
1554000	Melaza no comestible	México	4 445	-	
		Guatemala	13 371	396	3.0
		Belice	2 630	-	
		Honduras	4 201	-	
		Nicaragua	5 902	2 797	47.4
		Costa Rica	1 383	764	55.2
		Panamá	3 160	2 056	65.1

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
		Haití	841	-	
		República Dominicana	21 988	-	
		Barbados	606	-	
		Trinidad y Tabago	2 166	-	
		Colombia	11 783	-	
		Guyana	2 852	-	
		Ecuador	5 562	1 243	22.3
		Brasil	16 649	1 687	10.1
		Todos los países	133 527	9 269	6.9
1557000	Miel	México	9 582	14	0.1
		Guatemala	313	1	0.3
		El Salvador	452	-	
		Honduras	310	-	
		República Dominicana	939	-	
		Chile	351	-	
		Brasil	770	-	
		Argentina	5 836	-	
		Todos los países	34 579	347	1.0
1561000	Cacao en grano	Guatemala	453	-	
		Honduras	1 326	-	
		Nicaragua	89	-	
		Costa Rica	1 422	-	
		Panamá	199	-	
		Haití	2 830	-	
		República Dominicana	47 384	94	0.2
		Islas de Sotavento y Barlovento	157	-	
		Trinidad y Tabago	4 030	-	
		Venezuela	2 654	-	
		Ecuador	20 824	-	
		Perú	1 117	-	
		Brasil	74 013	356	0.5
		Paraguay	133	-	
		Todos los países	501 346	16 991	3.4
1562000	Chocolate sin azúcar	Costa Rica	321	-	
		Ecuador	36 002	653	1.8
		Perú	5 196	-	

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
		Brasil	37 098	7 954	21.4
		Todos los países	89 196	10 730	12.0
1563020	Chocolate azucarado, confitería	México	311	99	31.8
		República Dominicana	101	-	
		Todos los países	11 978	1 984	16.6
1563500	Manteca de cacao	México	7 814	-	
		Costa Rica	3 715	-	
		Panamá	411	-	
		Jamaica	129	-	
		República Dominicana	3 621	47	1.3
		Colombia	3 841	-	
		Venezuela	1 827	-	
		Ecuador	12 916	-	
		Perú	6 666	-	
		Bolivia	411	-	
		Brasil	83 865	13 534	16.1
		Todos los países	228 115	29 043	12.7
1601020	Café verde	México	234 692	179	0.1
		Guatemala	109 379	49	0.1
		Belice	2 141	-	
		El Salvador	130 309	366	0.3
		Honduras	54 767	-	
		Nicaragua	23 844	-	
		Costa Rica	36 986	47	0.1
		Panamá	3 321	-	
		Jamaica	228	-	
		Haití	4 864	-	
		República Dominicana	54 909	-	
		Trinidad y Tabago	239	-	
		Antillas Neerlandesas	1 839	-	
		Colombia	328 543	15 848	4.8
		Venezuela	4 917	-	
		Guyana	1 174	-	
		Suriname	307	47	15.3
		Ecuador	99 533	525	0.5
		Perú	87 295	262	0.3
		Bolivia	2 975	-	

(cont. Cuadro 2)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
		Chile	653	-	
		Brasil	707 774	29 617	4.2
		Paraguay	17 383	-	
		Argentina	2 890	-	
		Todos los países	2 769 649	113 311	4.1
1601040	Café tostado o molido	México	11 128	1 878	16.9
		Guatemala	173	2	1.2
		El Salvador	183	-	
		Nicaragua	192	-	
		Jamaica	169	-	
		República Dominicana	13 796	-	
		Antillas Neerlandesas	4 155	-	
		Colombia	372	-	
		Brasil	2 692	1	0.1
		Todos los países	40 564	4 227	10.4
1602000	Café soluble o instantáneo sin aditivos	México	2 494	835	33.5
		Guatemala	1 443	1	0.1
		El Salvador	2 797	-	
		Nicaragua	3 939	607	15.4
		Colombia	3 628	47	1.3
		Ecuador	9 692	708	7.3
		Brasil	188 636	4 776	2.5
		Todos los países	227 321	15 153	6.7
1605000	Té verde o preparado	República Dominicana	123	1	0.8
		Colombia	83	83	100.0
		Ecuador	856	-	
		Brasil	5 557	54	1.0
		Argentina	11 092	265	2.4
		Todos los países	152 787	18 991	12.4
1606500	Mate preparado	Brasil	99	-	
		Argentina	337	-	
		Todos los países	485	18	3.7
1617720	Pimienta negra sin moler	México	49	-	
		Brasil	20 892	-	
		Todos los países	41 422	1	0.1

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
1617740	Pimienta blanca sin moler	Brasil	1 436	-	
		Todos los países	4 967	-	
1651500	Jugos de manzana y pera sin mezclar, con no más de 1% de alcohol	México	2 849	2 276	79.9
		Chile	1 671	-	
		Brasil	78	-	
		Uruguay	382	-	
		Argentina	31 745	-	
		Todos los países	68 608	2 352	3.4
1653540	Jugo de naranja concentrado	México	5 779	-	
		Belice	2 453	-	
		Brasil	189 349	564	0.3
		Todos los países	199 108	565	0.3
1654600	Jugo de piña concentrado	México	637	-	
		Honduras	958	923	96.3
		Todos los países	19 021	10 972	57.7
1701000	Tabaco para puros, mezclado o empacado con relleno, sin despalillar	México	863	-	
		Honduras	1 222	410	33.6
		Nicaragua	799	35	4.4
		República Dominicana	62	-	
		Ecuador	128	28	21.9
		Todos los países	4 776	474	9.9
1703210	Tabaco en hoja para ciga- rillos, sin despalillar, curado al humo	Brasil	5 546	1 422	25.6
		Argentina	1 657	1 452	87.6
		Todos los países	12 244	5 892	41.4
1703230	Tabaco en hoja, sin despa- llar, tipo Kentucky	México	4 800	-	
		Guatemala	448	368	82.1
		Honduras	534	69	12.9
		Costa Rica	82	-	
		Colombia	116	-	
		Venezuela	190	-	
		Brasil	3 811	90	2.4
		Todos los países	29 513	8 886	30.1

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
1704000	Tabaco en hoja para relleno, incluidos cigarros, sin despalillar, no especificado	México Honduras Nicaragua República Dominicana Ecuador Brasil Paraguay Todos los países	1 398 550 641 511 166 476 529 4 803	- 214 54 33 35 - - 336	 38.9 8.4 6.5 21.1 7.0
1704500	Tabaco para relleno, despa- lillado, no especificado	México Honduras Nicaragua República Dominicana Brasil Todos los países	646 843 77 1 968 810 4 386	- 508 3 124 - 640	 60.3 3.9 6.3 14.6
1705000	Tallos de tabaco sin cortar, etc.	México Guatemala Honduras República Dominicana Venezuela Brasil Argentina Todos los países	2 167 184 220 183 73 2 117 433 7 920	- 96 146 112 - 192 - 1 706	 52.2 66.4 61.2 9.1 21.5
1706020	Tabaco en hebra para cigarros	México Honduras Nicaragua República Dominicana Colombia Brasil Paraguay Argentina Todos los países	4 334 301 117 6 884 1 839 4 662 1 982 475 37 186	- 76 8 434 - - - - 616	 25.2 6.8 6.3 1.7
1706600	Cigarros, charutos de 15 centavos o más	México Honduras Nicaragua Costa Rica	1 381 1 378 485 122	- 360 15 6	 26.1 3.1 4.9

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
		Jamaica	2 309	1 303	56.4
		República Dominicana	4 219	1 328	31.5
		Todos los países	10 657	3 014	28.3
1707000	Cigarros con valor de 23 centavos o más	México	3 120	-	
		Honduras	1 688	588	34.8
		Nicaragua	183	-	
		Costa Rica	103	6	5.8
		Jamaica	5 037	3 067	60.9
		República Dominicana	6 046	3 306	52.9
		Todos los países	17 388	6 967	40.1
1708045	Tabaco, manufacturado o no, no especificado	México	5 760	-	
		Guatemala	8 111	90	1.1
		El Salvador	967	-	
		Honduras	5 919	932	15.7
		Nicaragua	370	-	
		Panamá	3 339	-	
		Colombia	251	-	
		Venezuela	1 114	-	
		Ecuador	567	-	
		Brasil	47 328	8 244	17.4
		Argentina	1 823	132	7.2
		Todos los países	146 712	26 652	18.2
1845530	Carne y desperdicios de pescado y ballena, no aptos para el consumo humano	Panamá	3 027	629	20.8
		Chile	10 332	4 529	43.8
		Todos los países	21 584	5 455	25.3
1922100	Flores cortadas, frescas	México	1 837	133	7.2
		Guatemala	291	10	3.4
		Costa Rica	379	-	
		Panamá	152	-	
		República Dominicana	244	78	32.0
		Colombia	84 181	26 788	31.8
		Ecuador	180	-	
		Perú	1 446	2	0.1
		Todos los países	106 901	28 036	26.2

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
3003549	Troncos y maderas duras de construcción, salvo madera para pulpa, no especificada	Guatemala Guyana Todos los países	552 27 1 236	3 - 3	0.1 0.1
2023200	Balsa y madera de teca, en bruto	Guyana Ecuador Todos los países	173 1 383 13 531	- 10 73	 0.7 0.5
2023420	Madera de caoba aserrada en bruto, salvo forros, molduras y pisos	Guatemala Perú Bolivia Chile Brasil Todos los países	450 149 5 552 145 24 681 31 656	- - - - - -	
2024400	Madera dura, madera aserrada en bruto, no especificada	Guatemala Costa Rica Guyana Perú Bolivia Brasil Paraguay Todos los países	76 45 271 1 204 88 19 254 900 38 664	- - - - - 175 - 674	 0.9 1.7
2026600	Madera dura, molduras, etc., tallas y ornamentos para adornos	México Guatemala Honduras Costa Rica Colombia Brasil Todos los países	3 616 226 557 70 91 1 538 34 680	2 287 - - - 46 2 4 303	63.2 50.5 1.3 17.4
2070080	Artículos de madera, no especificados	México Honduras Haití Colombia Perú Brasil Todos los países	4 047 147 409 232 82 798 70 639	2 207 - 8 - - 3 6 426	54.5 2.0 0.3 9.0

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
2400320	Chapas de madera dura, no especificadas, no reforzadas ni forradas	Costa Rica Panamá Colombia Perú Bolivia Chile Brasil Todos los países	1 022 234 581 5 581 664 69 7 445 42 671	- - 78 1 257 - - 4 199 6 386	 13.4 22.5 56.4 15.0
2402360	Láminas de madera dura sobre madera terciada, no especifi- cada, sin cepillar o cepillada	Costa Rica Brasil Todos los países	1 162 6 000 134 068	- 3 544 11 010	 59.1 8.2
3001040	Algodón en bruto, no especifi- cado, con una longitud de fibra de 1 y 1/8 de pulgada	México Todos los países	4 573 5 246	4 026 4 026	88.0 76.7
3013000	Hilado de algodón sin blanquear, mercerizado, etc.	El Salvador Perú Brasil Argentina Todos los países	1 311 2 591 2 710 87 10 386	- - 16 - 16	 0.6 0.2
3043240	Fibras de yute en bruto, no especificadas	Todos los países	3 009	1	0.1
3044600	Sisal y henequén, desecho bruto y desecho elaborado	Haití Brasil Todos los países	133 817 2 228	- - -	
3063172	Lana de un grosor menor de 58 elementos, no especificada, sucia o lavada o clasificada	Chile Brasil Uruguay Argentina Todos los países	1 325 1 312 4 795 12 650 56 999	- 216 451 13 251	 4.5 3.6 23.2
4171240	Oxido de aluminio (alúmina)	Jamaica Trinidad y Tabago Guyana Suriname	128 837 499 777 105 916	82 258 - - 56 651	63.8 53.5

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
		Brasil	177	-	
		Todos los países	880 557	448 090	50.9
4751010	Petróleo crudo de 250 grados API o más	México	3 943 960	1 393 487	35.3
		Guatemala	35 292	-	
		Trinidad y Tobago	1 473 317	1 409 513	95.7
		Venezuela	511 803	15 612	3.1
		Ecuador	499 940	133 955	26.8
		Perú	405 957	255 279	62.9
		Brasil	151 749	13 253	8.7
		Todos los países	58 560 007	35 456 288	60.5
6010600	Bauxita cruda	Jamaica	196 266	196 266	100.0
		Haiti	16 667	16 667	100.0
		República Dominicana	18 857	18 857	100.0
		Guyana	22 475	283	1.3
		Suriname	57 645	23 076	40.0
		Brasil	46 005	16 522	35.9
		Todos los países	491 015	374 256	76.2
6012430	Mineral de hierro, no concen- trado o aglutinado incluido manganesífero con no más del 10% de manganeso	Venezuela	141 446	3 149	2.2
		Chile	2 382	-	
		Brasil	9 347	-	
		Todos los países	327 838	125 778	38.4
6012450	Mineral de hierro, no especi- ficado	Venezuela	28 256	2 953	10.5
		Perú	2 989	-	
		Chile	6 955	785	11.3
		Brasil	61 789	-	
		Todos los países	795 503	348 727	43.8
6012760	Mineral de manganeso, incluido manganesífero con 47% de conte- nido de manganeso y más	México	641	145	22.6
		Brasil	6 008	-	
		Todos los países	39 538	5 897	14.9
6015400	Mineral de tungsteno	México	3 655	14	0.4
		Perú	4 868	-	
		Bolivia	20 117	6 394	31.8
		Brasil	3 612	-	
		Todos los países	92 710	8 586	9.3

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
6021011	Contenido de plomo imponible proveniente de mineral tratado inicialmente en las plantas reductoras de plomo	México Honduras Colombia Perú Chile Argentina Todos los países	864 9 650 78 4 194 1 884 3 639 22 272	- - - - - - -	
6022022	Contenido imponible de zinc proveniente de mineral inicial- mente tratado en las plantas reductoras de zinc	México Honduras Perú Chile Todos los países	11 399 926 22 124 336 113 458	- - - - 32 704	 38.8
6023033	Contenido en cobre de mineral inicialmente tratado en las plantas de refinación del cobre	México Perú Chile Todos los países	13 706 2 642 870 55 502	97 - - 1 843	0.7 3.3
6052040	Lingotes de plata, refinados	México Panamá Venezuela Perú Chile Brasil Todos los países	200 921 7 980 632 223 026 14 570 638 842 883	16 245 93 - 4 540 799 638 90 347	8.1 1.2 2.0 5.5 100.0 10.7
6120640	Cobre sin aleación no elabo- rado, no especificado	México Perú Chile Brasil Argentina Todos los países	8 990 62 158 222 984 538 1 660 598 336	- 1 440 3 204 - - 54 652	 2.3 4.1 9.1
6180200	Aluminio sin aleación, no elaborado, no especificado	México Venezuela Surinam Brasil Todos los países	93 22 232 19 842 35 548 690	- - 2 117 - 433 178	 10.7 78.9

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
6182565	Aleaciones de aluminio no elaborado	México Venezuela Argentina Todos los países	123 73 705 359 001	- - - 309 437	 86.2
6182565	Chapas y bandas de aluminio	Venezuela Brasil Argentina Todos los países	425 2 862 1 141 220 244	- 3 - 27 622	 0.1 12.5
6200300	Níquel no elaborado	Todos los países	747 499	468 411	62.6
6220200	Estaño distinto de las aleaciones, no elaborado	México Perú Bolivia Brasil Todos los países	666 1 539 112 145 15 797 645 386	- - 13 580 251 182 751	 12.1 1.6 28.3
6220420	Aleaciones de estaño en bruto con un contenido de mas de 25% de plomo	Bolivia Todos los países	1 152 3 688	- 1 319	 35.8
6240350	Plomo sin aleación no elaborado, excluido el plomo en barras	México Perú Argentina Todos los países	21 841 2 341 249 69 358	13 537 836 - 14 473	62.0 36.7 20.9
6260200	Zinc sin elaborar, las aleaciones	México Perú Chile Brasil Todos los países	13 475 90 783 1 293 1 293 567 827	13 181 17 737 309 - 109 679	97.8 43.5 70.3 19.3
7002960	Calzado de cuero ribeteado para hombres, con un valor superior a 6.80 dólares el par, no especificado	México Brasil Todos los países	18 490 2 984 60 264	10 383 - 19 246	56.2 31.9

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
7002980	Calzado de cuero ribeteado para hombres, salvo calzado de trabajo y deportivo, no especificado, de más de 6.80 dólares el par	México Brasil Todos los países	1 331 2 290 22 215	1 098 - 7 484	82.5 33.7
7003515	Calzado de cuero para deporte, no especificado, para hombres, jóvenes y niños	México Todos los países	301 343 441	1 32 859	0.3 9.6
7003530	Mocasines con suela de cuero para hombres	Costa Rica Haití Perú Brasil Argentina Todos los países	138 1 101 69 4 188 336 15 557	- 985 - - - 1 387	 89.5 8.9
7003550	Calzado de cuero no especi- ficado para hombre, con suela adherida con pegamento	México Guatemala República Dominicana Colombia Brasil Uruguay Argentina Todos los países	809 134 98 143 46 957 90 408 260 611	462 40 - 39 120 - - 16 557	57.1 29.9 27.3 0.2 8.0
7004510	Calzado de cuero no especi- ficado, informal, para mujeres, de más de 2.50 dólares el par	México Haití República Dominicana Brasil Uruguay Todos los países	473 190 692 67 831 106 96 612	192 31 - 26 - 568	40.6 16.3 0.1 0.6
7004540	Calzado de cuero con suela adherida con pegamento, para mujeres, de más de 2.50 dólares el par	México Guatemala República Dominicana Perú Brasil Uruguay Todos los países	561 384 281 309 237 852 3 104 707 347	189 45 - - 50 5 36 462	33.7 11.7 0.1 0.2 5.2

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares) (A)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares) (B)	(B)/(A) %
7004560	Calzado de cuero para mujeres, no especificado, de mas de 2.50 dólares el par	México Haiti República Dominicana Brasil Uruguay Todos los países	10 044 120 68 16 977 1 018 83 960	1 670 - - 56 - 5 310	16.6 0.3 6.3
7005846	Calzado de vinilo, no especificado, para mujeres	México República Dominicana Brasil Todos los países	3 530 65 411 191 386	3 467 - - 5 186	98.8 2.9
7272900	Sillas de madera, no especificadas	México Honduras Costa Rica Jamaica Colombia Brasil Argentina Todos los países	3 214 325 37 71 81 1 183 83 159 445	650 1 - - 12 33 - 26 220	20.2 0.3 14.8 2.8 16.4
7273540	Muebles de madera, no especificados	México Honduras Jamaica Haiti Colombia Perú Chile Brasil Todos los países	10 351 520 241 289 328 131 220 1 993 386 611	615 - 8 - 25 1 - 100 50 441	5.9 3.3 7.6 0.8 0.5 13.0
7275560	Muebles y partes, no especificados	México Guatemala Honduras	7 363 831 1 151	3 631 - -	49.2

(cont. Cuadro 3)

Número de la clasificación arancelaria de los Estados Unidos	Descripción del producto	País de origen	Valor total de las importacio- nes (miles de dólares)	Transacciones totales entre las partes rela- cionadas (miles de dólares)	(B)/(A) %
			(A)	(B)	
		Costa Rica	430	24	5.6
		Haiti	687	-	
		Colombia	648	-	
		Brasil	972	120	12.3
		Argentina	343	-	
		Todos los países	245 063	30 723	12.5

Fuente: Véase el Cuadro 1.

Brasil, la manteca y el chocolate sin azúcar exhiben niveles de 16.1% y 21.4%, respectivamente.

La situación del café es similar a la del cacao. El café crudo tiene un coeficiente de CPR de sólo 4.1% para todos los países, incluyendo al Brasil y Colombia, los grandes exportadores de la región. El nivel sube en café tostado, café molido, café soluble o instantáneo. En estos productos, México registra un CPR especialmente alto.

En términos relativos, el tabaco y sus derivados muestran un elevado coeficiente. Esto es válido en términos generales y para los países de América Latina, en particular. Se observan variaciones entre los diversos tipos de productos y entre los países exportadores. A modo de ejemplo, Guatemala, Honduras y la República Dominicana ostentan un coeficiente elevado en el tabaco en rama y Jamaica en los cigarros.

En las maderas tropicales se observa también un bajo nivel de CPR en los productos con escaso grado de elaboración. Cabe hacer notar que en la región la exportación de esos productos aún no alcanza la importancia que tiene en algunos países asiáticos, tales como Filipinas, Indonesia y Malasia. Sin embargo, los coeficientes son más elevados en enchapados -en el período 1978-1980, América Latina representó 26.8% de las exportaciones mundiales- y madera terciada -19.1%- , corroborando la relación que ya se vislumbró en otros productos. Se informa, además, de un coeficiente relativamente alto -del 10 al 20%- para los muebles de madera.

Como los Estados Unidos -más que país importador- es el mayor exportador mundial de algodón, es probable que las cifras indicadas aquí no reflejen con exactitud la situación del mercado internacional. El elevado nivel de CPR que se señala para México podría significar un caso especial entre los dos países vecinos. Las transacciones de otras fibras textiles como el yute, el sisal y el henequén se efectúan principalmente entre partes no relacionadas. Las correspondientes a la lana, en cambio, tienen un coeficiente más elevado. Pero para los países latinoamericanos -la Argentina y el Uruguay-, éstos son marginales.

En el petróleo, la cifra total es del orden de 60%. Sin embargo, existe una marcada variación entre los países de América Latina. Trinidad y Tabago tiene la cifra más elevada, con cerca de 100%. México, que es el mayor exportador, inscribe en este renglón alrededor de la tercera parte de sus ventas a los Estados Unidos. Venezuela y Brasil, por su parte, no alcanzan a 10%.

En la esfera de los minerales y metales, la bauxita -debido a la gran escala e intensidad de capital de su procesamiento- posee el nivel más elevado de CPR a pesar de corresponder a la primera fase de la secuencia bauxita-alúmina-aluminio. Para tres países latinoamericanos -Jamaica, Haití y la República Dominicana- 100% de las exportaciones a los Estados Unidos corresponde a este tipo de transacciones. En los casos del Brasil y Suriname, es aproximadamente 40% de las exportaciones. Para Guyana, en cambio, ese porcentaje resulta casi nulo.

La alúmina registra también, un alto grado de comercio entre partes relacionadas, aunque considerablemente inferior al de la bauxita.

Las exportaciones latinoamericanas de aluminio son relativamente pequeñas en cantidad y pocas corresponden a comercio entre partes relacionadas. Sin embargo, las importaciones estadounidenses de aluminio en bruto, provenientes de todas las fuentes, alcanzan un índice de CPR superior al 80%. En consecuencia la cadena bauxita-alúmina-aluminio, tampoco guarda gran correspondencia entre grado de elaboración y vinculaciones de capital.

Respecto del mineral de hierro, los países latinoamericanos abastecen 30% del total mundial de exportaciones. Por otra parte, aproximadamente 40% de las importaciones estadounidenses totales dependen del comercio entre partes relacionadas. Para los países de la región, este coeficiente es solamente de alrededor de 10%. El Brasil, uno de los mayores exportadores del mundo, no registra CPR con los Estados Unidos. Sin embargo, considerando que el Japón y Europa son mercados mucho más importantes para el Brasil, la forma de comercialización podría diferir significativamente de la existente con respecto a los Estados Unidos.

El cobre --mineral y elaborados-- enfrenta un mercado más abierto que la bauxita, la alúmina, el aluminio y el mineral de hierro. De sus exportaciones de cobre bruto no aleado a los Estados Unidos, Chile y Perú negocian sólo 25% entre partes relacionadas.

El comercio de estaño --en este caso estaño en bruto--, entre partes relacionadas representa casi 30% de las importaciones estadounidenses. Bolivia, que es el mayor exportador de la región, --en 1981 cubrió el 17% de las importaciones estadounidenses-- registra un 12% de CPR muy inferior al promedio de todas las fuentes. Otros exportadores latinoamericanos, como el Brasil y Perú, registran poco o ningún comercio entre partes relacionadas. En los casos del plomo y del zinc, los exportadores latinoamericanos desarrollan los niveles más altos de todas las fuentes abastecedoras. El vínculo es especialmente fuerte para México y, en menor grado, para Perú.

En los minerales de manganeso y tungsteno, la cifra global de CPR no es significativa. Sin embargo, algunos países latinoamericanos se destacan nítidamente, al utilizar esta vía con porcentajes de relativa importancia.

En el Capítulo siguiente se proporciona una descripción más detallada de los canales de importación/exportación de productos primarios. Los antecedentes expuestos, hasta el momento, nos entregan una visión de la estructura de importaciones de los Estados Unidos, en particular con respecto al sector de productos básicos, lo que da una idea de la coexistencia de muy diversos sistemas o formas de comercialización. En algunas cadenas de elaboración o determinados productos básicos, el coeficiente de CPR es sumamente elevado, como en la bauxita/alúmina/aluminio y el banano, mientras que en otros es casi inexistente, como en el azúcar. El análisis anterior destaca también el hecho de que dentro de un grupo de productos básicos se observa un coeficiente más elevado de CPR para aquellos productos con mayor elaboración y, por lo tanto, mayor valor agregado. Lo que parece ser frecuente es que la participación de las empresas transnacionales en la cadena total de elaboración y comercialización se incrementa cuando el valor agregado es alto. Por lo general, ello ocurre en actividades que entrañan la utilización de nombres comerciales, abundante publicidad y diversificación de productos. Es el caso de la mayoría de los mercados de alimentos y bebidas, como

los del chocolate, café o té elaborados.

La expresión "comercio intra-firma" normalmente supone operaciones dentro de empresas verticalmente integradas. Sin embargo, el análisis anterior nos recuerda otros casos en que se puede emplear el comercio dentro de la empresa. Por ejemplo, el concepto incluye el comercio internacional entre sucursales o filiales de la misma compañía productora. Cada una se dedica a rubros diferentes y básicamente no relacionados. También podría tener lugar en lo que son esencialmente empresas comercializadoras o de corretaje, como ocurre con las "sogo-shosha" japonesas (empresas mercantiles multinacionales). Por consiguiente, si bien el comercio dentro de la empresa se encuentra con frecuencia en compañías o sectores en los que hay un elevado grado de concentración de mercado, no está necesariamente asociado con él.

Las observaciones formuladas en esta sección plantean varios interrogantes: i) ¿Qué factores determinan bajos coeficientes de CPR en los productos primarios en general; y ii) ¿Qué razones hacen variar estos coeficientes entre diferentes productos básicos? En resumen, ¿por qué las empresas transnacionales -comercializadoras o productoras- deciden emplear comercio dentro de la empresa en algunos productos básicos y no en otros? En la Sección 2 del Capítulo II se trata de responder a esas preguntas. Dichas respuestas están basadas en el examen más minucioso, por producto, que se efectúa en el mismo capítulo.

2. Diferentes agentes de comercialización

Es conocido que las empresas transnacionales se hallan firmemente establecidas en la cadena de producción/elaboración/comercialización de muchos productos primarios. Según la UNCTAD, la proporción del comercio realizado por las 15 empresas transnacionales más grandes en cada producto básico -coordinando sólo comercialización y distribución-, en muchos casos alcanza entre 70 y 90% del total negociado internacionalmente (véase el Cuadro 4). Sin embargo, es importante comprender que todas las compañías clasificadas como empresas transnacionales, por ejemplo en la definición de la UNCTAD, están compuestas por diversos tipos de grandes sociedades de capital con personalidad jurídica. Varían entre las compañías productoras transnacionales y las compañías comercializadoras transnacionales, las empresas comerciales estatales y, para ciertos grupos de productos, las grandes compañías minoristas. Los altos porcentajes mencionados se refieren a todos los tipos de transacciones llevadas a cabo por transnacionales. En ese sentido, es útil distinguir los diversos tipos de agentes de comercialización de los productos básicos.

A menudo no se hace la distinción entre los agentes de comercialización y las empresas industriales que utilizan como insumo el producto básico de que se trata. Un examen efectuado al respecto, (véase el Cuadro 5) señala un aspecto importante de los mercados internacionales. Para algunos productos básicos los miembros de los dos grupos coinciden. Para otros, aunque existe cierta superposición de nombres, los grupos son distintos. Un elemento importante que hay que destacar es que los mismos nombres aparecen como principales agentes de comercialización y procesamiento. Se ha escrito bastante sobre este último grupo,^{7/} pero se ha

Cuadro 4

CONTROL POR PARTE DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES
EN PRODUCTOS BASICOS, 1980

Producto	Exportaciones	Porcentaje comercializado por las 15 empresas trans- nacionales de mayor tamaño a/
<u>Alimentos</u>		
Trigo	16 556	85-90
Azúcar	14 367	60
Café	12 585	85-90
Maíz	11 852	85-90
Arroz	4 978	70
Cacao	3 004	85
Té	1 905	80
Bananos	1 260	70-75
Piñas	440 b/	90
<u>Materias primas agrícolas</u>		
Productos forestales	54 477	90
Algodón	7 886	85-90
Caucho natural	4 393	70-75
Tabaco	3 859	85-90
Cueros y pieles	2 743	25
Yute	203	85-90
<u>Mineral, minerales y metales</u>		
Petróleo crudo	306 000	75
Cobre	10 650	80-85
Mineral de hierro	6 930	90-95
Estaño	3 588	75-80
Fosfatos	1 585	50-60
Bauxita	991	80-85

Fuente: Estimaciones de la Secretaría de la UNCTAD, sobre la base de amplias investigaciones y entrevistas con comercializadoras y especialistas en la comercialización. Las cifras representan únicamente pedidos de importancia.

a/ En la mayoría de los casos, sólo de tres a seis empresas transnacionales representan la mayor parte del mercado.

b/ las 4/5 partes representan piñas en conserva y la quinta parte piña fresca.

Cuadro 5

LAS PRINCIPALES EMPRESAS EN LA COMERCIALIZACION E
INDUSTRIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS

Producto	Principales empresas comerciales	Ventas 1983 (en miles de millones de dólares)	Principales empresas industriales	Ventas 1983 (en miles de millones de dólares)
Azúcar	Tate and Lyle (GB) Sures et Denrées (Fr) Engelhard (Phillips, EEUU) E.D.F. Man (GB)	2.7 - - -	Beghin - Say (Fr) Gulf Western (EEUU) Tate and Lyle (GB) Amstar (EEUU)	1.3 5.3(1980) 2.7 1.8(1980)
Café	J. Aron (EEUU) Volkart (Suiza) ACLI International (EEUU) General Foods Procter Gamble (EEUU)	- 1.3(1982) - 8.3 12.5	Nestlé (Suiza) Procter Gamble General Foods (EEUU) Coca Cola (EEUU) Jacobs (Suiza)	12.8 12.5 8.3 5.9 2.1
Maíz	Continental (EEUU) Louis Dreyfus (Fr) Bunge Born (EEUU) André (Suiza) Cargill (EEUU)	- - - - 25.0(1980)	Cargill (EEUU) CPC International (EEUU) Standard Brands (EEUU) ADM (EEUU)	25.0(1980) 4.0 3.0 3.2
Arroz	Connell (EEUU) Continental (EEUU) 'Six Tigers' (Tailandia)	- - -	Cargill (EEUU) Continental (EEUU)	25.0(1980) -
Té	Allied-Lyons (GB) Unilever (GB) J. Finaly (GB) Brooke Bond (GB) Associated Br. Foods (Twining, GB)	4.2 19.4 - 1.4 - -	Unilever (GB) Associated Br. Foods (Twining, GB) Brooke Bond (GB) J. Finaly (GB)	19.4 5.8 1.4 -
Cacao	ACLI International (EEUU) Volkart (Suiza) Gill Duffs (GB) Internatio (EEUU/Holanda) J.H. Rayner (EEUU)	- 1.3(1982) - - -	Nestle (Suiza) Cadbury-Schweppes (GB) Mars, Inc. (EEUU) Rowntree - Mackintosh (GB) Hersey Foods (EEUU)	12.8 2.5 2.3(1980) 1.4 1.7
Bananos	R.J. Reynolds (Del Monte, EEUU) United Brands (EEUU) Cattle Cooke (EEUU)	10.4(1980) 3.9(1980) 1.7(1980)	R.J. Reynolds (Del Monte, EEUU) United Brands Cattle Cooke	10.4(1980) 3.9(1980) 1.7(1980)
Algodón	Ralli Bros. (GB) Volkart (Suiza)	- 1.3(1982)		

(cont. Cuadro 5)

Producto	Principales empresas comerciales	Ventas 1983 (en miles de millones de dólares)	Principales empresas industriales	Ventas 1983 (en miles de millones de dólares)
	McFadden/Valmac (EEUU, Brazil)	-		
	W.B. Dunavant (EEUU)	-		
	Bunge Born (EEUU)	-		
	Cargill (EEUU)	-		
	Allenberg Cotton Co. (EEUU)	-		
	Weil Bros. (EEUU)	-		
	H. Molsen and Co. (EEUU)	-		
	Cotton Import/Export Co. (EEUU)	-		
	Toyo Menka (Japón)	18.0		
	Sumitomo Shoji (Japón)	51.7		
	C. Itoh and Co. (Japón)	58.7		
	Marubeni-Iida (Japón)	52.6		
	Nichimen Co. (Japón)	14.7		
Tabaco	Universal Leaf (independiente)	-	British American Tobacco	17.8(1980)
	Transnational Leaf	-	Imperial Tobacco (GB)	6.6
	Tobacco Co. (filial de Group Standard)	-	Philip Morris (EEUU)	9.8(1980)
	Export Leaf (filial de BAT)	-	R.J. Reynolds (EEUU)	10.4(1980)
	R.J. Reynolds (EEUU)	10.4	Gulf Western (EEUU)	5.3(1980)
	Debrill Bros.	-	Rupert/Rembrandt/Rothmans Group (GB)	-
	A.C. Monk (filial de Imperial)	-	American Brands	6.8(1980)
Soya	Cargill (EEUU)	25.0(1980)	Unilever (GB)	19.4
	Continental (EEUU)	-	United Brands (EEUU)	3.9(1980)
	Bunge and Born (EEUU)	-	Archer Daniels Midland (EEUU)	4.3
	Louis Dreyfus (Fr)	-	CPC International (EEUU)	4.0
	André (Suiza)	-	Anderson Clayton	1.4
	Topfner	-	Cargill (EEUU)	25.0(1980)
			Central Soya Co. (EEUU)	1.5
			Continental (EEUU)	-
			Bunge Born	-
Bauxita	Alcoa (EEUU)	5.3	Alcoa (EEUU)	5.3
Alúmina	Alcan (Canada)	5.2	Alcan (Canada)	5.2
Aluminio	Reynolds (EEUU)	3.3	Reynolds (EEUU)	3.3
	Kaiser (EEUU)	2.9	Kaiser (EEUU)	2.9
	Pechiney-Ugine-Kühnann (Fr)	3.5	Pechiney-Ugine-Kühnann (Fr)	3.5
	Alusuisse (Suiza)	3.3	Alusuisse (Suiza)	3.3
Cobre	Amelco Trading (Amax)	2.3(Amax)	Asarco (EEUU)	1.5
	Anglo Chemical Metals (Anglo-American, Mitsui)	-	Kennecott (EEUU)	-
			Codelco (Chile)	1.8

(cont. Cuadro 5)

Producto	Principales empresas comerciales	Ventas 1983 (en miles de millones de dólares)	Principales empresas industriales	Ventas 1983 (en miles de millones de dólares)
	McFadden/Valmac (EEUU, Brazil)	-		
	Cerro Metals (Harmon Group)	-	Zimco (Zambia)	0.8
	Henry Bath Sons (Asarco)	-	Phelps-Dodge (EEUU)	1.8
	Brandeis Goldschmidt and Instel (PUK)	-	Anaconda (EEUU)	-
	Metallgesellschaft Ltd (Metallgesellschaft AG)	3.8(M. AG)		
	Rudolf Wolff Co. (Noranda)	2.5(Noranda)		
	Sogemin	0.6		
	Tennant Trading (Consolidated Goldfields)	-		
	Triland Metals (Mitsubishi)	62.8(Mitsubishi)		
Estafío	Rudolf Wolff Co. (Noranda)	2.5(Noranda)	Patino N.V.	-
	Metallgesellschaft Ltd. (Metallgesellschaft AG)	3.8(M. AG)	Billiton	-
	Billiton-Enthoven Metals (Royal Dutch Shell)	77.2(Royal D)	Gobierno de la URSS	-
	Amalgamated Metal Trading Ltd (Patino N.V.)	3.0	Gobierno de China	-
	Malaysia Mining Corp.	-	P.T. Timah (Indonesia)	-
			ENAF (Bolivia)	-
			Malaysia Mining Corp.	-
Sisal	Wigglesworth Co. (GB)	-		
	Landaner Int. Co. (GB)	-		
	Malcolm MacLaine (GB)	-		
	Hindley Co. (GB)	-		
	Dalgety Int. Trading (GB)	4.3		
Caucho	Lee (Singapour)	-	Firestone (EEUU)	3.9
	Safic Alcan (Fr)	-	Dunlop (GB)	3.2(1980)
	A.C. Israel (EEUU)	-	Michelin (Fr)	7.3(1980)
	Gill Duffs-Pacol (GB)	-	Goodrich (EEUU)	3.2
	Internatio (EEUU/Holanda)	-	Goodyear Tire Rubber	9.7
			Uniroyal (EEUU)	2.0

Fuente: Informaciones tomadas principalmente de los diversos estudios de comercialización y distribución de la UNCTAD.

prestado relativamente poca atención a las actividades y las estrategias empresariales del primero.

Con respecto al tema que aborda la sección precedente, los dos grupos coinciden cuando se trata de productos que muestran un elevado coeficiente de comercio entre partes relacionadas. Tales casos son los del banano, la bauxita/alúmina/aluminio y, en menor grado, el tabaco. En cambio, en productos como el azúcar, el café y otros con bajo coeficiente de comercio entre partes relacionadas, aunque algunas empresas manufactureras ocupan un lugar importante en el sector de comercialización y distribución, los principales actores son las comercializadoras y entidades de corretaje. Estas compañías son de diversos tamaños y de variados niveles de diversificación. Pero, por lo general, son multinacionales que se dedican a varios productos. Entre los dos extremos, existe una gama de productos básicos respecto de los cuales es difícil especificar qué grupo predomina.

El número de productos básicos que presentan integración total desde las etapas de producción a las de comercialización es pequeño. Por consiguiente, una conclusión relevante de esta sección coincide con la alcanzada en una investigación, 8/ en el sentido de que "en realidad se puede decir que la mayor parte del comercio internacional de productos básicos se encuentra en manos de unas 50 compañías", que se clasifican como empresas comercializadoras antes que industriales.

Ello queda reflejado en que "en 1980, de los aproximadamente US\$980 mil millones del comercio mundial de productos primarios, alrededor del 70 al 80% era controlado por las empresas comerciales dedicadas a múltiples productos". En estas cifras se incluyen US\$230 mil millones de los US\$306 mil millones en exportaciones de petróleo crudo bajo el control de los gigantes petroleros del mundo; y alrededor de US\$500 mil millones de los US\$674 mil millones correspondientes al resto de los productos primarios. Es decir, la agricultura, los minerales y otros combustibles, bajo el control de las comercializadoras múltiples y las filiales de comercialización de las empresas transnacionales industriales.9/

Aparte de aquellas empresas comercializadoras transnacionales dedicadas a los cereales y con sede en los Estados Unidos o en Europa -tales como Cargill, Continental Grain, Dreyfus, etc.- las más conocidas son las "sogo-shosha" japonesas que se dedican a múltiples productos básicos. Por lo general, éste término se refiere a las nueve o diez mayores comercializadoras del Japón, que controlan más de la mitad -52%, en 1982- de las exportaciones y más del 60% -63%, en 1982- de las importaciones de su país. Sus ventas totales incluyendo hasta la décima compañía más grande representaron en 1982 más de 30% del PNB japonés. Las ventas combinadas totales ascendieron a US\$ 347 mil millones en 1983. La Mitsui Bussan Co. -una de las dos más grandes, según la clasificación de la revista Forbes- es superada únicamente por la Royal Dutch Shell en la clasificación de ventas fuera de los Estados Unidos para ese año. Siete de las "sogo-shosha" japonesas figuran entre las diez compañías con mayores ventas fuera de los Estados Unidos. La Mitsui Bussan y Mitsubishi Shoji, las dos más grandes, transan 10% de las exportaciones totales de los Estados Unidos.

Las operaciones de estas compañías comerciales japonesas en el sector de productos básicos son enormes y de carácter complejo. Debido a la ambigüedad que rodea la definición de productos básicos resulta difícil distinguir qué cantidad de

sus ventas totales procede realmente de este sector. Sin embargo, como se observa en el Cuadro 6, en 1982 por lo menos una tercera parte corresponde a transacciones de tales productos. Aunque sus operaciones en la economía nacional japonesa son cuantiosas, el porcentaje del comercio con terceros países también es importante. Con respecto a América Latina, las nueve mayores "sogo-shosha" realizaron transacciones por valor de US\$2 790 millones, en 1981. Ese año, la totalidad del comercio con terceros países ascendió a US\$48 800 millones, de los cuales 30% se dirigió hacia América del Norte. Es interesante consignar que 24% del comercio de la región con terceros países a través de estas intermediarias fue absorbido por naciones africanas.^{10/}

El tamaño y la complejidad de este tipo de agentes comerciales de productos básicos pueden también ser ilustrados por Cargill, la empresa comercializadora de cereales más grande del mundo. Se trata de un ente privado con ventas registradas, para 1980, superiores a los US\$ 25 mil millones. Ha establecido una red de 140 filiales en 36 países. Habiendo comenzado en el decenio de 1950 como empresa especializada en la comercialización de cereales únicamente, se convirtió en forma gradual en un conglomerado. Lo hizo en buena medida mediante adquisiciones y absorciones. Hoy, más de la mitad de las ventas provienen de actividades no comerciales. Además de sus amplias operaciones en productos básicos, también opera en campos tan distantes como los seguros, la agricultura, la comercialización, e incluso el transporte.*/

Estas son las compañías que los agentes de las regiones en desarrollo tienen que enfrentar y con las que competirán cuando intenten aumentar su participación en la comercialización y distribución.

*/ Un aspecto importante de esta organización es la utilización de "paraísos fiscales". En 1953 se estableció en Panamá una de sus principales filiales de operación, la Tradax International, para encauzar todas las ventas efectuadas por las filiales de Cargill en el extranjero. El 70% de esta compañía pertenece a Cargill y el 30% restante a la Fundación Salevia, entidad suiza cuyos beneficiarios son miembros de las dos familias propietarias de la Cargill. Tradax controla todas las filiales y en ellas posee la mayoría de la propiedad o 50% de participación. Una de las filiales bajo su control es Tradax Ginebra, con la que tiene un contrato de gestión que le permite coordinar las operaciones de las compañías Tradax en todo el mundo. En el período 1970-1975, entre la tercera parte y la mitad de las ventas estadounidenses de la Cargill se efectuaron dentro de la empresa Tradax International. Algunos de los embarques más grandes de cereales de los Estados Unidos a la Unión Soviética fueron contratados, asimismo, entre la Tradax International -aunque dispuestos por Tradax Ginebra- y Exportkhleb, la compañía comercial estatal de la URSS. A la inversa, Tradax International compró cereales a la URSS para comercio con terceros países, incluidos algunos orientales de economía planificada. Un completo estudio de Cargill y otras compañías que comercian en cereales puede encontrarse en D. Morgan, Merchants of Grain (Nueva York, Viking, 1979).

Cuadro 6

DESGLOSE DE LAS VENTAS DE LAS NUEVE EMPRESAS DE COMERCIALIZACION
(SOGO-SHOSHA) MAS IMPORTANTES EN 1982

Grupo de productos	Ventas totales (Millones de dólares)	Porcentaje
Combustibles	63 305	17.9
Metales	81 473	23.0
Maquinaria	81 765	23.1
Productos químicos	38 748	11.0
Alimentos	40 852	11.5
Textiles	25 164	7.1
Otros productos	22 526	6.4
<u>Total</u>	<u>353 833</u>	<u>100.0</u>
Exportaciones	75 986	21.5
Importaciones	85 505	24.1
Terceros países	50 201	14.2
Nacionales	142 141	40.2

Fuente: Sogo-shosha Nen-kan (Anuario de las Empresas de Comercialización), Nihon Kogyo shimbun sha (Industria Periodística del Japón) en 1984, Tokio, Japón, 1984.

