

CAPÍTULO I

Problemática conceptual y distribución geográfica de los productos básicos

1. Delimitación conceptual	14
2. El encuadre histórico	14
3. Las exportaciones latinoamericanas de productos básicos .	19
4. Las exportaciones mexicanas de productos básicos	22
5. Evaluación de estrategias de la comercialización de pro- ductos básicos	27
5.1. Las empresas multinacionales de comercialización .	30
5.2. Las empresas multinacionales de producción	33

CAPÍTULO I

Problemática conceptual y distribución geográfica de los productos básicos

I. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

Las materias primas, productos básicos o primarios (commodity o raw materials), constituyen el centro económico de un vasto número de países y, para la gran mayoría, su fuente principal de ingresos.

El *Diccionario de la Real Academia Española* llama “primeras materias” como “lo que una industria o fabricación necesita emplear en sus labores aunque provengan, cual provienen frecuentemente, de otras operaciones industriales”.¹ Por su parte, el *Webster's Third New International Dictionary*, de la Enciclopedia Británica, señala que “commodity es aquel producto de la agricultura, minería y algunas manufacturas que se distinguen de los servicios y artículos de comercio”.²

Por su parte, la Carta de La Habana, primer instrumento internacional que aborda jurídicamente los productos básicos o materias primas, sostiene que “es un producto agrícola, forestal, pesquero, de caza o cualquier mineral, a cuyo valor la elaboración sólo haya contribuido en muy pequeña medida”.³

De dicha definición podemos extraer la idea de que se trata de un recurso natural que, obtenido con procesos industriales simples, sirve de base para elaborar diversos artículos en procesos de elaboración posteriores.

Al efecto, señala un autor: “Analizando la definición de productos básicos nos damos cuenta de que el criterio de los autores fue

¹ *Diccionario de la lengua española*, Real Academia Española, Madrid, 1970.

² *Webster's Third New International Dictionary*. Encyclopedía Britannica, Chicago, 1976.

³ Carta de La Habana para una Organización Internacional de Comercio, artículo 56, Naciones Unidas, 1950.

considerar que la mayor parte del valor de tales productos se origina en la fase de la producción y no en la etapa de la transformación." Así, dice, "el algodón es sometido a una determinada variación física en el proceso de despepite; pero como tal transformación se efectúa en el sector agrícola, el algodón se considera producto básico y no artículo textil, porque esto último implica el sometimiento a un proceso industrial. El caso contrario ocurre con los alimentos envasados y elaborados, que derivan la mayor parte de su valor del proceso industrial, es decir, de la etapa de la transformación; es por eso que estos productos no pueden ser concebidos como materias primas".⁴

Como recurso natural, este tipo de productos, históricamente, se inscribe en las llamadas economías de exportación que fincaron el progreso industrial, en las etapas coloniales y posteriores, de las sociedades industriales actuales.

2. EL ENCUADRE HISTÓRICO

Su origen remoto, escribe J. V. Levin, está en 1492, fecha en que el portugués Vasco de Gama dobló el cabo de Buena Esperanza y cruzó el Océano Índico, poniendo el comercio europeo en contacto directo con las Islas de las Especias (pimienta, clavo, nuez moscada y otras especias de Oriente que exigían el gusto y la forma de vida de los europeos).⁵

Así comenzó la relación directa entre Europa y el mundo de ultramar. No sólo como cliente, sino como socio que participaba activamente en las inversiones, Europa (y después los Estados Unidos) abrió en el exterior nuevas regiones abastecedoras de materias primas. Las regiones que aprovisionaban a Europa cubrían el globo y fueron el cimiento sobre el cual se erigió el mundo económico y político en que hoy vivimos. El entorno geográfico fueron Asia Meridional, América Latina, África y muchas islas adyacentes.⁶

El despegue de este mundo de abastecedores primario fue amplio y diversificado. El oro y la plata se extraían de las colonias españolas de México y el Perú; el tabaco y el algodón se cultivaban

⁴ Villalobos Calderón, Liborio, *Las materias primas en la encrucijada internacional*, Secretaría de Relaciones Exteriores, México, 1974, p. 23.

⁵ Levin, J. V. *Las economías de exportación*, Biblioteca Uteha de Economía, Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana, México, p. 2.