Las descripciones anteriores revelan también que las llamadas "transacciones entre entidades independientes", no significan, necesariamente, operaciones de mercado competitivo, pues esas formas de intercambio todavía no eliminan una manipulación de precios, que cualitativamente hace que difieran de las "operaciones de libre comercio".

En las condiciones descritas, los precios no son determinados sólo por las condiciones imperantes en el mercado, sino también por el poder de negociación de las partes involucradas.*/

Dada la importancia de las empresas de comercialización múltiples en el mercado internacional de productos básicos, es conveniente conocer la razón de ser de su existencia y su rápido crecimiento.

Una de las ventajas que presentan este tipo de compañías es la minimización de los riesgos inherentes a las actividades comerciales internas e internacionales, especialmente, en lo relativo a las fluctuaciones del mercado de productos básicos y de los tipos de cambio. Las empresas comercializadoras reducen estos riesgos al repartirlos en múltiples productos y muchas transacciones, haciendo uso simultáneo de las ventajas del volumen y la diversificación.**/

En realidad, para muchas de las transnacionales que operan en distintos productos básicos, tal actividad representa una participación relativamente pequeña de las ventas totales. Igualmente, cada una de las empresas comercializadoras multinacionales japonesas tendría en existencia más de 20 mil artículos. Este amplio equilibrio de cartera de productos básicos reduce las variaciones de sus ingresos y disminuye el poder de negociación de los proveedores.

El riesgo en la fluctuación de los tipos de cambio también baja cuando la transferencia neta de efectivo, mediante convenios de compensación -como se hace en la liquidación de cuentas intrarregionales o interbancarias- constituye sólo una fracción de las transacciones totales. Por sus características, una empresa comercializadora de importaciones y exportaciones, puede comprar y vender en monedas locales. De este modo reduce las operaciones en diferentes monedas a una fracción

*/ A tal respecto, Helleiner señala: "Las transacciones entre partes no relacionadas se han convertido en la norma en los mercados de minerales del mundo. En efecto, en muchos de los casos en que las transacciones entre partes independientes han reemplazado los mercados cerrados, han adoptado una forma que todavía no corresponde enteramente a lo que postula la teoría de mercado. Los intereses de los compradores en seguridad de acceso y de los vendedores en seguridad de precios se combinan para crear presión para contratos a largo plazo y asegurar las "relaciones con la clientela" más bien que rápidas expediciones de compra en los mercados."11/

**/ El mismo argumento se aplica también a los elaboradores de productos básicos. Por ejemplo, la Nestlé percibe solamente 17% de sus ingresos por concepto de elaboración del cacao. Del mismo modo, para las cinco empresas principales los ingresos obtenidos del café representan menos del 30% de las ventas totales.

de los volúmenes totales.

La amplia diversificación geográfica de mercados y de productos aumenta la posibilidad de generar operaciones de trueque o de comercio compensado. A diferencia de una empresa que maneja un solo producto básico, la comercializadora múltiple puede actuar, por ejemplo, como importador de artículos manufacturados a cambio de una exportación de productos primarios, o viceversa. Una clientela grande, a la que una compañía atiende en exportaciones e importaciones, le permite intervenir en mercados con los que un productor no tiene relaciones directas. La actual escasez de crédito ha aumentado la necesidad de concertar arreglos en la toma del comercio compensado en que los compradores obliguen a los vendedores a comprometer mercados para exportaciones equivalentes al valor en moneda dura de los bienes adquiridos.* /

Los bancos japoneses consideran clientes deseables a las grandes comercializadoras por su tamaño y solvencia. La confianza que inspiran radica fundamentalmente en la capacidad que poseen para reducir los riesgos de las transacciones y aprovechar las economías de escala. A menudo, estas empresas pueden funcionar como proveedoras o garantizadoras de crédito, o dedicarse a comerciar con una variedad de instrumentos financieros más bien que con dinero efectivo. Durante 1982, los créditos concedidos por las nueve mayores "sogo-shosha" a sus clientes ascendieron a US\$58 100 millones, mientras que recibieron más de 44 100 millones de dólares en préstamos de instituciones bancarias.

Otra característica importante de estas empresas es su capacidad para reducir los "costos de transacción". Ello comprende los costos de producir información acerca de oportunidades de mercado, perfiles económicos, cumplimiento de contratos, situación de servicios de transporte, etc. Cabe señalar, a modo de ejemplo, que la

* / La importancia del comercio compensado en la actualidad presenta comprobaciones indesmentibles. Para Sumitomo Shoji -la quinta "sogo-shosha" del Japón- hasta 50% de su comercio total estaría vinculado a estos esquemas. Tal tipo de negociación se hace cada vez más necesario, no sólo para las naciones con gran endeudamiento externo como las de América Latina. Según el Consejo Nacional de Comercio Exterior de los Estados Unidos, los países que precisan de alguna forma de comercio compensado aumentaron de 27, en 1979, a 88, en 1984. La lista incluye a industrializados como la República Federal de Alemania, Canadá y Francia. En los Estados Unidos, la Ley de Empresas de Exportación, del 8 de octubre de 1982, ha significado una nueva tendencia a sacar partido de las posibilidades que ofrece el comercio compensado.

La intención del Congreso norteamericano al aprobar la citada ley fue introducir exitosas prácticas de comercializadoras japonesas en las empresas de su propio país. Se reconoció que los modelos estadounidenses en operación estaban en desventaja. A diferencia de lo que ocurría con las compañías niponas, no se les había permitido establecer vínculos con bancos ni formar carteles. Tales deficiencias fueron subsanadas por la ley, que al mismo tiempo eliminó las trabas antimonopólicas para las manufacturas cuyo destino fuera el intercambio comercial en el exterior.

"producción" de información sobre oportunidades de mercado -los precios y la ubicación de vendedores y compradores, su capacidad crediticia, etc.- incluye los costos de reunir y difundir tales datos. Sin embargo, dichos costos son fijos, e independientes del uso que se hace de la información. Por consiguiente, esto señala la existencia de economías de escala a medida que se expande el tamaño del mercado.

En la esfera del transporte, aunque no necesariamente suministren medios propios, pueden reducir el costo por unidad de mercadería mediante la coordinación de las fechas y lugares de embarque. Los costos también se reducen debido a las instalaciones y arreglos efectuados en los puertos de origen y destino. Tales obras tienen grandes costos fijos, pero pequeños costos marginales. Después de la inversión primaria, los exportadores consiguen flexibilidad para organizar y programar sus embarques de modo que mejoran sus operaciones de acumulación de existencias y de comercialización.

Estas son algunas de las características que los países en desarrollo desearían promover en sus empresarios para su propio uso y beneficio. Sin embargo, la posición dominante de las transnacionales aparece como un impedimento difícil de salvar. Hasta ahora al menos ha sido un freno eficiente para el crecimiento de los sectores de comercialización y distribución de las naciones en desarrollo.*/
 .

3. Valor retenido en el sector de comercialización y distribución

La baja participación de los países en desarrollo en los sistemas de comercialización y distribución, naturalmente lleva a especular sobre la magnitud de las utilidades que obtienen las empresas transnacionales al prestar estos servicios, y, por consiguiente, sobre la magnitud del beneficio que significaría para los exportadores subdesarrollados, el poder proveer directamente dichos servicios.

Varias comisiones económicas regionales de las Naciones Unidas interesadas en estas materias -incluida la CEPAL- han producido estudios de casos en torno al tema del valor retenido. En el Cuadro 7 se resumen los resultados de esas investigaciones. Las cifras del valor retenido deben interpretarse con gran cuidado. En algunos casos se define como la proporción del precio de exportación FOB que es retenida en el país productor, después de considerar las salidas de capital en forma de salarios enviados al exterior para los expatriados, las remesas de utilidades, los pagos de capital y los intereses sobre préstamos para proyectos y adquisiciones de bienes y servicios importados. Esta definición se aplica a la mayoría de los minerales y metales. En cambio, respecto de los productos básicos agrícolas, se adopta la proporción del precio FOB o al productor en el precio al consumidor final en el mercado consumidor importador. Para los fines del presente

*/ Un análisis de otras barreras externas que obstaculizan una mayor participación en el marketing y la distribución, como las que se originan en la estructura del mercado, el transporte y el financiamiento, se incluye en el Capítulo III.

Cuadro 7

APROXIMACION DEL VALOR RETENIDO, POR PRODUCTO BASICO

	Producto básico	País productor	Año	Porcentaje	Notas
<u>Metales y minerales</u>	Cobre	Chile	1979	83.9	La proporción de precios F.O.B. retenidos en el país
		Perú	1976	74.0	Igual que la anterior (en el caso del Perú, toda la industria minera, no sólo el cobre)
		Indonesia	1977	10.5	Igual que la anterior
		Papua Nueva Guinea	1978	29.2	Igual que la anterior
		Filipinas	1978	74.0	Igual que la anterior
	Bauxita	Jamaica	1980	62.6	Igual que la anterior
		Malasia		80.0	Igual que la anterior
		Grecia		50.0	Igual que la anterior
		Indonesia		95.0	
	Estaño	Bolivia		80.0	Igual que la anterior
		Malasia		75-86 *	* La cifra varía según la tecnología utilizada (por ejemplo, dragado, bombeo de extracción de grava)
		Tailandia		58-80 *	
		Indonesia		84-94 *	
	Mineral de hierro	Todos los países en desarrollo menos adelantados	1973	9.0	Relación entre el valor unitario de las exportaciones de mineral de hierro y las chapas gruesas al por mayor en la República Federal de Alemania
	Fosfatos	Jordania	1978	62.0	La proporción de precios F.O.B. retenidos en el país
		Marruecos	1978	64.0	Igual que la anterior
		Senegal	1978	73.0	Igual que la anterior
		Togo	1978	50.0	Igual que la anterior
		Túnez	1978	99.0	Igual que la anterior
<u>Alimentos y bebidas</u>	Banano	Honduras	1980	15.0	Valor retornado a la economía nacional en relación con el precio al detalle final en el país consumidor
		UPEB		13-15	Igual que la anterior
	Cacao (Cacao en polvo)	Brasil	1973	29.0	Proporción entre el valor unitario de las exportaciones y el precio de venta al por mayor en los Estados Unidos de América
	Café	Brasil	1982	59.0	Precios a los cultivadores en relación con los precios F.O.B. a todos los puntos de destino

	Producto básico	País productor	Año	Porcentaje	Notas
		Colombia	1977	75.0	Mercado de los Estados Unidos, relación entre los precios fob y el precio al consumidor final
				47.0	República Federal de Alemania, igual que la anterior
				60.0	Francia, igual que la anterior
				61.0	Italia, igual que la anterior
	Té en bolsitas		1978	14.6	La participación de los productores (incluidos los derechos de exportación) en el precio final para el mercado de los Estados Unidos
	Bolsitas			26.6	Igual que la anterior, para el mercado canadiense
	Paquetes		1977	47.0	Igual que la anterior, para el mercado británico
<u>Materias primas agropecuarias</u>	Algodón	Estados Unidos de América	1974	8.4	La participación del costo hasta la comercialización a hilanderías textiles en relación con el precio al detalle de los pantalones de dril de algodón
	Sisal (bramantes)		1979/1980	83.3	La participación del precio C.I.F. en Estados Unidos en el precio al detalle
	Pieles y Cueros			22-26	La relación entre el precio de exportación F.O.B. y el precio al detalle
	Madera tropical (madera terciada)	Indonesia, Malasia, Filipinas		70.3	La participación del costo de producción, hasta el precio puesto en fábrica, en el precio de entrega en el Japón
	Yute	Bangladesh	1980/1981	68.4	Relación entre los precios F.O.B. y los precios de importación
	Tabaco	Estados Unidos de América	1972	0.4	Costo del tabaco en hoja sin tallo como insumos primarios en comparación con el valor al detalle de los cigarrillos

FUENTE: Varios estudios realizados por la UNCTAD y comisiones económicas regionales de las Naciones Unidas.

estudio, este último concepto es mucho más apropiado.

Los valores retenidos, relativamente altos respecto de los minerales y metales, constituyen un reflejo de los esfuerzos de nacionalización desplegados por los países en desarrollo para controlar fugas de divisas, pero, dicen poco acerca del grado de elaboración o de prestación de servicios de comercialización y distribución por parte de los países productores. Por ejemplo, el valor retenido para la bauxita de Jamaica, que alcanza a 62%, nada refleja respecto del grado de elaboración de tal producto en el país, o de su precio de venta en los mercados consumidores.

En cambio el examen de algunos productos agrícolas revela que un valor sorprendentemente bajo retorna al productor o al país exportador. En el caso de los bananos -como figura más detalladamente en el Cuadro 8- el valor retornado asciende a 15% del ingreso final proveniente de las ventas a los consumidores. En el caso de Honduras, el productor recibe solamente 8% del precio de venta al detalle. La mayor parte del precio final corresponde al proceso de maduración (20%) y al comercio al por menor (33%). La situación de Honduras es comparable a las de otros miembros de la Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB) que reciben entre 13 y 14% del precio final de venta al detalle en los países consumidores.

En la industria del café, se estima que como promedio la mitad del precio al detalle va a los agricultores, a los gobiernos de los países productores -por conducto de impuestos- y a las comercializadoras. La otra mitad va a las compañías elaboradoras y distribuidoras y a los gobiernos de los países consumidores. Si los países en desarrollo aumentaran su intervención en la elaboración y distribución podrían incrementar considerablemente su participación en los ingresos que genera el café.^{12/}

En el rubro de las bebidas, el té presenta un valor retenido aún más bajo. La participación de los productores -incluidos los derechos de exportación- en el precio final fluctúa desde 14% -en los Estados Unidos-, hasta 26% para el té en bolsitas -Canadá- y 47% para los paquetes de té -Reino Unido. El resto se distribuye entre comercializadoras, mezcladores, mayoristas y minoristas. Los mezcladores son quienes reciben la mayor participación: desde aproximadamente 26% del precio final de los paquetes de té, hasta 60% del de las bolsitas. Estos márgenes relativamente elevados de que gozan en los países industrializados, plantean preguntas sobre si se deben a utilidades de monopolios o a otros factores, tales como el costo de elaboración y embalaje.

Los países exportadores de algodón reciben sólo una participación marginal del precio del producto final. De acuerdo a estimaciones de la UNCTAD, a mediados del decenio de 1970 las naciones productoras recibían aproximadamente 8% del precio de venta al detalle de dos tipos de dril de algodón y más o menos entre 3 y 4% del precio de venta al detalle de las camisas con 35% de algodón.

Asimismo, se informa de un porcentaje muy bajo del valor de venta al detalle del tabaco en rama sin pedúnculo. A principios del decenio de 1970 su precio representaba solamente 0.4% del precio de venta al detalle de los cigarrillos en los Estados Unidos. El margen comercial llegaba hasta 23%, aunque porcentajes similarmente elevados se aplicaban a la publicidad, los impuestos federales y los

Cuadro 8
HONDURAS: PARTICIPACION DEL PRODUCTOR EN EL PRECIO FINAL DEL BANANO
 (En dolares por caja de 41.5 libras netas en el mercado de
 los Estados Unidos, en 1980)

Concepto	Dólares	Porcentajes sobre la base de (=100)	
		Precio final	Precio F.O.B.
1. <u>Costo de producción</u>	<u>2.20</u>	<u>15.7</u>	<u>63.0</u>
a) Producción	1.10	7.8	31.5
b) Caja	0.83	5.9	23.8
c) Administración y finanzas	0.27	1.9	7.7
2. <u>Costo de comercialización a/</u>	<u>1.08</u>	<u>7.7</u>	<u>30.9</u>
a) Ferrocarril	0.23	1.6	6.6
b) Muelle y estiba en barco	0.12	0.9	3.4
c) Aduana	0.03	0.2	0.9
d) Impuestos	0.51	3.6	14.6
e) Asistencia técnica - COHBANA	0.19	1.3	5.5
3. <u>Utilidad bruta del productor</u>	<u>0.21</u>	<u>1.5</u>	<u>6.0</u>
<u>Precio F.O.B. (1+2+3) b/</u>	<u>3.49</u>	<u>24.9</u>	<u>100.0</u>
+ Flete y seguro marítimo	2.24	16.0	64.2
<u>Precio C.I.F. c/</u>	<u>5.73</u>	<u>40.9</u>	<u>164.2</u>
+ Descarga del barco y carga en ferrocarril	0.89	6.3	25.5
<u>Precio F.O.R. d/</u>	<u>6.62</u>	<u>47.2</u>	<u>189.7</u>
+ Maduración	2.72	19.4	77.9
+ Comercio minorista	4.68	33.4	134.1
<u>Precio final (minorista)</u>	<u>14.02</u>	<u>100.0</u>	<u>401.7</u>

FUENTE: Estimaciones de la COHBANA sobre la base de costos medios de la Empresa Asociativa Campesina de Isleta (EACI) en el período 1979-1980 (partidas 1-3) y FAO, "Examen de los aspectos económicos de la producción, el comercio y la distribución del banano", (CCP:BA 80/4, marzo de 1980, partidas B-D).

a/ Realizada por la COHBANA sobre la base de contratos anuales con la Standard Fruit (Bananera Antillana).

b/ Precio que recibe el vendedor (COHBANA) por la fruta; cubre los costos hasta la puesta del banano en las bodegas del barco.

c/ Resulta de sumarle al precio F.O.B. los costos por seguro de mercaderías y flete marítimo, es decir, incluye todos los costos que ocasione la fruta hasta ser colocada en el puerto de destino, pero todavía en las bodegas del barco.

d/ Resulta de sumarle al precio C.I.F. los costos por descarga del barco en el muelle de destino y la carga de la fruta, simultáneamente, en un vagón de ferrocarril.

impuestos estatales.

El margen de utilidad bruta para los distribuidores, comercializadoras al por mayor y minoristas de cordeles de sisal en los Estados Unidos (1979/1980), expresado en relación con el precio CIF, fluctuaba también en niveles de 15 a 20%. El margen de utilidad bruta del distribuidor/importador era incluso mayor en Europa Occidental, donde superaba el 66%. Esta relación más elevada probablemente refleja un mayor grado de control oligopolístico en ese mercado que en los Estados Unidos.

En el mismo período se detectó que el aumento del precio cargado por la cadena agente/importador/mayorista de calzado en los Estados Unidos, fluctuaba entre 50 y 100%.

Las estimaciones del valor retenido en el cobre, que abarcan varios países en desarrollo, son las más completas.^{13/} Se dispone de información para Filipinas, Indonesia y Papua Nueva Guinea (1977-1978), Zaire (1945-1952), Chile (1956-1979) y Perú (1967-1976). Estos estudios de casos indican que existiría una correlación aproximada entre el grado de propiedad nacional de la industria minera y el aumento del valor retenido, excepto en Filipinas. Los datos correspondientes a Chile muestran claramente la incidencia que tuvieron en el aumento de la participación en el valor retenido la chilenización -adquisición del 51% de las acciones por el Estado- después de 1965, y la posterior nacionalización.

La distribución de ganancias entre las empresas transnacionales y los países exportadores-productores, ha sido afectada por la imposición de diversos gravámenes tributarios por los gobiernos. La situación del banano constituye un caso pertinente. En los minerales, entre 1973 y 1974, los gravámenes aumentaron los ingresos del gobierno de Jamaica correspondientes a la industria de la bauxita y alúmina, de 24 a 167 millones de dólares jamaquinos. Este incremento en la participación del valor de esas exportaciones, fue de 11% a 35%. A fines del decenio de 1970, disminuyó a 27%. Este hecho refleja los efectos de la reducción de la tasa de gravamen en 1979, de 7.5% del precio medio del aluminio primario, a 6%. Teniendo en cuenta otros pagos locales efectuados por las empresas transnacionales -sueldos y salarios, suministros, materiales y servicios-, se estima que el valor retornado total aumentó de 50%, en 1973, a 77% en 1977. En 1980 disminuyó a 63%.^{14/} La negociación, que finalizó en febrero de 1984, mantiene la tasa de 6%, pero con un sistema diferente de cálculo de pago y las regalías canceladas en dólares estadounidenses y no en dólares jamaquinos.^{15/}

Algunas de las conclusiones extraídas de los estudios de casos tienen importantes repercusiones en materia de política. Se ha comprobado que la propiedad local de la producción está positivamente correlacionada con la participación del valor retenido en los ingresos de exportación, aunque la propiedad por sí sola no constituye un instrumento de política eficaz para aumentar esos ingresos. La habilidad del gobierno para presentarse como negociador fuerte y fijar diversas formas de impuestos afecta también el grado de esas utilidades. Se ha comprobado además que las estructuras de los mercados internacionales ejercen una fuerte influencia en la distribución de las utilidades. En algunos sectores industriales donde los mercados son altamente oligopolísticos, es difícil la entrada de una empresa o país productor, a menos que se procure establecer cierta coordinación entre los productores o los agentes exportadores.

Capítulo II

CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION
DE PRODUCTOS BASICOS1. Introducción

Los productos básicos se comercializan a través de una gran variedad de sistemas, como pudo apreciarse en el capítulo anterior. Lo hacen en operaciones entre empresas independientes, dentro del esquema intra-firma, en estructuras que mezclan los dos sistemas o adhieren a contratos a largo plazo y acuerdos preferenciales. En los últimos años también ha crecido considerablemente la utilización del comercio compensado.*/

Para dar algunos ejemplos en forma resumida, la mayoría de las operaciones relacionadas con la bauxita se efectúa dentro de la empresa y no existe ningún mecanismo de mercado establecido para la determinación de precios. Se trata de una industria sumamente concentrada e integrada verticalmente, en la que sólo una parte muy pequeña del intercambio comercial tiene lugar entre compañías independientes. Sin embargo, en el mismo grupo, el lingote de aluminio exhibe un precio al productor y otro en la Bolsa de Metales de Londres. El mineral de hierro presenta elevados niveles de concentración por parte de compradores y vendedores --como la bauxita-- pero los precios se determinan mediante una amplia variedad de mecanismos. Fluctúan desde las negociaciones bilaterales --sobre contratos a largo plazo-- hasta la fijación de precios de transferencia. En el caso del cobre, ya sea a largo o a corto plazo, los precios de todos los contratos estipulan un valor relacionado con la Bolsa de Metales de Londres, sobre el cual rara vez una sola empresa de comercialización puede influir decisivamente. Existe un alto grado de integración vertical en la industria del cobre, pero salvo unas pocas excepciones la integración está limitada dentro de las fronteras nacionales, y la mayor parte del comercio internacional tiene lugar entre entidades independientes.

En cuanto a los productos agrícolas, el té a granel por lo general se vende mediante subastas en que participan agentes compradores y/o vendedores. En cambio, el té elaborado -bolsitas y paquetes o instantáneo- es comercializado mediante ventas directas. Esto contrasta con lo que ocurre con el azúcar, producto en que las mismas empresas o agentes de comercialización lo transan refinado o sin refinar.

Las diferencias en los sistemas de comercialización y distribución reflejan características y rasgos especiales de cada producto básico comercializado en los mercados internos y externos. A fin de comprender tales particularidades, es útil examinarlas a través de diferentes canales de sistemas de comercialización y distribución. A tal objetivo se destina el resto de este capítulo.

*/ El National Foreign Trade Council (Consejo Nacional de Comercio Exterior) informó que actualmente 8% de todas las exportaciones de los Estados Unidos están sujetas al mecanismo de comercio compensado. Sin embargo, en el caso de productos de tecnología de punta, como los aeroespaciales, las exportaciones que recurren a ese sistema alcanzan a 47%. El mismo organismo calcula que entre 10 y 29% del comercio mundial se lleva a cabo usando tal esquema. Según el Ministerio de Comercio de los Estados Unidos, la proporción podría llegar a 50% en el año 2000.

2. Clasificación de los productos básicos por sistemas de comercialización

En la próxima sección de este capítulo se analiza el sistema de marketing y distribución de 11 productos básicos de extrema importancia para el comercio exterior de América Latina. Ellos son: bauxita/alumina/aluminio, mineral de hierro, cobre, azúcar, café, banano, carne de vacuno, cereales, semillas, harina y aceite de soya, algodón y cueros, pieles, curtidos, calzados y artículos de cuero. Con el objeto de complementar dicha información --y para aligerar en cierta medida el contenido del Capítulo-- se ofrecen, en un anexo del mismo, exámenes similares para otros siete productos (estaño, manganeso, cacao, té, tabaco, maderas tropicales y fibras duras).

En esta sección se pretende ofrecer una primera aproximación sintética del estudio más extenso y minucioso que se efectúa en la sección siguiente. Sin embargo, este anticipo no es más que una introducción al examen de los abundantes antecedentes que se ofrecen en la sección 3 y en el anexo a este capítulo. Para una cabal comprensión del tema aquí tratado este resumen resulta insuficiente y no exime de la lectura del resto del capítulo.

En el cuadro 9 se encuentra una síntesis informativa sobre los diversos sistemas de comercialización, la que entrega una perspectiva general del contenido de la próxima sección. Un desglose más detallado sería ideal.

En lugar de las pocas categorías adoptadas en dicho cuadro, las relaciones y mecanismos básicos del proceso comercial para cada producto, podrían dividirse en: i) bolsas de productos básicos (con subdivisión de contratos de futuros y contratos al contado), ii) contratos a largo plazo, iii) compras al contado, iv) ventas licitadas por los compradores, v) trueque, vi) comercio compensado, vii) subastas, etc. Sin embargo, debido a las dificultades con que se tropieza para hacer que una clasificación tan detallada sea aplicable para todos los productos básicos y a la falta de datos para el presente estudio, se utilizan las cuatro categorías generales mencionadas en el cuadro.

El objetivo del cuadro 9 es examinar, para cada producto básico, cual es la gravitación relativa de los diferentes canales de comercialización, y cuál es el porcentaje de la producción mundial dirigida al mercado internacional. El contenido de este cuadro --y el más extenso de la próxima sección-- abren paso al esfuerzo clasificatorio del cuadro 10. En dicho cuadro se intenta clasificar diversos productos básicos mediante diferentes sistemas de comercialización y distribución, teniendo en cuenta las características cambiantes, los aspectos especiales de los sistemas y la importancia de las empresas transnacionales --tanto productoras como de comercialización-- en el sector de los productos básicos.

Los epígrafes del cuadro 10 incluyen solamente: 1) productos básicos cuyo comercio es llevado a cabo casi en su totalidad por unas pocas empresas de comercialización de países industrializados; 2) productos básicos en los que hay una fuerte presencia de comercializadoras extranjeras nuevamente, pero algunas de esas empresas industriales/manufactureras extranjeras están integradas verticalmente en las actividades comerciales; 3) productos básicos con un alto grado de

FORMAS PREDOMINANTES DE CANALES DE COMERCIALIZACION, POR PRODUCTO BASICO

Producto básico	Comercio entre empresas independientes			Comercio dentro de las empresas	Porcentaje de la producción mundial dirigida al mercado internacional
	Operaciones en el mercado libre	Contratos a largo plazo	Acuerdos preferenciales		
<u>Minerales y metales</u>					
Cobre		Mayoría: <u>concentrados</u> , 1 a 10 años; <u>no refinado</u> , 1 a 5 años; <u>refinado</u> , anual		Menos del 20%	Mineral: 65%, Blister: 10%, Refinado: 30%
Bauxita		Algunos, a muy largo plazo, hasta 25 años		85-90%	57%
Mineral de hierro		602: 10 a 12 años, a veces 20 años	Algunos de comercio compensado	20%	45%
Estaño	Para el metal de estano, la mayoría. El comercio en aleaciones de estaño por lo general es realizado por empresas comerciales independientes	Para los concentrados de estaño, relativamente importantes, debido a la fundición por contrato. El 90% de la producción mundial es utilizada por los fabricantes de latas para envasado, que compran sus suministros con arreglo a contratos a largo plazo a los productores de hojalata		20%	Mineral: 15%, metal: 85%
Mineral de manganeso	67-70%, sobre la base de contratos a 12 meses			15-20%	50%
Fosfato natural	Comercializado en su mayor parte en contratos a 12 meses, precio fijado anualmente	Una cantidad muy pequeña, a tres años			30-45%

(cont. Cuadro 9)

Producto básico	Comercio entre empresas independientes			Comercio dentro de las empresas	Porcentaje de la producción mundial dirigida al mercado internacional
	Operaciones en el mercado libre	Contratos a largo plazo	Acuerdos preferenciales		
<u>Alimentos y bebidas</u>					
Azúcar	60-70%	25-40%, incluidas las transacciones entre Cuba y los países socialistas			25-30%
Café (verde y elaborado)	La mayoría	No se comercializa con contratos a largo plazo			Insignificante en el caso del café verde 95%
Cacao (en grano)	La mayoría. El 50% por intermedio de juntas de comercialización creadas por ley, menos del 25% mediante cajas de estabilización (fonds de stabilisation) y menos del 25% por conducto de comercio privado. En la mayoría de estos casos, los corredores y vendedores de los países desarrollados de economía de mercado actúan como intermediarios.	No se comercializa con contratos a largo plazo			Insignificante 75%
Té (negro y verde)		No se comercializa con contratos a largo plazo			La mayoría, mediante operaciones en subastas de corredores que tienen relaciones de capital con los elaboradores 50%

(cont. Cuadro 9)

Producto básico	Comercio entre empresas independientes			Comercio dentro de las empresas	Porcentaje de la producción mundial dirigida al mercado internacional
	Operaciones en el mercado libre	Contratos a largo plazo	Acuerdos preferenciales		
Carne de vacuno	La mayoría		Numerosas transacciones de comercio compensado y acuerdos bilaterales	Algunas transacciones en productos de carne de vacuno elaborada	5-10%
Grano, harina y aceite de soja	La mayoría	Algunos contratos a largo plazo		Una parte considerable del comercio es realizada por un número limitado de empresas comerciales	Semillas: 27%
Banano	5%		15%	80%	20%
Trigo y maíz	La mayoría	Contratos bilaterales a largo plazo, hasta 10 años	Numerosos acuerdos bilaterales		Trigo: 20-22% maíz: 15-20%
<u>Materias primas agropecuarias</u>					
Algodón	La mayoría, en ventas privadas	Algunos acuerdos bilaterales a largo plazo			30-40%
Tabaco				La mayoría, mediante operaciones en subastas públicas por corredores que tienen relaciones de capital con los fabricantes	30%
Madera tropical	La mayoría	15-20% por compañías concesionarias			Troncos por aserrar y chapas: 80%

(cont. Cuadro 9)

Producto básico	Comercio entre empresas independientes			Comercio dentro de las empresas	Porcentaje de la producción mundial dirigida al mercado internacional
	Operaciones en el mercado libre	Contratos a largo plazo	Acuerdos preferenciales		
Cueros y pieles	La mayoría				
Fibras duras	Dos tercios del comercio total de fibras y el 80% del comercio total de bramantes	Ventas cautivas y ventas con contratos a largo plazo en acuerdos de trueque, 10%		Algunas opera- ciones	
Yute	60%				85%
Caucho	70%	Una cantidad muy pequeña, hasta 5 años		30%	15%

Fuente: Estimaciones de la CEPAL.

CLASIFICACION DE PRODUCTOS BASICOS, POR CANALES DE COMERCIALIZACION

Casi todo el comercio es realizado por unas pocas empresas comerciales de los países industrializados

Fuerte presencia de empresas comerciales, con algunas empresas manufactureras integradas verticalmente en las actividades comerciales

Marcada influencia de las empresas transnacionales (de elaboración y fabricación) en la comercialización

Organizaciones de comercio estatal, con alguna participación de empresas comerciales

Granos
Aceite de Soja
Aceite de maní
Algodón
Cobre
Azúcar
Lana
Carne
Harina de pescado

Caucho
Maderas tropicales
Cacao
Café
Mineral de hierro
Sisal
Yute
Manganeso
Aceite de palma
Estaño
Zinc
Plomo

Bauxita/alúmina
Banano
Tabaco
Té
Níquel

Fosfatos
Aceite de copra

Fuente: Estimaciones de la CEPAL.

influencia de las transnacionales --productoras, elaboradoras o manufactureras-- en la comercialización; y 4) productos básicos en que dominan las organizaciones de comercio estatal, pero con alguna participación de empresas de comercialización privadas. Idealmente, debería hacerse un nuevo desglose, incorporando las diferencias existentes entre una empresa transnacional que compra para su propia elaboración/comercialización y una que compra como agente de otras, entre compañías transnacionales, casas importadoras/exportadoras tradicionales y empresas de comercialización especializadas. Debido a la escasez de datos, esta tarea permanece como una esfera de investigación futura.

Hay muchos productos básicos, especialmente de origen agrícola, donde las condiciones de oferta se aproximan a las que supone la competencia perfecta. Existe un gran número de vendedores, ninguno de los cuales puede por sí solo influir en gran medida en el precio. A primera vista, esto parece ser especialmente cierto respecto de los productos básicos que se venden mediante un sistema de subastas --el té y el tabaco--, pero el análisis siguiente revela que el precio de subasta puede ser influido considerablemente por las acciones de un número limitado de compradores en gran escala. El banano se ubica en la misma categoría, debido a que el carácter perecible del producto unido al mercado oligopsonístico de compradores, han dado por resultado un mercado final fieramente competitivo en los países desarrollados. A su vez, esto ha generado una presión intensa sobre las empresas transnacionales para que reduzcan los costos y los precios a los productores de los países en desarrollo.

Respecto de otros productos básicos agrícolas --el cacao, el café, el algodón y el azúcar--, los mercados de contratos de futuro operan conjuntamente con los de los propios productos básicos. Las cotizaciones "al contado" en estos últimos son influidas por la cobertura y la actividad especulativa en futuros, así como por el actual equilibrio entre la oferta y la demanda. Por lo general, esos mercados son competitivos, aunque a menudo están sujetos a "acaparamientos" o "apretones" por grandes empresas de comercialización. Todos estos mercados son sensibles a las expectativas de oferta y demanda futuras, permitiendo de este modo que los comercializadores o especuladores con conocimiento "interior" obtengan ganancias desproporcionadas. Como indica el análisis siguiente, los principales elaboradores --en menor grado en el cacao y el café-- en buena medida dependen de los comercializadores para la adquisición de sus materias primas. El azúcar, la carne y, en menor grado, los cereales --productos que hacen frente a una gran participación de las comercializadoras en los mercados internacionales-- tienen una característica en común: el mercado "mundial" está compuesto por mercados nacionales fragmentados entre los cuales existe poca relación. Para estos productos básicos, los canales preferenciales son importantes, y existen altas barreras comerciales, creadas por los aranceles y otras trabas comerciales nacionales, así como los subsidios a la producción y la exportación. En este sentido, el mercado mundial asume un carácter marginal, con fluctuaciones muy grandes de precios.

Para los metales y minerales, el análisis precedente indica un grado variable de participación de las empresas elaboradoras/manufactureras transnacionales en los sistemas de comercialización y distribución. En el caso del cobre, tienden a prevalecer las condiciones de mercado competitivo, y el precio así determinado se utiliza como punto de referencia para los contratos a largo plazo o las negociaciones entre las empresas transnacionales y los gobiernos. Los precios del mercado terminal actúan normalmente como los de referencia corrientes, aun cuando

los propios mercados sean marginales. Este caso parece aplicarse al estaño, aunque hay alguna presencia de empresas productoras transnacionales en los sistemas de comercialización y distribución. Como se señaló anteriormente, respecto de muchos otros minerales importantes, o no existe un precio generalmente reconocido --por ejemplo, el mineral de hierro-- o prácticamente todo el comercio se mueve en canales dentro de las empresas --por ejemplo, la bauxita y la alúmina--, y para estos dos últimos grupos de productos básicos, el poder de negociación relativo y su proceso de negociación entre el vendedor y el comprador asumen importancia capital en la determinación de los precios.

En cuanto al plomo y el zinc, existe una doble estructura de precios, compuesta por el que se cotiza en la Bolsa de Metales de Londres y el que se aplica a los productores. Con respecto a este último, los precios que figuran en el Metal Bulletin --que se publica en Londres-- y en el Metal Week --que se publica en Nueva York-- se toman como precios de referencia para los contratos. En el caso del zinc, algunos precios a los productores --como el vigente a los europeos-- tienen una aplicación más amplia, lo que es especialmente válido para los concentrados. El precio a los productores de los Estados Unidos es válido en su propio mercado interno. En comparación con el plomo, los productos de zinc tienen poco grado de concatenación progresiva, de modo que su producción se vende directamente a los consumidores, situación que ha dado lugar a diversos sistemas de precios a los productores. Debido al predominio de esta estructura de precios, se estima que la cantidad de transacciones de zinc efectivamente realizadas en la Bolsa de Metales de Londres es menor que la correspondiente al plomo o al cobre.

Reconociendo la participación abrumadora de las empresas de comercialización transnacionales en el sector de los productos básicos, tal vez sería útil referirse brevemente a una de las cuestiones planteadas en el Capítulo I: por qué y cuándo las transnacionales deciden emplear comercio intra-firma en lugar del comercio entre empresas independientes, en algunos productos básicos y no en otros.

Teniendo presente los riesgos que supone generalizar sobre cuestiones de esta índole, se puede ofrecer una lista de los factores que podrían determinar el nivel de intervención de las empresas comercializadoras transnacionales: 1) un gran volumen en que una pequeña tasa de utilidades es compensada por el volumen y las economías de escala en los servicios de comercialización y distribución; 2) un número significativo de compradores y vendedores a nivel mundial; 3) un producto bastante homogéneo o un producto normalizado; 4) capacidad de almacenamiento, ya que la posibilidad de que los productos se deterioren aumenta los riesgos para la comercializadora; 5) el comercio internacional, más bien que nacional, en que la necesidad de reducción de los riesgos cambiarios es grande y se explotan los conocimientos especializados en arreglos contractuales, en distintos idiomas y entre diferentes prácticas comerciales; 6) la no existencia de protección contra las alzas de precios: un aumento de los costos de las materias primas puede traspasarse al precio del producto final sin mucha dificultad.*/

*/ Por ejemplo, la participación de la bauxita en el valor final del aluminio es muy baja, de modo que un gran aumento de su precio no afectará demasiado la situación del aluminio. En cambio, en el caso del cobre, la participación del costo de la materia prima es alta, lo que implica un mayor riesgo y un nivel más elevado de intervención para reducir ese riesgo.

Por otra parte, se puede especular que es probable que las empresas transnacionales procuren absorber el comercio de productos básicos bajo la forma de comercio intra-firma, cuando uno o más de los siguientes factores resulten apremiantes: 1) los insumos intermedios sean altamente específicos para la empresa --en cuanto a calidad, especificaciones, tecnologías--, como parece ocurrir en el caso de la bauxita; 2) los riesgos de interrupciones del suministro de insumos intermedios resulten inminentes; 3) haya sustanciales requisitos de comercialización y posteriores a la venta para las ventas de productos acabados, como parece ocurrir en el caso de la maquinaria; 4) las débiles administraciones del control tributario o cambiario aumenten las posibilidades de utilizar la fijación de precios de transferencia para fines de maximización global después de pagar los impuestos; 5) la necesidad de compensar los mercados deficientemente establecidos y organizados en los países en desarrollo.

3. A nivel de los distintos productos básicos

a) Bauxita/ alúmina /aluminio 1/

El papel de las empresas transnacionales, en particular el de las "Seis Grandes" productoras de aluminio, es dominante en la industria. Fuera de las economías de planificación centralizada, la industria continúa siendo dominada por las siguientes empresas: Aluminium Company of America, Alusuisse, Pechiney-Ugine-Kuhlmann (recientemente nacionalizada por el Gobierno francés), Alcan Aluminium Ltd., Reynolds Metals Co. y Kaiser Aluminium and Chemical Corporation. En 1982, estas seis compañías controlaban 46.3% de la capacidad mundial de producción de bauxita, 50% de la de alúmina y 44.5% de la capacidad de fundición de aluminio. Otras transnacionales e inversionistas privados manejaban también una parte considerable, aproximadamente el 20% de la capacidad de producción de bauxita, alúmina y aluminio. Las transnacionales no incluidas entre las Seis Grandes consisten en compañías cuyo interés primario radica en la industria del aluminio, tales como Revere, National Southwire, Martin Marietta, y ASV y British Aluminium y compañías de propiedad de los gobiernos de los países desarrollados con economía de mercado. Entre los inversionistas privados se incluyen los intereses de empresas cuya actividad comercial fundamental está en otra industria, tales como Billiton, Phelps Dodge, Amax, Anaconda y Noranda.

Por contraste, en 1982 los gobiernos de los países en desarrollo controlaban solamente 19.3% de la capacidad de producción de bauxita, 6.3% de la de alúmina y 5.0% de la de aluminio. Las "Seis Grandes" tienen intereses prácticamente en todos los principales países productores de bauxita. En América Latina, Brasil produce principalmente a través de empresas mineras controladas por la estatal Companhia Vale Do Rio Doce (CVRD) y, en algunos casos, en operaciones conjuntas con ALCAN y empresas transnacionales menores dedicadas a la producción de aluminio, tales como Billiton, Rio-Tinto Zinc, y un grupo de compañías japonesas (véase el Cuadro 11).

Cuadro 11

BRASIL-GRUPO ANDINO: ESTRUCTURA DE PROPIEDAD
DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS

<u>Empresa/Tipo de producción</u>	<u>Accionistas</u>	<u>País de origen o caracter</u>	<u>Porcentaje del capital</u>
BRASIL: <u>Bauxita, Alúmina y Aluminio Primario</u>			
1. Cia. Brasileira de Aluminio S.A. (São Paulo) - (Integrada)			
	- Grupo Votorantim.....	BR-Privada	100%
2. Aluminio do Brasil S.A. (Minas Gerais) - (Integrada)			
	- ALCAN	Canadá	100%
3. Cia. Mineira de Alumínio S.A. - ALCOMINAS (Minas Gerais) -(Integrada)			
	- ALCOA	USA	50%
	- Hanna Mining	USA	23,5%
	- Intereses Brasileños..	BR-Privada	26,5%
4. Mineração Rio do Norte S.A. (Pará - Trombetas) - (Bauxita)			
	- Cia. Vale do Rio Doce.	BR-Estatal	46%
	- Cia. Bras. de Alumin..	BR-Privada	10%
	- ALCAN	Canadá	19%
	- Billiton	Holanda	5%
	- Reynolds	USA	5%
	- Norsk Hydro	Noruega	5%
	- AS Aardal a/	Noruega	5%
	- ALUESA	España	5%
5. Mineração Vera Cruz S.A. <u>b/</u> (Pára-Paragominas) - (Bauxita)			
	- Cia. Vale do Rio Doce.	BR-Estatal	36%
	- Rio Tinto Zinc	Inglaterra	64%
6. ALCOA Mineração S.A. <u>b/</u> (Bauxita)			
	- ALCOA.....	USA	60%
	- Billiton	Holanda	40%
7. Alúmina do Norte do Brasil S.A. <u>b/</u> - ALUNORTE (Alúmina)			
	- Cia. Vale do Rio Doce.	BR-Estatal	60.8%
	- Nippon Amazon Alumi- nium Co. - NAAC(Con- sorcio de 32 empresas ligadas al aluminio)..	Japón	39.2%

Cuadro 11 (Cont.)

8. Aluminio do Brasil-Nordeste S.A. - ALUNORDESTE (Bahía) - (Aluminio)			
- ALCAN	Canadá	100%	
9. VALESUL Alumínio S.A. (Rio de Janeiro) - (Aluminio)			
- Cia. Vale do Rio Doce..	BR-Estatal	52%	c/
- Billiton Metais	Holanda	44%	
- Reynolds Aluminium	USA	4%	
10. Alumínio Brasileiro S.A. d/ ALBRAS (Aluminio)			
- Cia. Vale do Rio Doce..	BR-Estatal	51%	
- NAAC (ver ALUNORTE)....	Japón	49%	
11. Aluminio do Maranhão S.A. d/ - ALUMAR (Alúmina/ Aluminio)			
- ALCOA	USA	60%	
- Billiton	Holanda	40%	
VENEZUELA: <u>Bauxita, Alúmina y Aluminio Primario</u>			
1. BAUXIVEN C.A. d/ (Bauxita)			
- Corporación Venezolana de la Guayana-CRG	VE-Estatal	100%	
2. Interamericana de Alúmina C.A. - INTERALUMINA (Alúmina)			
- CVG	VE-Estatal	75%	
- Alusuisse	Suiza	17.5%	
- Billiton	Holanda	7.5%	
3. Aluminio del Caroní S.A. - ALCASA (Aluminio)			
- CVG	VE-Estatal	51%	
- Reynolds	USA	49%	

Cuadro 11 (Conc.)