⁶ Levin, J. V., *op. cit.*, p. 3.

en el Brasil y el sudeste de Norteamérica. El azúcar en el Caribe, Océano Índico y el Pacífico, conformando enclaves isleños. En 1870 el Canal de Suez abrió nuevas tierras a la producción para exportar en el Extremo Oriente y para alimentarlas; crecieron, a su vez, economías exportadoras de arroz en Birmania, Tailandia e Indochina. Cuando cobró vigor el naciente mercado estadounidense su demanda se suma a la europea ampliando aún más el horizonte de las economías exportadoras de materias primas. Las costas fronterizas al Mar Caribe se transformaron en zonas bananeras, y en Sudamérica y América Central surgió la producción cafetalera uniéndose a Ceilán y las Islas Orientales Holandesas. Más tarde, al impulso industrializador de Europa y los Estados Unidos y a la utilización de barcos a vapor, que abarató los costos, se ampliaron aún más las economías exportadoras de minerales y vegetales cultivados para suministrar materias primas a la industria. Florecieron y se extinguieron zonas en Sudamérica y África dedicadas a la exportación del caucho y crecieron otras en Malaca y las Indias Orientales Holandesas. En Bolivia se desarrolló una economía exportadora de estaño y en Chile ocuparon un lugar prominente los nitratos, y después el cobre.

En África se registró el mismo proceso: se formaron en el sur economías del oro y los diamantes; del cacahuete, cacao y aceite de palma, en las costas tropicales del occidente africano; el café en las mesetas orientales y del cobre en el interior del continente. Finalmente, en este siglo, la aparición del motor de combustión interna creó economías exportadoras del petróleo en Venezuela y el Oriente Medio. Estas áreas, y otras más, fueron las que tuvieron economías de exportación, zonas de países ultramarinos cuya actividad principal dentro de su sector de cambio, estribaba en producir materias primas.

Y, al efecto, un autor agrega: "En algunos casos dichas economías no fueron más que una etapa de transición en su desarrollo hacia un sistema más equilibrado, pero la mayoría de las veces ha sido una fase en la que se estancó el país por décadas y aun por siglos, y la misma conformación de economía de exportación fue un freno para avanzar a estadios superiores de progreso y bienestar."⁷

⁷ Levin, J. V., *op. cit.*, p. 10.

El encuadre histórico anterior nos da una imagen de la variedad de productos y diversidad de regiones que implican la expresión genérica de materias primas o productos básicos, pudiendo ser tipificados como recursos naturales que, al ser separados por el hombre de su ecosistema, adquieren valor económico y son susceptibles de comercialización en grandes cantidades, especialmente internacional.

Dichos productos, pese al valor extraordinario de alguno de ellos (oro, diamante, petróleo, plata, etcétera), han estado signados desde su origen por destinos económicos adversos para los habitantes de las economías de exportación. En efecto, a pesar de sus decenios e incluso siglos de participar en el comercio internacional, la mayor parte de ellas se han quedado rezagadas en el desarrollo económico y con bajos niveles de ingreso en la mayoría de sus poblaciones.

Tal paradoja ha tratado de ser explicada por los teóricos de los países centrales con diversas concepciones, entre las que, a manera de ejemplo, señalamos: etapas de crecimiento desigual; dicotomía campo-ciudad; insuficiencia técnico-empresarial; estados premercantiles; sociedades tradicionales y arcaicas y hasta inferioridad étnica-racial, todas las cuales diseñan una suerte de división internacional del trabajo que las radica como centros abastecedores y exportadores de materias primas y alimentos, incapaces de transformarlas y manufacturarlas.⁸

Sin embargo, lo concreto es que las economías de exportación surgieron a consecuencia de la movilidad de factores productivos (capital, tecnología y dirección empresarial), de orden externo a las sociedades periféricas en forma de enclaves, islotes y modernización, generalmente costeros abiertos a las metrópolis, sin relación ni efecto multiplicador hacia las poblaciones autóctonas.

Estos centros de explotación extranjeros, si bien geográficamente se situaron en los llamados países del Tercer Mundo, no se integraron o articularon a las economías nacionales y sus ingresos quedaron, vía diversos expedientes, en las matrices bancarias y financieras metropolitanas.

J. V. Levin sostiene, en relación a las condicionantes externas determinantes de las economías de exportación: "La migración de los factores de la producción hacia las economías exportadoras in-

⁸ Lewis Arthus, *Las etapas del crecimiento económico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1970, pp. 120 y ss.

fluyó no sólo en determinar el lugar donde se localizaron, sino también en la forma de su posterior desarrollo. Ello fue así, sobre todo, porque muchos de los factores de la producción inmigrados remitieron gran parte de sus ganancias a los países de donde procedían. Algunos de esos factores se quedaron en las economías de exportación, otros volvieron a sus naciones de origen y otros, limitados por cierto, circulaban entre ambos. La característica más importante en lo que se refiere al desarrollo de la economía de exportación fue, sin embargo, la expatriación de sus ganancias."⁹

Estas tendencias exógenas, históricamente, han persistido en la actualidad, con ocasión de la aparición de las grandes empresas transnacionales, unidades de alta eficiencia empresarial y tecnológica que, ubicadas en los centros industrializados, influyen y condicionan tanto las políticas económicas internas de las economías atrasadas, como el precio y el monto de las exportaciones de los productos básicos, impidiendo que dichos productos aumenten de valor y, por lo tanto, los ingresos para los países en vías de desarrollo.

A continuación, y para evidenciar la presencia de estas empresas en la comercialización internacional de las materias primas, nos permitimos transcribir un cuadro representativo elaborado por UNCTAD, en 1976.

<i>Materias primas</i>	<i>Total exportado</i>	<i>Porcentaje controlado Transnacionales</i>
		%
<i>Alimentos</i>		
Cocoa	1 737	85
Tabaco	1 079	85-90
Bananas	793	70-75
Café	7 831	85-90
Azúcar	4881	60
Arroz	1 102	70
Trigo	449	85-90

⁹ Lewis Arthus, *op. cit.*, p. 180.

<i>Materias primas</i>	<i>Total exportado</i>	<i>Porcentaje controlado Transnacionales</i>
<i>Materias primas agrícolas</i>		
Cueros y pieles	297	25
Caucho natural	2 202	70-75
Algodón	2 692	85-90
Productos forestales	4 169	90
<i>Oro, minerales y metales</i>		
Petróleo crudo	29 149	75
Cobre	3 031	85-90
Acero	1 256	90-95
Bauxita	518	90-95
Estaño	604	75-80
Fosfatos	850	50-60

FUENTE: UNCTAD, "Comercialización y distribución del tabaco", TD-B-C;1-205, Ginebra, 1978.

Las materias primas o productos básicos se encuentran geográficamente distribuidos en el Tercer Mundo, principalmente en América Latina, África y Asia, distribución que puede evidenciarse en el siguiente cuadro, elaborado por el Banco Mundial.¹⁰

Porcentaje de los productos básicos en las exportaciones mundiales

<i>Productos básicos</i>	<i>América Latina</i>	<i>África</i>	<i>Asia</i>
<i>Minerales</i>			
Bauxita	62.6	3	4.2
Estaño	16.2	8.3	61.0
Manganeso	18.4	28.3	7.8
Cobre	21.2	27.9	4.5
Acero	18.7	12.1	7.1
Zinc	15.6	6.4	—
Plomo	13.1	7.6	0.4

¹⁰ Citado por Gonzalo Martner en "Producers Exporters Associations of Developing Countries", Gonzalo Martner Editor, Ginebra, 1980.

<i>Productos básicos</i>	<i>América Latina</i>	<i>África</i>	<i>Asia</i>
<i>Agrícolas</i>			
Cocoa	16.3	80.3	0.4
Café	64.0	28.1	3.9
Bananas	76.5	9.8	6.7
Henequén	40.1	56.7	0.8
Yute	0.5	—	95.1
Caucho	1.1	7.8	88.6
Copra	0.7	6.6	74.4
Aceite de palma	0.4	20.0	71.8
Azúcar	50.8	5.7	11.9
Cacahuates	26.1	70.3	9.0
Té	2.1	13.4	67.1
Algodón	17.4	29.4	11.1
Arroz	3.3	5.8	26.7
Pielés y cueros	16.8	7.1	6.2
Carnes	29.1	1.4	—
Tabaco	8.2	7.8	10.8
Maderas	3.1	5.9	15.4
Maíz	16.1	1.1	5.3
Lanas	9.3	0.2	2.4
Trigo	2.8	0.2	0.6

FUENTE: Banco Mundial, "Commodity Trade and Price Trends", 1978.

3. LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS DE PRODUCTOS BÁSICOS

Diversas circunstancias han determinado que la participación relativa de América Latina en el comercio mundial sufra un deterioro paulatino. En efecto, durante la preguerra tal participación se situaba en 7.8%, habiendo subido a 9% en los primeros años del decenio de 1950 para bajar a cerca de 5% en los últimos años. Asimismo, de 1971 a 1974 los países latinoamericanos sólo lograron un incremento de 0.8 en el *quantum* de sus exportaciones, en tanto que el comercio mundial se expandió a una tasa anual de 3.7%.¹¹

¹¹ Harvery, Alfredo y Grebe, Hirts, "Asociaciones de productores en América Latina: nuevo mecanismo de política comercial", *Comercio Exterior*, vol. 27, núm. 2, México, febrero 1977, pp. 150-160.

Son 20 productos los que América Latina incorpora en proporciones significativas al comercio mundial. En algunos de ellos la participación de los países de la región es superior a 50% de las ventas en el mundo: plátano, café, bauxita, harina de pescado, aceite de linaza y azúcar (véase el cuadro anterior). Otro grupo, constituido por el aceite de cacahuete (maní), el cobre, la carne de ganado vacuno y el sisal, participa en el comercio mundial en proporciones que varían de 21.0 a 40.1%. Finalmente, un tercer grupo de productos como plomo, zinc, estaño, cacao, maíz, cueros y pieles, algodón, mineral de hierro y mineral de magnesio, registra una ponderación que fluctúa entre 13.1 y 18.7%.

Lo anterior significa que de los 32 principales productos que exportan los países en desarrollo (véase de nuevo el cuadro), América Latina tiene mayor ponderación en 14 productos, Asia en 11 y África en 7, siendo los productos exportados por la región similares principalmente con las exportaciones africanas, como es el caso del café, el cacao, el aceite de cacahuete, el sisal, el magnesio, el cobre y el mineral de hierro.

Aunque no se dispone de información suficiente sobre la participación que corresponde a las exportaciones de los 20 productos principales de América Latina en el comercio mundial, el análisis de los principales productos agrícolas de exportación permite obtener una idea aproximada sobre la situación de las exportaciones latinoamericanas en el intercambio internacional. Cabe señalar, en primer lugar, que los productos agrícolas representan alrededor de 76% de las exportaciones agrícolas latinoamericanas y 22% de las exportaciones agrícolas mundiales.

Como se señaló anteriormente, la participación de América Latina en el mercado mundial se ha ido reduciendo sistemáticamente, debido en parte al aumento de la demanda interna resultante del crecimiento de la población y de los niveles de industrialización alcanzados, pero también como efectos de las barreras que impiden el libre acceso de sus productos al mercado mundial. Esta evolución puede ilustrarse examinando la situación de algunos productos en particular. En el caso del algodón se advierte que la participación de la región en las exportaciones mundiales, después de haber llegado a representar 26% en 1962-1964, se redujo en 1972-1974 a los niveles de hace veinte años; tratándose del café la reducción ha sido sistemática, en tanto que en el caso del plátano o banano puede apreciarse un virtual estancamiento en el último decenio.

Las exportaciones de carne de ganado vacuno se redujeron sustancialmente durante la guerra y los años posteriores, sin que su aumento ulterior hubiera permitido que se recuperaran los niveles absolutos de 1938. Por último, en el caso del cacao se advierte una situación estacionaria a lo largo de los últimos 40 años.

En la actualidad, sin embargo, los países de la región dependen de un reducido número de productos de exportación, pues 60% de los ingresos por exportación de productos agrícolas proviene de cinco productos: café, azúcar, banano, carne y algodón.

Por lo que se refiere a la situación de otros productos de exportación, de origen no agrícola, es necesario destacar que, a pesar de que el sector minero ha disminuido su importancia relativa en la producción global de la región y en las exportaciones mundiales, en la economía de países como Bolivia, Chile, Guyana, Jamaica, Perú y Surinam las actividades mineras continúan gravitando significativamente.