4. Industria Venezolana de Aluminio C.A. - VENALUM
(Aluminio) (Capital social en 1980: US\$174.7 millones)

- Fondo de Inversiones de Venezuela - FIV ...	VE-Estatal	60.4%
- CVG	VE-Estatal	25%
- Shova Aluminium Ind...	Japón	5.1%
- Kobe Steel	Japón	2.9%
- Sumitomo Aluminium ...	Japón	2.9%
- Mitsubishi Light Metal	Japón	1.5%
- Mitsubishi Metal Corp.	Japón	1.5%
- Marubeni Corp.....	Japón	0.7%

FUENTE: CEPAL/IPEA (Instituto de Planeamiento Económico y Social), Cooperación económica entre Brazil y el Grupo Andino: el caso de los minerales y metales no-ferrosos, Estudios e Informes de la CEPAL No. 34, 1983.

a/ ALCAN posee el 25% del capital de esta empresa.

b/ Estas empresas se encuentran en implantación, con diferente grado de avance, al momento de preparar este documento.

c/ La CVRD transferiría el 12% de sus acciones a un consorcio de empresas brasileñas vinculadas al ramo: Aluminio Nacional Participações Ltda. - ALNAC.

d/ Empresas en implantación, con diferentes grados de avance.

En República Dominicana, toda la producción es controlada por Alcoa. Guyana llevó a cabo un proceso de nacionalización a mediados de la década de los 70, tomando para sí el control que antes ejercían Alcan y Reynolds. En Haití, la única mina existente --actualmente cerrada-- es de propiedad de la Reynolds. En Jamaica, Alcan, Alcoa, Reynolds --decidió retirarse del país-- y la Anaconda, poseen capacidad de producción.* / En Suriname, el manejo del sector lo realizan Alcoa y Billiton. En Venezuela, el control lo tiene el Estado.

Como puede apreciarse, cuando las empresas transnacionales manejan la industria de la bauxita, lo hacen mediante una variedad de consorcios o la propiedad del capital. La frecuencia de estos arreglos de sociedades de capital es aplicable también a las actividades de elaboración de alúmina y aluminio, como se aprecia en los casos del Brasil y Venezuela (véase nuevamente el Cuadro 11). Para la mayor parte del comercio internacional de la bauxita, los precios de exportación consisten en cotizaciones internas de las transnacionales. Dichas cotizaciones son ajustadas --a menudo con escasa referencia a los niveles de costo o de valor-- con el único objetivo de ayudar a las empresas a maximizar sus utilidades. En la actualidad, aproximadamente entre 85% y 90% de la bauxita es transada y consumida por las compañías transnacionales o los consorcios.** /

Un panorama similar es el que predomina en la alúmina, de la cual las transnacionales o los consorcios consumen aproximadamente de 80 a 85%. La mayor parte de las ventas de alúmina a las empresas independientes se hace por medio de contratos a largo plazo. Esto se explica porque un nuevo cliente de una planta de reducción constituye un aumento tan grande en las ventas que se tiene que construir capacidad adicional para dar respuesta a tal demanda. Como las plantas de aluminio y alúmina requieren de utilización intensiva de capital y tienden a financiarse mediante ahorro externo, para quienes conceden los créditos los contratos de ventas a largo plazo constituyen garantías prendarias. Paralelamente, la existencia de

* / En agosto de 1985, Kaiser Aluminium and Chemical y Reynolds Metals anunciaron la clausura de su refinería de bauxita, Alumina Partners of Jamaica (Alpart), que es la más grande del país. El cierre significa una disminución de 700 000 TM de bauxita por año. Aunque puede ser de carácter temporal, esta decisión representa una pérdida anual de ingresos de exportación de más de 90 millones de dólares estadounidenses, y desempleo para 1 200 personas. Esta es la tercera vez que deja de operar una refinería de bauxita en Jamaica, en poco más de un año. En 1984, Reynolds Metals cesó su producción en la costa norte de la isla. Alcoa anunció la clausura de su refinería en la región central. Tiempo después, cuando el gobierno jamaicano comunicó su decisión de arrendarla en forma de leasing, esta planta reanudó sus operaciones.

** / Tomando en cuenta el importante rol que desempeñan las empresas transnacionales, cabe señalar que el Gobierno jamaicano anunció que establecerá, conjuntamente con un banco suizo, una empresa de comercialización (Jamaica Overseas Marketing) en Europa. El giro principal de esta empresa será la venta de bauxita y la compra de petróleo. Dos firmas, la Petroleum Corporation of Jamaica y la Bauxite and Alumina Trading Company (Batco) adquirirían 25% del capital cada una. El restante 50% sería cubierto por el Rothschild Bank.

contratos de suministro a largo plazo les asegura que la planta contará con disponibilidad de materias primas. La limitada participación de las empresas que comercian en alúmina se debe también a que los contratos de fletes tienden a ser más cortos que los contratos de alúmina. Ello determina que los riesgos de flete para largo plazo son más elevados. Mucho más que los riesgos marginales que las comercializadoras están dispuestas a correr.

En cambio, el aluminio se comercia con mayor facilidad que la bauxita o la alúmina en el mercado abierto. Ello se debe a que la bauxita puede ser consumida sólo por las aproximadamente 80 plantas de alúmina que existen en el mundo, y esta última sólo puede tener por destino las fundiciones de aluminio que suman alrededor de 175. El aluminio, en cambio, se utiliza como insumo en varios miles de establecimientos, muchos de los cuales son independientes de los principales productores. Este número relativamente mayor de compradores ha significado que el comercio del aluminio haya aumentado de volumen en la Bolsa de Metales de Londres y la Bolsa de Metales de Nueva York en años recientes. De hecho, las cotizaciones en las bolsas han reemplazado el papel que cumplía el precio a los productores.*/

Sin embargo, las operaciones de mercado abierto no constituyen la norma en las transacciones de aluminio. En el caso del Japón, aumentan las importaciones provenientes de fuentes vinculadas a proyectos de explotación conjunta, financiados por los usuarios, los fundidores y las empresas de comercialización. También aumentan las vinculadas a contratos a largo plazo, aunque en la actualidad las compras al contado constituyen la forma dominante de transacción. En 1982, el Japón importó 319 000 toneladas y 259 000 toneladas de aluminio utilizando el marco de proyectos de explotación conjunta y por medio de contratos a largo plazo, respectivamente. En el mismo período se transaron 610 000 toneladas al contado. Una proyección para los años venideros indica que se duplicarán las importaciones para las dos primeras categorías, mientras que la última registrará una completa declinación.^{2/}

b) El mineral de hierro

La industria del acero muestra una extrema concentración. En los últimos años de la década de 1970, las 50 compañías más importantes ostentaban una producción superior a las cuatro quintas partes del total del acero fabricado en el mundo, excluido el de las economías europeas y asiáticas de planificación centralizada. A

*/ Por ejemplo, el que imponía Alcan se consideró durante un largo tiempo como el precio de mercado del aluminio. Un signo de este cambio es que el prestigioso periódico especializado en metales, The Metal Bulletin, a partir de noviembre de 1984 resolvió cotizar el promedio móvil de tres meses de la Bolsa de Metales de Londres en lugar del precio al productor de Alcan. Hay una marcada diferencia entre los dos precios. Por ejemplo, en noviembre de 1984 el precio de mercado libre --lingote Min 99.7%, precios de las transacciones pagado el derecho de la CEE, CIF Europa-- se cotizó en 1 198.9 dólares estadounidenses por tonelada métrica, mientras que el precio a los fabricantes estadounidenses (99.5% de pureza, entregado, mercado de Nueva York) se cotizaba en 1 785.7 dólares estadounidenses por tonelada métrica.

las veinte compañías más grandes les correspondía más de la mitad de esta producción. A las diez principales, más de un tercio y a las cinco de mayor tamaño, alrededor de una cuarta parte.

Por consiguiente, el número de compradores de mineral de hierro es sumamente limitado. En el Japón, país que efectúa sobre un tercio de las importaciones mundiales de este mineral, su concentración puede ser incluso mayor de lo que sugieren las cifras correspondientes a las compañías productoras de acero japonesas las que efectúan buena parte de sus adquisiciones por intermedio de empresas comercializadoras. En la República Federal de Alemania, en cambio, las compras las efectúan dos empresas especializadas que representan a las compañías productoras de acero. En el Reino Unido, la British Iron and Steel Corporation tiene los derechos exclusivos para negociar todo lo relacionado con suministros extranjeros. En Francia, la compañía más importante, Usinor, realiza la mayor parte de las compras de mineral de hierro. El sistema centralizado de compras se practica también en Bélgica, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos.^{3/}

La característica principal del comercio del mineral de hierro es el predominio de los contratos a largo plazo, a veces a veinte años y con activa participación de las empresas comercializadoras. Esta característica obedece a las siguientes razones: aunque todavía hay casos en que una sola compañía productora de acero tiene participación mayoritaria en minas de hierro, la propiedad conjunta de éstas se ha transformado en algo frecuente. Como en el caso de los países latinoamericanos (véase el cuadro 12) respecto de las importaciones de mineral de hierro del Japón, la participación en el capital de las productoras de acero y de las empresas comercializadoras es un factor importante que influye en la frecuencia y en la duración de los contratos a largo plazo. Los canales de importación son totalmente controlados por las comercializadoras. Incluso los contratos a corto plazo, generalmente por un año, a menudo son renovados regularmente de tal manera que se establecen relaciones estables que pueden extenderse durante decenios. Se calcula que sólo alrededor de un tercio --o menos-- del comercio mundial en mineral de hierro se negocia en el sector "libre" del mercado internacional. Es decir, sin ser cubierto por acuerdos especiales de comercialización.^{4/}

Como ya se mencionó, cada vez es más frecuente que no sea una sola compañía la que tenga participación mayoritaria en una empresa minera y el prorratio de los suministros se base en la participación proporcional en el capital. Esta presencia en la propiedad accionaria las convierte, en primer término, en importantes fuentes de financiamiento para la industria de explotación del mineral de hierro. Pero, además, las transforma en abastecedoras de la tecnología necesaria para los trabajos de exploración geográfica y de estudios de viabilidad de los proyectos.

La considerable influencia de las empresas de comercialización en el mercado internacional de este mineral se apoya en el área del transporte. Allí, la propiedad de la flota que realiza esta tarea es uno de sus elementos básicos.

Los gastos por este concepto pesan considerablemente en el precio CIF, ya que llegan a ser del orden del 30%. Los grupos comerciales más activos son Cleveland Cliff Iron Ore Co., Hanna Mining Co., Oglebay Norton Co., Picklands Mather and Company International for North America, Exploration and Bergbau GmbH, la División Internacional de la British Steel Corporation, Granges (sueco) y, por supuesto, las

Cuadro 12

IMPORTACIONES DE MINERAL DE HIERRO MEDIANTE CONTRATOS
DE LARGO PLAZO Y PARTICIPACION EN EL CAPITAL

Mina	Compañía minera y producción anual	Composición del capital	Inversión y finanzas del Japón * Canales de im- portación del Japón de con- tratos a largo plazo	Contratos de importación del Japón	
				I. II. ... = Número de contratos	mt = millones de toneladas
1. Río Doce (Minas Gerais, Brasil)	Cia Vale do Rio Doce (CVRD)	(L) Gobierno del del Brasil	Ninguna * Nissho Iwai -> acerías (7)	I. 1966~80 II. 1967~78 III. 1971~78 IV. 1972~86 V. 1979~93 VI. 1979~93 Opción a $\pm$ 10%, precio determinado por el sistema de lingotes	total 50 mt total 30.5 mt total 22.4 mt total 102.5 mt total 95 mt total 85 mt
2. NIBRASCO (Espírito Santo, Brasil)	NIBRASCO Producción de nó- dulos: 6 millones de toneladas anua- les. Todo el ma- terial bruto para nódulos suminis- trado por CVRD	50 millones (L) CVRD (J) Gobierno del Japón	Inversiones por las acerías (6). Fondo del consor- cio de 10 bancos japoneses (inte- reses en eurodó- lares más 1.75 %). * Nissho Iwai -> acerías (6)	1978~92 En principio, precio fijado sobre la base del costo más utilidades adecua- das; en realidad en un nivel que oscila entre el precio corriente de los nódu- los para Europa y Estados Unidos como máximo, y 6% menos que dicho precio (es decir, 95%) como mínimo	6 mt al año
3. MBR (Minas Gerais, Brasil)	Minerações Brasi- leiras Reunidas Mineral vendido por CAEMI en otras áreas, salvo Japón	1 500 millones de cruceiros CA 61 (Grupo Japonés 20%) 8.16 millones de dólares de inversión por las acerías (6) y empresas comerciales (4)		1973~88 1977 Opción a $\pm$ 10% de la cantidad	total 150 mt sistema
Mina Aguas Claras		(M,J,L) ERM (M) Hanna Mining	Un director japo- nés en MBR. El Fondo de Desarro- llo proviene en parte de cinco em- presas comerciales japonesas apoyadas por el consorcio de bancos comer- ciales * C. Itoh y Mitsui -> acerías (6)		

(cont. Cuadro 12)

Mina	Compañía minera y producción anual	Composición del capital	Inversión y finanzas del Japón * Canales de im- portación del Japón de con- tratos a largo plazo	Contratos de importación del Japón	
				I. II. ... = Número de contratos	mt = millones de toneladas
4. SAMARCO (Minas Gerais, Brasil)	SAMARCO Utah International (expedidor)	(L) Samitri (M) Utah International	Ninguna * Mitsubishi Nissho Iwai - Kobe Seiko	1977*86 Opción a $\pm 10\%$, precio vinculado al de la CVRD	4.8 mt
5. Marcona (Perú)	Hierro Peru (em- presa pública) Minapeco (expe- didor) 10 mt/año (6.5 mt en la actua- lidad)	(L) Gobierno peruano	Ninguna * Mitsui, Marubeni Nissho Iwai $\rightarrow$ acerías (6)	Contrato por siete años (1976*83) suscrito en forma separada por 6 acerías japonesas (equivalía a un total de 2 millones de toneladas en 1979). Nódulos y material para nódulos. Precios ajustados cada año a los precios cotizados para minerales menudos de Brasil y Australia	
6. Algarrobo Boqueron- chanal	(L) Compañía del Pacífico	(L) Gobierno de Chile	Préstamo de la Mitsubishi a la CAP por 85 millo- nes de dólares es- tadounidenses para la construcción de una planta de nó- dulos, el que se reembolsará en nó- dulos durante 10 años. Hay 3.05 millones de tone- ladas almacenadas en la mina en vir- tud del sistema de préstamos en divi- sas para importa- ciones de emergen- cia, que transfe- rirán al Japón para 1979 y 1981 * Mitsubishi $\rightarrow$ acerías (5)	1978*87 total 32.2 mt	

(conc. Cuadro 12)

Mina	Compañía minera y producción anual	Composición del capital	Inversión y finanzas del Japón * Canales de im- portación del Japón de con- tratos a largo plazo	Contratos de importación del Japón	
				I. II. ... = Número de contratos	mt = millones de toneladas
7. Romeral (Chile)	Mina El Romeral Pacific Ores and Trading B.V. (expedidor)	Compañía de Acero del Pacífico, S.A. (CAP 55%, Inter. Muller, 45%)	Ninguna * Mitsubishi → acerías (4)	1979/4*80/3 total de 2 años 5 mt Opción a $\pm$ 10%, precio determinado cada año	

Fuente: CEPAL, Hacia nuevas modalidades de cooperación económica entre América Latina y el Japón, Cuadernos de la CEPAL, No. 51, 1986.

- Nota: 1) M, L y J, en la columna sobre composición del capital representan a la empresa multinacional, al empresa nacional y la empresa japonesa, respectivamente.
 2) El * en la columna sobre contratos de importación del Japón se refiere exclusivamente a las empresas comerciales coordinadoras.
 3) mt significa millones de toneladas.

"sogo-shosha" japonesas.*/

Si bien ha disminuido la importancia de los suministros "cautivos" con la nacionalización de las minas en varios países, el predominio de las compañías productoras de acero y de las comercializadoras se ha afianzado, si es que no ha aumentado. La realidad muestra que casi todos los aspectos de la comercialización y distribución del mineral de hierro son controlados por los compradores.

En cuanto a la formación de sus precios, este mineral no se comercia en ninguna bolsa de productos básicos. Los contratos suscritos entre compradores de la República Federal de Alemania y del Japón con la compañía estatal brasileña CVRD, y entre empresarios japoneses y las minas australianas, normalmente actúan como "precios pilotos" para el mercado internacional.**/

c) Cobre

La integración vertical internacional no es común en el cobre. Las exportaciones --de refinado o sin refinar-- consisten en transacciones entre empresas independientes. Aunque la oferta de cobre refinado de las economías de mercado es dominada por los grandes productores, la propiedad de las refinerías está más repartida que en el caso de metales como el aluminio y el níquel.***/ De la

*/ Además de comerciar, en cooperación con compañías productoras de acero participan en el desarrollo de nuevos recursos de minerales. Así su papel como propietarias ha aumentado, tanto individualmente como en conjunto o con compañías productoras.

**/ En 1982, año en que los productos básicos registraron la peor cotización desde la segunda guerra mundial, estos precios aumentaron entre 10 y 15%, en el caso de las exportaciones a la República Federal de Alemania, y entre 13 y 17% en el de las exportaciones al Japón. En 1983, en cambio, tras prolongadas negociaciones, el Japón pudo obtener reducciones que fluctuaron de 11 a 13% y la República Federal de Alemania, de 10 a 17%. En 1984 hubo una nueva rebaja de 8-10%, en los precios "claves" negociados para las exportaciones de este producto a Europa, y de 11-13%, para los embarques al Japón. Este fue el año en que se elevó el nivel general de los precios de los productos básicos.

La sincronización entre los precios de contratos a largo plazo y el equilibrio efectivo de la oferta y la demanda está lejos de ser perfecta y, como en 1983 y 1984, los principales proveedores han tenido que aceptar precios en vez de determinarlos.

***/ La configuración del mercado del cobre se caracteriza por su concentración decreciente. En 1948, las siete mayores empresas transnacionales productoras de cobre controlaban 70% de la producción total de las economías de mercado. En 1982, esa participación bajó a 36%. Una razón importante que explica tal descenso es el esfuerzo en pro de la nacionalización en el Zaire (1966-1967), Zambia (1969-1970), Chile (1971) y el Perú (1974). De esta manera, alrededor de 25% de la producción total de las economías de mercado fue retirada del control directo de las empresas transnacionales.

capacidad total de refinación --9.3 millones de toneladas anuales en 1980--, alrededor de la mitad corresponde a los siete productores más grandes y 86% a los 30 mayores productores.^{6/} La minería del cobre y la capacidad de fundición de las economías de mercado son dominadas por grandes compañías, nacionales y/o transnacionales, manteniéndose una competencia efectiva en el mercado internacional.

Los contratos respecto de concentrados -1 a 10 años- generalmente se celebran entre empresas que no tienen conexiones directas de capital. Los contratos de cobre sin refinar -1 a 5 años- casi siempre se negocian entre empresas independientes, con la excepción de la Southern Peru Copper, en el Perú, que realiza algunas ventas a sus empresas matrices. La mayor parte del cobre refinado se vende en contratos anuales entre empresas sin conexión directa entre ellas.

Las empresas fabricantes más grandes tienen una capacidad de absorción de cobre muy inferior a los niveles de producción y ventas de las principales unidades productoras. A diferencia del caso de la bauxita y el mineral de hierro, los costos de la materia prima (concentrados) constituirían aproximadamente la mitad del precio del producto final fabricado para un establecimiento que combinara fundición, planta refinadora e instalaciones de fabricación. Este elevado valor unitario del cobre, ya sea en forma de concentrado o metal refinado, fomenta considerables corrientes comerciales desde las principales zonas de exportación, ya que incluso un transporte muy extenso agrega poco a los costos totales.

Aunque ha habido un aumento de las ventas directas desde los países en que los intereses nacionales han asumido el control sobre la comercialización --así como algunas innovaciones en materia de comercialización introducidas por ellos--*/ una parte importante de sus ventas es manejada todavía por agentes o distribuidores establecidos en los principales países consumidores. En algunos casos, los agentes son los mismos que participaban en la comercialización y distribución antes de que los intereses nacionales asumieran el control de tales funciones.^{7/}

Aunque la Bolsa de Metales de Londres (LME) y la Bolsa de Metales de Nueva York (COMEX) manejan entre 10 y 20% del comercio total del cobre, sus cotizaciones representan el punto de referencia en que se basa un volumen mucho mayor de contratos de negociación de este producto. Las bolsas se utilizan primordialmente para cobertura y especulación, aun cuando es posible vender cobre directamente a la Bolsa de Metales de Londres o recibir entrega física.^{**/}

^{*/} Por ejemplo, la CODELCO de Chile y los dos productores de Zambia -Nchanga y Roan Consolidated- han empezado a participar en empresas mixtas para producir alambrón en algunos países consumidores. La CODELCO tiene participación en la Deutsche Giessdvah Gesellschaft (República Federal de Alemania) y los productores de Zambia en la Societé de Coulée de Cuivre (Francia). Su participación en dichas empresas les ha permitido aumentar sus ventas directas.

^{**/} La mayoría de los productores y consumidores prefiere establecer vínculos de venta directos, más que depender de un mercado a plazo. Además, la necesidad que tienen algunos consumidores de un cobre de calidad superior a la garantizada por la Bolsa de Metales de Londres --una entrega que proviene de las existencias de la

En la Bolsa de Metales de Londres el intercambio comercial está limitado a sus miembros, que en la actualidad son 28. Casi una tercera parte de éstos tienen considerable interés en el cobre o pertenecen a empresas que lo tienen. Entre ellas se incluyen Amelco Trading (AMAX), Anglo Chemicals Metals (Grupo Anglo-American y Mitsui Bussan), Cerro Metals Ltd. (Marmon Group), Henry Bath and Sons Ltd. (Asarco), Metallgesellschaft Ltd. (Metallgesellschaft AG), Rudolf Wolff and Co. (Noranda), Sogemin (Grupo Société Générale de Belgique), Tennant Trading (Consolidated Goldfields), Triland Metals (Mitsubishi Shoji).

En cuanto a los casos latinoamericanos, CODELCO de Chile negocia su cobre directamente por intermedio de oficinas de venta en Londres, Nueva York y Sao Paulo y una red de agentes en otros mercados. CODELCO comercia solamente su producción y no la de otras compa  as productoras de cobre en Chile. Este esfuerzo de venta directa se refleja en que solamente el 10% del cobre chileno es administrado por agentes internacionales. En el caso del Perú, la enmienda de las leyes mineras en 1981 redujo el papel del Estado en las nuevas empresas de producción y eliminó el monopolio estatal de las exportaciones de cobre, que mantenía anteriormente la MINPECO. Se estima que esta entidad efectúa entre 60 y 70% de las exportaciones mineras totales,^{8/} vendiendo directamente a los consumidores o por intermedio de los agentes.

El caso de la MEMACO en Zambia, se parece al de la CODELCO. Las dos principales minas estatales se encargan de la comercialización de todos los metales y minerales que se producen en ese país.^{*/} A veces utilizan transnacionales privadas como subagentes designados, pero la mayor parte del cobre se vende a usuarios finales y no a comercializadoras. La GECAMINES, de Zaire, utiliza una red de agentes, que representan a firmas tales como la Société Générale des Minerais (Bélgica), la Metallgesellschaft (República Federal de Alemania), la African Metal Corporation (Estados Unidos), la Sogement (Francia) y Sumitomo Shoji y Mitsubishi Shoji (Japón). ^{**/}

Bolsa de Metales de Londres, corresponde a cualquier marca registrada que puede no cumplir con las exigencias de los consumidores--, actúa como incentivo adicional para los vínculos de ventas directas.

^{*/} La compa  a minera Zambia Consolidated Copper Mines y la empresa de comercialización de metales de dicho país (MEMACO) crearon conjuntamente una firma comercializadora en Londres, Memaco Trading. Este intento apunta a un nuevo enfoque para lograr mayor participación del Tercer Mundo en la esfera de la comercialización.

^{**/} El Gobierno de Zaire anunció en junio de 1985 que Gecamines, la empresa minera estatal, asumiría un rol más importante en la comercialización de su cobre en el mercado internacional. Para ello, una de sus sucursales, Gecamines Commerciale, reemplazaría las funciones hasta ahora desempeñadas por una empresa belga, SGM-Afrimet. El jefe de Gecamines Commerciale mencionó, "no es normal que un país que exporta anualmente casi 500 000 toneladas de cobre, no tenga ninguna representación en la Bolsa de Metales en Londres ..., queremos ganar credibilidad, pero eso es difícil cuando nuestros clientes no nos ven nunca", (The Financial Times, 28 junio de 1985).

La estructura de las importaciones japonesas de cobre, por origen de país y por empresa comercial importadora (véase el Cuadro 13), sugiere dos características importantes del mercado internacional de este metal. Una es el importante papel que desempeñan las compañías comercializadoras como agentes importadores casi exclusivos, para diversos países exportadores en desarrollo. La otra es el predominio de los contratos a largo plazo, respecto de las compras al contado, con una proporción de nueve a uno a favor de los primeros. Todo esto nos lleva a concluir que aunque la forma predominante de comercio del cobre se guía por normas de independencia, no se caracteriza por operar en mercados "libres". Los contratos a largo plazo constituyen el intercambio comercial habitual y un número limitado de empresas comerciales tiene gran importancia en las importaciones y en las operaciones de las bolsas de productos básicos.

d) Azúcar 9/

Sólo una pequeña parte del azúcar que se produce en el mundo entra en el circuito del mercado internacional. Esto determina la inestabilidad de precios que caracteriza al producto. Dentro de tal contexto, las transacciones del mercado libre representan la mitad del total que se comercia en el circuito internacional, lo que obviamente transforma a este tipo de negociación en marginal y residual. Y su existencia, ya de por sí limitada, se ve cada vez más amenazada por el creciente comercio administrado. Ejemplos de ello son los acuerdos entre Cuba y el COMECON, la Convención de Lomé, la cuota que fija Estados Unidos, los programas de subsidios de la CEE y algunos contratos firmados por empresas refinadoras de Japón con Australia, y de Estados Unidos con Filipinas y República Dominicana.

En los países en desarrollo existen aproximadamente 1 500 ingenios de azúcar de caña, y las empresas transnacionales controlarían no más de 20 a 30. Aparentemente, el abandono de la producción integrada es una característica dominante del sistema de transacciones por el cual se guían las empresas comercializadoras e industrias usuarias de los países desarrollados. El grado de concentración industrial en la elaboración de azúcar refinada en todos los principales mercados desarrollados generalmente es muy alto, pero hay poca participación de las principales empresas azucareras en distintos mercados. Cada una de la compañías comercializa los productos esencialmente en su país de origen. Las excepciones más destacadas son Tate Lyle y Benghin/Say, las principales empresas en el Reino Unido y Francia, respectivamente. Ellas participan activamente en el comercio mundial del azúcar, la melaza y conexos, así como en su refinación en varios países europeos.^{10/}

En el comercio del azúcar existe un conjunto de intermediarios, incluidas las empresas comercializadoras y los corredores, en su mayoría altamente especializados. Ellos son responsables de la mayor parte de las transacciones internacionales de azúcar. Intervienen por derecho propio como operadores, en nombre de los países exportadores o importadores, y en el mercado libre. Pese a la gran participación de las empresas públicas en los países en desarrollo exportadores e importadores, hay

Cuadro 13

IMPORTACIONES JAPONESAS DE COBRE REFINADO, 1982

País	Importaciones (toneladas)	Empresa comercial importadora
Zambia	145 285	Mitsui Bussan, Mitsubishi Shoji
Chile	72 355	C. Itoh, Marubeni, Toyo Menka, Nissho Iwai, Kanematsu-Gosho, Sumitomo Shoji, Mitsui Bussan
Perú	42 948	Marubeni, Mitsui Bussan
Zaire	2 103	Mitsui Bussan
Sudáfrica	4 624	Nissho Iwai
Contratos a largo plazo, total	267 315	
Compras al contado	28 419	República de Corea, 394; China, 2 952; URSS, 63; Estados Unidos, 12 407; Honduras, 99; Zimbabue 2 398; Australia, 4 166
Total	295 734	
Total 1981	241 146	

Fuente: Sogo-Shosha Nen-kan, Anuario de las Empresas de Comercialización en 1984, Nihon Kogyo Shim bun Sha, Tokio, 1984

pocas operaciones directas entre compradores y vendedores. Las empresas comercializadoras, por lo general, no realizan actividades de producción o fabricación.

Pese a que, como ya está dicho, las comercializadoras del rubro azucarero generalmente no realizan actividades de producción o fabricación, concentran gran parte de este producto. No más de 10 empresas tienen una participación significativa en el mercado internacional. Entre ellas, las más conocidas son Sucres et Denrées --empresa francesa que representa 21% del libre comercio mundial--, Philipp Brothers --estadounidense, 15%--, Tate and Lyle --Reino Unido, 10%-- y E.D.F. Man --Reino Unido, 10%. Las principales comercializadoras transnacionales están representadas en Nueva York, Londres y París, donde el azúcar se negocia en una bolsa.

En el mercado, el operador es una empresa comercializadora que realiza compras y ventas por su cuenta. El producto comprado por un operador y que no se vende todavía a un importador, se conoce como "segundo azúcar", a fin de hacer una distinción con la que el productor tiene disponible para la venta. Debido a la participación de las principales comercializadoras tanto en las operaciones a comisión como en las por "su propia cuenta", las empresas que actúan como intermediarias no pueden diferenciarse en cuanto al papel que desempeñan en el mercado. Esto aumenta la falta de transparencia en el comercio del azúcar.

Las subastas públicas son la causa de la existencia de los operadores. En las subastas de venta, generalmente el productor autoriza al adquirente para que exporte el azúcar subastado a cualquier país. En las subastas de compra, en cambio, es habitual que se permita al vendedor que entregue desde cualquier origen. En este caso, se dice que es de origen "omnibus", y esta existencia no es acogida con mucho agrado por los países exportadores de azúcar. Si su propio azúcar termina en manos de operadores, corren el riesgo de que al comercializar directamente tengan que competir con suministros de su propia azúcar ofrecidos por estos operadores. Otro punto que hace conflictiva esta "convivencia" es que los productores desean obtener los precios más altos posible por sus exportaciones. En cambio los operadores no se preocupan demasiado por el precio --casi siempre se cubren contra cualquier posible riesgo en materia de precios--, ya que obtienen sus utilidades de las primas o descuentos que pueden lograr en relación con las cotizaciones del mercado terminal.

El dominio de las empresas comercializadoras también parece darse en los mercados del azúcar latinoamericano. Por ejemplo, en el Brasil, el Instituto de Azúcar y Alcohol (IAA) es la única autoridad vendedora. Su política de venta es flexible y se adapta a las necesidades de los compradores. Efectúa transacciones con los operadores internacionales y con las empresas públicas de los países en desarrollo, aunque en los últimos años la mayor parte ha tenido como destinatario a primeros. En Cuba, la empresa pública Cubazúcar tiene el monopolio de la comercialización internacional del azúcar, el alcohol y la melaza. Aproximadamente dos tercios de las exportaciones cubanas se orientan hacia países con economías de planificación centralizada y el resto se comercializa en el llamado mercado libre. Cubazúcar vende directamente a otras empresas públicas de países en desarrollo y utiliza también extensamente los servicios de intermediarios en los principales centros azucareros. En la República Dominicana, el Consejo Estatal del Azúcar (CEA) es propietario de doce ingenios, mientras que los cuatro restantes son de propiedad

privada. En los últimos años, 65% de la producción total se realizó por los ingenios de propiedad del CEA, mientras que la empresa transnacional Gulf and Western Corp.,*/ que explotó el mayor ingenio del país, produjo aproximadamente 25% de la producción total. El resto tuvo como origen tres ingenios pequeños de propiedad del Grupo Vicini. La política de ventas dominicana es mucho menos flexible que las del Brasil y de Cuba y la mayoría de sus exportaciones se efectúa en condiciones FOB a intermediarios en los Estados Unidos.

e) Café 11/

La industria elaboradora del café está muy concentrada. Veinte de las principales empresas elaboradoras de productos alimenticios son productoras importantes y las ocho mayores controlan entre 55% y 60% de las ventas mundiales: las dos mayores -General Foods y Nestlé- mantienen en conjunto un estimado de 20% del mercado mundial. Sin embargo, gracias a su expansión y diversificación de productos, las cinco empresas más importantes obtienen ingresos procedentes del café que representan menos de 30% de sus ingresos totales. General Foods es la mayor empresa elaboradora y distribuidora de café en los Estados Unidos, con productos molidos, solubles y descafeinados.**/ La amplia línea de productos de café vendidos en diferentes mercados representó, en 1981, 41% de las ventas de productos y sólo 29% de las utilidades de la compañía. Del mismo modo, para Nestlé, debido a su amplia diversificación de productos, en 1981 los productos relacionados con el café constituyeron menos de 30% del total de las ventas de productos.

La comercialización del café también está concentrada. Se estima que en 1980, 23 empresas controlaron 82% del comercio mundial.^{12/} Especialmente importante es la participación de comercializadoras tales como ACLI International -Estados Unidos-, recientemente adquirida por Cargill Inc.; Jack Aron -Estados Unidos de América-; Volkart -Suiza-; Socomex -Estados Unidos de América- y otras empresas, que representan alrededor de 50% del comercio mundial en café verde y elaborado. A las empresas elaboradoras transnacionales -General Foods, Procter and Gamble y otras- les corresponde el restante 50%. Se estima que la ACLI International controla alrededor de 10% del mercado mundial del café y que figura también entre las cinco principales empresas en el comercio del cacao, pero además, se destaca en el negocio del azúcar, el caucho, los metales y los productos químicos. Como se sabe, Volkart es una de las compañías más importantes de Suiza y la segunda mayor comercializadora en algodón a nivel mundial. Respecto del Japón, el cuarto mayor consumidor del mundo y sin embargo un mercado relativamente nuevo para el café, los canales de importación son controlados por las grandes comercializadoras que se dedican a

*/Esta compañía, la mayor propietaria de tierras de la República Dominicana, decidió vender sus operaciones relacionadas con el azúcar en el país a otro grupo de inversionistas, en junio de 1984.

**/ En la categoría de café molido, la compañía vende café cafeinado con los nombres comerciales Maxwell House, Yuban y Max-Pax. Mellow Roast, un producto derivado del grano, se encuentra también disponible en forma molida. El café molido descafeinado se ofrece con los nombres comerciales Sanka y Brim.

múltiples productos. Una de ellas, la Mitsubishi Shoji, maneja 22% (1982) de las importaciones de café al país. La participación de esta compañía en la compra de café colombiano y brasileño es elevada. Respecto a Colombia representa más de 50% de las importaciones.

Aunque las empresas elaboradoras de café realizan compras directas, no efectúan la totalidad de ellas por cuenta propia. Por ejemplo, en los últimos años del decenio de 1970 las dos mayores empresas elaboradoras de café de los Estados Unidos, adquirieron entre 60 y 80% de sus granos verdes a importadores nacionales de café y sólo el resto directamente a los países productores.^{13/} En los Estados Unidos existen alrededor de 100 importadores de café verde y 200 empresas elaboradoras, y diez compañías comercializadoras y elaboradoras importan 50% del café que se consume.

En cuanto a las exportaciones, las autoridades de los países en desarrollo están incrementando sus esfuerzos para llevarlas a cabo directamente. Por ejemplo, la FEDECAFE de Colombia vende parte de sus exportaciones en forma directa a compradores en Europa y Japón, aun cuando la mayoría -inclusive las enviadas a los Estados Unidos- son canalizadas a través de unas 40 empresas exportadoras. Durante el decenio de 1970, la FEDECAFE aumentó su participación en las ventas al exterior. A fines del período representaba más de 85% de las exportaciones totales. La principal razón de tal crecimiento fueron los elevados precios internos mantenidos por la organización.*/

En el Brasil, varios organismos paraestatales compiten con empresas privadas como la Inter-Continental de Café S.A., la Tristao Compañía de Comercio Exterior y la Unicafé Cia. de Comercio Exterior, los tres mayores exportadores de café brasileño en 1982. El Instituto Brasileiro de Café (IBC) negocia ventas con las compañías comercializadoras estatales de los países socialistas. En determinadas condiciones, también vende el producto a tostadores de otros países desde sus instalaciones de almacenamiento en Trieste y Hong Kong. Otras dos empresas de propiedad del gobierno que negocian en café son la COBEC (Companhia Brasileira de Entrepostos e Comercio) y PETROBRAS Comercio Internacional S.A. - INTERBRAS. La COBEC fue establecida para competir con poderosas empresas transnacionales en la comercialización de la soya y ahora incursiona en una serie de productos agrícolas, incluido el café. Sin embargo, la presencia de estas compañías en la comercialización de café en grano es muy marginal. En 1981, por ejemplo, la COBEC efectuó exportaciones del producto por valor de US\$ 32 millones. Una cifra de significación menor si se la compara con las exportaciones nacionales totales de café, que llegaron a US\$ 1 500 millones. La participación de la PETROBRAS también

*/ Sin embargo, en vista de la modalidad de importaciones que aplica Japón respecto del café colombiano, lo que una organización estatal o semipública considera un comercio directo debe entenderse con cuidado. Como se recordará, en el caso japonés, una empresa comercializadora representa más de la mitad de las importaciones de café desde Colombia. El término "compradores" no significa necesariamente los consumidores finales o los locales de venta al detalle. En este caso, podrían ser más bien comercializadoras haciendo negocios con el café, ya sea a comisión o por "cuenta propia".

fue mínima, ya que representó solamente 2% de las ventas totales de café en grano en el exterior.^{14/} La lista de los principales exportadores de café en grano del Brasil, en 1982, sugiere que el proceso de comercialización está altamente concentrado y en su mayor parte es de carácter privado (véase el Cuadro 14). En la lista figuran varias empresas comercializadoras transnacionales, tales como Esteve y Volkart.

Debido al predominio de los importadores y elaboradores de los países desarrollados, no ha sido significativo el volumen de café exportado directamente por las organizaciones gubernamentales de comercialización de los países en desarrollo. En los últimos años del decenio de 1970, sus exportaciones combinadas a nivel mundial no fueron superiores a 2%. La elevada participación de las empresas comercializadoras en este rubro ha sido señalada como un factor para la inestabilidad en los precios, ya que con grandes stocks compiten por los mercados de los países que no pertenecen a la Organización Internacional del Café (OIC). Por ejemplo, el Brasil ha manifestado la intención de reducir el papel de las comercializadoras, que a fines de 1983 se estimaba que mantenían entre 1 millón y 3 millones de bolsas de 60 kilos en puertos libres de países no miembros de la OIC.

Como en otros productos básicos, en la determinación de los precios internacionales del café juegan un papel importante las bolsas de Londres y Nueva York. Esto ocurre pese a que, igual que en los casos anteriores, allí se transan volúmenes variables, pero de escasa significación en el total del comercio mundial del café. La Bolsa de Londres (London Terminal Market) está dedicada casi exclusivamente a las variedades africanas "robusta" y sus precios se expresan en libras esterlinas por tonelada. Desde 1973, también se transa allí -en cantidades relativamente pequeñas- el "arábica lavado", que se cotiza en centavos de dólar la libra. El mercado de Le Havre/Marsella tiene también mucha importancia para el café de la variedad robusta y sus cotizaciones se incluyen en los cálculos de las series de precios de la OIC.^{*/} Con respecto a la variedad arábica, la Bolsa de Nueva York (New York Coffee, Sugar and Cocoa Exchange) reviste suma importancia y en ella se transan cafés lavados y no lavados provenientes en su gran mayoría de América y de otras partes del mundo como Africa oriental, Asia y Oceanía. En la práctica, muchos consideran que las series de precios que publica la OIC constituyen una fuente que refleja fielmente las tendencias a nivel mundial. Sin embargo, estos precios no corresponden necesariamente a las condiciones de la oferta y la demanda y son influidos severamente por las actividades especulativas y de cobertura (hedging) de las empresas comercializadoras.

^{*/} En 1979, por ejemplo, el precio de la OIC --el 1 de octubre de 1981 se convirtió en el indicador oficial-- se obtenía tomando la media aritmética de los precios correspondientes a los cafés Otros Suaves, Arábica, y Robusta. El cálculo se efectuaba de la siguiente manera: Otros Suaves y Arábica, ponderando los precios puesto en muelle en los mercados de Nueva York, Bremen y Hamburgo, en proporción con el volumen anual de importaciones; Robusta, ponderando los precios puesto en muelle en los mercados de Nueva York, Le Havre y Marsella, en proporción al volumen anual de las importaciones de esta variedad.

Cuadro 14

PRINCIPALES EXPORTADORES DE CAFE EN GRANO DEL BRASIL, 1982

	En miles de dólares F.O.B.
Inter-Continental de Café S.A.	183 501
Tristão Cia. de Comércio Exterior	156 338
Unicafé Cia. de Comercio Exterior	138 983
Esteve Irmãos S.A. Comercio e Indústria	89 590
Coo. Central Agropecuária do Paraná Ltda.	75 512
Bozzo Brasil S.A. Com. Imp. e Exportação	66 675
Rio Doce Café S.A. Importadora e Exportadora	58 598
Stockler Comercial e Exportadora de Café S.A.	57 241
Mercantil de Café S.A.	55 012
Leon Israel Agrícola e Exportadora Ltda.	52 821
Petrobrás Com. Internacional S.A. Interbrás	50 800
Fenelon Machado S.A. Exportacao e Importacao	46 998
Unicafé Comissária e Exportadora Ltda.	44 562
Exportadora de Café Guaxupe Ltda.	42 818
Volkart Irmãos Ltda.	42 292
Total Parcial (a)	1 160 041
Total general (b)	1 854 358
(b)/(a)	62.5%

Fuente: Banco do Brasil S.A., Brazil 1982, Comercio Exterior.

Sin embargo, cabe observar que desde que se iniciaron las cuotas de exportación de la Organización Internacional del Café en 1980, surgió una tendencia a apartarse de la adhesión estricta a los precios de las bolsas. En lugar de depender demasiado de las transacciones al contado, los países productores que tratan de exportar hasta el límite de la cuota han comenzado a hacer hincapié en contratos a más largo plazo con los compradores. El "Trato Especial" del Brasil y el "Trato FNC" de Colombia son, por ejemplo, contratos anuales con precios bajos para atraer a compradores.

La necesidad de cobertura en las bolsas, y por consiguiente de alguna intervención tal como las ofrecidas por las comercializadoras, surge de que por lo general el café enfrenta una marcada inestabilidad de precios a corto plazo, y para el consumidor final los costos de la materia prima son muy elevados y constituyen más de 50% del precio al por menor del café tostado. Esto último determina que las compañías elaboradoras no se decidan a mantener grandes existencias de café a la mano y recurran a comercializadoras que ofrecen servicios de cobertura contra riesgos.

f) Banano 15/

Aquí se observa uno de los grados más fuertes de integración vertical. Las empresas transnacionales operan desde la etapa de producción, hasta la comercialización internacional, pasando por el transporte. Estas dos últimas actividades las realizan tres compañías transnacionales norteamericanas: United Brands, Castle and Cooke (empresa matriz de la Standard Fruit) y Del Monte (R.J. Reynolds). Estas tres empresas, como se aprecia en el Cuadro 15, controlan casi la totalidad de las exportaciones de banano de Costa Rica, Guatemala, Honduras y Panamá y un porcentaje significativo de las de Colombia (60%) y el Ecuador (40%). En estos dos últimos países, ha habido un aumento de la participación de las empresas nacionales de comercialización. En Nicaragua, actualmente 100% de la venta al exterior la realizan entidades nacionales.*/ El panorama general en 1983 mostraba que de los 380 millones de cajas estimadas de oferta internacional, de la que aproximadamente 50% correspondía a los miembros de la Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB), **/ cerca de 180 millones de cajas fueron exportadas por las empresas transnacionales, los organismos nacionales de comercialización de Colombia (Uniban, Banacol, Tecbaco, Proban) y empresas privadas (Pandol Brothers en Nicaragua). Se estima que 35% de la fruta producida en la América Central, Colombia

*/ Desde octubre de 1982, las exportaciones nicaraguenses de banano han sido realizadas por un organismo estatal: BANANIC. Antes del embargo impuesto por los Estados Unidos, la empresa importadora de banano de Nicaragua al mercado estadounidense fue la Pandol Bros.

**/ Para mayor información sobre las actividades de la UPEB, véase Capítulo IV.

Cuadro 15

ORGANIZACION DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO EN DETERMINADOS PAISES

País	Compañía o grupo	Participación aproximada de mercado (porcentaje)						
		1973	1975	1977	1979	1980	1981	1982
Costa Rica	United Brands	31	25	32	34	34	30	34
	Standard Fruit	38	39	39	37	36	39	34
	Afrikanische	9	9	-	-	-	-	-
	Del Monte	22	27	29	29	30	31	32
Guatemala	Del Monte	100	100	100	100	100	100	100
Honduras	United Brands	58	52	52	57	53	56	59
	Standard Fruit	42	48	48	43	47	44	41
Nicaragua	Standard Fruit	100	100	100	100	100	100	86
	Otros	-	-	-	-	-	-	14
Panamá	United Brands	100	90	93	93	93	100	100
	COBAPA/COBANA	-	10	7	7	7	-	-
Colombia	Unión de Bananeros (UNIBAN)	58	33	38	45	42	35	35
	United Brands	32	62	45	30	38	43	39
	Standard Fruit	-	-	16	24	20	22	17
	Compañía Exportadora de Banano (EXBAN - Santa Marta)	10	5	1	1	-	-	3
	Del Monte	-	-	-	-	-	-	6
	Otros	-	-	-	-	-	-	-
Ecuador	Exportadora Bananera Noboa	42	51	53	48	46	37	37
	Standard Fruit	18	26	20	26	23	25	31
	UBESA (hasta 1978-1979 en Standard Fruit)	15	11	14	-	-	-	-
	Exportadores asociados con Del Monte	-	-	-	9	10	7	8
	United Brands (en "otras" antes de 1981)	...	...	...	...	...	10	3
	Constructora Regional	3	8	8	4	5	...	...
	Otros	22	4	5	13	16	21	21
	Otros	-	-	-	-	-	-	-
Jamaica	Jamaica Marketing Company (anteriormente Jamaica Banana Board)	100	100	100	100	100	100	100

(conc. Cuadro 15)

País	Compañía o grupo	Participación aproximada de mercado (porcentaje)						
		1973	1975	1977	1979	1980	1981	1982
Guadalupe/ Martinica	Exportadores privados; sindicatos conjuntos de productores y exportadores: SICABAM, ASSOBAE	100	100	100	100	100	100	100
Filipinas	STANFILCO (Standard Fruit)	38	30	23	25	29	30	28
	Philippine Packing Co. (Del Monte)	33	33	35	29	29	28	26
	Tagum Development Co. (TADECO)/							
	United Brands	14	22	24	27	26	22	22
	Davao Fruits Co. (Sumitomo)	11	10	11	10	12	11	11
	Twin Rivers	2	3	4	3	3	2	3
	Otros	2	2	3	6	1	7	10
Somalia	National Banana Board	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: FAO, Economía bananera mundial: compendio de estadísticas, Roma, 1983.

y el Ecuador, es comercializada por empresas nacionales de estos países. El Ecuador, todavía observador ante la UPEB, representa entre 15 y 20% del mercado mundial.

La estructura de las tres empresas multinacionales nos demuestra que se trata de organizaciones diversificadas geográficamente y por producto. El comercio del banano no es necesariamente el más importante. En 1981, por ejemplo, para la United Brands éste y sus productos conexos representaron 34% de las ventas de productos, y fueron precedidos por la carne (57%), aunque los bananos alcanzaron un coeficiente de utilidades mucho más alto en comparación con otros productos. Del Monte es filial de un conglomerado -R.J. Reynolds Industries- para el cual las ventas y las utilidades en alimentos (incluidos otros productos distintos del banano) y las bebidas representaron 20% y 6%, respectivamente, del total en 1981. Para Castle and Cooke Incorporated, aunque el banano es importante, otros alimentos elaborados y frescos son también significativas fuentes de utilidades.

Gran parte de la producción de banano en Centroamérica y Panamá corresponde a estas tres transnacionales -Panamá 75%, Costa Rica 70%,*/ Honduras 58% y Guatemala 77%- , mientras que en el Ecuador, Colombia, Nicaragua y la República Dominicana, 100% proviene de predios que pertenecen a productores nacionales. Ahora, 75% de las áreas cultivadas en la América Central, Colombia y el Ecuador, son propiedad de empresarios nacionales, privados o estatales, de los países productores. Fuera de América Latina, el predominio de las tres empresas transnacionales es también abrumador. En el caso de Filipinas, otro gran exportador, las tres -en conjunto con otras- controlan 100% de la comercialización externa.

Como resumen, el Cuadro 16 muestra características fundamentales de la industria del banano de los países miembros de la UPEB y del Ecuador. Se incluyen aspectos estructurales tales como la propiedad de la tierra, la infraestructura -embalaje, transporte interno, transporte marítimo- y la comercialización. En el Cuadro 17 se resume la organización de las importaciones de banano para determinadas economías desarrolladas, por agente importador. Los dos cuadros, considerados en conjunto, corroboran la firme posición que las empresas transnacionales han establecido en la industria y el grado de control que surge de ella.

*/ Tras el anuncio hecho por la United Brands, en octubre de 1984, de que abandonaría sus operaciones bananeras en Costa Rica, en enero de 1985 comenzó a desarmar sus instalaciones de producción para enviarlas a Panamá. El Gobierno de Costa Rica llegó a un acuerdo con la United Brands para que la compañía vendiera 1 200 hectáreas a la Asociación Bananera Nacional a un precio de 50 000 colones (1 000 dólares) por hectárea. Otras 900 hectáreas se distribuirán entre 100 ex empleados de la compañía. La empresa ha convenido, además, en comprar anualmente 4 millones de cajas de banano a los nuevos productores y pagar 70 centavos de dólar por caja en impuestos de exportación y 40 centavos por caja para la lucha contra enfermedades que atacan los cultivos de banano.

Cuadro 16

**CARACTERISTICAS FUNDAMENTALES DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DEL BANANO
EN LOS PAISES DE LA UPER Y EL ECUADOR**

	Propiedad de la tierra	Explotación de las fincas 1/	Infraestructura			Comercia- lización
			Empacadoras	Transporte interno	Estiba	
COLOMBIA	100% produc- tores nacio- nales	100% produc- tores nacio- nales	100% Productores nacionales	URABA: Camiones privados SANTA MARTA: Fe- rrocarril del Es- tado	URABA: Empresas particulares SANTA MARTA: Em- presa estatal	45% empresa nacional 54% compa- ñías trans- nacionales
COSTA RICA	26.6% produc- tores nacio- nales y empre- sas mixtas	26.6% produc- tores nacio- nales y empre- sas mixtas	26.6% productores nacionales y em- presas mixtas	ATLANTICO: Parte Ferrocarri del Estado y parte ca- miones privados. PACIFICO: Ferroc. Cia. Transnal.	ATLANTICO: Empre- sas nacionales. PACIFICO: Compa- ñías transnacio- nales	94% compa- ñías trans- nacionales 6% empresa nacional
	73.4% compa- ñías trans- nacionales	73.4% compa- ñías trans- nacionales	73.4% compañías transnacionales			
GUATEMALA	32.0% produc- tores nacio- nales	32.0% produc- tores nacio- nales	32.0% producto- res nacionales	FERROCARRIL: En la zona de produc. de la Cia. Trans- nacional y del Estado	Empresa transna- cional	100% una compañía transna- cional
	68.0% una com- pañía trans- nacional	68.0% una com- pañía trans- nacional	68.0% una compa- ñía transnacio- nal			
HONDURAS	45.9% empresas nacionales Productores indep. 25.8% Empresas asociativas 10.9% coope- rat. 6.9% y 1.6% y granja experimental 0.7% 54.1% compa- ñías transna- cionales	42.5% empresas nacionales 57.5% compa- ñías transna- cionales	35% de la pro- ducción exporta- ble se procesa en empacadoras de nacionales 75% en empaca- doras de las transnacionales	90% de la fruta exportada se transporta en ferrocarril de propiedad del Estado pero ope- rado por las transnacionales 10% en camiones de particulares a las empresas bananeras	Empresas transna- cionales	100% transna- cionales

(conc. Cuadro 16)

	Propiedad de la tierra	Explotación de las fincas 1/	Infraestructura			Comercialización
			Empacadoras	Transporte interno	Estiba	
NICARAGUA	100% estatal	Conjunta productores nacionales. Compañías comercializadoras 2/	Del Estado	Ferrocarril del Estado	Estado	100% una compañía transnacional 3/
PANAMA	77.5% del Estado 19.9% productores nacionales 2.2% cooperativas	67.4% transnacionales 19.9% productores nacionales 12.7% Estado (cooperativa)	11.1% del Estado 88.9% transnacional	FERROCARRIL: La Transnacional férrea del Estado, el equipo de la transnacional lo opera	Transnacional	100% transnacional
ECUADOR	100% productores nacionales	100% productores nacionales	100% productores nacionales	Camiones privados	Nacional (empr. privadas-Gobierno)	25% compañías transnacionales 75% empresas nacionales

Fuente: A. Chibbaro, Suministro de insumos para la actividad bananera en los países de la UPEB y el Ecuador, 1982.

1/ Tenencia de la tierra.

2/ Ahora bajo control estatal.

3/ Desde octubre de 1982 exporta el Gobierno directamente.

Cuadro 17

ORGANIZACION DE LAS IMPORTACIONES DE BANANO EN DETERMINADOS MERCADOS

País	Compañía o grupo	Participación aproximada de mercado (porcentaje)						
		1973	1975	1977	1979	1980	1981	1982
ESTADOS UNIDOS	United Brands	36	36	35	35	35	34	34
	Standard Fruit	43	38	38	38	37	35	33
	Del Monte	13	17	17	18	19	20	20
	Otros	8	9	10	9	9	11	13
REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA	Atlanta	34	35	32	30	33	30	30
	United Brands	9	10	11	11	12	13	13
	Afrikanische Fruchtcompagnie	14	12	8	9	8	8	8
	Astheimer (Castle and Cooke)	18	16	18	24	21	20	20
	INTER (Weichert) Del Monte	10	10	6	7	8	10	11
	Bruns	9	9	7	3	-	-	-
	UNIBAN (Velleman and Tas)	6	7	5	5	4	5	3
	Pacific Frucht-import (Noboa)	-	-	11	10	13	14	15
	Otros	-	1	2	1	1	-	-
FRANCIA	Compagnie Fruitiere	...	24	11	...	13	...	5
	Compagnie des Bananes (United Brands)	...	15	15	...	24	...	14
	INTERBANA	...	11	12	...	9	...	15
	SIEA	...	9	10	...	6	...	8
	Pomona	...	10	15	...	14	...	14
	Deravin	...	4	2	...	...	...	-
	SIBAMAF	...	3	3	...	2	...	-
	GIPAM/S.I.I.M. SODEPA	-	-	-	...	-	...	22
	Otros	32	24	32	...	32	...	22
ITALIA	Compagnia Italiana della Frutta (United Brands)	40	43	32	34	36	36	30
	COMAFRICA (principalmente Standard fruit)	20	38	23	34	22	22	18
	Societa Mercantile Oltremare (Somalia)	17	11	14	9	9	6	13
	Pacific Fruit Co. Italy (Noboa)	11	15	14	16	16	15	13
	SIMBA (Del Monte)	-	-	11	11	11	13	13
	Otros	0	3	6	6	6	8	13
REINO UNIDO	Eyffes Group Ltd. (United Brands)	40	42	40	40	40	39	39
	Geest Industries Ltd.	40	36	35	35	36	37	37
	Jamaica Producers' Marketing Co.	19	18	20	20	18	19	19
	Compagnie Fruitiere	-	2	3	2	3	2	2
	Otros	1	2	2	3	3	3	2

(conc. Cuadro 17)

País	Compañía o grupo	Participación aproximada de mercado (porcentaje)						
		1973	1975	1977	1979	1980	1981	1982
JAPON	C. Itoh (Standard Fruit)	16	28	21	30	33	34	30
	Exportadores ecuatorianos independientes (principalmente Noboa)	28	2	1	-	-	-	-
	United Fruit and Associates (United Brands)	11	14	20	21	19	18	21
	Fuji, Toyoda, Tokyo Seika (Del Monte)	15	32	27	24	24	33	31
	Varios importadores (por ejemplo, Sumitomo, Sanko)	30	24	31	25	24	15	18
NUEVA ZELANDIA	Fruit Distributors Ltd.	100	100	100	100	100	100	100
YUGOSLAVIA	VOCE-IMPORT-EXPORT (delegada por 14 empresas importadoras independientes)	100	100	100	100	100	100	100
BULGARIA	BULGARDPLODEXPORT							
CHECOSLOVAQUIA	KOOSPOL							
REPÚBLICA DEMOCRÁTICA ALEMANA	FRUCHTIMEX							
HUNGRÍA	MONIMPEX							
POLONIA	AGROS IMPORT-EXPORT							
ROMANIA	MERCUR							
U.R.S.S.	SOJUZPLODOIMPORT							

Las organizaciones indicadas representaron el 100% de las importaciones de bananos durante el período examinado.

Fuente: FAO Economía bananera mundial: compendio de estadísticas, Roma, 1983.

Como se ha indicado, el comercio del banano se realiza en gran medida dentro de las empresas. Sin embargo, una parte importante está sujeta a acuerdos preferenciales --la Convención de Lomé representa 15% del comercio mundial-- y al comercio de trueque, como el llevado a cabo entre Italia y Somalia o entre el Ecuador y empresas transnacionales. Respecto del mercado de los Estados Unidos, es importante señalar que la comercialización interna a niveles mayorista y minorista es realizada, debido a las disposiciones antimonopolio, por compañías independientes, aunque las frutas llevan las marcas comerciales de las transnacionales. La competitividad de este mercado induce a las empresas transnacionales a mantener su margen de utilidad ejerciendo presión sobre el productor y los gravámenes a la exportación del banano.

El valor retenido por los países exportadores en el precio FOB es del orden de 50%. Con respecto al precio al consumidor final en los principales mercados --como se muestra en el Capítulo I-- el productor recibe menos de 15%. A fin de lograr una retribución más justa para el productor y los países exportadores, en 1974 los integrantes de la UPEB convinieron aplicar un impuesto de un dólar a las exportaciones. Unicamente Costa Rica pudo dar cumplimiento al acuerdo y sólo en 1974. Los restantes países han sucumbido sucesivamente a las presiones de las transnacionales para que reduzcan los impuestos.

Los gravámenes a las exportaciones recaudados --no plenamente aplicados-- proporcionaron hasta 1985 más de US\$ 800 millones a los países de la UPEB. La disminución de las tasas */ a los niveles actuales ha ocasionado grandes pérdidas de ingresos.

La falta de transparencia en el mercado del banano está resumida en una declaración del jefe de una dependencia de investigaciones en ciencias sociales de la Universidad de Costa Rica y ex empleado de una empresa transnacional, que sostuvo:

"Incluso dentro de la compañía es prácticamente imposible obtener cifras sobre los costos verdaderos de producción. Son un secreto celosamente guardado porque a las compañías les gusta afirmar que cada país es un productor de elevado costo en sus negociaciones con otros gobiernos".16/

Estas transnacionales, han utilizado una dinámica política de desinformación, amenazas de retirada desde ciertas zonas, "dumping" y otras tácticas para forzar a los países productores a actuar sólo en beneficio de ellas. En vista de lo anterior, por consiguiente, aunque se ha producido un mejoramiento substancial en el sector de comercialización y distribución de la industria debido a los arduos esfuerzos desplegados por parte de algunos países productores, no es probable que se logre una reducción significativa del control que tienen las transnacionales, a menos que todas las naciones productoras estén dispuestas a coordinar sus esfuerzos y a cooperar entre ellas --y puedan hacerlo-- para salvaguardar los intereses comunes de la industria.

*/ El impuesto de 1985 equivale a un 25% del gravamen establecido en 1974.

g) Carne de vacuno 17/

En el último decenio ha aumentado considerablemente el papel de las compañías comerciales estatales y muchos países importaron por intermedio de un órgano autorizado único, por lo general de propiedad del Estado. Además, aumentaron su control sobre las exportaciones mediante la negociación de acuerdos bilaterales de ventas. Esto, sin embargo, como se explica más adelante, no impide la participación de comercializadoras multinacionales, operadores y otros tipos de intermediarios de influencia en las transacciones de la carne y sus productos.

En cuanto a la comercialización de carne de vacuno fresca, refrigerada y congelada para aquellos países en donde se ha detectado fiebre aftosa, las organizaciones estatales han llegado a adquirir control sobre sus políticas de exportación. En esta esfera, las principales corrientes comerciales incluyen a la Argentina, el Brasil, la CEE y el Uruguay como exportadores, y a la URSS, el Oriente Medio, el Africa septentrional y la CEE como importadores.*/ En la Argentina y el Uruguay, sólo se permite exportar a los propietarios de plantas autorizadas y cada consignación de exportación está sujeta a la autorización de las respectivas juntas nacionales de carne: la Junta Nacional de Carnes (JNC) en la Argentina y el Instituto Nacional de Carnes (INAC) en el Uruguay. Por consiguiente, se sabe que sólo una pequeña parte de las exportaciones se comercializa en el mercado abierto por comercializadoras privadas, y la mayor parte es vendida directamente por estas juntas o por intermedio de ellas.

A pesar del control cada vez mayor que ejercen las organizaciones estatales en casi todas las facetas de la industria, en algunos mercados importantes las transnacionales todavía mantienen una firme posición en la comercialización. Tomando a la CEE como ejemplo, el comercio dentro y fuera de ella con terceros países se encuentra en manos de un número limitado de operadores. Los excedentes se venden directamente al mercado mundial con el plan de reembolso de las exportaciones o son absorbidos temporalmente en las existencias de intervención o de almacenamiento privado para luego ser exportados.

El número de operadores que participan en el comercio de la CEE con terceros países es limitado. Se puede considerar como los principales a unos 20 -de los cuales cinco son franceses-,**/ debido a sus conocimientos especializados y los vínculos tradicionales establecidos en los países importadores. Aunque la cantidad tiende a aumentar con el crecimiento de la disponibilidad de exportaciones, hasta 1980/1981 las tres firmas principales -SOCOPA,***/ Biret y CED Viande- comerciaban

*/ Los principales productos en este grupo son cuartos y mitades de reses, cortes con huesos, manufactura de carne deshuesada, manufactura de carne con hueso.

**/ Ellas son la SOCOPA International --en particular por conducto de su filial GUP Salomon-- Bocaviande-Biret Cie., SOGEVIANE, CED Viande (Interagra) y Dreyfus.

***/ En 1983, la SOCOPA realizó el 7.8% de todas las matanzas de Francia, el 23% de sus exportaciones y el 7.3% de sus importaciones.

alrededor de 800 000 toneladas de carne anualmente -incluido el comercio dentro de la CEE- y se consideraba que tenían una influencia decisiva en la política de exportaciones de la CEE.*

Las importaciones de la CEE desde terceros países ascienden a alrededor de 400 000 a 450 000 toneladas al año, principalmente en cortes deshuesados refrigerados y congelados --y en ellas América Latina ocupa una posición dominante. Sus exportaciones a la CEE son llevadas a cabo por "frigoríficos" particulares, utilizando a agentes en Europa o a través de un vínculo directo con los importadores tradicionales. Se ha generalizado la práctica de utilizar un representante, que puede ser independiente o actuar de manera exclusiva. Algunos de los principales importadores europeos mantienen oficinas en América Latina. Se estima que las transacciones en que interviene un representante constituyen aproximadamente 20% de las ventas totales entre las dos regiones. Las Juntas Nacionales de Carne sólo participan directamente en las ventas de la Cuota Hilton -cortes deshuesados de alta calidad- a la CEE, que distribuyen a los frigoríficos autorizados. Entre los Estados miembros, la República Federal de Alemania es el principal importador de la Cuota Hilton y sus compras son dominadas por una empresa. Los principales importadores de la CEE desde otros países son las mismas empresas citadas como exportadores de carne de la CEE a mercados de terceros países. Empresas como la SOCOPA y la Biret, y compañías británicas como la Weddel (Vestey-Union International), mantienen antiguos vínculos con exportadores latinoamericanos. Los importadores británicos especializados en el comercio de la carne, que dominaban el mercado internacional en la época en que el Reino Unido era el principal importador mundial, han empezado a participar más activamente en el rubro dentro de la CEE.

Respecto de la carne de vacuno fresca, refrigerada y congelada de las zonas no contaminadas por la fiebre aftosa, las principales corrientes comerciales incluyen a Australia y Nueva Zelandia como exportadores, y al Reino Unido, Canadá, Japón, la República de Corea y algunos países del Asia sudoriental, como importadores. Según sea la definición que se acepte de la no existencia de fiebre aftosa, algunos países de la CEE pueden también exportar a esa zona. Los países centroamericanos que pertenecen a este grupo exportan casi exclusivamente a los Estados Unidos. Más de 90% de las exportaciones se embarcan hacia los Estados Unidos y Puerto Rico. El comercio en esta categoría llega a 1.4 millones de toneladas, equivalentes a 43% del comercio mundial.

Los mercados de los grandes países importadores de carne, son en gran medida administrados; tal es el caso de los Estados Unidos de América --que compra 53% y 25% de sus importaciones totales de carne a Australia y Nueva Zelandia, respectivamente--, el Canadá --donde estos países de Oceanía representan 80% de las importaciones--, y el Japón --que compra 67% de sus importaciones a Australia. Estos países han establecido una completa estructura de control de importaciones. Los Estados Unidos y el Canadá cuentan con una Ley de Importaciones de Carne, y Japón con un sistema de cuotas multilaterales. Las transacciones efectivas de

*/ La cantidad de 800 000 toneladas es muy significativa cuando se tiene en cuenta que el comercio de carne total de la CEE con terceros países -excluido el comercio dentro de la CEE- ascendió, en 1981, a 662 000 toneladas.

exportaciones de Australia y Nueva Zelandia al mercado estadounidense son gestionadas por empresas privadas. En el caso del Japón, hasta ahora la mayor parte de las importaciones ha sido adquirida por el Consejo de Promoción de la Industria Ganadera mediante licitaciones de empresas de comercialización. El cambio introducido recientemente permite las negociaciones directas entre los proveedores estadounidenses y los consumidores nacionales japoneses.

Los países centroamericanos exportan anualmente un total aproximado de 60 000 toneladas de carne de vacuno y son los únicos países en desarrollo que tienen acceso a la zona libre de enfermedad con carne fresca, refrigerada y congelada. Las ventas se efectúan directamente a los operadores privados. Los precios son determinados por las ofertas, y sirve de referencia el precio CIF cotizado en la Junta de Comercio de Chicago (Chicago Board of Trade). En Nicaragua, las exportaciones son llevadas a cabo exclusivamente por la ENCAR, órgano estatal establecido en 1979. En cambio, en Honduras son las plantas privadas -por el momento sólo a cinco- las que se encargan de las transacciones en el mercado internacional.

Los canales de comercialización de la carne de vacuno elaborada -carne acecinada, otros productos enlatados, carne congelada-cocinada y los extractos de carne- son mucho más concentrados en cuanto a importación y a exportación. Este comercio, salvo el que tiene lugar dentro de los miembros de la CEE, es dominado por las exportaciones provenientes de la Argentina y del Brasil y las importaciones hacia los Estados Unidos de América y la CEE.

El mercado de la carne de vacuno acecinada, el principal producto comercializado en la categoría de enlatados, es dominado por las exportaciones brasileiras y argentinas. La mayor parte de las transacciones del Brasil la realizan tres empresas. Algo similar ocurre en Argentina, donde 55% de ese flujo comercial es manejado también por tres empresas. Las filiales de las grandes transnacionales venden casi exclusivamente a sus casas matrices en Europa y los Estados Unidos de América.*/

La parte importadora del mercado de carne acecinada también está concentrada. Según especialistas, siete compañías de la República Federal de Alemania y cuatro del Reino Unido dominan el mercado mundial. Se trata de un mercado orientado en gran medida hacia las marcas,**/ que tiende a favorecer los vínculos directos entre el productor-exportador y el consumidor. Los exportadores latinoamericanos venden con su propia marca o con las de sus clientes.

*/ Por ejemplo, la Swift de Brasil vende a la Swift de Estados Unidos.

**/ Como reflejo de esto, las latas de carne de vacuno acecinada que se envían a un determinado destino, por lo general, contienen el mismo producto y solamente es la marca la que varía. En consecuencia, el mismo producto, con distintos nombres comerciales, podría venderse a diferentes precios en el mismo mercado importador debido a las preferencias de los consumidores.

En el caso de la carne cocinada congelada y los extractos de carne, los canales comerciales son similares a los de la carne acecinada. Tres transnacionales manejan 90% del intercambio comercial del producto cocinado congelado. Ellas son: Campbell Soup, Unilever y General Foods. Con respecto a los extractos, el mercado es dominado por Nestlé, Knorr -filial de un grupo norteamericano- y Brooke Bond Liebig.

Uno de los resultados de la creciente importancia de los órganos estatales en el sector de la carne es el aumento de las exportaciones efectuadas mediante acuerdos bilaterales. Para citar algunos ejemplos, las transacciones entre Irán y Uruguay se han realizado dentro del marco de un acuerdo de comercio compensado.*/ Asimismo, se ha celebrado recientemente un convenio similar entre el Brasil e Iraq, que incluye la venta de petróleo iraquí y 70 000 toneladas de carne de ganado bovino brasileño. Israel ha firmado un contrato análogo con Argentina. El alcance de los acuerdos bilaterales en materia de carnes se está ampliando también para el comercio intrarregional en América Latina.**/

La URSS es la principal compradora de carne de vacuno argentina. El intercambio se realiza también mediante un acuerdo firmado por los dos países en 1981, con una vigencia de cinco años, que estipula una cantidad mínima de 60 mil toneladas anuales. Aunque el gobierno firmó el contrato, son las plantas privadas elaboradoras de Argentina las encargadas de llevar a cabo las ventas. La contraparte por el lado importador es la USARG, que efectúa adquisiciones en nombre del organismo comprador central de la URSS. La Unión Soviética adquiere también carne de vacuno al Brasil, dentro del marco de un acuerdo de comercio compensado suscrito en 1983. Comprende la venta de petróleo soviético a cambio del suministro de productos de soya, carnes de vacuno y de ave congeladas brasileños. En 1984, la URSS también compró unas 8 000 toneladas de carne de vacuno a Uruguay.

h) Cereales

La comercialización internacional de este grupo de productos está dominada por las compañías comercializadoras. Se afirma que entre 1970 y 1975, seis empresas -Bunge and Born, Cargill, Continental Grain, Louis Dreyfus, Barnac y Cook Industries- realizaron hasta 96% de las exportaciones de trigo, 95% de las de maíz, 90% de las de avena y 80% de las de sorgo de los Estados Unidos. Las mismas compañías efectuaron también aproximadamente 80% de las exportaciones de trigo de la

*/ Irán vende petróleo a cambio de diversos productos agropecuarios del Uruguay, entre ellos carne de vacuno. En 1984 no se llegó a acuerdo sobre el precio de la carne por lo que no pudo operar el sistema.

**/ Brasil importa del Uruguay y de la Argentina, con arreglo a un "sistema draw-back" -devolución de derechos de aduana al reexportar la mercancía-, y las cantidades de carne que se comercian varían de un año a otro, según sean en particular el nivel de precios internos y la situación alimentaria. La INAC y la JNC intervienen en las negociaciones de precios, pero las ventas son realizadas directamente por los "frigoríficos" a los importadores privados brasileños.

Argentina, 90% de las exportaciones de sorgo de Australia y 90% de las exportaciones de trigo y de maíz de la Comunidad Económica Europea. En el Canadá, canalizaron la totalidad de las exportaciones asignadas al sector privado (20%), y una parte muy considerable de las ventas del restante 80%, que se llevan a cabo por intermedio de La Canadian Wheat Board (Junta Canadiense del Trigo).*/ Estas compañías participan también activamente en las transacciones de la URSS. En cuanto a los mercados del Japón y algún comercio con terceros países, las empresas comercializadoras japonesas también actúan en el área de los cereales.**/

La importancia de --y el predominio que ejercen-- las comercializadoras de cereales en América Latina puede determinarse fácilmente por la estructura de las exportaciones argentinas de estos productos.18/ A fines de la década de 1970, la participación de las transnacionales superaba 50% de las transacciones de trigo, maíz y sorgo (véase el Cuadro 18). Las operaciones de comercialización emprendidas por las cooperativas y organismos estatales son de importancia relativamente menor. Asimismo, cabe señalar que durante la segunda mitad del decenio de 1970, aumentó a más del doble la influencia ejercida por las compañías transnacionales en el sector de exportación de cereales.

Las empresas especializadas en comercialización de cereales realizan gran parte del comercio desde y hacia la región latinoamericana. Actúan en ambos lados de los mercados --por lo que se puede considerar que constituye un ejemplo de comercio dentro de las empresas-- como importadoras y exportadoras del mismo cereal, lo que se ilustra en los Cuadros 19 y 20 (en este caso, el maíz, respecto del mismo mercado: el Brasil). Cabe colegir de los cuadros el hecho de que las cinco empresas más grandes controlan una parte abrumadora, que se aproxima a 70-80% de las importaciones/exportaciones totales. La COBEC, compañía bajo administración estatal, es relativamente insignificante en este producto básico. La elevada concentración de importaciones de cereales por medio de agentes opera también para el Perú, como se muestra en los Cuadros 21 y 22. En la importación de cereales de este país ***/ -trigo y maíz- las comercializadoras japonesas participan muy

*/ En otro estudio se calcula que los respectivos porcentajes en las exportaciones de cereales estadounidenses de las cinco principales empresas, son los siguientes: Cargill (25%), Continental Grain (25%), Cook Industries (15%), Bunge and Born (10%) y Louis Dreyfus (10%), o sea, el 85% entre todas ellas. Ph. Chalmin, "International Commodity Trading Companies", op.cit.

**/ Esto no resta importancia a las profundas incursiones que han hecho en el mercado japonés las principales empresas occidentales de comercialización de cereales. Por ejemplo, Cargill Japan, una filial de propiedad total, mantiene una participación constante de 20-30% de las importaciones totales de cereales del Japón. The Nihon Keizai Shimbun (diario japonés especializado en economía), 10 de enero de 1984.

***/ Los orígenes de las importaciones de trigo peruanas probablemente enfrentarán cambios substanciales en el futuro cercano. En marzo de 1985, el Gobierno del Perú acordó comprar 700 000 toneladas anuales de trigo argentino durante los próximos cuatro años. Esta cantidad representa aproximadamente 70% de sus importaciones anuales.

Cuadro 18

ARGENTINA: EMPRESAS TRANSNACIONALES Y OTROS SECTORES EN LAS EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES GRANOS

Empresas	Granos	TRIGO 1/				MAIZ				SORGO				104
		1974/1976 2/		1978/1980		1974/1976 2/		1978/1980		1974/1976 2/		1978/1980		
		Volumen (en tons.)	Participación en el total (%)	Volumen (en tons.)	Participación en el total (%)	Volumen (en tons.)	Participación en el total (%)	Volumen (en tons.)	Participación en el total (%)	Volumen (en tons.)	Participación en el total (%)	Volumen (en tons.)	Participación en el total (%)	
1. Transnacionales 3/	1.566.910	24.6	6.007.163	57.8	1.495.066	12.8	8.345.971	54.0	1.929.100	28.0	5.424.727	54.6		
1.1. Cinco transnacionales														
1.1.1. Bunge & Born	1.460.910	22.9	4.618.620	44.4	1.362.973	11.7	6.234.324	40.3	1.476.500	21.5	3.671.763	37.0		
1.1.2. Otras cuatro	1.235.910	19.4	3.525.538	33.9	1.132.373	9.7	5.234.435	33.8	701.500	10.2	3.394.891	34.2		
1.1.2.1. André 4/	-	-	916.214	8.8	-	-	1.515.868	9.8	-	-	1.112.372	11.2		
1.1.2.2. Cargill	109.410	8.0	1.464.228	14.1	480.873	4.1	1.706.474	11.0	429.500	6.2	816.148	8.2		
1.1.2.3. Continental 5/	727.500	11.4	834.501	8.0	651.500	5.6	1.238.751	8.0	272.000	4.0	998.440	10.1		
1.1.2.4. Louis Dreyfus	-	-	310.595	3.0	-	-	773.342	5.0	-	-	467.931	4.7		
1.2. Otras transnacionales	106.000	1.6	1.338.543	13.4	133.093	1.1	2.111.647	13.7	452.600	6.5	1.753.024	17.6		
2. Resto	4.412.210	71.4	4.395.709	42.2	10.461.120	87.2	7.122.218	46.0	4.953.800	72.0	4.512.403	45.4		
2.1. Estatal 6/	5.377.000	52.9	586.690	5.6	7.215.000	62.0	-	-	1.722.000	25.0	-	-		
2.2. Cooperativas 7/	131.750	2.1	1.060.308	10.2	718.225	6.1	2.453.195	15.9	87.400	1.3	930.568	9.4		
2.3. Privado nacional	1.303.500	20.4	2.748.711	26.4	2.227.895	19.1	4.669.023	30.1	3.344.400	45.7	3.581.835	36.0		
2.3.1. Sasebru y otras 8/	-	-	1.528.117	14.7	-	-	1.049.027	6.8	-	-	1.676.077	16.9		
TOTAL	6.379.160	100.0	10.402.872	100.0	11.657.186	100.0	15.468.189	100.0	6.882.900	100.0	9.937.190	100.0		

FUENTE: CEPAL, Empresas Transnacionales en la Industria de Alimentos. El Caso Argentino: Cereales y Carne, Estudios e Informes de la CEPAL.

1/ Incluye trigo pan y trigo candeal.

2/ Ventas hasta el 28 de mayo de 1976.

3/ Además de las 5 transnacionales incluye a Cereál Cook, Compañía Emiliana, Louis Hirsch, Italgrani Plata, Nidra Argentina, Pibro y Refinerías de Maíz.

4/ La Plata Cereál.

5/ Continental más Northern Elevators.

6/ Junta Nacional de Granos.

7/ Asociación de Cooperativas Argentinas (A.C.A.) más Federación de Cooperativas Argentinas (F.A.C.A.) más A.C.A. Rosafé.

8/ SASEBRU más Raúl Piñero Pucheco más Trading America (Grupo Oddone): Empresas de Capital Privado Nacional en Quiebra.

Cuadro 19

IMPORTACIONES BRASILENAS DE MAIZ

Producto embarcado hasta el 31 de diciembre de 1980,
por vendedor (1980)

Cargill, Inc.	38.19
Tabor Grain	14.66
Farmers Export	14.59
Agri Industries	7.33
Louis Dreyfus Corp.	6.86
Continental Grain Co.	4.43
Conagra Inc.	2.96
St. Charles Grain Co.	3.84
Peavey Grain Elevator	2.68
Bunge Corp.	2.07
Consolidated Grain and Barge	1.77
Indiana Grain Co-Op.	1.67
1 479 704 016 MT	100.00

Fuente: Ministerio de Agricultura, Brasil, Relatorio Anual
de CFP (Comissão de Financiamento da Producao), 1980.

Cuadro 20

PRINCIPALES EXPORTADORES DE MAIZ BRASILENO, 1979

Exportadores

Cargill Inc/Grain	20.6
Louis Dreyfus	16.1
Farmers Export	14.6
Phillipp Brothers	9.6
Pillsbury	7.9
Peavy	7.3
Continental Grain	4.5
Central Soya	4.1
COBEC International	3.9
Goodpasture	3.4
Coprosol	2.1
Tabor Grain	2.0
Garnac Grain	1.9

1 332 550 118 TM	100.0

Fuente: Ministerio de Agricultura, Brasil, Relatorio Annual
de CFP (Comissão de Financiamento da Produção), 1979.

107
Cuadro 21

1982: PROVEEDORES DE TRIGO PERUANO

Proveedor	TM	(%)	Valor FOB (Miles de dólares EE.UU.)
Cargill Inc.	700 539	20.71	33 031.6
Mitsui	135 695	14.01	24 997.9
Marubeni	121 917	12.59	19 360.1
Nissho Iwai	107 522	11.10	16 540.5
Louis Dreyfus	97 630	10.09	16 025.2
Rich Grain	57 745	5.96	10 087.3
Continental Grain	56 935	5.88	8 716.6
Garnac Grain	47 095	4.86	7 432.5
Sumitomo Corp.	45 592	4.71	7 819.7
Cobec	30 054	3.10	4 673.0
Voest Alpine	26 366	2.72	4 181.5
Mitsubishi	21 000	2.17	3 183.4
Philipp Brothers	20 320	2.10	3 601.7
TOTAL	968 377	100.00	161 551.0

Fuente: Empresa Nacional de Comercialización de Insumos (ENCI),
citado en Comercialización de productos básicos, Coordinador Fernando
Sánchez Albavera, ICI y DESCO, Madrid, 1984.

Cuadro 22

1982: PROVEEDORES DE MAIZ PERUANO

Proveedor	TM	(%)	Valor FOB (Miles de dólares EE.UU.)
Marubeni	128 516	24.28	14 828.3
Cargill	101 989	19.28	11 685.9
Bunge Corp.	74 255	14.03	8 266.5
Garnac Grain	67 109	12.68	8 121.1
Mitsui	56 096	10.60	6 814.7
Interbras Cayman	26 250	4.96	2 660.1
Nissho Iwai	26 241	4.96	3 036.0
Andre et lie	25 006	4.72	2 648.8
Continental Grain	23 774	4.49	2 773.4
TOTAL	529 236	100.00	60 834.8

Fuente: Véase el cuadro 21.

activamente. Como el Japón es un importador de esos cereales, ello significa que las empresas participantes comercian con terceros países, probablemente desde los Estados Unidos.

El abastecimiento de cereales obliga a los países en desarrollo a aceptar un tratamiento claramente desfavorable en materia de precios. Además de las grandes cantidades de divisas que este comercio exige, tales naciones se ven presionadas frecuentemente a pagar sumas indebidamente elevadas por los productos y su transporte.

Una comparación del valor unitario CIF de los cereales importados en 1981 por los países en desarrollo y los países desarrollados, muestra que la cifra fue de US\$ 232 por tonelada para los países en desarrollo, mientras que para los países desarrollados fue de US\$ 196. En los años 1979 a 1981, los valores unitarios de importación para los países en desarrollo fueron entre 15 y 18% superiores a los pagados por los países desarrollados. Sobre la base de las facturas de importación de cereales correspondientes a 1981 --US\$ 23 200 millones, los países en desarrollo habrían pagado entre US\$ 2 320 y US\$ 3 480 millones más de lo que les hubiera correspondido en un trato comercial igualitario.^{19/} En parte, esa diferencia se debe al escaso poder de negociación que pueden ejercer los países en desarrollo frente a las empresas transnacionales y a que carecen de información adecuada para evaluar correctamente la situación del mercado. También influyen los costos de transporte relativamente más elevados. Otro factor es la falta de flexibilidad de las instituciones --por lo general gubernamentales-- encargadas de las importaciones de alimentos para ajustarse al carácter especulativo de los mercados de productos básicos. Allí se requiere la adopción de decisiones rápidas, capacidad para actuar en el momento preciso y una cierta habilidad para enfrentar riesgos. Características que, habitualmente, no suelen acompañar a la gestión burocrática de las entidades gubernamentales.

Las compañías que se dedican al comercio internacional de cereales han penetrado las industrias elaboradoras de alimentos en los mercados importadores locales. Como sugiere el caso peruano, dichas compañías no sólo actúan como vendedoras a la organización estatal, sino también como las elaboradoras que reciben una cantidad considerable de subsidios. Esta situación se aplica no sólo al trigo y al maíz, sino también a la soya y a los productos lácteos. El mercado altamente oligopolizado de la industria elaboradora de alimentos ha impedido el desarrollo de las entidades nacionales y creado una fuerte dependencia respecto de los materiales importados y las modalidades de consumo.^{20/}

El precio es determinado por la oferta y la demanda en las bolsas de funcionamiento público situadas en los países desarrollados. Las principales empresas que comercian en cereales probablemente son también quienes tienen mayor peso entre los participantes en esas bolsas. Los mercados de futuro son utilizados ampliamente por las comercializadoras, elaboradores y consumidores con fines de cobertura (hedging), pero se sabe que estas bolsas son sumamente especulativas. Las compañías que comercian en cereales efectúan también sus propias operaciones,

traspasando cargamentos completos de cereales en uno y otro sentido entre ellas mismas, con fines de cobertura y especulación.* /

i) Semillas, harina y aceite de soya 21/

La soya es con mucho la más importante entre diversas semillas, en cuanto a producción y exportación mundial de granos, aceite y harina. Respecto de la comercialización de la soya y productos conexos, cabe recordar que Estados Unidos es su principal productor y que los contratos de entrega futura en la Junta de Comercio de Chicago (Chicago Board of Trade) hacen de ella la bolsa más activa del mundo. Los precios de los granos y de la harina de soya tienden a moverse conjuntamente, mientras que el aceite, como producto secundario, muestra un comportamiento distinto en este aspecto. Por lo general, el precio de la soya es muy sensible al esquema de subsidios del Gobierno estadounidense.

Con respecto a América Latina, Argentina, Brasil y Paraguay -los tres exportadores más importantes de la región- representan 23% en términos de valor del comercio mundial de semillas, aceite y harina de soya. En Brasil, los productores de soya generalmente son pequeños o medianos. Las cooperativas producen entre 50% y 60% del grano y la participación de las empresas transnacionales en la producción es marginal, con la excepción de Bunge and Born, que es el único productor importante. En Argentina, las empresas transnacionales tampoco participan en gran medida y en Paraguay no producen más de 5% de las semillas.

En América Latina, la capacidad de elaboración de esta industria, por tipos de propiedad, revela que en Brasil las empresas transnacionales -Cargill, Bunge and Born, Anderson Clayton- controlan aproximadamente 35%, mientras que las compañías nacionales privadas y las cooperativas manejan 50% y 15%, respectivamente. En Argentina, las transnacionales produjeron, en 1981, 18% del aceite de soya total, siendo la principal Bunge and Born, seguida de Indro (André). La Cargill y la Continental Grain iniciaron recientemente la elaboración local. La Bunge and Born, es muy activa en la producción de margarina y su participación en el mercado interno es cercana a 50%. En Paraguay, hay tres compañías, cada una de las cuales posee una planta elaboradora. Se estima que la CAPSA (Continental) produce más de 50% del aceite de soya del país.** /

* / Esto se hace principalmente para evitar que sus prácticas de compraventa, en las bolsas públicas, tengan efectos negativos sobre los subsiguientes precios propios de compraventa. Frente a este panorama, resulta conveniente formular algunas precisiones. Los antecedentes disponibles demuestran claramente que los lotes negociados en las bolsas resultan insuficientes en relación a las necesidades de las compañías. En cuanto al control de la especulación, los Estados Unidos utilizan una estructura que sólo permite la compra de contratos de entrega futura, hasta un máximo en que la compañía respectiva pueda acreditar contratos efectivos de venta.

** / En general, en la elaboración de aceite vegetal y de artículos de consumo conexos, 19 de las empresas principales tienen filiales en 38 países en desarrollo.

La participación de las transnacionales en la comercialización internacional de los productos de soya es elevada. En el caso de Brasil, aunque en las semillas dominan las empresas nacionales privadas y las cooperativas, en la harina y el aceite las transnacionales manejan 26% y 15%, respectivamente. Las principales transnacionales que participan en las exportaciones, por orden de importancia -sobre la base de cifras de 1981- son SANBRA (Bunge and Born), Anderson Clayton, Cargill y Continental. Respecto de las importaciones de soya y productos conexos, aunque de poco valor en comparación con sus exportaciones, el control de las transnacionales asciende a más de 60-80%. Aunque no se pueden determinar las razones, las empresas transnacionales manifiestan una marcada inclinación a importar estos productos desde el resto del mundo.* / En la comercialización externa de este rubro, se nota la fuerte presencia de las empresas transnacionales, que está acompañada de una participación significativa de entidades nacionales como la COBEC y la Interbras del Brasil.