Durante los primeros años del actual decenio la producción regional creció a un ritmo menor al observado en el decenio precedente, pues predominaron precios bajos para el grueso de los minerales, con excepción del periodo que se extiende entre 1973 y la primera mitad de 1974. Los precios sin precedentes alcanzados en este último periodo declinaron, sin embargo, a partir de entonces, agudizando los problemas externos de las economías dependientes de la explotación de estos recursos no renovables.

La comercialización de cobre, plomo, zinc y estaño se halla sujeta a una notoria inestabilidad de precios. Una idea del grado en que oscilan los precios internacionales de estos productos se obtiene al comparar las series correspondientes al estaño, el cobre y el tungsteno, en las que se aprecian rangos de variación de 100 a 372, en el caso del primer producto, de 93 a 303, en el caso del segundo y de 45 a 44, en el caso del tercero, dentro de un periodo de 14 años. La producción y las reservas conocidas de minerales se encuentran localizadas sólo en determinados países de la región. Así, por ejemplo, 90% de la producción de bauxita se concentra en Guyana, Jamaica y Surinam; igual porcentaje de la de cobre en Chile y Perú; más de 80% de la plata, el plomo y el zinc en México y Perú; cerca de 85 del estaño se localiza en Bolivia; prácticamente la totalidad del hierro es producido por Brasil, Chile, México,

Perú y Venezuela, y por último Cuba y la República Dominicana producen casi todo el níquel de la región.¹²

4. LAS EXPORTACIONES MEXICANAS DE PRODUCTOS BÁSICOS

El cuadro global de las materias primas consideradas como básicos en el comercio internacional visto anteriormente, sirven para ubicar a México como un productor importante en varios de los productos primarios registrados.

En efecto, excluyendo los hidrocarburos que, obviamente, se inscriben con características especiales en el mercado de las materias primas, México exhibe en su sector exportador dos grandes contingentes de productos básicos: a) los de origen agrícola, cuyos exponentes más destacados son algodón, café en grano, garbanzo, jitomate, semilla de ajonjolí y miel de abeja, de los cuales nos permitimos suministrar montos y países de destino en el siguiente cuadro.

MÉXICO: PRINCIPALES PRODUCTOS PRIMARIOS DE EXPORTACIÓN POR PAÍS DE DESTINO

(Miles de dólares)

	Enero/diciembre		Enero/septiembre
	1980	1981	1982
<i>Algodón</i>			
(5501 a 01 y 02)			
<i>Total</i>	306 318	300 143	109 086
China	73 454	112 212	23 121
Estados Unidos	63 390	83 425	34 890
Japón	87 096	66 019	24 175
Alemania Occidental (Rep. Federal)	19 943	8 725	13 258
Italia	24 109	8 166	5 729
Chile	8 779	2 995	—

¹² Harvery, Alfredo y otro, *op. cit.*

	<i>Enero/diciembre</i>		<i>Enero/septiembre</i>
	1980	1981	1982
<i>Café crudo en grano</i> (0901 a 01 y 02)			
<i>Total</i>	421 225	330 193	252 811
Estados Unidos	271 099	241 216	195 766
Alemania Occidental (Rep. Federal)	25 885	14 628	12 578
España	48 238	14 216	8 154
Bélgica-Luxemburgo	17 799	12 630	6 623
Francia	18 669	12 469	9 225
Suiza	7 994	7 255	7 839
<i>Garbanzo</i> (0705105 y 06)			
<i>Total</i>	607 790	56 969	21 514
España	23 780	30 132	16 455
Argelia	8 412	11 512	—
Estados Unidos	7 851	9 596	4 095
China	133	1 572	—
Brasil	775	923	151
<i>Jitomate</i> (0701 a 18)			
<i>Total</i>	166 533	248 335	137 717
Estados Unidos	166 474	247 940	137 716
Ghana	—	215	—
Etiopía	—	144	—
<i>Semillas de ajonjolí</i> (1201 a 02)			
<i>Total</i>	28 894	21 986	9 814
Estados Unidos	6 343	7 261	6 530
Japón	9 657	5 167	543
Corea del Norte	3 428	4 339	—
Egipto	—	2 307	—