En Argentina, la presencia de las empresas transnacionales es fuerte en las exportaciones de semillas: Dreyfus, Cargill, Continental, André y Bunge and Born realizaron, en 1981, 45% del total. El resto correspondió principalmente a las cooperativas. La ACA (Asociación de Cooperativas Argentinas) y la FACA (Federación de Cooperativas Argentinas) efectuaron 18% y 15% de las exportaciones, respectivamente. En Paraguay, se estima que las empresas transnacionales realizaron entre 40 y 60% de las exportaciones totales de soya, en 1981.

Como se mencionó anteriormente, el centro operacional mundial de la soya está constituido por la Junta de Comercio de Chicago, donde se fija el precio que rige para el mundo entero. En general, los precios se fijan en términos CIF Norte de Europa, y siguen las tendencias que se manifiestan en el mercado de futuros. Se trata de un mercado esencialmente especulativo en el cual las cantidades transadas superan en el transcurso de un año en hasta 20 veces las cantidades físicas que efectivamente ingresan a los circuitos internacionales. La actividad especulativa se dirige fundamentalmente hacia el sector de las semillas, y menos hacia el de las harinas y el aceite, cuyos precios, sin embargo, también se fijan de acuerdo a las cotizaciones de la bolsa de Chicago.

Unilever, con plantas de elaboración primaria y para productos de aceite de consumo en 24 de esos países, es con mucho la más importante. También es fuerte, sin embargo, la presencia de compañías tales como CPC International, United Brands, Archer Daniels Midland, Anderson Clayton, Cargill, Central Soja Co., Continental y Bunge and Born. La participación mundial de todas ellas en el comercio y la elaboración les otorga un notable poder de mercado, con el cual en muchos casos les resulta difícil competir a los países en desarrollo.

* / En 1982, por ejemplo, Brasil importó 1.3 millones de toneladas métricas de soya desde el resto del mundo --US\$ 306 millones--, mientras que exportó medio millón de toneladas métricas --US\$ 0.4 millones. En 1983, importó solamente 34 000 toneladas métricas --US\$ 0.09 millones-- en tanto que exportaba 1.3 millones de toneladas métricas --US\$ 309 millones.

j) Algodón 22/

Los textiles enfrentan un sector industrial en que aproximadamente entre 35 y 40 grandes empresas constituyen una fuerza de suma importancia en los mercados mundiales. Se trata de poderosos conglomerados químicos/petroquímicos con un elevado grado de diversificación de productos -los artículos textiles representan un pequeño porcentaje de sus ventas totales- e integración de manufacturas.

Sin embargo, con respecto al sistema de comercialización internacional del algodón en rama, se considera que 15 compañías comercializadoras -dos europeas, ocho norteamericanas y cinco japonesas- controlan el mercado mundial. Otras 10 grandes empresas desempeñan un papel significativo en determinados mercados nacionales. Las 15 compañías más destacadas son Ralli Brothers (Reino Unido), Volkart (Suiza), McFadden/Valmac (Estados Unidos/Brasil), W.B. Dunavant (Estados Unidos), Bunge and Born (Estados Unidos), Cargill (Estados Unidos), Allenberg Cotton Co. (Estados Unidos), Weil Brothers (Estados Unidos), H. Molsen and Co. (Estados Unidos), Cotton Import/Export Co. (Estados Unidos), Toyo Menka (Japón), Sumitomo Shoji (Japón), C. Itoh (Japón), Marubeni (Japón) y Nichimen (Japón). Como se puede apreciar, la mayoría de las grandes empresas de comercialización que juegan un papel decisivo en este rubro, desempeñan un rol similar en otros productos básicos. Aunque son comercializadoras por naturaleza, estas compañías han establecido una extensa concatenación progresiva y regresiva en la industria textil. Por ejemplo, la Ralli y Volkart en el desmotamiento del algodón, la Bunge en la plantación, el hilado y el tejido, y casi todas en el almacenaje. Por consiguiente, con el tiempo la competencia relativamente fuerte entre las comercializadoras ha cedido su lugar al oligopsonio. Un examen de los distintos mercados nacionales revela que en todos ellos -con la excepción de los Estados Unidos- sólo de tres a cinco comercializadoras dominan las operaciones de exportación, e incluso en las subastas los compradores son escasos y el desigual poder de negociación podría afectar a veces a la formación de los precios.^{23/}

Se pueden distinguir tres categorías básicas de organismos públicos de comercialización del algodón: i) las juntas de comercialización del algodón, como en Egipto, Sudán y Chad; ii) las organizaciones de comercio estatal, como en los países socialistas; y iii) los departamentos nacionales de agricultura o comercio, como en los Estados Unidos, Turquía, México y Brasil. En la esfera de las transacciones internacionales, son las comercializadoras mencionadas anteriormente quienes actúan en la mayoría de los casos, como se ilustra a continuación.

Las exportaciones brasileñas se efectúan bajo la responsabilidad de empresarios privados, corporaciones y cooperativas de productores y conforme a normas especiales establecidas por el Departamento de Exportación e Importación del Banco do Brasil (CACEX). Esta institución controla el volumen exportado y fija un precio mínimo para las ventas en el exterior. Aproximadamente entre 30 y 40% de las exportaciones está en manos de tres grandes compañías nacionales, pero que muestran claros indicios de vinculación --que tal vez incluya la propiedad y el control-- con poderosas comercializadoras extranjeras. El resto de las ventas en el exterior son efectuadas por cuatro grandes empresas de comercialización: Sanbra (filial de Bunge and Born, que es activa en otros productos básicos, como la soya); McFadden, Volkart y Esteve (que figura también como uno de los principales exportadores de café brasileño). Tres de las mencionadas se ocupan también del desmotamiento.

En México, en este campo operan igualmente compañías nacionales e internacionales. Además, existe una empresa exportadora de propiedad pública, la Algodonera Comercial Mexicana (ACM), que normalmente compra y vende alrededor de 15% de la cosecha total. En cambio, una docena de grandes comercializadoras controlan aproximadamente 80% de las ventas en los mercados nacional e internacional. Siete de ellas son transnacionales -por orden de importancia en 1980: Esteve, Volkart, Hoenberg, C. Itoh, Allenberg, McFadden y Toyoshima-, que se estima manejan 50% de las ventas totales. Hay dos empresas privadas nacionales -Longoria y Algodones del Pacífico- y una pública, ALGOCOMEX. Las actividades de ventas de esta última están principalmente relacionadas con el mercado doméstico. Las empresas transnacionales tienen una mayor participación en las transacciones externas. En 1980 alcanzó a 69%, en comparación con 31% del abastecimiento nacional. En las empresas privadas nacionales, la situación es al revés, ya que los porcentajes llegaron, en el mismo año, a 13% y 40%, respectivamente. Para ALGOCOMEX las cifras fueron 18% y 29%.

Una situación similar se aprecia en Argentina y Paraguay, donde es considerable la participación, y por consiguiente el control, de las empresas transnacionales en la comercialización. Tal presencia es aún más pronunciada en el caso de Guatemala. En Nicaragua, en cambio, la creación de una entidad de comercio estatal, la Empresa Nacional de Algodón, ha llevado a un marcado incremento en el control de la comercialización interna y externa de este producto básico. Entre los principales logros de este organismo nacional se cuenta el haber podido incrementar considerablemente el comercio directo con los consumidores extranjeros, como China y Taiwán.^{24/}

La influencia de las principales comercializadoras no se limita a las economías de mercado. En la URSS, uno de los mayores exportadores de algodón, 50% de sus ventas al exterior tiene como destino a otros países socialistas de Europa Oriental, en virtud de acuerdos bilaterales suscritos por el exclusivo órgano de comercio estatal, Exportljon. El otro 50% se vende en el mercado internacional, y hasta 90% de ese volumen es transado por las grandes empresas de comercialización, principalmente Volkart, Ralli, Bunge, Bambax y Blanchard. La venta del 10% restante se lleva a cabo con grandes empresas textiles, por ejemplo, Courtaulds, en el Reino Unido, Dominion Textile, en el Canadá y Dierig A.G., en la República Federal de Alemania.

Como en otros productos básicos, el poder de mercado de las transnacionales resulta aumentado por la estructura y la organización de los mercados terminales, en los que los países en desarrollo tienen escasa o ninguna participación. El proceso de formación de precios tiende a basarse en las cotizaciones del mercado de futuros de la Bolsa de Algodón de Nueva York, que se ocupa únicamente del algodón blanco cultivado en los Estados Unidos para puntos de entrega en ese país. Como se ha señalado en un estudio econométrico,^{25/} este mercado no representa el mercado mundial del algodón, pero actúa como el único barómetro de precios para todos los tipos de algodón comerciados internacionalmente, ya sean de fibra larga, mediana o corta. La no participación directa de los países en desarrollo productores y la no representación de sus propios tipos de algodón en las bolsas, les impiden el uso óptimo del mercado de futuros. Es cierto, sin embargo, que una proporción muy grande del comercio mundial se transa de acuerdo con las normas y el arbitraje de la Asociación Algodonera de Liverpool. La mayoría de los países que exportan algodón trabajan dentro de este marco.

k) Cueros y pieles, curtidos, calzado y artículos de cuero

Prácticamente todas las importaciones de cueros y pieles en bruto, pieles precurtidas o cuero acabado, se efectúan por intermedio de agentes que pueden ser independientes o actuar como representantes exclusivos. Por lo general, estos agentes perciben una comisión, que se carga al exportador y que oscila entre 2 y 3% del precio CIF o de 3 a 5% del valor FOB. Hay varias compañías multinacionales especializadas en la importación de pieles, cueros y curtidos, que tienen su propia red de agentes en los principales mercados de importación. Aunque no ha sido posible determinar el alcance y la complejidad de su participación, puede decirse que sus operaciones, consideradas en conjunto, no son suficientemente importantes para calificarlas de oligopolísticas y que su influencia en el nivel de los precios internacionales es escasa o nula.

La importancia de los corredores en la cadena de comercialización y distribución ha disminuido rápidamente en los últimos años. En parte, ello se ha debido a las restricciones y prohibiciones de exportaciones de cueros y pieles en bruto impuestas por los países en desarrollo. En parte, también, al mayor dinamismo y éxito de las grandes empresas importadoras y de los agentes exclusivos en obtener contratos de importación. Sin embargo, la heterogeneidad de cueros y pieles, la diversidad de tipos de curtidos producidos y preferidos, y las grandes variaciones entre países en la incidencia de diversos componentes de costos -materias primas, productos químicos, mano de obra- tienden a imponer la presencia de un agente.

Por regla general, las importaciones de calzado de cuero en los principales países desarrollados se efectúan a través de agentes, cadenas de compra y tiendas de departamentos, o de fabricantes locales. Los dos primeros grupos obtienen el calzado de agentes compradores que están físicamente establecidos en los propios países exportadores. Los importadores, incluidos los productores nacionales que también se dedican a la importación de calzado, por lo general han conseguido negociar con sus proveedores una cláusula que les concede el derecho exclusivo para vender sus modelos y utilizar sus marcas de fábrica. En las operaciones de importación existe una especie de norma empírica aceptada de que el precio al por menor de un par de zapatos debe ser unas cuatro veces el precio de importación FOB, lo que indica un margen muy elevado en la cadena de comercialización y distribución.26/

Aunque los canales de comercialización varían de un país a otro, el siguiente examen de tres mercados europeos de artículos de cuero debería proporcionar un indicio de la situación actual.27/ Con respecto a la República Federal de Alemania, una importante vía la constituyen las oficinas en el extranjero de las cadenas de venta al detalle. En 1980, realizaron 28% de las ventas totales de esos productos en el país. Sin embargo, y aunque su participación disminuyó, el sector más importante de compradores estuvo constituido por grupos tales como Kaufring -el mayor comprador de Europa Occidental- y los canales cooperativos de adquisición, que en conjunto representaron 40% de los artículos de cuero importados al país. Otro 10% correspondió a casas de venta por correspondencia, que compran directamente a los proveedores. Además, hay tiendas de vestuario, calzado, accesorios y artículos de regalo, útiles de escritorio y perfumería, responsables de 9% de las ventas, que compran a importadores y mayoristas. Existen algunas formas de operaciones conjuntas en que los fabricantes nacionales han suscrito acuerdos o convenios con

fabricantes extranjeros, según especificaciones muy rigurosas. Los artículos se venden a mayoristas o bien por conducto a los propios establecimientos de venta al detalle del fabricante. En la mayoría de los casos, las compañías importadoras utilizan agentes en los países proveedores para velar por la calidad de los productos y el cumplimiento de los contratos, pero una vez que se establece la confianza mutua por lo general prescinden de ellos. En cambio, los compradores acuden a las ferias especializadas y viajan a los países proveedores para ver las fábricas de los posibles proveedores.

En cuanto a Francia, otro mercado grande, los importadores y agentes representan más de 50% de las importaciones de artículos de cuero. Luego se ubican las grandes cadenas de venta al detalle y los grupos compradores centrales, con aproximadamente 30%. Igualmente importante es la fabricación nacional con arreglo a acuerdos de operación conjunta con productores extranjeros. En el caso de Bélgica, los importadores representan una participación mucho mayor entre los diversos canales. Son responsables de 75% de las compras de artículos de cuero en el exterior, mientras las tiendas de departamentos se encargan del 25% restante.

Examen de otros productos básicosEstaño 1/

La mitad del estaño del mundo es producida por empresas de propiedad estatal y parte del resto por compañías privadas en que el Estado desempeña un papel significativo. Hay aproximadamente 40 fundiciones de estaño primario en el mundo, situadas en 20 países. Excluyendo a las naciones de economía centralmente planificada, las 13 fundiciones más grandes representan una capacidad total superior a 85%. Las grandes empresas transnacionales todavía poseen una importancia significativa en materia de fundición. La mayor parte de la capacidad que en este rubro opera en los países en desarrollo, les pertenece, aunque los gobiernos de las naciones productoras de estaño han logrado aumentar la concatenación progresiva. El grupo Patiño controla casi 26% de la capacidad de fundición mundial, seguido por el grupo de bancos de Singapur y la Billiton (Royal Dutch Shell), con 16% y 11%, respectivamente. Sin embargo, los lazos comerciales especiales que surgen de la integración vertical entre las empresas mineras y las que se dedican a la fundición no son generales en el caso del estaño, con las excepciones del Brasil y Tailandia. En esos países, las empresas Brascan y Billiton poseen instalaciones importantes tanto en el sector de minería como en el de fundición.

Debido a que las operaciones de minería y fundición han pertenecido casi siempre a empresas diferentes, la comercialización se lleva a cabo en un régimen de independencia. Los productores realizan la mayor parte del comercio internacional de concentrados de estaño, ya sea directamente o indirectamente, por intermedio de una comercializadora.*/ Tradicionalmente, estas empresas internacionales han realizado la mayor parte del comercio en metal de estaño, cumpliendo allí un papel como intermediarias más importantes que en cuanto a los concentrados, principalmente debido a un uso diversificado del estaño a nivel del consumidor. El comercio de hojalata se realiza también en su mayor parte entre empresas independientes, ya que rara vez hay integración progresiva o regresiva entre las compañías fabricantes de hojalata y las elaboradoras de latas para envasado, sus principales usuarios. Este comercio entre empresas independientes tiene lugar bajo la forma de contratos a largo plazo, firmados entre los fabricantes o por intermedio de empresas de comercialización, incluidas algunas importantes comercializadoras transnacionales, como la Philipp Brothers, la Mitsubishi Shoji y la Associated Metals and Minerals.**/

*/ Actualmente, los concentrados de estaño son fundidos y transformados en su mayor parte en metal de estaño antes de ser exportados. El comercio de exportación de estaño en concentrados constituyó menos de 12% de la producción mundial en 1982, en comparación con más de 40%, en 1960. Prácticamente han desaparecido las exportaciones de Indonesia, Nigeria y Tailandia y disminuido las de Bolivia y el Zaire.

**/ A pesar de la posición afianzada de las empresas comercializadoras internacionales en las transacciones del metal de estaño, algunos de los principales países en desarrollo productores han reducido su dependencia mediante el establecimiento de servicios propios para vender sus exportaciones. La P.T. Timah

A pesar de las generalizaciones hechas anteriormente, los canales de comercialización del estaño muestran algún grado de variación. En Bolivia, la organización minera estatal, COMIBOL, antes de la crisis del estaño, vendía el producto directamente y por intermedio de agentes.*/ Para valorar el metal boliviano se recurría al promedio de las cuatro cotizaciones de la Bolsa de Metales de Londres, diez días antes de la llegada del embarque. Las ventas por intermedio de agentes se rigen por los llamados contratos de representación. Consignan al agente --por lo general una importante empresa comercial internacional como Tennant, March Rich, Metal Chemic, Philipp Brothers, Berisford Metal, etc.-- un volumen específico por año, con un calendario de entregas y los contratos pueden abarcar dos años. Aunque las proporciones varían de un año a otro, actualmente alrededor de 40% de las ventas se lleva a cabo mediante el sistema de contrato de representación y se estima que agentes como los mencionados se encargan de 30% de las transacciones totales.2/

Por contraste, Malasia vende la mayor parte de su producción de estaño por conducto de los mercados a plazo. La mayor parte de las transacciones en el mercado del estaño consiste en ventas realizadas por conducto de bolsas a futuro.

En el Brasil, en 1980 las entidades estatales de la COBEC y la Interbras transaron 29% de todas las exportaciones de estaño en concentrados. Al año siguiente, ese porcentaje bajó a 16%. A un número limitado de compañías privadas --cuyas nacionalidades no pueden ser determinadas-- correspondió la mayor parte del estaño en concentrados. El bajo porcentaje de comercio directo del Brasil puede ser la consecuencia de la elevada participación que les cabe allí a las empresas transnacionales --especialmente de la BRASCAN, de Canadá-- en la industria. Es un abierto contraste con el caso boliviano, donde el sector minero está 100% nacionalizado.

Las bolsas en que se transan metales han jugado un papel importante en el caso del estaño. Sin embargo, debido al fracaso de varias negociaciones, tendientes a salvar la crisis que la industria de este metal ha enfrentado a partir de octubre de 1985, se decidió en marzo del año siguiente que la Bolsa de Metales de Londres dejaría de transar el estaño. Considerando el gran tamaño y la mayor influencia que tenía el mercado de la capital británica, este producto perdió un centro muy importante de determinación de precios a nivel global.

de Indonesia, por ejemplo, amplió la organización de comercialización existente estableciendo nuevas oficinas de venta, mientras que la Malaysia Mining Corporations Bhd. (MMC) también creó filiales de comercialización en los principales países consumidores.

*/ La ENAF, también totalmente de propiedad estatal, que comercializaba la producción de la COMIBOL, fue absorbida por la propia COMIBOL, debido a una enorme pérdida sufrida por la fundición de Vinto de la ENAF y a una tentativa de mejorar la posición negociadora de Bolivia en los mercados mundiales de metales.

Otra bolsa principal es el Mercado del Estaño de Kuala Lumpur, en Malasia. Un mercado al contado que reemplazó al Mercado de Penang, en octubre de 1984. La Bolsa de Metales de Nueva York es de importancia mucho menor. Hasta ahora el Mercado del Estaño de Kuala Lumpur está limitado a la venta del metal que se origina en Malasia, y que es producido con arreglo a cupos de exportación y procesado por las dos fundiciones de Penang. Tiene once miembros --su composición está limitada a 30--, de los cuales ocho son compañías de Malasia y tres de Japón. Mientras en el mercado de Penang las dos fundiciones fijaban los precios equiparando diariamente las ofertas con las licitaciones, el de Kuala Lumpur funciona con el sistema de llamado a viva voz. Se estima que éste representa aproximadamente el 20% del mercado internacional del estaño.

Manganeso 3/

El comercio del manganeso presenta un alto grado de concentración, ya que seis empresas representan 80% del comercio mundial. Además, 50% de la producción mundial se origina en minas de propiedad estatal, mientras que hay una participación del capital extranjero en compañías tales como la COMILOG, en Gabón, y la ASSIMAN, en Sudáfrica. En esta industria, la integración desde la producción del mineral hasta el consumo de ferroaleaciones es rara. Las excepciones son la ISOCOR, en Sudáfrica y la SAMACOR. En general, se ha logrado poca integración fuera de las fronteras nacionales. Se sabe que el número de compradores es pequeño y la cadena de comercialización es relativamente corta. Sin embargo, las ventas directas por los productores son limitadas y las transacciones por intermedio de los agentes de ventas son comunes. Como ejemplos se puede citar a la CAEMI International, que vende para el Brasil y Ghana; COMIREP, agente de la COMILOG; Auvernier, agente de la SAMANCO, y Ore and Metal Co., agente de la ASSOMAN. Como resultado, en la comercialización de este mineral dominan las negociaciones entre empresas independientes, que representan más de las dos terceras partes del comercio mundial. El comercio intra-firma y el trueque significan entre 15% y 20% y 15%, respectivamente. El manganeso no se comercia en ninguna bolsa de productos básicos y no existen precios mundiales de referencia.

Cacao 4/

Un pequeño número de empresas ejerce un férreo control en los sectores de productos intermedios y finales. A menudo son las mismas compañías que operan en cada uno de los países desarrollados con economía de mercado. En casi todos los casos, cuatro o cinco empresas controlan más de la mitad de la producción o del mercado. La mayoría de las grandes compañías que participan en la fabricación y venta de productos de chocolate son transnacionales que desarrollan sus actividades en muchos países desarrollados. Además, las sucursales de estas empresas a menudo figuran entre las dominantes en varios mercados. Por ejemplo, la Interfood no sólo influye decisivamente en los Estados Unidos, sino también en los Países Bajos y en el Reino Unido. La Nestlé tiene un mercado significativo en los Estados Unidos, el Reino Unido y Francia, además de Suiza. Estas transnacionales han establecido locales de comercialización en los países desarrollados, dirigiendo aproximadamente 50% de las ventas nacionales de chocolate directamente a los locales de venta al por menor, y comercializando la otra mitad por intermedio de distribuidoras mayoristas.

La estructura de la industria de elaboración en los países productores de cacao orientados hacia la exportación --Brasil, Costa de Marfil, Ecuador, Ghana y Nigeria-- es sumamente concentrada y con frecuencia las empresas transnacionales son propietarias mayoritarias o minoritarias de las compañías dedicadas a la elaboración.

Respecto del comercio de cacao en grano prevalece una situación similar a la del café, donde el papel de las empresas comercializadoras es particularmente importante. Aunque muchos países productores han creado juntas de comercialización --Ghana y Nigeria-- o planes de estabilización (Caisse de Stabilisation) --Costa de Marfil, Togo y Camerún--, que representan un porcentaje muy elevado (75%) del comercio interno, las transacciones internacionales son realizadas en su mayor parte por corredores y comercializadoras de las economías desarrolladas.

En términos generales, dentro de las economías desarrolladas existen dos tipos de relaciones comerciales que rigen las transacciones de este producto. Una es el grupo de grandes empresas transformadoras en Europa, tales como De Zaan, Cacao Barry o Wessannen, que mantienen sus oficinas en las principales zonas consumidoras o son representadas allí por agentes. La otra es un sistema de corredores y comercializadoras, tales como: i) Gil and Duffus --se calcula controla 50% del comercio mundial del cacao y es propietaria también de Pacol--; ii) J.H. Rayner --propietaria de Lonray--; iii) General Cocoa Co.; iv) ACLI International --activa en el café y otros productos básicos--; v) Daarnhouwer and Co.; vi) W.F. Westernman, etc., que comercian en cacao en grano y productos a base de cacao provenientes de los países en desarrollo. Pocos países en desarrollo tienen agentes comercializadores, siendo Brasil --Barreto Cocoa Products-- uno de ellos. Allí, los organismos estatales, COBEC y PETROBRAS, son importantes exportadores de cacao en grano, y se estima que a la segunda corresponde aproximadamente 30% de las exportaciones nacionales de este producto. En resumen, a nivel del comercio, seis compañías se han adueñado de más de 70% del mercado mundial. En el caso del Japón, un mercado relativamente nuevo y todavía creciente, la Mitsubishi Shoji --con activa participación también en el café-- realiza más de 30% del comercio de cacao en grano y cerca de 40% del de los productos a base cacao.

Los fabricantes, como en el caso del café, en vez de mantener considerables existencias físicas de cacao en grano recurren cada vez más a las empresas de comercialización, a fin de reducir los riesgos en materia de precios. Considerando el elevado porcentaje que representan las materias primas en el valor al detalle final del chocolate, es grande la necesidad de cobertura mediante la venta a futuros para protegerse contra un colapso imprevisto de los precios. Esto, a su vez, significa que las juntas de comercialización de los diversos países en desarrollo, por no haber operado en los mercados terminales, hacen frente a un riesgo descubierto de precios.

Té 5/

El té, de importancia relativamente menor en la producción y las exportaciones de la región latinoamericana, merece un breve examen, ya que presenta varias características diferentes a las de las bebidas antes mencionadas. La industria del té en los países con economía de mercado, tanto desarrollados como en desarrollo, sigue estando completamente integrada en forma vertical, desde la producción,

pasando por las ventas al mayoreo, hasta la elaboración y la venta al por menor. Un puñado de grandes empresas transnacionales --en particular Unilever (Liptons), Associated British Foods (Twining), Allied-Lyons, Brooke Bond */ y James Finlay-- controlan el mercado mundial. Lo hacen a través, entre otras cosas, de la propiedad parcial o total de las plantaciones, de las relaciones de propiedad en las instalaciones de elaboración, de la participación dominante en las principales zonas de mercado, de un mayor poder logrado mediante la diversificación de su producción para abarcar otros productos, de la utilización de nombres comerciales conocidos y de otras técnicas publicitarias, así como de redes bien establecidas de venta al por menor. Las mismas empresas principales participan activamente en los mercados norteamericanos y de Europa. Cinco empresas europeas y tres productores con sede en los Estados Unidos controlan 90% del té que se comercializa en Europa occidental y América del Norte. La evolución de las modalidades de consumo de té --desde el tradicional paquete hasta el expendio en bolsitas-- y la creciente importancia de los supermercados con la concentración de las ventas han contribuido a aumentar la densidad de capital en la elaboración del producto y obligado a adoptar técnicas de comercialización más complejas, todo lo cual rebasa la esfera de influencia o el alcance de los productores de té de los países en desarrollo.

La forma dominante de comercialización del té es la venta en subastas. En la actualidad, ellas tienen lugar en Londres, Calcuta, Colombo y otros centros de subasta. La razón de que no exista un mercado de futuro para el té es que su calidad varía considerablemente y la normalización del producto es difícil. El té tropieza también con un problema de almacenamiento. Por sus especiales características, no puede ser almacenado más de un año.

En teoría, una subasta se aproxima mucho a un mercado perfectamente competitivo en el que los precios son determinados por la oferta y la demanda. Sin embargo, en este caso puede no ocurrir esto, ya que el número de corredores que intervienen es limitado; la concentración de las compras en las subastas de Londres es alta e incluso va en aumento; cuatro agentes compradores que representan a los principales mezcladores absorben la mayor parte de todas las compras y uno solo de ellos capta casi 50%. En Calcuta, a pesar del gran número de compradores registrados --cerca de 400--, no más de dos docenas de compañías realizan el grueso de la adquisiciones. En Colombo y Mombasa prevalece una situación similar. Además, la mayor parte del té es negociado en subastas por corredores, muchos de los cuales tienen relaciones de capital con las transnacionales mezcladoras/elaboradoras.

Tabaco 6/

El caso del tabaco se parece al del té en muchos aspectos. En primer lugar, la industria elaboradora/manufacturera está altamente concentrada y la industria mundial del producto se halla dominada por siete transnacionales que incluyen a la B-A-T Industries, Imperial Tobacco, R.J. Reynolds, Philip Morris, Gulf and Western, el grupo Rupert/Rembrandt/Rothmans y American Brands. Ellas se han diversificado ampliamente en otros campos de la industria manufacturera, la minería, la banca, los seguros, el transporte marítimo, las comunicaciones, los servicios, las

*/ En octubre de 1984, Unilever adquirió el control del grupo de Brooke Bond.

plantaciones, etc. En 1981, las ventas de productos de tabaco representaban la siguiente participación, en sus respectivas ventas totales: BAT, 57%; Imperial Tobacco, 49%; R.J. Reynolds, 51%; Philip Morris, 66%; Gulf and Western -bienes de consumo y productos agrícolas, incluido tabaco- 9%; Rothmans International, 89%, y American Brands, 63%. El alcance de sus actividades mundiales es ilustrado por las sucursales y filiales de la B-A-T, que explotan 120 fábricas de tabaco en 52 países. Asimismo, más de 300 marcas comerciales de cigarrillos nacionales e internacionales son comercializadas por la BAT. R.J. Reynolds fabrica también cigarrillos en más de 20 países y los comercializa en 140. Igual cosa ocurre con Philip Morris, el mayor exportador de cigarrillos estadounidense, que vende sobre 140 marcas de cigarrillos en más de 170 países y territorios.

Como en el caso del té, la forma predominante de comercio es mediante subastas, donde un pequeño número de comercializadoras -y al menos en los centros de subasta de los Estados Unidos- controla un elevado porcentaje del comercio de tabaco en hoja. Algunos de ellos son filiales de empresas transnacionales y entre 85% y 90% del tabaco en hoja ingresa al comercio internacional bajo el control directo o indirecto de unas seis empresas compradoras transnacionales. Sus canales de comercialización son sumamente controlados, especialmente mediante el manejo del transporte marítimo. Aproximadamente 90% del tabaco en hoja comercializado internacionalmente utiliza este medio para llegar a sus mercados de destino. Las comercializadoras recurren a líneas afiliadas a una conferencia marítima con sede en países desarrollados, con las que tienen relaciones establecidas de larga data.

Maderas tropicales

Las actividades de las empresas transnacionales se han concentrado en la región del Asia sudoriental, donde en 1981 se originó más de 77% del valor de las exportaciones mundiales de troncos, madera aserrada, chapas y madera terciada. La región africana representa 18% y la latinoamericana, 6%. Cabe señalar que en esta última el volumen de productos elaborados es considerablemente superior al correspondiente a troncos. Esto se debe principalmente a que los países latinoamericanos -y algunos africanos- impusieron restricciones a la exportación de troncos antes que los países asiáticos, que actualmente enfrentan el rápido agotamiento de los recursos forestales comercialmente explotables.

El papel de las transnacionales en la producción de maderas duras tropicales ha experimentado cambios sustanciales en los dos últimos decenios. Su participación puede tener lugar como propietarias, como socias en empresas mixtas o como subcontratistas. Si bien es frecuente que las compañías extranjeras reciban concesiones madereras a largo plazo, su control en la industria es ejercido por medios distintos a la propiedad. En forma cada vez más reiterada, las nuevas modalidades de largo plazo adoptan la forma de participación en la concesión de derechos madereros a nacionales del país receptor, y algunas actúan como socias de una empresa mixta.

Sin embargo, en la comercialización las transnacionales continúan desempeñando un papel dominante. Todavía comercializan más de 90% de las exportaciones mundiales de productos forestales tropicales. Los especialistas señalan que en los países productores hay dos tipos de exportadores: 1) los mayoristas y/o agentes de exportación que no tienen participación en la fabricación; y 2) los productores de

las exportaciones. En las naciones del Asia sudoriental el número de productores exportadores es casi la mitad del número de mayoristas exportadores. En general, hay demasiados exportadores que intervienen en la venta de madera al exterior y, salvo unas pocas excepciones, son pocos los que manejan un volumen suficiente para negociar desde una posición de fuerza. El sistema de comercialización es oportunista y, además, el precio de la madera es determinado en los países importadores por la competencia mundial y en la moneda del importador. El financiamiento constituye un problema importante y los fabricantes o exportadores son inducidos a dejar las actividades manufactureras bajo el control de los países consumidores.

En estos países, las operaciones comerciales se materializan a través de tres vías. Una la constituyen agentes que actúan sobre la base de una comisión, que son representantes de los exportadores en un país extranjero o que son los agentes del productor. En estas transacciones, el agente recibe el pago por sus servicios sólo cuando una venta se concreta. El segundo canal comercial es el corredor importador, que compra para entrega futura con la esperanza de vender antes de que lleguen las mercaderías y que puede vender a término previendo comprar más barato posteriormente. Existen también importadores/distribuidores de existencias, cuya función básica consiste en tener el producto sobre el terreno y atender regularmente las necesidades específicas de sus clientes.

A pesar de la generalización precedente, al parecer hay algunas diferencias entre los principales mercados, con respecto a la estructura de comercialización y distribución. En los Estados Unidos, los importadores de maderas duras tienden a especializarse en madera terciada o madera aserrada. La mayoría de los importadores del producto aserrado son pequeños empresarios que rara vez manejan volúmenes superiores a 25 000 metros cúbicos anuales, aunque actualmente existe una tendencia hacia la mayor concentración y a que grandes almacenes de importación controlen las operaciones de corretaje.

En la CEE todavía prevalece la modalidad tradicional de diversas combinaciones de exportador, agente, importador, mayorista, minorista y usuario final, pero está evolucionando y transformándose en una de vínculos más directos, que pasan por alto ciertas etapas intermedias. Se estima que la integración vertical ofrece a los productos de madera tropical una oportunidad de seguir siendo competitivos y establecer nuevos mercados. Esta forma de producción/comercialización ya ha adquirido importancia en el Africa occidental y un elevado porcentaje de las necesidades de chapas y troncos de Alemania proviene de concesiones de compañías en la Costa de Marfil. La madera tropical importada desde Gabón para paneles en el Reino Unido tiene su origen en concesiones de propiedad británica y esa integración vertical ha tenido lugar principalmente entre el país usuario y las antiguas colonias.

Respecto del Japón, las importaciones más importantes de productos de madera son realizadas por grandes compañías comercializadoras japonesas. Se observa un alto grado de control financiero a través de las etapas de elaboración, distribución y venta al por mayor. Aunque existen aproximadamente entre 20 000 a 30 000 minoristas y 3 000 a 4 000 mayoristas en el comercio de la madera, gran parte de las existencias pueden ser financiadas por la comercializadora general original. Cabe señalar asimismo que se está produciendo rápidamente la integración vertical de la

industria japonesa, con una base de operaciones en los mares del Sur. También están adquiriendo importancia rápidamente las empresas mixtas entre compañías niponas y los países productores. Las cifras comerciales indican que en 1982 las diez mayores empresas de comercialización realizaron aproximadamente la mitad de las importaciones de madera tropical y de otros tipos de madera desde todo el mundo.

Fibras duras 7/

La producción de fibra de sisal está concentrada en Brasil y en la República Unida de Tanzania, mientras que el henequén se cultiva casi exclusivamente en México. En cuanto a la demanda, casi dos tercios del consumo mundial de sisal corresponde a los países desarrollados de economía de mercado, y el resto se divide entre los de planificación económica centralizada (5%), los en desarrollo productores (23%) e importadores (7%).

La forma predominante de comercio es mediante transacciones en el mercado libre, que representan aproximadamente las dos terceras partes del comercio anual total de fibra y 80% del de bramantes. En estas operaciones, las empresas de comercialización operan generalmente por cuenta propia. Los arreglos de representación exclusiva también han proliferado. Como en otros productos básicos, el número de las principales comercializadoras es limitado. En 1980, cinco de las empresas más importantes especializadas en productos básicos manejaron 55% de la fibra y 22% del bramante que se transaron en los mercados mundiales. Las empresas más activas en este comercio son Wiggleworth and Co. (Reino Unido) con 19% del comercio mundial de fibra; Landauer International Co. (Reino Unido), con 17%; MacLaine (Reino Unido), con 7%; Hindley and Co. (Reino Unido), con 8% y Dalgety International Trading Co. (Reino Unido), con 4%. Entre otras empresas destacadas que operan en el mercado, figuran como vendedores los exportadores de fibras y las hilanderías en los países productores, o sus agentes en los mercados de consumo, y, como compradores, los fabricantes importadores y distribuidores de bramante en los países consumidores. Un factor que aumenta el poder de mercado de las comercializadoras es que en algunos casos también son fabricantes de bramantes sintéticos o tienen vinculaciones con esa industria por lo que no siempre están en concordancia con la promoción de los bramantes naturales.

Se sabe que la integración vertical de las empresas comerciales es alta, especialmente en los mercados europeos donde la vinculación fabricante/importador/distribuidor es fuerte. Probablemente debido a este efecto, en el Reino Unido el margen bruto del distribuidor/importador es superior a 65% entre el precio CIF y el precio al por menor, que es mucho mayor que el informado respecto del mercado de los Estados Unidos. Se estima que existe más transparencia de mercado en América del Norte, debido a la falta de esta integración.

La propiedad extranjera es una característica generalizada en los países africanos. En Kenya, Mozambique y Madagascar, casi toda la industria del sisal pertenece a inversionistas no nacionales. En la República Unida de Tanzania alrededor de la mitad de la producción total de fibra y de bramantes procede de plantaciones e hilanderías de empresarios extranjeros. En cambio, la industria del sisal de Brasil y México está totalmente en manos del capital nacional, privado o público, o bajo su control, y en Haití el nivel de las inversiones extranjeras es bajo.

Con respecto a la comercialización y distribución de los países latinoamericanos, siete de las ocho hilanderías de Brasil han concertado un acuerdo conjunto con Hindley and Co., como agente exclusivo para la comercialización de sus bramantes en Europa. Sólo las exportaciones mexicanas -que son exclusivamente manufacturas, en su mayoría bramantes- son colocadas en su totalidad como ventas directas. Las operaciones se hacen por intermedio de Cordemex, en el caso de los importadores y distribuidores de los Estados Unidos, o a través de su agente exclusivo en Europa, para la CEE y otros mercados de esa región. La mayor parte de las importaciones procedentes de abastecedores no mexicanos la efectúan empresas de comercialización con sede en Londres, y las ventas directas se limitan a las que lleva a cabo la República Unida de Tanzania a los importadores/distribuidores de la República Federal de Alemania. Las importaciones de los países en desarrollo, de ciertos países de planificación económica centralizada y de países desarrollados de economía de mercado no europeos, como el Japón y Australia, se efectúan por conducto de empresas comercializadoras o por compras directas a los países exportadores.

Notas

1/ Para un examen de la industria internacional del estaño, véanse Secretaría de la UNCTAD, Comercialización y distribución del estaño: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/38, 1984; Elaboración del estaño: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/39, 1984; Estaño en Bolivia, E/CEPAL/R.249, 1981.

2/ Fernando Sánchez Albavera, Perfil y posibilidades de una empresa multinacional de comercialización minera: el caso de América Latina, estudio preparado a solicitud de la Secretaría de la UNCTAD, mayo de 1983.

3/ Para un examen general de la industria del manganeso, véase Secretaría de la UNCTAD, La elaboración y la comercialización del manganeso: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/20/Rev.1, 1984.

4/ Sobre la industria internacional del cacao, véase Secretaría de la UNCTAD, La elaboración del cacao antes de la exportación: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/18/Rev.1, 1984.

5/ Véase Secretaría de la UNCTAD, Elaboración y comercialización del té: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/28/Rev.1, 1984.

6/ Para la estructura industrial de la industria del tabaco y su comercialización, véase secretaria de la UNCTAD, Comercialización y distribución del tabaco, TD/B/C.1/205, 1978.

7/ Para un examen general de los sistemas de comercialización y distribución, véase secretaria de la UNCTAD, Comercialización de las fibras duras (sisal y henequén): Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/21/Rev.1, 1984.

Capítulo III

BARRERAS EXTERNAS QUE SE OPONEN A UNA MAYOR PARTICIPACION
DE LOS PAISES EN DESARROLLO EN LOS SISTEMAS DE
DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION1. Introducción

Hasta ahora, los países en desarrollo no han podido crear organismos y canales de comercialización con fuerza suficiente como para asegurarles independencia. En el plano interno, son responsables de las transacciones de la mayoría de sus productos, pero pierden ese control en el momento mismo en que éstos traspasan las fronteras nacionales. En el exterior, llevan a cabo sus ventas a través de las redes establecidas para tales efectos por los PDEM. Por lo tanto, dependen de empresas productoras transnacionales, de compañías comercializadoras transnacionales, de los corredores o los agentes de venta que controlan los mercados, etc. Dada esta circunstancia y su escaso conocimiento de la realidad de los mercados, a menudo enfrentan entornos comerciales casi sin alternativas. Se ven obligados a aceptar las condiciones de venta que se les ofrecen, como si realmente fueran las mejores existentes. Un cambio sustancial en esta situación sólo será posible en la medida en que la comercialización y distribución respondan a sus propios intereses y operen bajo su control.

Uno de los factores claves de la debilidad de los países en desarrollo en la comercialización es la desigualdad de poder de mercado que posee la mayoría de los productores de los países en desarrollo frente al que ostentan los principales consumidores de los países desarrollados. Son varios los factores que influyen en esta situación. En particular, los siguientes: a) las barreras de acceso al mercado impuestas por la alta concentración de la producción, de la comercialización y por los acuerdos entre empresas o dentro de una misma empresa; b) la escasez de información sobre los mercados y su limitada transparencia como resultante de tal situación; c) las operaciones de las bolsas de productos básicos y la débil presencia de los países en desarrollo en ellas; d) el control del transporte por parte de empresas de los países desarrollados; y e) los insuficientes recursos financieros para el desarrollo de los sistemas nacionales y regionales de marketing.

En los últimos decenios, el fenómeno que más ha influido en la estructura de los canales de comercialización y en las operaciones de los principales agentes comerciales, ha sido la tendencia constante a la concentración del poder económico. Esta tendencia ha tomado múltiples formas: fusiones, absorciones y adquisiciones, empresas conjuntas y otras clases de vínculos formales e informales entre empresas. Como resultado, no obstante los intentos que hacen los países en desarrollo, sea individualmente -mediante la creación o promoción de empresas de comercialización nacionales, públicas o privadas- o cooperando entre ellos -a través de acuerdos de comercialización conjunta, creación de empresas comerciales multinacionales, etc.- las barreras que estorban la penetración de nuevas empresas en el mercado internacional son formidables, y hasta es muy posible que estén creciendo.

En materia de transparencia de mercado, aunque en varios casos los países en desarrollo, especialmente los exportadores de productos básicos sin elaborar, están cada vez mejor informados, reiteradamente tienen que recurrir a otros participantes del mundo desarrollado, dado que prácticamente no disponen de fuentes de información

independientes.

Otra área de comercialización, donde se estima que las empresas transnacionales tienen ventajas significativas sobre los países en desarrollo, son las operaciones de las bolsas de productos básicos. En ellas, los precios, en principio, se fijan como en mercados libres mediante la subasta. Sin embargo, en la práctica, varias restricciones y distorsiones son impuestas por las propias bolsas, por las leyes del país, y por las prácticas comerciales de las compañías dominantes. Las empresas transnacionales ejercen una gran influencia sobre estos mercados, que es directa cuando transan productos en las bolsas, o indirecta a través de las fuertes vinculaciones que poseen con corredores y compañías de comercialización influyentes.

El costo del transporte marítimo representa una parte importante del precio en puerto de destino de muchos productos básicos. Como la mayoría de ellos se transportan en buques de propiedad de compañías de países desarrollados importadores, los países en desarrollo exportadores se ven privados de los importantes ingresos invisibles que podría reportar el transporte marítimo de sus productos primarios.

En algunos de ellos, las empresas transnacionales se reservan espacio de carga directamente o por intermedio de sus filiales, o mantienen buques fletados. En otros, los costos de transporte son altos pues se utilizan generalmente buques de servicio regular de compañías afiliadas a una Conferencia y no el sistema más económico de los navíos por contrato o el flete. Esto último requeriría que las reservas de carga fueran mayores, lo que permitiría, no sólo obtener ingresos de divisas complementarias, sino también ejercer un mayor control sobre el momento de la expedición, con lo que mejorarían sus estrategias de acumulación de existencias y de comercialización.

El problema de la insuficiencia de recursos financieros nacionales e internacionales, especialmente para la inversión en actividades de elaboración en los países en desarrollo, se ha destacado como un factor determinante, en la confrontación de poderes de negociación entre las partes interesadas en los países en desarrollo y las contrapartes de los países industrializados. A muchos países no les queda mucho poder de negociación frente a los posibles inversionistas extranjeros, especialmente las empresas transnacionales. Por ello, es que acaban por no desarrollar su capacidad de elaboración y aceptan una posición minoritaria en una actividad. También suelen aceptar compromisos de venta a largo plazo como garantía, y acuerdos de exclusividad, lo que reduce considerablemente su flexibilidad en lo que respecta a las ventas. En este sentido, la escasez de capital nacional o del proveniente de los organismos financieros internacionales predetermina en medida importante los canales de comercialización.

2. Concentración en la producción, comercialización y distribución

Una de las fuentes importantes del poder de mercado estriba en la concentración del control sobre la producción, la comercialización y la distribución internacionales.

Resulta fácil deducir esto del análisis expuesto en las páginas precedentes, que demuestra que un pequeño número de sociedades absorben un elevado porcentaje de la producción y/o comercialización de un producto básico en cualquier grado de elaboración. Por ende, poseen un margen considerable para influir en forma decisiva en la fijación de precios de dichos productos a escala mundial.

El crecimiento de las grandes empresas en los PDEM obedece sobre todo a las fusiones, adquisiciones y absorciones de empresas existentes, y no a la expansión interna. Esto no es necesariamente un acontecimiento nuevo, pero el tamaño de las empresas involucradas, la variedad de los mercados que penetran y la aceleración de las fusiones y absorciones transfronterizas es un fenómeno global reciente. En la industria de alimentos y bebidas, por ejemplo, sólo entre 1977 y 1979, al menos 13 empresas con ingresos por US\$ 200 millones o más fueron adquiridas por compañías aún más grandes. Este cambio en la escala de las firmas ha ido acompañado de modificaciones en la estructura de la industria hasta tal punto, que las 65 principales empresas del rubro en el mundo, obtienen 47% de sus ingresos totales de actividades ajenas a la elaboración de alimentos.

En los últimos años se han efectuado fusiones importantes. En septiembre de 1985, Philip Morris, principalmente fabricante de cigarrillos, adquirió por US\$ 5 800 millones la General Foods, cuyas ventas mundiales de alimentos ascienden a US\$8 600 millones. En conjunto, ambas tendrán ventas anuales de US\$24 200 millones. En noviembre, se anunció la compra -en US\$6 200 millones- de la Beatrice Foods Co. por parte de la Kohlberg Kravis Roberts. La empresa adquirida logró ventas mundiales por US\$7 300 millones. Resulta interesante consignar que hace poco más de un año, Beatrice obtuvo la propiedad de Esmark Inc. en US\$2 700 millones. Otras adquisiciones llevadas a cabo en 1984 y 1985, incluyen a la Nabisco Brands por R. J. Reynolds Industries -US\$4 900 millones-, la Carnation Co. por Nestlé -US\$2 900 millones. Recientemente también, adquirió otra compañía de la misma industria, Standard Brands. Los cinco casos mencionados llegan en conjunto a un valor de compra total de US\$22 500 millones.

Como se puede apreciar, las adquisiciones y fusiones agresivas entre compañías gigantescas de los países industrializados no sólo contribuyen a disminuir la competencia en aquellos mercados, sino también hacen difícil el acceso a ellos para los interesados del Tercer Mundo.

Las empresas comercializadoras transnacionales han venido incursionando también en una serie de actividades de elaboración/fabricación/venta al detalle. Algunas de las más grandes del Reino Unido -para no mencionar a las japonesas- han experimentado una rápida expansión mediante adquisiciones y absorciones.^{1/} Estas prácticas limitan el acceso a los mercados o pueden tener efectos adversos sobre la competencia. Ello también podría aplicarse al dominio de los mercados internos de los países en desarrollo por parte de las grandes transnacionales, que restringen las posibilidades de las industrias competidoras nacionales. Algo similar puede decirse de la mayor integración vertical a escala mundial, desde la elaboración básica hasta los productos de consumo final, cercando a los fabricantes independientes.

Como resultado de esta concentración de poder económico se han ido borrando las distinciones entre los principales agentes comerciales. Las empresas

manufactureras, mineras o de comercialización han superado los marcos en que se encontraban al ir transformándose cada una en un conglomerado con una vasta gama de intereses. Las empresas transnacionales manufactureras adquieren o establecen compañías comercializadoras. Estas, a su vez, extienden su ámbito de operaciones a los terrenos manufacturero, financiero, bancario y a toda la restante gama de servicios, y las compañías de ventas al por menor adquieren participaciones en empresas manufactureras. Dentro de tal proceso de concentración, se observa que los bancos y otras instituciones financieras suelen ser la fuerza que impulsa la elaboración y aplicación de estas estrategias empresariales. A través de sus participaciones accionarias, intervienen más y más en la gestión de las compañías manufactureras y de comercialización transnacionales.

Debido a que la estructura de las industrias elaboradoras de muchos productos es de carácter altamente oligopolístico, tanto en los países desarrollados como en desarrollo, es posible que se estén empleando prácticas comerciales restrictivas para obstaculizar la competencia o mantener los mercados. Estas prácticas consisten en establecer acuerdos de asignación de mercados o de clientes, o convenir en que el suministro de determinados productos o servicios dependa de la aceptación de las restricciones a la distribución o fabricación de los productos competitivos u otros productos.

Entre las diversas barreras que se oponen al ingreso a los mercados oligopolísticos -fijación de precios por empresas establecidas, las economías de escala en materia de producción, la necesidad de invertir grandes sumas de capital- es la diferenciación de productos la que suele revestir una importancia clave, siendo la propaganda el vehículo principal que se utiliza para lograr esta diferenciación. Especialmente en los mercados de alimentos y bebidas -chocolate, café y té- la propaganda cara y global es parte de la estrategia de las sociedades y de su éxito. La cuantía del gasto en promoción de Harshey Foods Corp., un fabricante estadounidense de chocolates y confites, llegó a US\$ 137 millones en 1982. Es decir, a 8.8% de las ventas.^{2/} Una cantidad difícil de igualar por cualquier compañía de las regiones en desarrollo. Pero esta cifra resulta jibarizada ante los US\$ 439 millones gastados en propaganda por la General Foods Corp., en 1981.^{3/} Es indudable que la proliferación de nombres comerciales ha robustecido el dominio que ejercen en el mercado los principales productores transnacionales. Al mismo tiempo, ha disminuido la capacidad de las contrapartes de los países en desarrollo para ingresar y competir en él. Para lograr un mejor conocimiento de las preferencias y conductas del consumidor e influenciarlo, es necesario que los intereses de los productores de los países en desarrollo estén representados también a nivel del usuario en la cadena de distribución de los PDEM.

Las barreras al ingreso son más difíciles de sortear para los pequeños que para los grandes productores. Se requieren grandes volúmenes para que un país productor pueda establecer vínculos directos con las redes de distribución minoristas en los países consumidores, para resistir las presiones que ejercen las empresas transnacionales establecidas y para penetrar los mercados no tradicionales. En vista de esto, es necesaria la cooperación entre los países en desarrollo, en particular entre los pequeños productores. Los países productores podrían emprender varias tareas en forma conjunta. Entre ellas, elaborar y exportar sus manufacturas, participar en inversiones directas en los mercados de los países consumidores y/o comercializar y promover los productos en el ámbito internacional.

3. Transparencia de los mercados

Los estudios individuales sobre sistemas de comercialización y distribución -como los relativos al cacao, café, azúcar, té, bauxita, cobre y hierro-, efectuados por la Secretaría de la UNCTAD, revelan una característica común: la escasa transparencia de los mercados. Este es el caso no sólo de los productos transados mediante contratos de largo plazo o anuales, ventas directas para pronta entrega o dentro de la empresa -hierro, manganeso, productos de yute y bauxita-, sino también de los negociados en remates -té o tabaco- o en bolsas de productos -cobre, azúcar, café y algodón-, sobre los que existiría suficiente información previa y actualizada respecto a precios y cantidades.

Tratándose de productos elaborados, en general hay menos información al alcance del público sobre precios, condiciones, compradores, vendedores, etc., que para los productos sin elaborar. Para vender sus productos elaborados, los exportadores de los países en desarrollo han recurrido con frecuencia a los servicios de agentes, comercializadores, corredores y otros hombres de negocios que normalmente operan en los países en desarrollo, o han concertado acuerdos con el inversionista del país desarrollado -muchas veces una empresa importante de la industria-, incluso cuando se ocupan ellos mismos -los exportadores de los países en desarrollo- de vender el producto sin elaborar. Los problemas que traen consigo los procedimientos de venta directa exigen poder conocer y evaluar muchos factores, lo que no es fácil para los exportadores independientes de los países en desarrollo.

Las grandes empresas comercializadoras suelen publicar boletines regulares en que detallan la situación de mercado. Gill and Duffus lo hace para el cacao, H.O. Licht para el azúcar, Wigglesworth en relación a las fibras duras y Metallgesellschaft en cuanto a los minerales. Tales boletines son considerados fuente fundamental de información y a través de ellos estas empresas pueden influir en las tendencias y precios de los mercados. En el caso de algunos productos, respecto a los pronósticos para un año agrícola determinado, hay fuentes competitivas de información de mercados. Ello depende de su procedencia, que puede ser de los gobiernos, como en el caso del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, de organismos internacionales de productos básicos -como la OIC de café, OICC de cacao, CIPEC de cobre, OIB de bauxita, etc.-, o de entidades de las Naciones Unidas, como la FAO.

La situación se ve agravada por las políticas comerciales poco previsibles de los países capitalistas desarrollados, especialmente en el sector de los productos básicos, y por la renuencia de los países socialistas a operar en un medio de información de mercado más abierto. Como resultado, los países en desarrollo carecen de información esencial respecto de las tendencias futuras de largo plazo y de los planes de inversión, en los países desarrollados. Tampoco existe suficiente conocimiento sobre las perspectivas del mercado a término; sobre las posiciones negociadoras de las empresas -individuales o transnacionales-; sobre la existencia de vínculos comerciales tradicionales -que en muchos casos se superponen a las ventajas que ofrecen los precios de corto plazo-; o sobre nuevas tecnologías y estructuras en la industria que podrían afectar los mercados para los productos que se comercializan tradicionalmente. En general los países subdesarrollados deben seguir recurriendo a intermediarios de las economías desarrolladas para colocar sus

productos en el mercado mundial. En este proceso, los países productores deben soportar condiciones cuya equidad les resulta imposible evaluar.

Tomando en cuenta la gran significación del comercio intrafirma en el caso de algunos productos, según se señaló en los capítulos precedentes, se precisa con urgencia información sobre ambos polos del mercado, es decir, exportación e importación a nivel de la empresa. La carencia de este tipo de información no sólo impide que los productores conozcan los potenciales mercados y agentes a futuro, sino también que analicen cómo está constituido el precio y cómo se le controla a escala mundial, para que un reducido número de empresas comerciales maximice sus utilidades.

La estructura y el poder de mercado resultantes de esta situación son los principales responsables de la falta de transparencia, hecho que debe corregirse como requisito previo fundamental para que se desarrolle la competencia y la eficiencia. Parece que el problema fundamental estriba en que los productores de los países en desarrollo no poseen acceso a la información que tiene el sector privado en los países desarrollados. Asimismo la poca información que reciben de fuentes gubernamentales o de otra índole resulta inadecuada para una comercialización eficiente. En vista de esto, los gobiernos de los países en desarrollo tienen un papel que cumplir en el plano internacional para aumentar la disponibilidad de información económica útil y ayudar a contrarrestar la opacidad vigente en segmentos imperfectamente competitivos del sector privado. Respecto al sector público, la UNCTAD ha propuesto un sistema de encuestas para contrarrestar las medidas intervencionistas adoptadas por los gobiernos de los países desarrollados con economías de mercado.^{4/} Sin embargo, las soluciones capaces de llegar a la raíz del problema requieren de la cooperación en materia de información, así como en la forma de establecer empresas comerciales regionales multinacionales.

4. El funcionamiento de las bolsas de productos básicos

En teoría, las bolsas de productos básicos funcionan como mercados libres donde los precios se determinan mediante procesos que corresponden a un remate continuo de los productos en el mercado. En la práctica, la naturaleza y las operaciones de las bolsas propiamente tales, la legislación nacional que las rige, y las prácticas comerciales de las principales empresas, introducen diversas limitaciones y distorsiones. Las bolsas de productos básicos de mayor envergadura están situadas en Chicago, Nueva York, Londres y París. Entre las funciones que se les atribuyen están las de especulación, cobertura, fijación de precios y arbitraje.^{5/}

Las instituciones cuyos ingresos son más sensibles a pequeñas variaciones de los precios a corto plazo de los productos básicos son las que más recurren a los mercados de futuros a fin de cubrirse contra riesgos. Por tanto, las empresas comercializadoras de productos básicos son las que más buscan cobertura, con el fin de evitar que sus escasos márgenes de ganancia sean anulados por pequeñas oscilaciones en las cotizaciones de precios de dichos productos. Otro grupo importante de usuarios de los mercados terminales es el de los procesadores de materias primas. A menudo, en la pulverización del cacao en grano, en el tostado

del café verde, en la refinación del azúcar, en la trituration de las semillas oleaginosas, en la molienda de cereales, etc., el valor agregado durante la etapa de elaboración representa un pequeño porcentaje del costo de la materia prima. Esto crea vulnerabilidad a los elaboradores ante las oscilaciones de precios que escapan por completo a su control, a menos que tomen la precaución de salvaguardar sus compras de materias primas. En cambio, algunos productores y consumidores no tienen tanta necesidad de recurrir a los mercados de futuros para obtener una cobertura regular, pues la influencia de las variaciones de precios de los productos básicos en sus ingresos suele ser mucho menor que en el caso de los comercializadores o procesadores.

La importancia de las bolsas de productos básicos ha aumentado notoriamente en los últimos años. Esto se refleja en el número de contratos suscritos en la totalidad de los mercados de futuros estadounidenses. Crecieron de 43 millones, en 1977, a 98.5 millones en 1981, y a 112 millones en 1982. Se ha estimado que el valor de esos contratos asciende a US\$ 1 billón, cifra que se supone aumentará dado que hay unos 30 millones de accionistas en los Estados Unidos, pero sólo 300 mil participantes en las bolsas de productos básicos. En Londres, el valor de lo transado en estas bolsas ha aumentado de 6 609 millones de libras, en 1972, a 94 793 millones de libras, en 1982. Tomando en cuenta que la Bolsa de Metales de Londres modificó sus métodos de información en 1981 -y recordando también la incidencia de inflación- se estima, en forma conservadora, que el valor total de los contratos casi se cuadruplicó en los 11 últimos años.^{6/}

Uno de los factores que contribuyó sobremanera a la expansión de las operaciones en las bolsas durante la década de 1970 fueron las grandes oscilaciones de precios de los productos básicos. Esto hizo cada vez más difícil para los productores mantener estables sus sistemas de precios en los mercados mundiales, como se observa en los casos del aluminio, el níquel, el cobre y el petróleo.^{*/}

La mayoría de los precios de las exportaciones de los principales productos primarios del mundo se determina en los mercados a término. Esto ocurre sobre todo con los productos agrícolas. Trigo, maíz, soya en grano, harina y aceite de soya, aceite de palma, café, cacao, azúcar, caucho, lana, algodón y jugo de naranja, son productos cuyos precios internacionales más conocidos se basan en las cotizaciones establecidas a futuro en las bolsas y no en las existencias físicas en plaza. En los minerales, la situación es muy similar. El cobre, el estaño, el plomo, el zinc, el níquel, el aluminio, la plata, el oro y cada vez más el petróleo, figuran entre los productos cuyos precios en el comercio internacional están estrechamente vinculados con las cotizaciones a futuro.

^{*/} Ultimamente, las transacciones petroleras a término, efectuadas en la Bolsa de Productos de Nueva York (NYMEX), han venido creciendo con rapidez. Se estima que para 1990 el volumen transado se quintuplicará. La razón principal de este rápido incremento es la dificultad de pronosticar los precios del petróleo, debido al quiebre del sistema de fijación de precios rígidamente administrado por los miembros de la OPEP por haberse estancado la demanda. A medida que se expanden los mercados al contado y aumentan las fluctuaciones diarias de precios, se hace indispensable protegerse por medio de operaciones a futuro.

Aunque algunos países en desarrollo han aumentado sus esfuerzos para comercializar sus propios productos, el hecho de que sus precios mundiales se fijen en mercados remotos significa que tienen escasa o nula influencia en la determinación de los mismos. Desde este ángulo, los países en cuestión siguen siendo casi tan dependientes como en los períodos anteriores.

Pese a la importancia creciente de las bolsas de productos primarios, en general, la participación directa en ellas de los países en desarrollo es muy escasa. */ En el caso de las empresas mineras que extraen el cobre y el estaño, pocas elaboran sus propias estrategias de cobertura, salvo en aquellas operaciones que pueden iniciar las casas matrices de ultramar o los agentes comerciales de dichas empresas. Entre los principales exportadores de concentrados de cobre desde las regiones en desarrollo, son las empresas matrices japonesas de sociedades mixtas en Malasia, Zaire, Chile, Perú y otros países productores latinoamericanos en pequeña escala, las que se encargan de la cobertura de sus ventas de concentrados.

En el caso del cobre refinado y sin refinar existe una situación similar. En total, unas 750 000 toneladas anuales de cobre refinado exportadas por los países en desarrollo estarían protegidas mediante cobertura, pero de esta cantidad, tal vez entre 600 000 a 650 000 toneladas representarían la cobertura suscrita por los agentes de los exportadores y 100 000 toneladas la de los fundidores a medida. La situación con respecto al estaño es muy similar. Dada la gran participación de las empresas de comercialización en el mercado del estaño es probable que hasta 75% del producido en los países en desarrollo esté cubierto, mientras que el tonelaje cubierto a instancias de los productores de los países en desarrollo no supera aún las 20 000 toneladas.

Una participación más estrecha de los exportadores del Tercer Mundo en los mercados a término proporcionaría bastante información sobre el estado actual y las tendencias futuras de los precios de los productos básicos. Aunque una junta de comercialización o un organismo gubernamental no pretendan la cobertura en dichos mercados, los precios generados en las bolsas ofrecen información útil para transmitir señales apropiadas a los productores nacionales. Por ejemplo, un exportador sólo puede saber si es razonable esperar una prima sobre el precio de pronta entrega para las ventas a término, o si debe prepararse a aceptar un descuento, si conoce cuál es la estructura cronológica de las cotizaciones a término que encaran las comercializadoras. Asimismo, un vendedor sólo puede juzgar si un comprador tiene derecho a pedir un descuento sobre una fijación de precios a futuro si sabe cómo y cuándo puede entregar su producción con cargo al contrato a término.

*/ Entre las excepciones se encuentra el establecimiento de MMC Metals, subsidiaria de la principal productora mundial de estaño, Malaysian Mining Corporation, que se encargó del corretaje de algunos productos en Londres, antes de la crisis del estaño. MMC Metals llegó a incorporarse como miembro pleno a la Bolsa de Metales de Londres. Uno de los principales productores mundiales de cobre, Zambia Consolidated Copper Mines, y la empresa de comercialización de metales de dicho país, también crearon conjuntamente una firma similar en Londres: Memaco Trading. Estos intentos apuntan a un nuevo enfoque del problema de los precios inequitativos entre los productores del Tercer Mundo.

Aparte de la escasa participación de los países en desarrollo en las bolsas, está el problema de cuán representativo es el precio cotizado allí, respecto a la relación demanda/oferta mundial para productos que son similares pero no idénticos y producidos en otras partes del mundo. En otras palabras, es capaz la bolsa de integrar la demanda y la oferta existentes en los diversos mercados nacionales de modo que los precios reflejen el mercado global?

Respecto a esta pregunta, un estudio efectuado por la UNCTAD ha demostrado estadísticamente que los precios cotizados en la Bolsa del Algodón de Nueva York no se aproximan a las situaciones mundiales. Esta bolsa sólo cotiza el algodón blanco cultivado en los Estados Unidos, para entrega en diversos centros colectores, pero las cotizaciones sirven de precio de referencia para todos los tipos de algodón cultivados y comercializados en otras partes del mundo. Esto significa que los países productores en desarrollo no pueden utilizar el mercado del algodón a término en forma óptima y que los productores en estos países encaran un proceso distorsionado de divulgación de precios. El caso del algodón significa, asimismo, que los mercados a término pueden tener distinto valor para diversos productos individuales como instrumento para divulgar precios debido a que representan condiciones reinantes en el mercado nacional y no en el mercado mundial. Por ende, otra esfera de investigación ulterior consistiría en averiguar en cuáles productos, aparte del algodón, puede observarse este tipo de distorsiones.

El mecanismo de determinación de precios en las bolsas de productos básicos adolece de varias rigideces. Para algunos productos, hay pocos productores importantes, como en el caso del estaño, el cacao y el café. Para otros, la demanda la ejerce un reducido número de grandes importadores, como ocurre con el trigo en que unos pocos países representan una proporción considerable del comercio de importación. Y hay algunos en que unas pocas empresas de comercialización predominan en el mercado. Estos participantes con gran influencia no siempre son identificables, pues a menudo operan a través de diversos corredores. A su vez, los corredores obtienen la mayoría de sus ingresos comerciando por su cuenta, es decir, adoptando una posición a expensas de su propia empresa. Como resultado de la competencia, en los últimos años el comercio se ha vuelto más especulativo a medida que los intermediarios -aquella empresa comercializadora que se limita a poner en contacto al comprador con el vendedor a cambio de una comisión- han sido desplazados por las compañías de comercialización que están dispuestas a correr mayores riesgos por cuenta propia. Cuando los negocios de las agencias e intermediarios comenzaron a declinar, era evidente que las comercializadoras tenían que asumir su propia posición y ganar dinero con contratos "largos" en los períodos de alza y "cortos" en un mercado en baja.*/*

/ Un contrato "largo" se refiere a la posición de mercado del comprador de un contrato a término cuya adquisición lo compromete a aceptar ulteriormente la entrega del producto. A la inversa, un contrato "corto" se refiere a la posición de mercado del vendedor de un contrato a término, cuya venta lo obliga a entregar el producto en una fecha futura.

Además de los problemas relativos a la oferta y demanda, los precios en las bolsas se ven afectados por otros factores. Las expectativas de oferta y demanda muy a menudo influyen por las repercusiones de los mercados monetarios; a veces, incluso, por la manipulación de los mercados debido a acaparamientos, falta de entregas contra contratos, márgenes y arbitrajes.^{7/} La oferta y la demanda influyen en forma más directa en los mercados físicos pues existe un vínculo entre las transacciones celebradas y las entregas, pero en las bolsas a término los certificados se transan una y otra vez y el recambio de certificados puede tener poca relación con las entregas físicas. En tal situación, las expectativas respecto a las fuerzas económicas básicas se vuelven más importantes. Paralelamente, las posibilidades para el producto se ponderan junto con una perspectiva económica más amplia y las expectativas de la moneda en que se efectúa la operación. La fijación óptima de precios por parte de cada agente depende de sus propias expectativas acerca de los acontecimientos futuros, sus conjeturas sobre el interés que existe en comprar y vender y de todas las fuerzas económicas que afectan los precios a término. Sus prácticas de compraventa se ven limitadas también por su posición financiera y la utilización de sus instalaciones físicas, tales como las de almacenamiento y embarque.

Si bien las operaciones bursátiles adolecen de grandes deficiencias, también es limitada la posibilidad de crear alternativas, como sería el establecimiento de bolsas eficaces en los países en desarrollo.^{*/} Esta alternativa resulta poco práctica mientras no se cumplan en los países en desarrollo varios requisitos importantes. Entre ellos, la existencia de sistemas mundiales de comunicaciones rápidos y eficientes; sistemas de transporte y almacenamiento igualmente eficientes, y una infraestructura financiera capaz de apoyar la transferencia internacional de capitales y las necesidades de crédito de corto plazo. También ese requerirían tipos especiales de instrumentos de la deuda para facilitar el funcionamiento de la cámara de compensación. En vista de esto, tal vez la mejor solución provisional sea buscar los medios para elevar el nivel de representación del Tercer Mundo en las bolsas ya existentes en los PDEM. Ello puede hacerse mediante la mayor participación de entidades creadas en la región, en las respectivas bolsas de productos básicos.

Las razones de la poca participación de los agentes de los países en desarrollo en las bolsas de productos básicos puede atribuirse a la falta de familiaridad con el funcionamiento de los mercados, los obstáculos que colocan las reglamentaciones locales y los elevados costos de oportunidad de las divisas necesarias para operar en dichas bolsas.

En forma más concreta, entre las mayores barreras que se oponen al ingreso de los países en desarrollo se incluyen los requisitos de margen, los costos en divisas, las reglamentaciones de ingreso, las normas de entrega, los métodos de

^{*/} Como una alternativa, podría sostenerse que los países en desarrollo soslayan las bolsas mediante una comercialización contractual sobre la base de precios negociados. Sin embargo, es muy posible que la base de esos precios negociados en los contratos de largo plazo seguirá dependiendo del precio internacional que generan las bolsas situadas en los países desarrollados.

supervisión y de determinación de precios, y los problemas de comunicación relacionados con la ubicación geográfica.

Respecto a los depósitos por concepto de márgenes, la incertidumbre acerca de su monto durante la vigencia del contrato les dificulta a los exportadores persuadir a los bancos centrales que les otorguen permiso para obtener la cobertura en las bolsas. Los márgenes originales que exigen la mayoría de las cámaras de compensación suelen oscilar entre 3 y 10% del valor de los productos bajo contrato, suma que al no ser tan abultada no plantea verdaderos problemas. Las dificultades surgen con los márgenes de variación que se producen cuando el precio del producto se mueve en contra del que se ha cubierto. Por ejemplo, si un productor hace una venta protectora de futuros a un cierto precio, y éste se eleva posteriormente, no sólo sufrirá la frustración de renunciar a un ingreso potencial, sino que tendrá que abonar un margen adicional igual al alza. Además, los márgenes tienen que pagarse en la moneda del contrato. Cuando los países en desarrollo comercian en futuros, están obligados a usar monedas extranjeras para el depósito original y para cubrir toda alza ulterior en el depósito por concepto de márgenes.

Los países en desarrollo han planteado diversas propuestas para disminuir la carga de estos depósitos. Respecto a los márgenes iniciales, se le podría pedir a todas las bolsas de productos básicos que permitieran a los productores de bienes primarios pagar tasas más bajas. Los márgenes de variación podrían volverse menos gravosos si el producto cubierto pudiera utilizarse como garantía adicional para obtener créditos de los bancos locales u otras instituciones.

Los depósitos por concepto de márgenes están estrechamente relacionados con el costo en divisas de tales márgenes y con las comisiones de los corredores. El problema se agrava en los países donde hay control de cambios, por lo que es necesario contar con una legislación adecuada para que a los ciudadanos o a los organismos nacionalizados se les permita recurrir a los mercados de futuro extranjeros.

Los requisitos de ingreso a las principales bolsas de productos inhiben también la participación de los países en desarrollo. Las normas de ingreso comprenden requisitos financieros como garantías bancarias y capital pagado,*/ así como cláusulas de nacionalidad que discriminan en contra de las empresas extranjeras y sus empleados. Aunque la calidad de miembro de una bolsa de productos es diferente del acceso a ella -los no miembros pueden operar por conducto de casas de corretajes- las ventajas de serlo siguen siendo importantes. Los integrantes enfrentan menores costos de operación y participan directamente en el funcionamiento de la bolsa y, sobre todo, en la elaboración de las normas que rigen sus operaciones.

*/ El costo mínimo de incorporación a la Bolsa de Metales de Londres se estima en US\$300 000 anuales. El capital pagado de MMC Metals, subsidiaria de la principal productora mundial de estaño, Malaysian Mining Corporation, que se encargó en Londres del corretaje, ascendió a US\$2.1 millones. En el caso de Memaco Trading en Londres, una empresa de comercialización para Zambia Consolidated Copper Mines, la cifra asciende a US\$2.8 millones.

La cooperación internacional en materia de bolsas de productos básicos debe comenzar por reconocer que en su conjunto constituyen actualmente un segmento importante de las empresas transnacionales. Se encuentran bajo el control exclusivo de los países desarrollados con economía de mercado, pero con repercusiones económicas que van mucho más allá de sus fronteras. Tomando en cuenta el interés de los países en desarrollo, existen, pues, tres problemas fundamentales que exigen la atención internacional. A saber, la representación insuficiente de los intereses de los productores, la fuerte influencia de mercado de las grandes empresas de comercialización y las perturbaciones crecientes causadas por las fuerzas especulativas. En vista de esto, la comunidad internacional debería estar dispuesta a convenir algunas directrices que reflejaran un equilibrio entre los intereses de los productores, los consumidores y las comercializadoras. En virtud de tal compromiso, se podría pedir por ejemplo, que las autoridades bursátiles elaboraran estatutos que previeran castigos para las actividades especulativas o que flexibilizaran las normas de ingreso. Igual importancia reviste el hecho de que estas instituciones transnacionales privadas necesitan estar sometidas a la vigilancia y legislación internacionales, al menos en lo que respecta a las repercusiones económicas. Puede considerarse también la adopción de acciones internacionales que mejoren la disponibilidad de información sobre aspectos tales como el volumen de comercio, el tonelaje de cada operación y los actores involucrados en la transacción, con el fin de incrementar la transparencia de las operaciones comerciales en las principales bolsas de productos básicos.

5. Transporte

El transporte marítimo internacional de algunos productos primarios -hierro, bauxita, banana- está controlado en gran medida por las empresas transnacionales con sede en los PDEM, dedicadas a actividades integradas verticalmente que van desde la extracción/producción a la comercialización. En materia de cereales, aunque los comerciantes del ramo no se ocupan de su cultivo, manejan el comercio mundial porque son dueños de los silos en tierra firme, el transporte terrestre, las instalaciones manipuladoras y los silos portuarios en los países exportadores. Aunque algunas transnacionales poseen sus propias flotas -sobre todo aquellas que explotan el hierro-, la mayoría se sirve de contratos de fletamento de transporte a largo plazo. Buena porción de esos convenios se celebra con "partes estrechamente relacionadas" o se negocia privadamente con armadores que mantienen relaciones comerciales de larga data con las empresas transnacionales. Aunque no puede determinarse la magnitud exacta, es posible afirmar que el tonelaje contratado en la forma de comercio entre partes independientes en el mercado libre es mínimo.^{8/} Por tanto, estas interrelaciones presentan una barrera formidable para los nuevos armadores, sobre todo para los de un país en desarrollo que trata de incorporarse a las operaciones.

Las estadísticas sobre las flotas de carga a granel a nivel mundial revelan que, a mediados de 1983, participaba sólo un pequeño número de países en desarrollo. En conjunto controlan solamente 15% de este tipo de transporte. Cinco países y un territorio, que individualmente poseen más de un millón de toneladas de peso muerto -República de Corea, Hong Kong, India, Brasil, Singapur y Filipinas-, representan 81% del total del tonelaje de carga seca a granel de propiedad de los países en desarrollo. Entre las naciones latinoamericanas, que representaban en conjunto

aproximadamente 20% del tonelaje registrado en todos los países en desarrollo, Brasil absorbía 12.9%, seguido por Argentina con 2.3% y Chile con 1.4%.^{9/} Como los países en desarrollo no suelen contar con flotas mercantes propias, tienen que fletar los navíos apropiados o licitar el espacio de carga disponible. Dada la naturaleza del tráfico, esto suele provocar demoras en el viaje de ida y vuelta y cobros adicionales por estadía y estibaje. Asimismo, como los embarques tienen un tamaño mínimo -en el caso del azúcar, más de 10 000 toneladas-, pueden afectar el transporte a mercados más pequeños.

Las investigaciones empíricas sobre la estructura del costo del transporte de varios países en desarrollo demuestran que para el comercio, los fletes suelen ser barreras mucho más importantes que los aranceles. En numerosas rutas representan hasta 20% de los precios CIF para los productos primarios. Sus fluctuaciones y cambios tienen un efecto significativo sobre los precios, la demanda de mercado de dichos productos, y los ingresos netos de los productores. Los estudios sobre fosfato mineral y fibras duras, en particular, destacan la importancia de la incidencia de los fletes elevados en relación con otras limitaciones al comercio. Los fletes ad valorem, en relación con los precios FOB suelen superar el 100% para el fosfato mineral y ser más de 40% para la fibra de sisal. En el segundo lustro de la década de 1970 y a comienzos de la actual, la relación entre los fletes marítimos y los precios de algunos productos básicos se ha incrementado enormemente (véase Cuadro 23). Esta observación concuerda con las conclusiones de diversos estudios sobre comercialización y distribución de la UNCTAD. Ellos señalan que para varios productos, los fletes se han elevado con mayor velocidad que los precios de los mismos. El examen de casos concretos revela, asimismo, una amplia variación de año a año, en cuanto a la relación entre fletes y precios de los productos básicos.

Otra observación formulada por los estudios de la UNCTAD -cuyas conclusiones concuerdan con las de otros estudios- es que el costo ad valorem del transporte de algunos productos se eleva junto con el grado de elaboración. En el caso del cacao, pieles y cueros, caucho natural, madera, y algodón, por ejemplo, los costos de transporte son mayores para los productos elaborados que para las materias primas.^{*}/ Como se concluye en un estudio, esta escalada brinda una protección eficaz a los procesadores de materias primas de los países desarrollados que supera las tarifas nominales de transporte y, por ende, constituye un desincentivo importante para la instalación de industrias elaboradoras en los países en desarrollo.^{10/}

En respuesta a la pregunta de si la estructura observada de fletes refleja el verdadero costo del transporte o es un sistema arbitrario de cobros impuesto por las conferencias marítimas, los resultados de muchos análisis abonan decididamente esto último. La práctica generalizada en esta actividad es "cobrar lo que tolera el cliente" y la estructura de fijación de precios no refleja el costo social, y ni siquiera el privado. En muchos casos, la arbitrariedad en la imposición de cobros está relacionada con diferentes posiciones negociadoras de los países y empresas exportadoras. "El elemento principal en los cobros de transporte, que identificamos con discriminación por parte de las empresas marítimas en la fijación de tarifas, es el valor unitario por tonelada del producto", lo que tiene escasa relación con un

^{*} / Lo contrario ocurre con los minerales, aceites vegetales, yute y sisal.

Cuadro 23

RELACION ENTRE LOS FLETES DE LOS BUQUES DE LINEA Y LOS PRECIOS DE DETERMINADOS
PRODUCTOS BASICOS, 1970 Y 1978-1981

Producto	Ruta	Flete como porcentaje del precio a/, b/, c/				
		1970	1978	1979	1980	1981
Caucho	Singapour/Malasia-Europa	10.5	12.1	9.7	8.9	7.3
Estaño	Singapour/Malasia-Europa	1.2	1.0	0.9	1.0	1.2
Yute	Bangladesh-Europa	12.1	11.9	16.1	19.8	21.4
Sisal	Africa oriental-Europa	19.5	17.4	15.7	15.7	15.4
Cacao en grano	Ghana-Europa	2.4	1.7	2.0	2.7	3.0
Aceite de coco	Sri Lanka-Europa	8.9	9.7	8.0	12.6	14.4
Té	Sri Lanka-Europa	9.5	6.4	8.8	9.9	10.2
Café	Brasil-Europa	5.2	5.6	5.1	6.0	9.0
Almendras de palma	Nigeria-Europa	8.8	15.1	11.9	18.3	19.4
Café	Colombia (puertos del Atlántico)-Europa	4.2	2.4	3.0	3.3	3.8
Cacao en grano	Brasil-Europa	7.4	5.0	6.1	8.6	9.3
Café	Colombia (puertos del Pacífico)-Europa	4.5	3.2	4.6	4.4	5.5

Fuente: Cuadro compilado por la Secretaría de la UNCTAD sobre la base de los datos facilitados por la Royal Netherlands Shippers' Association. Citado en UNCTAD, "El transporte marítimo en 1982", IB/E/C.4/258, mayo de 1983.

a/ Precios cif para el caucho (Londres-CRS), el estaño, el yute (Reino Unido-calidad pwc), el sisal, el cacao en grano (Ghana-Europa) y las almendras de palma. Para el cacao en grano (Brasil-Europa) y el café (Colombia-Europa y Brasil-Europa) se indicaron valores unitarios de exportación. Los precios de los demás productos se indican fob.

b/ Los fletes incluyen, cuando son aplicables, los recargos por cierres del Canal de Suez, los factores de reajuste por precio del combustible y por variaciones de monedas, un "recargo por limpieza de cisternas" (para el aceite de coco únicamente), recargos por demora en el puerto y recargos portuarios suplementarios y un recargo por baja productividad (para Colombia únicamente). La conversión de los fletes a otras monedas se basan en las paridades indicadas en International Financial Statistics, publicadas por el Fondo Monetario Internacional. Los fletes anuales se han calculado tomando el promedio ponderado de los diversos fletes fijados durante el año, según la duración del período en que estuvieron vigentes.

c/ Los precios del aceite de coco y del sisal durante el período 1978-1981 se tomaron de UNCTAD, Boletín mensual de precios de productos básicos, número de diciembre del año siguiente respectivo.

sistema de cobros basado en el costo marginal.11/

Por tanto, los productos de gran valor subvencionan a los de bajo valor y, como resultado, los factores de exceso de flete aumentan en forma similar a los aranceles.

Otra limitación del transporte marítimo que afecta los intereses de los países en desarrollo, es la falta de uniformidad en las fórmulas y métodos que se emplean para calcular los recargos del factor de ajuste por combustible y el monetario, que en muchos casos constituyen gran parte del costo total de los fletes, alcanzando en algunos al 50%. Estos recargos están destinados a compensar a las líneas de transporte marítimo por las variaciones de precios del combustible para buques y las de los tipos de cambio. Una característica de ambos, que se está volviendo permanente, es su volatilidad y la facilidad con que las conferencias marítimas pueden modificarlos. En comparación, las tarifas generales de fletes son más difíciles de manipular, en vista de la competencia entre los navieros ajenos a las Conferencias. En muchos casos, los cambios periódicos de esos recargos se efectúan sin ninguna consulta formal entre expedidores y armadores.

Respecto a lo anterior, para obtener una mayor transparencia en el proceso de cálculo, los expedidores deberían estar facultados para desempeñar una función más destacada en el mismo y en la aplicación de los recargos, mejorando el nivel de las consultas entre expedidores y armadores. Esta cooperación podría coordinarse en virtud de programas pertinentes de las comisiones regionales de las Naciones Unidas y/o de otras organizaciones intergubernamentales regionales y subregionales. La cooperación en el plano regional y subregional entre las organizaciones de transporte marítimo también es un medio importante para fortalecer el poder de negociación de los expedidores latinoamericanos.

Respecto de una mayor participación de los países en desarrollo en el transporte marítimo, merece destacarse que la Convención sobre un Código de Conducta de las Conferencias Marítimas de la UNCTAD -entró en vigor en octubre de 1983- contiene algunas disposiciones que son importantes para dichos países. La más innovadora es el llamado principio 40-40-20, que divide la carga entre las flotas del país de origen, del receptor y de terceros países. Este principio beneficiará a las líneas de transporte marítimo de las regiones en desarrollo, ya que podrán trasladar una mayor proporción de su comercio nacional. De este modo superarán lo que hoy es una desigual competencia con las flotas de los países desarrollados.

El Código prohíbe, asimismo, la exclusión arbitraria de las Conferencias a transportistas potenciales y otorga también fuerza legal a los derechos de éstos para participar en las consultas con las conferencias marítimas sobre cuestiones tan vitales como los aumentos de fletes, convenios y la imposición de recargos.

6. Consideraciones financieras

Uno de los obstáculos fundamentales que encaran los países en desarrollo para ampliar su capacidad elaboradora, sobre todo con respecto a los minerales, es la magnitud de la inversión para instalaciones y su puesta en funcionamiento. Esto

tiene repercusiones importantes no sólo para el aumento del grado de elaboración en los países en desarrollo, sino también para incrementar la cuantía de los propios esfuerzos de comercialización. En otras palabras, como se observa en muchos de los casos estudiados, la participación en el capital de la empresa suele decidir el agente y, por ende, el canal comercializador. Los altos costos que supone el establecimiento de una planta elaboradora y de sus infraestructuras conexas suele hacer necesaria la participación del capital extranjero, pero esto predetermina a su vez la forma de los canales de comercialización y reduce su ámbito. Las exportaciones del mineral de hierro del Brasil constituyen un caso demostrativo. Los consorcios en que participan capitales de productores de acero y empresas comercializadoras japonesas, excluyen otros canales de comercialización cuando el destino de las exportaciones es el mercado nipón.

Las necesidades de capital para establecer instalaciones elaboradoras de productos básicos son, en general, considerables. En particular, el procesamiento de minerales supone enormes inversiones, además de las igualmente considerables que necesita la minería y las infraestructuras conexas. Las diferentes proyecciones de inversión en el sector minero de América Latina, entre las que se encuentran las del BID y Banco Mundial, presentan un rango entre 3 000 a 7 000 millones de dólares en cada uno de los próximos 5-10 años. Estas cifras son estimadas tomando como base probabilidades de inversión efectiva del inventario de proyectos de la región. Esta información indica también un componente de financiamiento externo de alrededor del 60% de la inversión total, la que en general coincide con los requerimientos imputados a esta clase de proyectos. En un trabajo de la CEPAL se estima un requerimiento de inversiones de US\$ 65 000 millones para el período 1985-2000, es decir, un promedio anual de alrededor de US\$ 4 400 millones para lograr una tasa anual de crecimiento del Producto Minero -fase extractiva solamente- de alrededor de 3.5%.* /

Estas necesidades tan cuantiosas despiertan dudas acerca de si pueden ser satisfechas en virtud de los acuerdos financieros actuales, sobre todo en vista de las condiciones mucho más restrictivas vigentes para los préstamos comerciales y oficiales. Dentro de este marco, y a fin de otorgar a los países productores la opción de desarrollar actividades elaboradoras/comercializadoras fuera de los canales de las transnacionales, o con una menor participación de ellas, requeriría aumentar el monto de financiamiento de los préstamos disponibles mediante organismos internacionales.

Otra consideración financiera es la posición menoscabada de los agentes exportadores/importadores de los países en desarrollo respecto a la expansión de los servicios financieros. Muchas empresas extranjeras, especialmente las de comercialización, prestan diversos servicios financieros importantes a sus clientes:

* / La mayor diferencia con las otras proyecciones radica en que bajo la alternativa de un escenario de mayor desarrollo autónomo (modelo basado en la sustitución de las importaciones regionales), se expresa que el componente externo del financiamiento representaría a fines del período alrededor del 20% de las inversiones. Para mayor información, véase, CEPAL, Desarrollo de los recursos mineros de América Latina, 1985.

prórroga del crédito, préstamos, garantías de préstamos, y capital social. La extensión del crédito a un gran número de empresas manufactureras/elaboradoras se realiza mediante diversos instrumentos financieros. En el caso de las compañías de comercialización japonesas, por ejemplo, se utilizan bastante los siguientes instrumentos: i) recepción de pagarés que entregan los clientes con vencimiento a largo plazo y pagos diferidos por la venta de productos y ii) emisión de pagarés de vencimiento a corto plazo o pagos anticipados a los proveedores para que compren. Las dos formas de crédito generan cuantiosos valores exigibles, provocados por la extensión del crédito, que siempre exceden a los efectos a pagar por un margen considerable. Estas empresas otorgan, asimismo, muchos préstamos y garantías de préstamo a un gran número de compradores y vendedores: préstamos de corto plazo para satisfacer sus necesidades de inversión en equipo, construcción de plantas e incluso bienes raíces. Se otorgan garantías de préstamo a muchos clientes y proveedores pequeños y medianos, así como a las grandes empresas que desean conseguir préstamos considerables de los bancos comerciales.

Por otra parte, a nivel más operacional, las restricciones financieras afectan adversamente los esfuerzos nacionales de comercialización, resultando menos frecuente la subvención de las expediciones, la escasa formación del personal de ventas, la ausencia de marcas de fábrica -que, a juicio de los consumidores, garantizan implícitamente la calidad-, la escasa fiabilidad de las normas de calidad, la falta de fondos para campañas de publicidad, etc.

Por tanto, en muchos casos el acceso al capital es un determinante importante de los canales de comercialización y distribución. El hecho de que las comercializadoras transnacionales dispongan de una base de capital más amplia de financiamiento a corto y largo plazo y de vínculos más estrechos entre ellas y las elaboradoras/manufactureras, limita el ámbito de los esfuerzos de comercio directo de los países en desarrollo. Por ende, a fin de ampliar las actividades de comercialización y distribución de parte de los países en desarrollo, es necesaria la cooperación regional o subregional, con el objeto de economizar y aumentar el financiamiento local disponible, incluyendo varias formas de financiamiento compensatorio. Una base financiera más amplia no sólo permitiría la flexibilidad en los sistemas de financiamiento comercial, sino que brindaría además un espectro más amplio de compradores y una mayor maniobrabilidad en las actividades de comercialización y desarrollo.