	Enero/diciembre		Enero/septiembre
	1980	1981	1982
<i>Miel de abeja</i> (0406 a 01)			
<i>Total</i>	31 552	32 801	19 759
Alemania Occidental (Rep. Federal)	11 329	19 626	12 227
Estados Unidos	2 258	8 591	5 715
Alemania Oriental (Rep. Democrática)	10 222	2 054	—
Reino Unido	2 736	1 433	489

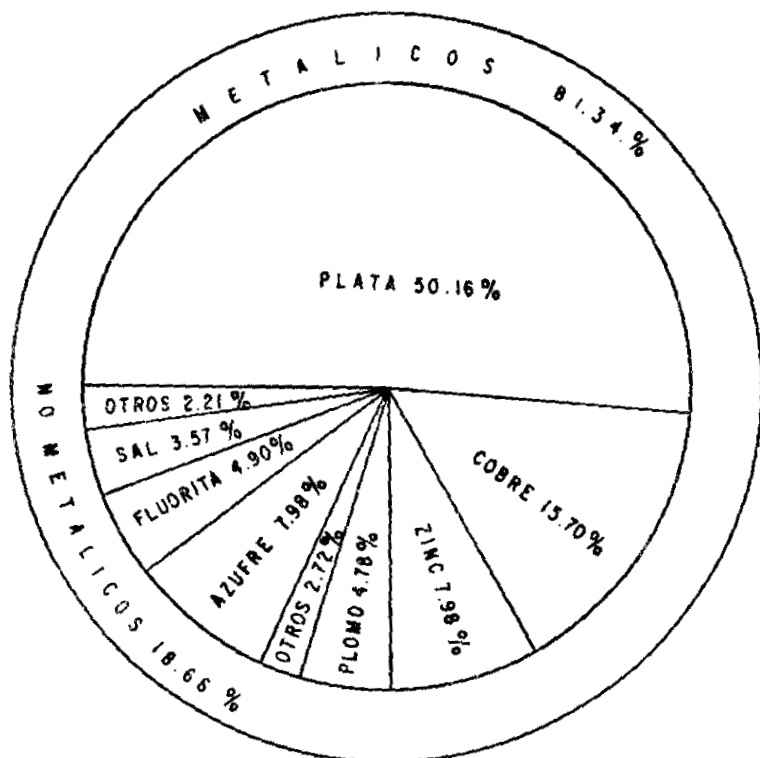
FUENTE: Dirección de Servicios de Comercio Exterior, IMCE, 1982.

El otro contingente de básicos mexicanos *b*) es el referido a los minerales, en los que el país destaca en catorce de ellos a nivel mundial. Es así como es el primer productor mundial de plata, fluorita y celestita, el segundo en bismuto y arsénico; el tercero en antimonio, grafito y sulfato de sodio; cuarto en azufre y selenio, y quinto en plomo, zinc, barita y mercurio, y sexto, en tres años más, en cobre.

A ellos debemos sumar el bario, el cadmio, el gipsum, el rhenium y otros que están catalogados como minerales estratégicos y que tienen que ver con la independencia y soberanía del país. Es decir, México posee doce minerales estratégicos y participa en las reservas de minerales estratégicos mundiales, lo que le obliga a destinar futuras inversiones de un alto interés geopolítico y económico.

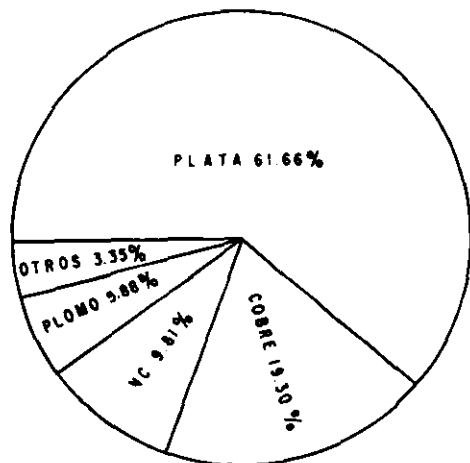
Desde el punto de vista de las exportaciones, la gráfica siguiente nos da una idea de la composición de los minerales mexicanos que van a los mercados externos.