Capítulo IV

EXPERIENCIAS DE LAS ENTIDADES LATINOAMERICANAS
DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS

A. INTRODUCCION

En los dos últimos decenios se ha asistido a la creación de muchas asociaciones de productores y exportadores, ya sea a nivel regional o internacional. Estas iniciativas se originaron en el reconocimiento de que para tratar los problemas estructurales inherentes al sector de comercialización y distribución de las exportaciones, se necesitan algunas medidas colectivas. Con ello, existirían mejores condiciones para contrarrestar la poca influencia que poseen los países productores en los mercados de productos básicos. Además, estos países podrían aspirar a lograr una mejor relación de precios, ingresos más estables y remunerativos y una mayor participación en los precios finales al consumidor. Habida cuenta de la falta de resultados de los esfuerzos multilaterales y bilaterales que vinculan a los países productores y consumidores, las entidades multinacionales de carácter regional aparecen como una alternativa para el logro de una mayor participación de los países en desarrollo en las esferas internacionales de comercialización y distribución. En el presente capítulo se analizan algunas iniciativas latinoamericanas de comercialización, a fin de que los logros y dificultades de tales experiencias conduzcan a la formulación de algunas recomendaciones en materia de políticas futuras.

Las asociaciones de productores enfrentan algunos problemas entre los que figuran la alta elasticidad de los precios con respecto a la demanda -que estimula la utilización de sustitutos-, la baja elasticidad de la demanda respecto de los ingresos y la dispersión y desconcentración de los suministros mundiales. Sin embargo, las dificultades de la mayoría de las asociaciones para alcanzar plenamente sus objetivos pueden relacionarse, en cierta medida, con la aspiración de los productores tradicionales a proteger sus mercados de exportación, lo que no es siempre compatible con el deseo de los nuevos productores de ampliar los suyos. Esto también puede generar dificultades para aplicar planes de existencias reguladoras y decidir la distribución de cuotas de exportación. Con lo anterior se relaciona la escasa capacidad financiera de los grupos productores para apoyar colectivamente la retención de los suministros, y lograr así, mayores precios. A estos productores, la escasez de apoyo financiero, les reduce su aptitud para resistir los efectos de tales medidas conjuntas en sus economías nacionales y en el empleo rural de sus países. La alta dependencia de algunos países respecto de un solo producto básico como generador de divisas tiende también a obstaculizar el logro de metas colectivas en cuanto a reducciones en la producción. El que algunos países productores importantes no se hayan ido sumando a estas metas ha afectado el potencial de estas organizaciones en los foros internacionales de negociación.

Antes de examinar los ejemplos concretos de América Latina, vale la pena mencionar brevemente el historial de algunas asociaciones de productores internacionales. En la esfera de los minerales, la Asociación Internacional de la Bauxita se creó en 1974. Está integrada por Australia, Ghana, Guinea, Guyana, Haití, Indonesia, Jamaica, la República Dominicana, Sierra Leona, Suriname y Yugoslavia. Sus objetivos son: 1) fomentar el desarrollo ordenado y racional de la

industria de la bauxita, la alúmina y el aluminio en los países miembros; 2) garantizar a los socios rendimientos justos y razonables en la explotación, el procesamiento y la comercialización de la bauxita y sus productos; y 3) salvaguardar los intereses de sus miembros en relación con una industria que enfrenta un alto grado de control por parte de las empresas transnacionales.

La importancia potencial de la Asociación Internacional de la Bauxita se refleja en algunas cifras globales. Los 11 países integrantes representan 72% de las reservas mundiales posibles de bauxita, 75% de la producción mundial de bauxita y 45% de la producción mundial de alúmina, respectivamente. Además, son responsables de 90% de las exportaciones mundiales de bauxita.

No obstante las posibilidades de su poder de negociación, su principal instrumento de política son los precios mínimos, sobre la base de la bauxita standard. Este sistema da a los miembros un buen margen de libertad sin compromisos vinculantes, siempre que vendan la bauxita por encima y no por debajo del precio recomendado. Pero las empresas transnacionales o los países productores de bauxita no siempre se han atendido a tales precios - a la inversa de lo que sucedía hasta hace poco en la industria del petróleo, en que no sólo las empresas sino también los países productores acataban los precios establecidos por la OPEP.

En el caso del CIPEC (Consejo Intergubernamental de Países Exportadores de Cobre), los esfuerzos conjuntos tampoco han estado a la altura de las expectativas. Los ocho países miembros, que en conjunto representan aproximadamente 40% de la producción mundial, han experimentado serias dificultades para lograr mayor estabilidad en sus ingresos desde una perspectiva a más largo plazo. De manera similar, uno de los principales objetivos del CIPEC, a saber el fomento de la armonización de las decisiones y políticas de sus miembros, en relación con la producción y la comercialización del cobre, ha tenido poco éxito. En lo que respecta especialmente a la comercialización, aunque se reconoció la necesidad de coordinar las actividades de comercialización en la XX Reunión ordinaria de la Conferencia de ministros del CIPEC, celebrada en septiembre de 1984 en Santiago (Chile), no se produjeron resultados concretos.

Por otro lado, y aunque no es una asociación de productores solamente, la crisis que enfrenta el Consejo Internacional del Estaño -suspensión de las operaciones de ese metal en el LME- destaca el fracaso de la meta colectiva de lograr reducciones en la producción. El Consejo procuró absorber, durante un período prolongado, la producción mundial excedente, particularmente con el nivel de banda de precios artificialmente elevados. Los productores se sintieron inducidos a producir para la reserva estratégica mientras el consumo mundial se vió erosionado por las alternativas más baratas. El equilibrio entre la oferta y la demanda mundial se logró a expensas de una reserva en constante crecimiento.

En la esfera de los minerales, en que hay otras entidades como la Asociación de Países Exportadores de Mineral de Hierro, la Asociación del Tungsteno Primario y la Asociación Internacional de Países Productores de Mercurio, sus actividades por lo general consisten en la reunión y transmisión de información y la prestación de asesoramiento y asistencia técnica.

Asimismo, en materia de productos agropecuarios, operan varias asociaciones de productores. (Véase el Cuadro 24.) En estos rubros las medidas conjuntas de los productores para superar el problema de los bajos precios todavía no han demostrado ser una alternativa eficaz a los acuerdos tradicionales con los consumidores. Aun en los casos en que un grupo de productores controla la mayor parte del abastecimiento mundial, la insuficiente percepción de sus intereses comunes, ha erosionado la voluntad de cooperación entre ellos, e impedido que sus asociaciones pudieran convertirse en órganos de coordinación y distribución plenamente desarrollados.

Para concluir con el análisis de algunas asociaciones de productores, las siguientes observaciones pueden ser pertinentes. Se necesita a menudo la satisfacción de ciertas condiciones previas para que una organización de productores alcance los objetivos programados. Entre estos factores se incluyen: 1) la homogeneidad del producto; 2) una estructura de costos de producción semejante entre los socios; 3) la concentración de la oferta mundial en pocos productores; 4) la baja elasticidad de los precios de la demanda y la oferta; 5) la importancia del producto para las economías de los consumidores; y 6) la fuerza económica de los países miembros para financiar diversos planes de apoyo a los precios.

Mediante el uso fundamental de estos criterios, en varios estudios */ se ha tratado de mostrar cuáles productos son más apropiados para ser objeto de medidas de control de oferta de parte de los países en desarrollo. La enumeración de productos por orden de viabilidad para adoptar este tipo de medidas figura en el cuadro 25. Aparentemente, cualquiera sea el orden de viabilidad, la historia reciente -por ejemplo de 1981 a 1985- es un testimonio parcial de que las actuales asociaciones de productores no han logrado implementar este tipo de medidas. Independientemente de la adecuación basada en los factores económicos antes mencionados, la disminución de precios registrada en este período fue tan drástica para estos productos, catalogados como de alta potencialidad, como para otros considerados como de escasa potencialidad. En vez de actuar conjuntamente para limitar la producción o el abastecimiento, muchos países optaron por aumentar los ingresos de exportación mediante el incremento de ésta, presionados por la necesidad urgente de aligerar la carga de la deuda externa.

La prueba verdadera para las asociaciones de productores latinoamericanos se presentará cuando decidan abordar el problema fundamental de la oferta excesiva y se dediquen a la gestión de la comercialización.

Cabe insistir en que los determinantes económicos de un exitoso control de la oferta, como se esbozó anteriormente, tendrán pertinencia solamente cuando exista el marco institucional apropiado, se perciban claramente los intereses comunes, y se

*/ Además de los estudios que figuran en el cuadro 25, Marian Radetzki realizó una investigación similar. En ese estudio se seleccionan los siguientes productos en razón del alto potencial que presentan para la adopción de medidas de control de oferta: cacao, café, té, estaño, petróleo, manganeso, minerales, fosfatos naturales y cobre. Véase "The potential for monopolistic commodity pricing by developing countries", en G. Helleiner, A World Divided, Londres, 1976.

Cuadro 24

LISTA DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE PRODUCTOS AGRICOLAS DE EXPORTACION

Título y sede de la Secretaría	Número de países miembros	Producción mundial (%)	Exportaciones mundiales (%)
Organización Interafricana del Café (1960)	24	22	26
Organización Africana y Malgache del Café (1960)	8	9	11
Alianza de Productores de Cacao, Lagos (1962)	12	88	83
Conferencia de Países Productores de Uva Sultana, Londres (1963)	8	95	96
Consejo Africano del Maní, Lagos (1964)	6	14	23
Instituto Internacional del Algodón, Bruselas (1966)	11	39	44
Comunidad del Coco de Asia y el Pacífico, Yakarta (1968)	10	88	90
Subgrupo de exportadores del Grupo Intergubernamental de la FAO sobre el Té, atendido por la FAO (1969)	21	83	94
Comunidad Económica del Ganado y la Carne del Consejo de la Entente (1970)	5	-	-
Asociación de Países Productores de Caucho Natural, Kuala Lumpur (1970)	7	88	93
Asociación Internacional de la Pimienta, Yakarta (1971)	5	100	100
Subgrupo de exportadores del Grupo Intergubernamental de la FAO sobre el Banano, atendido por la FAO (1971)	34	65	98
Grupo de los Países Latinoamericanos y del Caribe Exportadores de Azúcar, México (1974)	22	30	46
Unión de Países Exportadores de Banano, Panamá (1974)	8	17	50
Asociación Internacional para la Promoción del té, Rotterdam (1979)	7	45	53
Grupo Izmir (Algodón), atendido por la UNCTAD (1980)	18	19	27
Consulta Intergubernamental de los Países Productores de Yute, atendida por el Gobierno huésped de la reunión y la CESPAP, en cooperación con la FAO (1981)	5	70	90

Fuente: FAO, Situación y perspectivas de los productos básicos, 1982-1983.

Cuadro 25

**COMPARACION DE ALGUNAS EVALUACIONES DE LA VIABILIDAD DE LAS ASOCIACIONES
DE PRODUCTORES, PRODUCTO POR PRODUCTO**

Viabilidad	Economist Intelligence Unit	OCDE Secretario General a/	Estudio de H. Hveem
Alta	Bauxita	Estaño Diamantes Fosfato natural Antimonio Manganeso	Bauxita Fosfato natural
Mediana (a alta)	Banano Mineral de hierro Caucho natural Pimienta Azúcar Estaño	Plata Cromita Bauxita	Caucho Tungsteno Banano Mineral de hierro Cobre Especias (pimienta) Cacao
Mediana (a baja)	Cacao Té	Cobalto Mercurio Uranio Zinc Cobre	Yute Fibras duras Café Azúcar Manganeso Estaño Plomo Zinc
Baja	Café Cobre Lana	Plomo Tungsteno Mineral de hierro	Algodón Lana Semillas oleaginosas Maní Madera Níquel Frutas Uranio
Otra	Fosfato natural y clavos de especias: sólo posibilidades a corto (mediano) plazo		

Fuente: Anthony Edwards, The Potential for New Commodity Cartels, The Economist Intelligence Unit Ltd., OER Special No 37 (1975); El Secretario General, Industrial Raw Materials, Paris OCDE, 23 de abril de 1975; Helge Hveem, The Political Economy of Third World Producer Associations, Oslo, 1977.

a/ Evaluó minerales y metales industriales únicamente.

cuenta realmente con una sólida confianza colectiva entre los países productores.

Tampoco son ajenas a varios de los rasgos descritos más arriba, algunas asociaciones de productores latinoamericanos que se examinan a continuación. Las organizaciones analizadas son la Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB), el Grupo de Bogotá del café (conocido después como Pancafé) y el Grupo de Países Latinoamericanos y del Caribe Exportadores de Azúcar (GEPLACEA). Estos productos escogidos son importantes no sólo por el hecho de que gran parte de los países de la región son exportadores, sino también porque una proporción relativamente elevada de los suministros mundiales se concentra en los países en desarrollo y particularmente en América Latina. La labor conjunta significaría un aumento sustancial del poder de mercado. También se incluye un análisis sobre la Empresa Multinacional Latinoamericana de Fertilizantes S.A. (MULTIFERT) y las organizaciones comerciales estatales de la región.

B. ALGUNOS EJEMPLOS DE ASOCIACIONES MULTINACIONALES LATINOAMERICANAS EN LA ESFERA DE COMERCIALIZACION

1. Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB)

En el decenio de 1960, algunos países exportadores de banano comenzaron a manifestar interés en organizar un frente común para reglamentar el mercado de esta fruta y garantizar precios internacionales remunerativos. Estas intenciones se materializaron finalmente en marzo de 1974, cuando se celebró en Panamá la primera Reunión ministerial de países latinoamericanos productores de banano. En esa oportunidad, los representantes de Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá concertaron el Acuerdo de Panamá, cuya finalidad */ era 1) establecer una organización de países exportadores de banano y 2) aumentar el precio FOB del banano mediante un impuesto a la exportación o medidas similares. En el mismo mes, los jefes de Estado de Costa Rica, Honduras, Nicaragua y Panamá manifestaron su apoyo al acuerdo y, en 1974-1975, salvo Nicaragua, aplicaron un impuesto a la exportación del banano. Además, el gobierno de Colombia aplicó medidas para aumentar el precio de exportación de la fruta. Mientras tanto, en septiembre de 1974, Costa Rica, Colombia, Honduras, Guatemala y Panamá firmaron el "Acuerdo Constitutivo de la Unión de Países Exportadores de Banano", que entró en

*/ Entre los muchos objetivos importantes de la UPEB figuran los siguientes: 1) la apertura y la expansión de nuevos mercados y el aumento del consumo; 2) el mantenimiento de un equilibrio entre la oferta y la demanda a nivel mundial; 3) el establecimiento y la defensa de precios remunerativos y justos de la fruta; 4) el fomento del intercambio de información entre los países miembros; 5) el fomento de la adopción de políticas comunes y el diseño de mecanismos para esta ejecución, con el objeto de procurar, de parte de los países miembros, la coherencia en materia de producción, exportación, transporte, comercialización y precios del banano; y 6) el aumento de la productividad de las cosechas y la obtención de beneficios máximos para la planta, la fruta y sus derivados.

vigor en febrero de 1976. Nicaragua se sumó a la UPEB en 1976 y Venezuela lo hizo en 1982.

La séptima reunión de ministros de la UPEB, celebrada a comienzos de 1976, continuó con la creación de la rama comercial de la entidad, bajo la forma de una empresa multinacional encargada de la comercialización y el transporte de la fruta y otros productos conexos de los miembros. Su objetivo fue contrarrestar el control de las transnacionales en estas esferas. La iniciativa se materializó en marzo de 1977, cuando representantes de Colombia, Costa Rica, Honduras y Panamá crearon oficialmente la Compañía Comercializadora Multinacional de Banano (COMUNBANA S.A.). Esta empresa se concibió y se considera como el instrumento ejecutivo de la política de comercialización de la UPEB y está abierta a la participación de todos los integrantes de la organización.

En su existencia de menos de 10 años, la UPEB ha registrado logros importantes en la armonización de la política bananera, la comercialización, la asistencia técnica y el establecimiento de contratos permanentes entre sus miembros. En la esfera de la asistencia técnica, para mencionar sólo unos cuantos logros, ha hecho contribuciones a la lucha contra las plagas y su detección -especialmente la sigatoka negra-, ha establecido diversos proyectos sobre la utilización de los excedentes de banano y la investigación acerca de la elaboración de alcohol a partir del banano de desecho. La UPEB también ha brindado a los países miembros foros donde los productores nacionales, las organizaciones estatales y otras organizaciones privadas y mixtas pueden debatir cuestiones y políticas relacionadas con la fruta. Su cooperación con otras organizaciones internacionales como el PNUD, la UNCTAD, la FAO, la CEPAL, la OEA, el BID, el GEPLACEA, la CEE, etc., ha ampliado su propia esfera de actividades y su función como coordinador de la política entre sus miembros. El Informe Mensual y otros estudios publicados por la organización no sólo han aumentado los medios de comunicación entre sus integrantes, sino que han ayudado a incrementar la conciencia y el interés de las organizaciones externas.

A pesar de estos meritorios logros, algunas metas importantes de la UPEB permanecen aún sin alcanzarse y son fundamentales. El problema crónico de la sobreproducción no sólo desestimula el actual nivel de precios, sino que también afecta la capacidad de negociación de los países productores frente a las transnacionales. En un informe de la FAO se indica que los excedentes aumentan y alcanzaron las 500 000 cajas y que para 1987 la cifra llegará a 1 millón. En estas circunstancias, si no se adoptan medidas concretas, como los cupos de exportación o controles a la producción, previstos con arreglo a un acuerdo internacional sobre el banano,* / no se cumplirá el objetivo principal de obtener precios remunerativos.

* / El Grupo de trabajo sobre elementos de un acuerdo internacional sobre el banano se reunió en Roma del 22 al 26 de octubre de 1984. Durante la reunión, todos los países exportadores e importadores, con la excepción de los Estados Unidos, apoyaron la concertación de un acuerdo internacional. Los Estados Unidos estimaron que tal acuerdo era innecesario y tenía pocas posibilidades de viabilidad. Sin el apoyo de este país, que representa el 30% de las importaciones mundiales, un acuerdo internacional tiene pocas probabilidades de ser eficaz.

En cuanto a la comercialización, como se mencionó anteriormente, en 1977 se estableció la COMUNBANA, organismo de comercialización internacional para competir con las empresas transnacionales. Uno de los méritos de esa entidad fue la creencia de que el banano proveniente de muchos abastecedores estaría menos expuesto a la interrupción del suministro adecuado y oportuno y a las eventualidades climáticas y sanitarias. Si se considera la gran cantidad de requisitos de manejo y transporte, también se pensó que la organización, al poner en común el banano proveniente de todos los países miembros, estaría en mejor posición que los diversos países por separado para hacer frente a los altos costos de operación del transporte. Se estimó que los esfuerzos comunes de varios países productores en las operaciones de comercialización y distribución llevarían al fortalecimiento de su capacidad de negociación respecto de los compradores, las empresas de transporte y las transnacionales relacionadas con el banano.

Desde el inicio, esta organización enfrentó innumerables dificultades, no sólo porque continuaba o se fortalecía la competencia de las transnacionales en un mercado donde existe oferta excesiva y crónica, sino también porque a través del cuasi monopolio que ellas ejercen en la comercialización, generaban escasez de fruta para vender. Además, la carencia de mercados garantizados impedía a la COMUNBANA ejercer sus labores de venta, aunque contaran con bananos. Como resultado, tuvo que buscar sus propios mercados nuevos, sin provocar la hostilidad de las transnacionales. Frente a una situación en que las empresas transnacionales habían arreglado los mercados tradicionales de Europa occidental, América del Norte y el Japón -que conjuntamente consumen entre 85% y 90% de las exportaciones mundiales-, la COMUNBANA debió buscar compradores en la periferia: Europa oriental, África septentrional y el Medio Oriente.

El problema de la falta de mercados pareció en determinado momento menos difícil cuando la COMUNBANA estuvo a punto de llegar a un acuerdo con el gobierno de Panamá para la comercialización del banano producido por dos empresas estatales panameñas, la Corporación Bananera del Pacífico (COBAPA) y la Corporación Bananera del Atlántico (COBANA). El tonelaje previsto para estas dos empresas era de 40 000 toneladas, a diferencia del volumen de 14 000 toneladas anunciado por las transnacionales, que trataron de desacreditar a la COMUNBANA desde el comienzo. El primer envío de 14 000 toneladas de la COMUNBANA se realizó en mayo de 1978 hacia Yugoslavia, país que desde 1975 había venido comprando banano a la COBAPA. LA COMUNBANA encontró posteriormente mercados en Hungría, Grecia, Italia, Suiza y los Estados Unidos. En el punto máximo de sus operaciones, sólo pudo manejar, principalmente debido a la falta de fruta, un cargamento de banano mensual, mientras se pensaba que los compradores en los mercados de importación tradicionales necesitarían envíos semanales de la fruta.

Desde el contrato original con Yugoslavia en 1978 hasta 1981 inclusive, comercializó 2.2 millones de cajas (de 40 libras) de banano, casi todo panameño, es decir, sólo 0.5% a lo sumo del total del comercio mundial anual del banano. El total transportado fue equivalente a cerca de 5% de la producción anual de Panamá. Si se considera que los seis países fundadores de la UPEB, cuatro de los cuales establecieron la COMUNBANA, abastecen cerca de 50% de los mercados mundiales de exportación del banano, debe llegarse a la conclusión de que el registro de los embarques de la comercializadora que crearon fue sumamente deficiente. Los observadores de la industria del banano señalaron que era poco realista, desde el comienzo, haber esperado que la COMUNBANA penetrara significativamente en el mercado

mundial, que está estrechamente controlado por poderosas transnacionales.*/

En contraste con la actuación de la COMUNBANA, ha habido un aumento sustancial de las actividades de exportación e importación de grupos independientes en algunos países. La información sobre las importaciones de banano hechas por los Estados Unidos -que absorbe cerca de 30% en valores de las importaciones mundiales de banano y 50% de las exportaciones latinoamericanas- indican esta tendencia. Desde 1980 hasta los primeros cuatro meses de 1983, la proporción de las importaciones estado-unidenses transadas por las tres empresas transnacionales, se redujo de 91% a 82%.^{1/} El suministro de la fruta proveniente de las grandes empresas privadas nacionales, por ejemplo Naboa en el Ecuador o UNIBAN en Colombia, aumenta. Del lado de la importación, se ha informado de tendencias similares por parte de otras firmas privadas. Entre estas últimas se incluyen Pacific Fruit Co., firma ecuatoriana que salvo en pocos casos, comercializa el banano del Ecuador; TURBANA,**/ Parkes Banana, Banana Supply y Banana Services, todas colombianas, que también comercializan el banano de ese país.

Aunque el fortalecimiento de los esfuerzos de comercialización de las empresas nacionales es en cierto sentido alentador, puede decirse que esos esfuerzos a nivel nacional han socavado las posibilidades de una entidad regional como la COMUNBANA. La elección de grandes empresas privadas nacionales, por ejemplo Noboa o UNIBAN -que en 1982 representaron 6.6% y 3.7%, respectivamente, del mercado mundial y se situaron entre los mayores exportadores después de las tres transnacionales con sede en los Estados Unidos- significaría una dificultad mucho más compleja para el

*/ Uno de los grandes golpes asestados a la COMUNBANA fue su desafortunada situación comercial en los Estados Unidos. La entrada a este mercado estuvo plagada de problemas, como los accidentes acaecidos durante el embarque y descarga de la fruta, en particular, el "dumping" de los precios (que los comerciantes establecidos redujeron por razones promocionales en los mercados de la costa occidental de los Estados Unidos cuando la fruta estaba vendida).

**/ La empresa TURBANA es una firma de comercialización del banano establecida en 1970, con sede en Miami. Es una filial de la firma colombiana UNIBAN, que compra el banano principalmente de las zonas de Urabá a unos 150 productores. Este banano se comercializa internacionalmente mediante TURBANA. Aproximadamente 50% va hacia el mercado de los Estados Unidos, donde la fruta ingresa por los puertos de Miami y Tampa y es distribuida por Parkes Banana. En 1984 los tres organismos de comercialización que operaban en Urabá presentaban la siguiente estructura de exportación: UNIBAN 55%, BANACOL y PROBAN 23% y 22% respectivamente. Ello constituye una mejora espectacular en comparación con la situación de 1983, en que las dos subsidiarias de la United Brands y Standard Fruit conjuntamente representaron el 23.5% del total de las exportaciones de la región de Urabá. (Informe Mensual de la UPEB, No. 68). TURBANA también vende en Europa occidental, donde la distribución se hace por medio de Velleman y Tas B.V., la mayor firma independiente de comercialización de los Países Bajos. TURBANA también ha hecho incursiones en las economías de planificación centralizada -Alemania República Democrática, Polonia, la URSS y Rumania- mediante acuerdos firmados con los gobiernos respectivos.

suministro del banano, al menos a corto o mediano plazo, si se revitalizara la COMUNBANA. La entrega de la fruta a la COMUNBANA de parte de las grandes empresas nacionales será difícil, porque el interés principal de éstas consiste en maximizar las ganancias a corto plazo a nivel nacional, en vez de buscar beneficios a largo plazo para toda la región.

Aun admitiendo una fuerte voluntad política y un gran espíritu de solidaridad, la revitalización de la COMUNBANA quizá dependa del fortalecimiento del papel cumplido por el sector público de los países de la UPEB y particularmente de que este sector tenga la capacidad de sustituir a las transnacionales en las esferas de los vínculos tecnológicos, financieros y comerciales con los pequeños y medianos productores nacionales. También es importante señalar que el ingreso del Ecuador a la UPEB y finalmente a la COMUNBANA, constituiría un gran aporte. Igual cosa podría decirse del caso de Nicaragua, que aunque es miembro de la Unión, aún no suscribe el acuerdo que dio vida a la entidad de comercialización. Tales acciones ayudarían a consolidar la voluntad política de defensa de los productos básicos a nivel regional y, paralelamente, a ampliar las fuentes de suministros.

2. Pancafé (Productores de Café Asociados S.A.)

Con la caída de los precios del café, en agosto de 1978, y tomando en cuenta los resultados limitados del Convenio Internacional del Café,^{2/} los países latinoamericanos decidieron coordinar sus políticas de exportación. El Grupo de Bogotá -integrado por el Brasil, Colombia, México, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Honduras y Guatemala que representan 60% de la producción y exportaciones mundiales de café-, se estableció buscando influir en las tendencias de los precios en el mercado internacional. Con esa finalidad, intentó coordinar las políticas de venta de los países productores mediante la limitación voluntaria de las exportaciones. Paralelamente, financió -con un capital conjunto de US\$140 millones- las intervenciones comerciales en las principales bolsas para mantener los precios.

El solo anuncio del establecimiento del Fondo de Estabilización del Café por el grupo provocó nerviosismo en el mercado internacional del producto y la posible adopción de medidas para defender los precios elevó éstos entre julio y agosto de 1978. En un primer paso, las actividades se tradujeron en la compra de una cantidad importante de contratos en noviembre (1978), en Nueva York. Estas compras en total ascendieron a 17.5 millones de libras esterlinas y US\$19.1 millones. Entre enero y mayo de 1979, el Grupo pudo obtener mayores precios mediante la compra de las cotizaciones de mayo en Londres y julio en Nueva York. La cantidad adquirida sobrepasó con mucho los niveles anteriores. Asimismo, adquirieron café físico por un equivalente de 33.3 millones de libras esterlinas y US\$59.4 millones. Durante el primer semestre de 1979, compraron 800 mil sacos de café físico y vendieron 250 mil. Gracias a las existencias de café de contado como garantía, pudieron recibir préstamos equivalentes a 80% del valor de la compra, a través del Banco Cafetero de Colombia, que desde el inicio actuó como el agente financiero del Fondo (FEC).

A pesar del enorme gasto en la adquisición de café físico, el fuerte movimiento ascendente de los precios provocado por las heladas del Brasil en mayo, permitió que el FEC obtuviera grandes utilidades. Como saldo de los seis primeros meses de 1979, el Grupo anunció beneficios de US\$128.9 millones con las operaciones

de compraventa. Si a ello se añaden US\$1.8 millones de la operación de café físico y US\$7.9 millones en intereses y otros, las ganancias llegaron a un total de US\$138.6 millones, cantidad que casi duplica la contribución original de los miembros al Fondo.

Cabe observar también que el éxito del mantenimiento de los precios del café entre enero y mayo de 1979 ayudó considerablemente a la coordinación de la política cafetera entre los integrantes del Grupo. La administración del Instituto Brasileño del Café reafirmó la política de precios máximos, lo que en la práctica significó la eliminación de los grandes descuentos que se aplicaban en los negocios especiales y determinó el aumento del precio mínimo de exportación. De manera similar, Colombia elevó el nivel del reintegro -depósito en dólares que el exportador debe efectuar en el Banco Central por cada saco exportado y el depósito se devuelve posteriormente en pesos. Los países centroamericanos mantuvieron algunas prácticas de venta metódicas.

Hacia julio de 1979 se observó un debilitamiento en los precios mundiales, debido principalmente a las actividades de especulación en las bolsas. Para contrarrestarlas, el Grupo comenzó a prever el corte de las ventas. Entre julio y septiembre, el FEC intervino en gran escala para mantener los niveles prevalecientes en el período posterior a las heladas. La gran cantidad de café físico adquirida en los mercados terminales significó que el Fondo perdiera cerca de US\$20 millones.

El mes de octubre fue particularmente importante para el bienestar del Grupo. En vista de que la negociación sobre las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café se hallaban estancadas, los países importadores advirtieron a los exportadores que podían boicotear la negociación del Convenio Internacional del Café, si no se abstendían de intervenir en los mercados terminales. Las empresas inscritas en las bolsas de Nueva York y Londres que habían efectuado pedidos al Grupo de Bogotá vieron que se cernían amenazas de un boicot a comercio futuro si continuaban esas operaciones. Las amenazas trajeron consigo una clara tendencia descendente en los precios.

En estas circunstancias, el Grupo decidió intervenir en el mercado mediante el control de una porción sustancial de los contratos de futuro -en este caso las cotizaciones de diciembre en Nueva York y noviembre y enero en Londres-, y de un segmento significativo de la oferta entregable. En esta operación el Grupo efectuó una compra en gran escala desde octubre, utilizando los fondos disponibles, los provenientes de la liquidación de futuros a más largo plazo y la contribución de emergencia de US\$80 millones hecha por los países miembros. El resultado fue un rápido incremento del precio, que se inició a comienzos de noviembre, y un aumento de los volúmenes transados. De estos últimos el FEC obtuvo el control de 60% a 80% de los contratos abiertos.

Poco tiempo después, la United States Commodity Futures Trading Commission (Comisión comercial de futuros de productos básicos de los Estados Unidos) entabló una demanda contra la empresa estatal, Petrobras Comercio Internacional S.A. del Brasil (Interbras). La denuncia era por haber comprado una cantidad considerable de contratos de café, presuntamente para elevar los precios.* /

* / El 21 de noviembre la Comisión anunció que para contrarrestar las maniobras

El Grupo, por su parte, comenzó a enfrentar graves problemas de liquidez. La mayor parte del dinero estaba inmovilizado en las compras de café que había efectuado en los mercados de Nueva York y Londres. Se estimó que el grupo tenía cerca de 2 millones de sacos de café en diversas bodegas y que estas existencias, a los precios vigentes en ese momento, tenían un valor de US\$450 millones.

Los países productores latinoamericanos se reunieron una vez más a comienzos de 1980, en Panamá, y decidieron crear una nueva empresa, Pancafé S.A. Debía operar en el mercado mundial y contaba con un capital autorizado de US\$500 millones. El capital recientemente suscrito de US\$140 millones lo aportaron Brasil, Colombia, México y Honduras. Pancafé asumió la función del Grupo de Bogotá e incluyó a los mismos ocho países miembros.

Las operaciones comenzaron en 1980, pero en octubre de ese año, durante las negociaciones sobre el Convenio Internacional del Café, los Estados Unidos y otros importadores insistieron en que se "liquidara" como condición previa para revivir el convenio. La liquidación, concluida en octubre de 1981, dejó al Banco Cafetero de Colombia con una deuda cercana a los US\$20 millones.

En resumen, las presiones que aplicaron los países consumidores, las resultantes dificultades para llevar a cabo políticas coordinadas y el debilitamiento previsto de los precios de futuro condujeron a los productores a escoger la utilización de las cláusulas económicas dentro del Convenio Internacional del Café como mecanismo de defensa de los precios, en reemplazo de las medidas autónomas adoptadas anteriormente.

A pesar de su corta vida, los logros del Grupo de Bogotá -y posteriormente Pancafé- sobrepasaron las previsiones. En primer lugar, el nivel general de cotizaciones altas registrado en 1978-1979 y 1979-1980 se atribuyó principalmente a sus actividades. Según cálculos moderados, durante estos períodos el Grupo pudo mantener el precio 20 centavos por encima del rango usual. Ello significa que el "experimento" de la intervención en el mercado produjo US\$ 4 por cada dólar invertido. En segundo lugar, es innegable que esos esfuerzos se tradujeron en una posición mucho más sólida para los países productores en las negociaciones para concertar un convenio internacional del café. En 1979, el límite mínimo de precio propuesto por el principal país importador era de US\$ 0,95 por libra, cuando en el mercado se situaba alrededor de US\$ 2 por libra. En 1980, después del experimento, estaba dispuestos a aceptar US\$ 1.20 por libra, cuando el precio del mercado era aproximadamente de US\$ 1.50.3/

especulativas -presumiblemente del Grupo-, el comercio de las cotizaciones de futuro se limitaría únicamente a los pedidos de liquidación. Luego, el 12 de diciembre, complementó esta medida ampliando el período de entrega de diciembre al 25 de enero, con la intención de ayudar a los que habían vendido a descubierto y podían enfrentar problemas de entrega a causa del anterior pedido de liquidación.

En tercer lugar, pero no por ello menos importante, la experiencia puso de relieve el gran potencial de mercado de los productores cuando adoptan y aplican ciertas medidas concertadas.

3. Grupo de Países Latinoamericanos y del Caribe Exportadores de Azúcar (GEPLACEA)

Esta organización regional, integrada por 21 países latinoamericanos y del Caribe productores de caña de azúcar -Filipinas es observador-, se estableció en noviembre de 1974. Tiene una gravitación decisiva en la producción mundial de este rubro, ya que sus cultivos representan 52% del total mundial. Es responsable de alrededor de 32% de la producción mundial azucarera. Su importancia en el comercio internacional de este producto es aún mayor, porque representa más de 50% de las exportaciones. Asimismo, representa 16% del consumo mundial.

En la primera mitad del decenio de 1970, la economía internacional del azúcar tropezó con varias dificultades. El mercado experimentó un deterioro constante en precios reales, agravado por los efectos desfavorables de la crisis económica mundial, la inestabilidad monetaria y un proteccionismo cada vez mayor.

Ante estas circunstancias, los países miembros de GEPLACEA se vieron obligados a arbitrar medidas para racionalizar la economía mundial del azúcar. En consonancia con estos objetivos generales, GEPLACEA asumió, entre otras, las siguientes funciones: 1) impulsar el establecimiento de un mecanismo apropiado con el fin de elaborar y poner en vigor los acuerdos de cooperación; 2) contribuir a la identificación de alternativas y elementos que ayudaran a la adopción de posturas comunes y medidas conjuntas en situaciones concretas; 3) fomentar la coordinación de políticas destinadas a lograr niveles de precios justos y remunerativos; y 4) facilitar el intercambio de conocimientos entre los órganos responsables de la aplicación de las políticas relativas a los mercados extranjeros de los países miembros.

En la esfera de la información sobre comercialización y estadísticas, la organización ha hecho una contribución muy útil para llenar las carencias de que se adolecía. A este respecto, la publicación de informes sobre análisis de mercado, de manera diaria y quincenal, ha sido particularmente importante. Se han desarrollado esfuerzos sustanciales en la esfera de la capacitación, que incluyen la celebración de varios seminarios internacionales, interregionales y nacionales sobre la comercialización internacional del azúcar y de la melaza. En estos eventos, en que participaron muchos funcionarios de los países miembros encargados de la comercialización, se trataron temas tales como la estructura del mercado internacional, la operación y utilización de las bolsas, el convenio internacional del azúcar y los procedimientos de comercialización. Además, GEPLACEA proporciona a sus integrantes asesoramiento técnico directo en todos los aspectos relacionados con la comercialización internacional del azúcar y la melaza, con el objeto de resolver los problemas concretos que surgen en esta esfera. La organización también realiza investigaciones acerca del funcionamiento del mercado internacional del azúcar a corto y largo plazo, haciendo hincapié en los mecanismos que tratan de reglamentar el mercado, y estudia los efectos de las diferentes políticas económicas aplicadas

por los principales países en este mercado.

Finalmente, las contribuciones de GEPLACEA en la esfera de la tecnología han sido amplias. Su participación puede identificarse en los programas para mejorar las técnicas de producción y eficiencia en el procesamiento agrícola, el fomento del desarrollo integral del potencial energético y el aprovechamiento de los derivados y subproductos. Por consiguiente, la organización funciona como consultor, coordinador y distribuidor de informaciones respecto de la producción y comercialización.

A pesar de estas valiosas contribuciones, la organización aún no ha podido abordar eficazmente el problema más urgente del sector, que es el nivel insosteniblemente bajo y fluctuante de los precios. Actualmente el azúcar se cotiza en el mercado mundial en alrededor de US\$0.05 por libra, mientras los costos de producción son aproximadamente de US\$0.15 por libra, incluso para los productores más eficientes. Tampoco ha podido resolver la grave situación que crea el hecho de que la producción total de GEPLACEA ha crecido a 28 millones de toneladas por año, de las cuales 35% no tiene mercado. Las dos causas principales de la depresión en los precios del azúcar son la oferta excesiva y el uso cada vez más generalizado de edulcorantes sintéticos. Aunque ha sido un observador activo de la Organización Internacional del Azúcar y ha participado a título diverso en las negociaciones relativas a la revisión del Convenio Internacional del Azúcar, GEPLACEA no ha podido elaborar un programa que establezca la limitación de la producción. El reciente fracaso en lograr un nuevo convenio internacional del azúcar con cláusulas económicas y su reemplazo por un mero acuerdo administrativo, ha significado una reducción sustancial de la influencia del GEPLACEA en el mercado mundial.

Aunque el grupo ha contribuido significativamente a incrementar la información sobre la estructura y funcionamiento del mercado, la falta de transparencia de éste todavía constituye un obstáculo para los exportadores de los países en desarrollo. Quizá GEPLACEA podría intensificar sus esfuerzos para mejorar esta situación mediante el examen detallado de la función de los operadores, en muchos casos transnacionales, e identificar a compradores y vendedores a nivel de empresa. Además, podría instituir políticas concretas para aumentar su autonomía en la comercialización, mediante programas tales como la creación de una empresa regional que abordara esta área a nivel internacional. También podría explorarse la posibilidad de intensificar sus esfuerzos para aumentar el volumen de azúcar comercializado directamente en negociaciones intergubernamentales entre países exportadores e importadores. A pesar del cada vez mayor comercio sur-sur del azúcar y la ampliación de los mercados de importación en la región -en los últimos años México, Venezuela y el Perú han pasado de exportadores a importadores del producto- a comienzos de la década de 1980 la región en conjunto obtuvo cerca de 50% de sus importaciones de azúcar (refinada y sin refinar) de fuentes extrarregionales.

En resumen, la evaluación general es que el GEPLACEA ha hecho una decisiva y meritoria contribución a la creación del intercambio de información científica, técnica y comercial. En de esperar ahora una intensificación de sus actividades en las esferas de la producción y comercialización, para integrar y compatibilizar las políticas de los países miembros y obtener mayores beneficios para el productor. La tarea es sin duda difícil, y deberá enfrentar múltiples obstáculos externos pero su alta participación en las exportaciones mundiales le confiere especial potencialidad para enfrentarla con éxito.

4. Empresa Multinacional Latinoamericana de Fertilizantes S.A. (MULTIFERT)

En la década de 1970, los países del Tercer Mundo aumentaron el volumen de su producción de fertilizantes, pero ello no fue suficiente para transformar significativamente su participación en el total mundial. Mientras tanto, su consumo de tales productos continúa siendo de alrededor de un tercio de ese total. En vista de estas circunstancias, no es aventurado afirmar que las naciones en desarrollo son y seguirán siendo a corto y mediano plazo importadoras netas de fertilizantes. Esta situación se ha visto complicada para los países en desarrollo, en especial en el transcurso de la actual recesión económica, porque han carecido de divisas para pagar los sobrepuestos existentes.

En este cuadro general, sin embargo, algunos países latinoamericanos han mejorado su poder de negociación a través de la empresa de comercialización MULTIFERT.^{4/} Debido a sus funciones específicas, le correspondió penetrar en un sector del mercado internacional donde existe una alta concentración de empresas multinacionales.

MULTIFERT S.A. fue creada en 1980 a partir de un Comité de Acción del SELA. Los socios de esta empresa son los gobiernos de Bolivia, Costa Rica, Cuba, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela. Tiene su sede en Panamá. Su objetivo principal es "garantizar el abastecimiento de los socios en las mejores condiciones de mercado, aprovechando la mayor capacidad de negociación que le otorga la consolidación de la oferta y demanda de fertilizantes de sus miembros".

Está concebida como una entidad de servicios, no monopólica, a la que acuden voluntariamente las empresas e instituciones accionistas de los países socios. Por lo tanto, no presupone ningún compromiso arancelario ni modificación de las normas legales o reglamentarias del comercio exterior de cada país.

Los esfuerzos de la empresa han sido significativos. Hasta febrero de 1984, y como resultado de 3 años y medio de operaciones, había generado ventas por un total de US\$129 millones, equivalentes a 838 mil toneladas métricas.^{5/} En el año 1984, procuró 260 000 toneladas de fertilizantes, con un valor de US\$35.5 millones. Aunque este volumen correspondió a alrededor de 4% del comercio mundial de dicho rubro, alcanzó a 15% del abastecimiento latinoamericano. Este organismo compra el nitrato principalmente de América del Norte, los fosfatos de los Estados Unidos y África del Norte, y el potasio de América del Norte, Medio Oriente, Israel y Jordania. Un 72% de las ventas de fertilizantes que realiza Estados Unidos a América Latina se transa a través de MULTIFERT. Esta empresa está promoviendo también el comercio intrarregional de estos productos, proporcionando los fertilizantes mexicanos a Nicaragua y Costa Rica.

La importancia de las operaciones realizadas y la eficiente forma en que fueron concertadas, han producido a sus miembros ahorros que oscilan entre 2 y 20% de los precios finales. Se estima que en las transacciones de 1984, el ahorro alcanzó de 3 a 5% de los precios.

La principal fuente de ingresos de esta empresa se obtiene a través del cobro de una comisión a los vendedores, que asciende a 1.5% de sus ventas. Son varias las

modalidades de compra que esta compañía ofrece a los gobiernos interesados en utilizar sus servicios. Las principales son las siguientes: i) Licitación pública. Se fija fecha de recepción de ofertas, nombrándose, para tales efectos, una comisión que está integrada, entre otros, por un representante del comprador. ii) Concurso privado de precios. Por télex se solicitan ofertas a proveedores, negociándose hasta encontrar las mejores condiciones para el comprador; iii) Negociación directa. Es aplicable cuando por razones de calidad del producto, pago y financiamiento, es necesario tratar directamente con un fabricante o vendedor específico. Estas prácticas permiten un mayor poder de negociación, abastecimiento estable y mejores precios al eliminar intermediaciones costosas. MULTIFERT, entonces, asegura condiciones de precios y financiamiento más convenientes para los países de la región, que las que obtendrían operando individualmente. La empresa también ofrece, sin compromiso, un servicio gratuito de información de mercado y asesoramiento en general.

El desempeño de este organismo ha sido eficiente, aunque no haya alcanzado totalmente el nivel que le fijaron sus impulsores. Pese a ciertos problemas, hay que recordar que MULTIFERT llegó a manejar 15% del abastecimiento de fertilizantes de América Latina, y tal cifra de ningún modo puede ser ignorada.

Una revitalización de MULTIFERT requeriría que sus accionistas -mayoritariamente empresas estatales-, canalizaran sus operaciones a través de esta empresa en los volúmenes necesarios.

C. ORGANIZACIONES DE COMERCIALIZACION ESTATALES

La mayoría de los países se dedican a algún tipo de comercio estatal y los latinoamericanos no son la excepción. En el decenio de 1970, según una estimación basada en documentos del GATT y otras fuentes, se señala que a escala mundial la proporción del comercio estatal en las exportaciones era de 20 a 25% en Nueva Zelanda, de 10 a 15% en Australia, de 8 a 14% en los Estados Unidos y de 9 a 11% en el Canadá. En las importaciones, la proporción era de 18 a 20% en el Reino Unido, de 18 a 24% en Francia y de 8 a 10% en el Japón.

Con respecto a América Latina, se estima que cerca de 40% de las importaciones totales son compras gubernamentales y este porcentaje se acrecienta en el campo de la energía y de los alimentos.6/

Según un estudio de la UNCTAD, en 7 de los 8 países estudiados -Argentina, Brasil, Jamaica, México, Perú, Uruguay y Venezuela-, 10% o más de las importaciones o exportaciones, o ambas, estaba en manos de firmas productoras o comercializadoras estatales.7/

Pese al carácter limitado de las informaciones disponibles, en el cuadro 26 se trata de ilustrar la estructura de algunas organizaciones de comercialización estatales latinoamericanas.

La mayoría del comercio estatal es el resultado de las importaciones y exportaciones efectuadas por las grandes empresas manufactureras públicas, entre las

PARTICIPACION DE LAS EMPRESAS COMERCIALES ESTATALES LATINOAMERICANAS EN LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS BASICOS

País	Empresa	Año	Exp. Imp.	Producto	Valor (en miles de dólares EE.UU.) empresa	Porcentaje de las exp. imp. de la empresa	Porcentaje del valor de las exp. imp. del país	Destinos y fuentes principales
Argentina	Petroquímica General Mosconi S.A.C.I.	1983	Exportaciones	Benceno	21 700	35	85	USA
				Ciclohexano	14 500	25	100	BEL,NLD,USA
				Paraxileno	20 400	33	100	BRA,NLD
				Xileno mezcla	1 100	2	50	CHL,NLD
	Sociedad Mixta Siderúrgica Argentina - SOMISA	1983	Importaciones	Oxistileno	3 700	6	100	USA,NLD
				Sulfonilo		90	100	USA
				Palanquillas	610	5	100	PAR
				Chapas laminadas en frío	10 956	86	22	USA
	1983	Importaciones	Importaciones	Chapas en caliente	1 221	10	100	TUA
				Mineral de hierro	11 760	12	65	BRA
				Carbón	31 860	33	95	USA,POL
				Arrabio básico	18 789	20		BRA
Bolivia	Yacimientos Petrolíferos Fiscales	1983	Exportaciones	Bobinas en caliente	23 970	25		ITA,FRA
				Estado	5 834	6		NOL,BRA
				Planchones	1 856	2		BRA,NLD
				Línea alquil Benceno	10 429	7	100	NLD
	1983	Importaciones	Importaciones	Fuel oil	84 915	54	44	USA
				Carbón residual	11 531	7	57	BEL
				Gas oil	54 390	29	100	PRY
				Kerosene	20 080	100	1	
	Corporación Minera de Bolivia - COMIBOL	1983	Exportaciones	Concentrado de estado		60		USA,GBR,NET
				Concentrado de zinc-plata		10	10	
				Concentrado de tungsteno		5		
				Concentrado de plomo-plata		10		
Brasil	Empresa Nacional del Arroz ENA	1979	Exportaciones	Concentrado de cobre		5		
				No se aplica				
				Arroz	9 000	100		BRA
				Arroz		100		CHL,PAC
	Instituto Nacional de Fomento Lanero - INFL	1979	Exportaciones	Pelos sucios de llama	45	100	5	BEL
				Illados	13	100		ITA
				Maquinaria y equipo textil	777	96		Europa
				Gas natural	326	97	33	ARG
	Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos - Y.P.F.B.	1981	Exportaciones	Nafta	3	1	1	
				GLP	7	2		BRA
	Companhia Brasileira de Entreposos e Comércio - COMEC	1981	Exportaciones	Harina de soja	546 000		26 ^a	Europa, Asia
				Axúcar	30 000		3 ^a	Europa, Asia, USA, Centroamérica
				Cacao	30 000		12 ^a	Europa, Asia, Centroamérica
				Café	32 000		2 ^a	Europa, Asia, USA
Brasil	1981	Importaciones	Importaciones	Arabio	3 000			Europa, Asia, USA, América Latina
				Zinc	5 000		8 ^a	Europa, USA
				Estado	5 000			Europa, USA
				Productos lácteos	7 100			Europa
	1981	Exportaciones	Exportaciones	Acetate de algodón	1 500		3 ^a	USA
				Acetate de girasol	1 500		1 ^a	USA
				Acetate de copra	1 200			USA
				Caucho	2 400			USA
	1981	Importaciones	Importaciones	Silicio	3 300			Europa, Asia, USA, Centroamérica
				Maiz	1 700		23 ^a	Centroamérica

Cuadro 2b (continuación 1)

País	Empresa	Año	Exp. Imp.	Producto	Valor (en miles de dólares EE.UU.)	Porcentaje de las exp./imp. de la empresa	Porcentaje del valor de las exp./imp. del país	Destinos y fuentes principales
Brasil	Companhia Vale do Rio Doce	1981	Importaciones	Textiles	2 300			Centroamérica, Europa, USA
				Almidón de maíz	1 200			Europa
				Otros	1 900			USA, África, América Latina
				Trigo	106 500		24°	USA
				Maíz	24 400		3°	USA
		1982	Exportaciones	Aluminio	350		0.1°	USA, América Latina
				Cobre	350			USA, América Latina
				Mineral de hierro		93	4	JPN, DEU, USA, BEL, FRA, GBR, ITA, POL, CSK, CHN, ROM, TUR, KOR, PHI
				Pellets de mineral de hierro		7	1	USA, DEU, ARG, QAT, IRQ, POL, CHN, CSK, FRA, SAU, TRI, IDN
Brasil	PETROBRAS Comercio Internacional S.A. - INTERBRAS	1982	Exportaciones	Harina de soja	19 615		1°	
				Azúcar en bruto	112 620		34°	
				Cacao en grano	62 535		29°	
				Azúcar refinada	79 065		34°	
				Acetate de soja	60 009		16°	
				Café en grano	32 903		2°	
				Pellets de harina de soja	77 367			
				Maíz	10 113		19°	
				Semillas de soja	21 993		18°	
				Azúcar granulada	7 242		9°	
				Camarones congelados	6 174		9°	
				Langostinos	6 602		13°	
				Trigo	4 960			
				Maneca de cacao	2 336		2°	
				Cereales secundarios	2 328			
				Fibra de algodón	1 950			
				Pulpa de madera	1 184			
				Resinas en rollos	77 100			
				Aluminio	61 205			
				Planchas en rollos	45 743			
				Barras para fortalecer cemento	45 181			
				Arábico	28 837			
				Cables telefónicos	20 884			
				Planchas esquizadas	13 279			
				Planchas	10 337			
				Tractores	8 645		5°	
				Calzados	7 622		1°	
				Barras de acero	6 251		5°	
				Cables eléctricos	5 397			
				Metales de silicio	5 044			
				Aluación de silicio y manganeso	3 944			
				Máquinas de perforadoras	3 885			
				Barras y ángulos de acero	3 571			
				Hojas de C.F.V.	3 403			
				Equipos médicos	3 278			
				Máquinaria para mover tierra	2 782			
				Ferromanganeso	1 940			
				Enseres domésticos	1 858			
				Tejas para paredes y suelos	1 197			
				Poliuretano	94 574			
				Etileno	43 574			

País	Empresa	Año	Exp. Imp.	Producto	Valor (en miles de dólares EE.UU.)	Porcentaje exp. imp. de la empresa	Porcentaje del valor de las exp./imp. del país	Destinos y fuentes principales								
Barbados	Barbados Marketing Corporation	1979	Importaciones	Fertilizantes	55 458											
				Benceno	30 832											
				Caucho sintético	24 367											
				Xileno mezcla	20 444											
				Estireno monómero	20 355											
				1,2-dibromo-etano	20 097											
				Tolueno	15 035											
				Polipropileno	12 559											
				Cloruro de polivinilo	11 505											
				Solventes aromáticos	6 311											
				Polybutadiene	4 425											
				Anidrido ftálico	5 240											
				Poliestireno	1 321											
				No se aplica												
Colombia	Instituto de Mercado Agropecuario - IDEMA	1983	Exportaciones	Cebolla		48		TTO								
				Batatas		41		GBR, TTO								
				Papas		11		GBR								
				No se aplica												
				Colombia	Instituto de Mercado Agropecuario - IDEMA	1983	Importaciones	Arroz blanco y precocido		6 069	100	ECU, PER				
								Trigo	91 061	70		USA				
								Torta de soja	3 437	2		USA				
								Sorgo y maíz	18 552	16		USA				
								Cebada	14 235	12						
								Lecche entera y descremada	5 638	1						
								Butterfil	674	1						
								Cuba	Empresa Cubana Exportadora de Frutas Tropicales - CITAFRUTAS	1980	Exportaciones	Citricos	57 045	75		S/N, DDR, CSK, JIN, N, POL, DEL, BEL, DNK, FRA, NLD, GBR
												Vegetales	9 429	12		S/N, DDR, CSK, BEL, POL, FRA
												Néctar de mango	4 680	6		DEL, TTO, NLD, GBR
Otros	5 107	7										AST, SGP, SAU, LBY, ITA				
Cuba	Empresa Cubana Exportadora de Alimentos y Productos Varios	1980	Exportaciones									Café	15 771	34		DDR, GBR, CAN, DEL, FRA, SAU, IRQ, LBN, CYP, LBY
												Ron	15 998	34		IZA, ESP, JPN, YUG
												Miel de abejas	5 788	13		COL, ESP, CAN, ITA
				Licores	2 243	5						DEL, AUT, CHE				
				Mantequilla de cacao	1 092	2						CAN, BRA, NLD				
				Caramelos	1 704	4						CAN, GBR				
				Otros	3 611	8										
				No se aplica												
				Oxido de níquel		100										
				No se aplica												
				República Dominicana	Cubaniquel - Empresa Cubana Exportadora de Minerales y Metales	1983	Exportaciones	Importaciones								
								Exportaciones								
								Importaciones								
								No se aplica								
República Dominicana	Instituto de Estabilización de Precios	1979	Exportaciones					Maíz amarillo (a granel)	11			USA				
								Acetate de algodón	28			USA				
								Acetate de soja	19			USA				
								Harina de maíz	4			USA				
								Trigo	5			USA				
								No se aplica								
								Trigo a granel								
								Productos químicos								
								República Dominicana	Molinos Dominicanos, C. POR A.	1982	Exportaciones	No se aplica				
												Importaciones	26 165	100	90	USA
									62		USA					

Cuadro 26 (continuación 4)

País	Empresa	Año	Exp. Imp.	Producto	Valor (en miles de dólares EE.UU.)	Porcentaje de las exp./imp. de la empresa	Porcentaje del valor de las exp./imp. del país	Destinos y fuentes principales
Ecuador	Empresa Nacional de Almacenamiento y Comercialización de productos agropecuarios y agroindustriales - ENAC	1983	Exportaciones		Ninguna			
		1983	Importaciones		Ninguna			
	Empresa Nacional de Productos Vitales - ENPROVIT		Exportaciones	No se aplica				
			Importaciones	Leche en polvo	5 250			NZL
Guatemala	Instituto Nacional de Comercialización Agrícola - INDECA		Exportaciones	Arroz	6 945			COL
		1982	Importaciones	Frijol negro	125			NIC
Guyana	Guyana Rice Board		Exportaciones	Maíz amarillo				CRU
		1980	Importaciones	No se aplica				
Honduras	Corporación Hondureña de Desarrollo Forestal		Exportaciones	Arroz	34 000	100		ATG, BRB, DMA, GIP, NLD, JAM.
		1980	Importaciones	Máquina envasadora de arroz y repuestos	5 000	100		DEU, MTQ, KSA, TTO, VCT
	Instituto Hondureño de Mercado Agrícola	1978/79	Exportaciones	Madera aserrada	36 609	79		USA
		1981	Importaciones	Colofonia	2 909	15		ESP, GRC, GIP, DEU, VCT, VEN
Jamaica	Jamaica Export Trading Co. Ltd.		Exportaciones	No se aplica				USA, DEU, NIC, DOM, BRA
		1978/79	Importaciones	Arroz	1 210	100	43	SUX, CRU
	Jamaica Commodity Trading Company Limited		Exportaciones	Trigo	11 273	67	100	USA, FRA
		1983	Importaciones	Maíz	5 500	33	100	USA
México	Exportadores Asociados S.A. de C.V.		Exportaciones	Especias	45	100		No especificados
			Importaciones	Frutos cítricos (frescos)	25	70		EEC
			Exportaciones	Verduras	10	30		GBR, CAN
			Importaciones	Artesanía	8			USA, CARICOM
			Exportaciones	Prendas de vestir	7			USA, CARICOM
			Importaciones	No se aplica				
			Exportaciones	No se aplica				
			Importaciones	Arroz	17 448			GUY, USA
			Exportaciones	Semillas de soja	17 126	10	100	GBR, BLZ
			Importaciones	Acetate de soja	2 440	9	100	FRA, THA
			Exportaciones	Maíz	22 664	12	100	BRA, CAN
			Importaciones	Trigo	14 624	10	100	USA
			Exportaciones	Harina de trigo	19 604			USA, PER
			Importaciones	Materia seca de la leche y butiroil	14 855			USA
			Exportaciones	Carné enlatado	5 380		100	BRA
			Importaciones	Pescado enlatado	11 175			CAN, THA
			Exportaciones	Pescado salado	11 534			CAN, NOR
			Importaciones	Carné de pollo, cuellos y espaldas	6 272			USA
			Exportaciones	Madera aserrada	7 272			BRA, BLZ
Panamá	Comercializadora Multinacional de Bananas - COMIBANSA S.A.		Exportaciones	Productos medicinales y farmacéuticos	1 658			
			Importaciones	Vehículos	5 644			BEL
Paraguay	Cítricos de Chiriquí, A.S.		Exportaciones	Camaron congelado	10 700			USA, SIN
			Importaciones	No se aplica				JPN
Perú	Cítricos de Chiriquí, A.S.		Exportaciones	Camaron congelado	27 000	97	15	
			Importaciones	No se aplica				
República Dominicana	Cítricos de Chiriquí, A.S.		Exportaciones	Concentrado de naranja	2 000	55		CRU, NIC, SIN, HND, GTM
			Importaciones	No se aplica				
Uruguay	Comercializadora Multinacional de Bananas - COMIBANSA S.A.		Exportaciones	Bananas	14 000	100		
			Importaciones	No se aplica				URY, ITA, USA

Cuadro 26 (continuación 4)

País	Empresa	Año	Exp./Imp.	Producto	Valor (en miles de dólares EE.UU.)	Porcentaje de las exp./imp. de la empresa	Porcentaje del valor de las exp./imp. del país	Destinos y fuentes principales
Perú	Empresa Nacional de Comercialización de Insumo - ENCI	1983	Exportaciones	Fibra de algodón	39 146	64		CHN, CHN, BEL, FRA, GRC
			Importaciones	Café	946	2		CHN, BEL, CHN, FRA, GRC
				Trigo	170 842	48	100	USA, ARG
				Maíz	49 006	17	100	USA
				Azúcar	15 551	4	15	GTM, URU, DEU, ARG
				Aceite de soja	46 341	13	100	ARG, USA
				Leche en polvo descremada	25 122	7	100	CAN, NZL
				Grasa anidra de leche	22 987	9	100	NZL, BEL
				Urea	7 860	2	80	USA
				Nitrato de amonio	928	1	90	CHL
				Cloruro de potasio	916	1	100	USA
				Superfosfato de calcio triple	1 805	1	100	USA
				Fosfato diamónico	2 426	1	85	USA
				Leche entera en polvo	3 725	1		ARG, FRA
				Sulfato de amonio	875	1	75	USA
			Exportaciones	Harina de pescado	189 770	90	81	DEU, DEU, POL, URY, YUG
				Aceite crudo de pescado	7 252	3	80	NLD, GBR, DEU
				Aceite semi-refinado	12 524	6	89	COL, DEU, NLD, GBR
				Acidos grasos	1 649	1	57	NLD, DEU
				Guano de islas	100	-	100	BEL
				No aplicable				
				Importaciones				
				Exportaciones				
				Harina de pescado		51		DEU
				Caballa s/v y s/c		18		NGA
Perú	Empresa Pública de Servicios Pesqueros - EPSPP	No especif.	Importaciones	Filete de merluza		5		FRA
				Caballa block		5		BOL
				Repuestos para equipos de refrigeración		53		DNK
				Repuestos para equipos electrodomésticos		31		DNK
				Repuestos para cerraduras de envases		12		ESP, DNK, NOR
				Petróleo	79 278	19	100	USA, JPN
				Gasolina 80/84 oct.	18 325	4	100	COL, USA
				Petróleo residual 6	258 840	61	100	USA
				Crudo reducido	47 429	11	100	USA
				Petroquímicos	1 148	1		ARG, BRA, COL, DEU
				Diesel	14 926	35		USA
				Gasolina aviación 100/130	2 357	3	100	ANT
				Naftas lubricantes	7 959	9	60	ANT
				GLP	7 220	8	100	USA
				Diesel Nº 2	45 444	50	100	USA, ANT
				Turbo	11 897	13	100	USA, VEN
				Gasolina motor	14 105	16	100	USA, ANT
				Productos químicos	1 135	1	100	USA
Perú	Petróleo del Perú S.A. PETROPERU	1983	Exportaciones	Planchas gruesas LAC		36		GBR
				Plantas delgadas LAC		1		GBR
				Bobinas LAC		29		CHL
				Planchas y bobinas LAC		21		NIC
				Barra		13		ECU
				Hojalata		13		FRA
				Bobinas LAC		99		JPN
				Aceros especiales no planos		1		
			Importaciones	Planchas gruesas LAC		36		GBR
				Plantas delgadas LAC		1		GBR
Perú	Empresa Siderológica del Perú	1983	Exportaciones	Bobinas LAC		29		CHL
				Planchas y bobinas LAC		21		NIC
				Barra		13		ECU
				Hojalata		13		FRA
				Bobinas LAC		99		JPN
				Aceros especiales no planos		1		
				Planchas gruesas LAC		36		GBR
				Plantas delgadas LAC		1		GBR
				Bobinas LAC		29		CHL
				Planchas y bobinas LAC		21		NIC
				Barra		13		ECU
				Hojalata		13		FRA
				Bobinas LAC		99		JPN
				Aceros especiales no planos		1		

Cuadro 26 (continuación 5)

País	Empresa	Año	Exp./Imp.	Producto	Valor (en miles de dólares EE.UU.)	Porcentaje de exp./imp. de la empresa	Porcentaje del valor de las exp./imp. del país	Destinos y fuentes principales
El Salvador	Instituto Regulador de Abastecimientos	1979	Exportaciones	Maíz blanco	153	20	70	GMT, NIC, CRI
				Frijol	628	80	37	CRI
		1979	Importaciones	Leche integral	3 814	88	47	AUS, DNK, IRL
				Leche semidescremada	91	3	92	AUS, DNK, IRL
				Leche descremada	93	2	100	AUS, NED
Trinidad y Tabago	National Flour Mills Ltd.			Aroz oro	332	7	66	CRI
		1983	Exportaciones	No se aplica				
			Importaciones	Trigo	19 000	39	100	
				Maíz	18 250	38	69	
				Torta de soya	10 833	23	69	
Uruguay	Administración Nacional de Combustibles, Alcohol y Portland - ANCAP	1983	Exportaciones	Fuel oil	5 235	100	100	
				Cemento Portland	95	3	93	BRA
		1982	Importaciones	Petróleo crudo	426 600	99	100	NGA, VEN, ECU, IRL, MEX
				Nafas	23		100	ARG
				Gas licuado	3 551		100	ARG
	Industria Lohera y Pesquera del Estado - LIPE	1979	Exportaciones	Pescado congelado	1 605			BRA, USA, FRA, ANT
				Pescado fresco	58			BRA
		1979	Importaciones	Piel de lobo marino	63	79		DEL, ESP, FRA
				Equipos frigoríficos		20		USA
				Artículos de pesca				PRT
Venezuela	Petróleos de Venezuela, S.A.	1981	Exportaciones	Cuado pesado	5 111 000	34	100	ANT, USA, ITA, ESP
				Cuado liviano	2 605 000	12	100	CAN, ANT, ITA, COL
				Cuado mediano	2 914 000	16	100	ANT, USA, CAN, PRT, ESP
				Residual alto azufre	2 635 000	17	100	USA, ITA, ANT, CAN
				Residual bajo azufre	1 178 000	6	100	USA, ANT
	Petroquímica de Venezuela S.A. - PETQUIMEX		Importaciones	No se aplica				
		1981	Exportaciones	Amoníaco	34 800	36		BEL, DNK, COL, BRA, FRA, ESP
				Urea	48 400	31		TUN, MAR, PRT
				Sulfato amoníaco	700	1		ARG, COL, BRA, ECU, GTM, DEL, GR, Y, SLV
				Etileno	9 600	10		USA, PRT, JAM, Europa
	1981	Importaciones	Propileno	1 500	2			BRA, COL
				Soda cáustica	9 500	39		MEX, ITA, FRA
				Oleum 106 0 0	300	1		MEX
				Cloro líquido	1 600	7		Europa
				Cloruro de vinilo	3 300	14		Europa
				Ácido sulfúrico 98	2 700	11		Europa
				Superfosfato triple	2 000	8		NOR, DEL
				Poliéstereno Bala				Europa
				densidad procesado	3 800	16		BEL
	Corporación de Mercado Agrícola	1982	Exportaciones	Naranjas		61	100	ANT
				Mandarinas		2	100	ANT
				Torrijas		23	100	ANT
				Pidames y canchales		14	56	USA

Cuadro 2h (continuación)

País	Empresa	Año	Exp., Imp.	Producto	Valor (en miles de dólares EE.UU.)	Porcentaje de las exp. imp. de la empresa	Porcentaje del valor de las exp. imp. del país	Destinos y fuentes principales
			Importaciones					
				Sorgo		9	12	USA
				Carne de bovino		27	54	COL
				Harina de soya		2	4	USA
				Maíz		1	1	
				Maquinaria y equipo		1		
				Sacos de yute		1		
				Leche en polvo		61	36	NOL

Fuente: (UNCTAD). *Repertorio de las organizaciones comerciales estatales de países en desarrollo*, 1985.^aSegún cálculos de la CEPAL.

^bEn Cuba existen otras empresas comerciales estatales tales como, CONSTRUIMPOR, CONSUMIMPOR, CUBAININDUSTRIA, CURAZUCAR, EDICIONES CUBANAS, COPREFIL, Empresa Cubana del Tabaco, Empresa Importadora de Alimentos (ALIMORTO), Empresa Cubana Importadora de Buques Mercantes y de Pesca (MARPESEA), Empresa Cubana Importadora de Ferrocarriles (FERCUIIMPOR), Empresa Cubana Importadora de Fibras, Tejidos, Cueros y sus Productos (CUBATEX), Empresa Cubana Exportadora e Importadora de Productos Médicos (MEDICUBA), TRACTOIMPOR, TRANSIMPOR, Empresa Cubana Importadora de Metales, Combustibles y Lubrificantes (CUBAMETALES). En este cuadro, las compañías cuyas actividades están principalmente en la esfera de productos básicos y cuyas cifras recientes son examinadas.

^cEn la República Dominicana, fuera del sector de productos básicos, existen otros: Dominicana Industrial de Calzados C. POR A., Fábrica de Clavos Alambres de Púas y Grapas, "ENRIQUILLO", Fábrica Dominicana de Cemento, Fábrica de Sacos y Cordería, Industria Nacional del Papel, Marmolería Nacional, Pinturas Dominicanas, Planta de Recauchado, Refinería de Sal, Sacos y Tejidos Dominicanos - División Textil Las Minus, y Tenería FA-2.

cuales las más importantes son los productores y distribuidores de petróleo y sus subproductos. Entre éstos se incluyen Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF, Argentina), Petrobras (Brasil), Petroperú (Perú), Petróleos de Venezuela S.A. (Petroven) y Administración Nacional de Combustibles, Alcohol y Portland (ANCAP, Uruguay). El predominio de estas firmas refleja la importancia relativa del petróleo en el comercio total.

En los productos básicos, excluido el petróleo, salvo el caso de COBEC o Interbras, la penetración de las organizaciones comercializadoras del Estado en los mercados mundiales no es aún elevada, sea desde el punto de vista del volumen o de la diversificación de los productos que manejan. Aunque sus esfuerzos por diversificar el mercado de exportaciones e importaciones han tenido cierto éxito, puede decirse que la dependencia de un pequeño número de países todavía es fuerte, y esto es especialmente cierto para los granos y los cereales importados de los Estados Unidos.

También cabe mencionar que las altas tasas de participación comercial citadas para las comercializadoras estatales en el cuadro deben leerse con cautela. En primer lugar, aunque uno de los objetivos principales de estas empresas es eliminar los servicios de los proveedores intermediarios en el exterior y aumentar las exportaciones y las importaciones directas, en muchos casos su participación aún supone la presencia de otros agentes económicos, principalmente extranjeros. Como ejemplo, en el caso de las importaciones de alimentos, para las que se señala casi 100% del control estatal, la labor de la entidad gubernamental suele limitarse a aceptar y seleccionar ofertas en forma de licitaciones. Son los proveedores internacionales quienes realmente efectúan la transacción hasta el puerto del país importador. Esto dista mucho de ser lo que se llama comercio directo.

Las razones aducidas para la gestión estatal del comercio son de diversa índole. Entre los objetivos externos se incluyen un mejor poder de negociación, la expansión de las exportaciones, el cumplimiento de los acuerdos internacionales -como los existentes sobre productos básicos, o sobre integración regional- y el logro de las metas planteadas para la política internacional. En el plano interno, se persigue la defensa de los precios y el afinamiento de la política de distribución, la integración del comercio exterior en la planificación indicativa, el aumento de los ingresos gubernamentales, la salud y otras consideraciones de control estratégico.^{8/}

Uno de los objetivos comunes a todas las comercializadoras estatales es el fortalecimiento del poder de mercado, especialmente a nivel internacional. En cuanto a las exportaciones, los inconvenientes que surgen cuando varios miles de productores de determinado producto compiten entre sí en los mercados internacionales, pueden reducirse mediante alguna forma de comercialización coordinada y/o la centralización de las compras para las exportaciones.

Cabe observar además que la coordinación interna así lograda puede abrir mayores posibilidades para alcanzar un control de oferta más amplio. Como se demuestra en el caso del petróleo, la intervención gubernamental en la comercialización y el adecuado manejo de los canales políticos hizo posible la creación de una organización eficaz como la OPEP. Además, aun cuando el comercio esté en manos de los comercializadores privados, el gobierno puede fortalecer el

poder de negociación del país utilizando la capacidad que le otorgan el volumen de las exportaciones y la amplitud de su mercado importador. Por otra parte, aquellas fracciones del comercio internacional efectuadas a nivel gubernamental facilitan una eventual coordinación de políticas comerciales con otros gobiernos sobre una base bilateral o multilateral.

También cabe mencionar que se necesita cierta forma de coordinación gubernamental en casos en que las utilidades alcanzadas por el sector privado, provenientes de nuevos mercados o del inicio del comercio en nuevos productos, son menores que los beneficios sociales reales.

Respecto a las consideraciones internas, uno de los objetivos comunes de las organizaciones de comercialización estatales consiste en brindar protección a los productores nacionales de determinados bienes, mediante el sostenimiento de sus precios y las compras garantizadas. Otra importante función apunta a obtener precios más favorables para las importaciones, especialmente de alimentos, centralizando las compras. Además, esto permite asegurar el abastecimiento regular de bienes indispensables de procedencia extranjera. En cambio, cuando las importaciones de artículos de primera necesidad de un país las controlan comercializadoras privadas monopolistas u oligopolistas extranjeras, los márgenes de utilidad de las comercializadoras privadas locales pueden reducirse.

Por otra parte, un comercializador estatal de productos alimentarios, puede cooperar en las políticas de distribución de ingresos. Asimismo, los grandes pedidos a nivel nacional hechos por comercializadoras del Estado también pueden reducir el costo de las adquisiciones, del transporte, y del espacio de almacenamiento, facilitando además la sistematización de los procedimientos de importación.

Teniendo en cuenta la creación más bien reciente de las comercializadoras estatales latinoamericanas, puede decirse que actualmente pasan por un período de transición. Las diversas dificultades encontradas hasta ahora son comunes a casi todas: Insuficientes o incipientes sistemas de planificación y administración. Dificultades en la estimación de los costos y los precios, y en el cálculo y aplicación de los niveles apropiados de subsidios. Ineficiencias originadas en los sistemas de supervisión, control y coordinación del gobierno central. Insuficiente familiaridad con las complejidades del mercado y con las posibilidades que ofrecen el poder de compra y las economías de escala.^{9/} Estos problemas, enfrentados durante la etapa formativa, se han reconocido y van corrigiéndose gradualmente.

Las organizaciones de comercialización estatales constituyen un instrumento apropiado para contrarrestar el peso del sistema de comercialización y distribución que controlan las empresas de los países desarrollados. Utilizando este mecanismo, es posible vincular la importación de determinados productos para obtener precios más estables y remunerativos con las exportaciones de los productos básicos. Asimismo, es probable que la concentración del poder de compra a nivel gubernamental sitúe a los gobiernos en una mejor posición para oponerse a las medidas proteccionistas cada vez mayores que se aplican en su contra. También se ha estimado que las comercializadoras estatales latinoamericanas constituyen un instrumento eficaz para aumentar el comercio intrarregional, que actualmente se halla en un nivel muy bajo -sólo la quinta parte del valor de las importaciones

totales de productos básicos, excluido el petróleo, proviene de la región-, no obstante la autosuficiencia de la región en gran número de productos básicos.^{10/} Además, probablemente estas entidades bien podrían facilitar a los gobiernos de la región, sus adquisiciones de fuentes latinoamericanas y del Caribe, sea de manera directa o a través del comercio compensado y de otros tipos de acuerdos como se prevé en la Declaración de Quito.

Como conclusión del presente capítulo, cabe sugerir que las organizaciones de comercialización estatales y las asociaciones de productores constituyen alternativas viables al enfoque tradicional de las negociaciones internacionales de productos básicos, sobre la base de acuerdos en que participan productores y consumidores. Ello surge del reconocimiento de dos hechos esenciales. En primer lugar, que la búsqueda de soluciones eficaces a muchos de los problemas relacionados con el sector de los productos básicos en el marco exclusivo de los acuerdos internacionales sobre tales productos es probablemente un esfuerzo condenado al fracaso. En segundo término, de que hay una necesidad urgente de parte de los países en desarrollo de integrar las políticas en materia de productos básicos en su política económica exterior global.^{11/} En vista de ello, las comercializadoras estatales o las entidades fiscales representadas en una asociación de productores cuentan con posibilidades adicionales para integrar el potencial que poseen. Por ejemplo, la capacidad de adquisición nacional o regional en el campo de las manufacturas, de la tecnología, de los bienes de capital, de las inversiones, etc., podría ponerse al servicio de una estrategia exportadora. En el supuesto de que los países consumidores industrializados deseen contribuir a la misma, las organizaciones de comercialización estatales o las asociaciones de productores probablemente harán posible que los Estados de la región, negocien con dichos países de manera más eficaz y organizada.

Notas Capítulo I

1/ Secretaría de la UNCTAD, Marketing and Distribution Arrangements in respect of Export and Import Transactions: Structure of International Trading Channels, UNCTAD/57/MD/25, noviembre de 1981.

2/ "Multinationals and World Trade", Multinational Business, No. 4, 1981.

3/ J.H. Dunning y R.D. Pearce, The World's Largest Enterprises, Gower, 1981.

4/ "Selected Data on the Operation of US Affiliates of Foreign Companies, 1978 and 1979", Survey of Current Business, mayo de 1981.

5/ Diversos estudios de G.K. Helleiner sobre comercio entre partes relacionadas han sido recopilados en Intra-Firm Trade and the Developing Countries, St. Martin's Press, Nueva York, 1981.

6/ Véase también G.K. Helleiner, "Transnational Corporations and Trade Structure: the Role of Intra-Firm Trade", en Herbert Giersch ed., Intra-Industry Trade, J.C.B. Mohr, Paul Siebeck: Tübingen, 1979.

7/ Véanse, por ejemplo, Centro de las Naciones Unidas sobre las Empresas Transnacionales, Transnational Corporations in World Development, Third Survey, Nueva York, 1983; J. García Moncayo, "Empresas transnacionales y agricultura en América Latina", Estudios del Tercer Mundo, 3(2), junio de 1980, pp. 143-230.

8/ Ph. Chalmin, "International Commodity Trading Companies", Journal of World Trade Law, noviembre-diciembre de 1980.

9/ Frederick F. Clairmonte y John Cavanagh, "Transnational Corporations and Global Markets: Changing Power Relations", Trade and Development, No. 4, UNCTAD, invierno de 1982.

10/ Sogo-shosha Nenkan (Anuario de las Sogo-shosha), Nihon Kogo Shimbunsha, 1984.

11/ Helleiner, Intra-Firm Trade and the Developing Countries, op. cit., pp. 39 y 40.

12/ Véase CEPAL, América Latina y la economía mundial del café, Cuadernos de la CEPAL, No. 42, 1982.

13/ Véase CESPAP, Transnational Corporations in the Copper Industry of Developing Countries: The Experience of Latin America, South East Asia and Africa, diciembre de 1982. Véase CEPAL, Políticas y negociaciones con las empresas transnacionales en la industria del cobre y las empresas transnacionales: La experiencia de Chile, E/CEPAL/R.239, abril de 1981. Véase CEPA, Transnational corporations in the copper industry in Zaire, diciembre de 1982.

14/ CEPAL, Políticas y negociaciones con las empresas transnacionales en la industria de la bauxita de Jamaica, E/CEPAL/R.326, abril de 1983.

15/ Latin American Commodity Report, CR-84-10, mayo de 1984.

Notas Capítulo II

1/ Para el análisis de la estructura industrial de la industria internacional de la bauxita/alúmina/aluminio, véase: i) Secretaría de la UNCTAD, Estudios sobre la elaboración, la comercialización y la distribución de los productos básicos, Elaboración y comercialización de la bauxita/alúmina/aluminio: esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/19/Rev.1, 1984; ii) Centro de las Naciones Unidas sobre las Empresas Transnacionales, Transnational Corporations in the Bauxite/Aluminium Industry, ST/CTC/20; iii) CEPAL, Políticas y Negociaciones en las empresas transnacionales en la industria de la bauxita de Jamaica, E/CEPAL/R.326; y iv) I.A. Litvak y C.J. Maule, Transnational Corporations in the Bauxite/Aluminium Industry; With Special Reference to the Caribbean documento de trabajo No.2, 1977.

2/ Sogo-shosha Nenkan, op.cit., p. 261.

3/ C.D. Rogers, "LDCs and the marketing and distribution of iron ore", en S. Sideri y S. Johns eds., Mining for Development in the Third World, Pergamon Press, Nueva York, 1980.

4/ UNCTAD, Problemas del mercado mundial del mineral de hierro, TD/B/C.1/104 y Corr.1; Mineral de hierro: Características del mercado mundial, TD/B/IPC/IRON ORE/2; y Comercialización, distribución y transporte del mineral de hierro: esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/41, 1984.

5/ Para un examen general de la industria internacional del cobre, véase secretaría de la UNCTAD, Elaboración y comercialización del cobre: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/30/Rev.1, 1984; Centro de las Naciones Unidas sobre las Empresas Transnacionales, Transnational Corporations in the Copper Industry, ST/CTC/21, 1981; CEPAL, El desarrollo de la industria del cobre y las empresas transnacionales: la experiencia de Chile, E/CEPAL/R.239, 1981; CEPAL, Políticas y negociaciones con las empresas transnacionales en la industria del cobre en el Perú, E/CEPAL/R.270, 1981.

6/ Banco Mundial, Price prospects for major commodities, 1982.

7/ UNCTAD, Elaboración y comercialización del cobre: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/30/Rev.1, 1984.

8/ Latin American Commodity Report (CR-84-17), agosto de 1984.

9/ Para un resumen sobre las cuestiones relacionadas con la comercialización y la distribución del azúcar, véanse UNCTAD, PNUD y GEPLACEA, Handbook: Introductions to International Sugar Marketing, 1980; Secretaría de la UNCTAD, Elaboración y comercialización del azúcar: Esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/29/Rev.1, 1984; y Manuel Rico Santos, Posibilidades de expansión del comercio y otras formas de cooperación entre organizaciones comerciales estatales en el sector azucarero, estudio preparado a solicitud de la secretaría de la UNCTAD, TD/B/C.7/54, 1982.

10/ Centro de las Naciones Unidas sobre las Empresas Transnacionales, Transnational Corporations Food and Beverage Processing, 1981.

11/ Para un examen de los aspectos de comercialización y distribución de la

industria del café y un caso específico de Colombia, véanse, respectivamente, Secretaría de la UNCTAD, Elaboración y comercialización del café: esferas para la cooperación internacional, TD/B/C.1/PSC/31/Rev.1, 1983; y CEPAL, El oligopolio transnacional en la industria del café y el caso de Colombia, E/CEPAL/R.323, 1982.

12/ Latin American Commodity Report, CR-80-11.

13/ Keven L. Carlson y Ole Thvilum, The World Coffee Economy and the Price of Coffee, tesis doctoral mimeografiada, Arthus, the Arthus School of Business, 1979.

14/ Las cifras están tomadas de UNCTAD, Handbook of State Trading Organizations of Developing Countries, publicación de las Naciones Unidas (No. de venta: A/E/F/S.83/II/D.5), 1983.

15/ Véanse diversos números del Informe Mensual de la UPEB (Unión de Países Exportadores de Banano), y CEPAL, La capacidad de negociación y distribución de beneficios en la industria del banano de la UPEB y particularmente de Honduras y Panamá, E/CEPAL/R.321, 1982.

16/ The Financial Times, 15 de febrero de 1984.

17/ Secretaría de la UNCTAD, The Marketing and Processing of Bovine Meat: Areas for International Co-operation, borrador.

18/ Para un examen del papel de las empresas transnacionales en el sector alimentario argentino, véase CEPAL, Empresas transnacionales en la industria de alimentos: El caso argentino: cereales y carne, Estudios e Informes de la CEPAL No.29, 1983.

19/ Bulletin UNCTAD, No.196, octubre de 1983.

20/ Manuel Lajo L., "Perú: monopolio y vulnerabilidad alimentaria", Comercio Exterior, Vol.32, número 1, 1982.

21/ Véase Eugenio Lahera, Las empresas transnacionales en la producción, industrialización y comercialización de la soya en América Latina, CEPAL, E/CEPAL/R.340, 1983. CEPAL, América Latina y España en la economía mundial de la soya, LC/L.358, 1985.

22/ Para un examen general, véase secretaría de la UNCTAD, Fibras y textiles: dimensiones del poder de las empresas transnacionales, TD/B/C.1/219, 1980, y para el caso de México, vease CEPAL, La industria del algodón en México y el oligopolio transnacional en su comercialización, E/CEPAL/R.315, 1982.

23/ Para un examen de la comercialización internacional del algodón, consúltese UNCTAD, Análisis preliminar de algunos aspectos de la comercialización y la distribución del algodón, TD/B/IPC/COTTON/19.

24/ Para un examen de la industria del algodón en la región latinoamericana, véase Alberto Orlandi, "La exportación de productos básicos desde América Latina", Revista de la CEPAL, No.22, abril de 1984. CEPAL, América Latina y la economía mundial del algodón, Estudios e Informes de la CEPAL No.50, 1985.

25/ UNCTAD, Las bolsas de productos básicos y sus efectos en el comercio de los países en desarrollo, TD/B/C.1/248, 1983.

26/ Véase secretaría de la UNCTAD, Sistemas de comercialización y distribución de los cueros y pieles, los curtidos y el calzado de cuero, TD/B/C.1/163, 1974.

27/ Para una descripción de esos mercados, véase Robert D. Higham, "Consejos a un exportador deseoso de incorporarse al mercado internacional de artículos de cuero y de piel", Forum de Comercio Internacional, Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT, octubre-diciembre de 1983.

Notas Capítulo III

1/ Véase UNCTAD, Marketing and distribution arrangements in respect of export and import transactions: structure of international trading channels, noviembre de 1981.

2/ Business Week, 13 de febrero de 1984.

3/ John M. Stopford, The World Directory of Multinational Enterprises 1982-1983, Gales Research Co., Michigan, 1982.

4/ Para mayores detalles, véase el informe de la Secretaría de la UNCTAD, Protection and structural adjustment: An overview, TD/B/942 y Corr.1.

5/ Para un resumen de estas funciones, véase UNCTAD, Las bolsas de productos básicos y sus efectos en el comercio de los países en desarrollo, TD/B/C.1/248, 1983.

6/ Leonarda Marazzi, "Commodity exchanges; implications for international trade", UNCTAD, Trade and Development, No. 5, 1984.

7/ Para un análisis de estas manipulaciones, véase la publicación de la Commodity Futures Trading Commission, Aaron C. Johnson Jr., Economic Analysis of Price Manipulation under the Commodity Exchange Act 1945-1974, mimeo, Washington D.C. 1976.

8/ Véase UNCTAD, Control by transnational corporations over dry bulk cargo movements, TD/B/C.4/203/Rev.1, 1981.

9/ UNCTAD, Merchant fleet development: Participation by developing countries in the maritime transport of dry bulk cargoes, TD/B/C.4/274, septiembre de 1984.

10/ G.K. Helleiner y Douglas Welwood, Raw Material Processing in Developing Countries and Reductions in the Canadian Traffic, Ottawa, Consejo Económico del Canadá, abril de 1978.

11/ Robert E. Lipsey y Merle Y. Weis, "The structure of ocean transport charges", Exploration in Economic Research, vol. 1, verano boreal de 1974.

Notas Capítulo IV

1/ Carlos J. Castillo B., El mercado de bananas en los Estados Unidos de América y su técnica de exportación, estudio conjunto de la UNCTAD y la UPEB, 1983.

2/ Para mayores antecedentes acerca de las negociaciones sobre una política común de los gobiernos de los países productores y las reacciones de los países industrializados y las empresas transnacionales ante esos esfuerzos antes de 1978, véase el documento CEPAL, El oligopolio transnacional en la industria del café y el caso de Colombia, E/CEPAL/R.323, 1982.

3/ Para mayores antecedentes, véase Oscar Menjivar, "Análisis de la experiencia del Grupo de Bogotá-Pancaffé", documento mimeografiado, 1982.

4/ Para mayor información sobre esta empresa, véase CEPAL, América Latina: Panorama actual de la integración y cooperación (E/CEPAL/L.299), 1984.

5/ SELA, Seguridad Alimentaria, septiembre-diciembre, 1984.

6/ Véase Guillermo Ondarto y Carlos M. Correa, Compras estatales e integración económica, BID-INTAL, 1982; ALADI, Canalización regional de la demanda importada por el sector público (ALADI/SEC/Estudio 29), agosto de 1985.

7/ Secretaría de la UNCTAD, Co-operation between State trading organizations in Latin America, septiembre de 1978.

8/ Para detalles sobre estos puntos, véase M. Kostecki, "State Trading in Industrialized and Developing Countries", Journal of World Trade Law, vol. 14, No. 6, noviembre-diciembre de 1980; y A. Saulniers, "State Trading Organizations: a Bias Decision Model and Applications", World Development, vol. 9, No. 7, 1981.

9/ Estos puntos se explican en detalle en la obra de A. Saulniers, "State Trading Organizations ...", op.cit. En dicho estudio se examinan los casos concretos de ENCI y MINPECO del Perú.

10/ Véase CEPAL, Las relaciones económicas internacionales y la cooperación regional en América Latina, E/CEPAL/SES.20/G.18, marzo de 1984.

11/ Para un análisis acerca de la necesidad de contar con un marco mucho más amplio de negociaciones internacionales en materia de políticas sobre productos básicos, véase el documento de la CEPAL Aspectos de política latinoamericana en el sector de los productos básicos, E/CEPAL/R.335/Rev.1, abril de 1983.