VALOR DE LA EXPORTACIÓN MINERO METALÚRGICA DE MÉXICO
1980



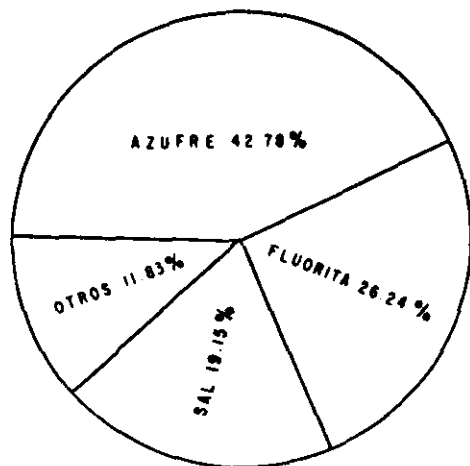
CONCEPTOS	MILES DE PESOS	%
TOTAL	30907536	100.00
METÁLICOS	25140109	81.34
NO METÁLICOS	5767427	18.66

VALOR DE LA EXPORTACIÓN MINERO METALÚRGICA 1960



METÁLICOS

PRODUCTOS	MILES DE PESOS	%
TOTAL	25140109	100.00
PLATA	15502480	61.66
COBRE	4851914	19.30
ZINC	2467128	9.81
PLOMO	1478374	3.88
OTROS	840213	3.35



NO METÁLICOS

PRODUCTOS	MILES DE PESOS	%
TOTAL	5767427	100.00
AZUFRE	2467325	42.78
FLUORITA	1513179	26.24
SAL	1104636	19.15
OTROS	682287	11.83

Ambos grupos de productos básicos conforman, en mercados internacionales, favorables ingresos superiores a los cinco mil millones de dólares, pero, precisamente, por lo inestable de sus precios, están expuestos a caídas violentas como en el año 1982, en que por ellos mismos, el país apenas obtuvo poco más de dos mil millones de dólares.

Lo anterior ha llevado al Gobierno Federal a plantear políticas y estrategias en dos niveles. Por una parte, propiciar la concentración de convenios en el contexto del Programa Integrado a fin de defender los precios en los mercados externos y, por otra, a efectuar cuantiosas inversiones, especialmente en el sector minero, a fin de procesar internamente dichos productos, con la mira de sustituirlas por manufacturas, semimanufacturas e insumos con valor agregado. Un buen ejemplo al efecto es el hierro y el acero, en los cuales aún no cubre la demanda interna y en el cobre, donde se desarrollan ambiciosos proyectos de refinación y fundición, en varios estados de la República.¹³

En síntesis, México es un importante exportador de materias primas y básicos de distinto origen, por lo que su inscripción a nivel internacional en los llamados países en proceso de desarrollo es una evidencia que no amerita mayor justificación.

5. EVOLUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS

El comercio internacional de este tipo de productos ha estado signado por parámetros diferentes a los principios tradicionales, y su tratamiento jurídico escapa a los esquemas tanto del GATT como de la llamada libre competencia. Su propia naturaleza influye en los mercados, y tanto la demanda como su oferta están determinados por factores complejos e históricamente desfavorables. En efecto, los productos básicos o materias primas, tradicionalmente han sido los impulsores de las corrientes comerciales internacionales, los que atravesando los océanos han llevado la industrialización a otros continentes. Por tal carácter de "subsidiarios" para los centros industriales, su dominio y comercialización no han sido autónomos, sino que han estado unidos a esquemas de dominación colonial-imperial o extranjera, de tal suerte que una vez que tales

¹³ *Vid.*, Cámara Minera de México, Informe a la Asamblea General Ordinaria, 1982 (documento interno).

productos son arrancados de la naturaleza, pierden existencia propia, para ser elementos dependientes de grandes empresas procesadoras o manufactureras. Hay, entonces, una dependencia originaria, que hace que el producto básico no alcance estatura mercantil viable para llegar a los mercados impulsados por demandantes y oferentes independientes, al estilo de la libre concurrencia diseñada por el GATT para las manufacturas.¹⁴

Dicho contexto influye lógicamente en los mercados de productos básicos, pues los demandantes, generalmente ubicados en los centros industrializados, determinan sus compras por estrategias de maximizar su uso, gracias a las innovaciones tecnológicas y sustituciones sintéticas, con lo que limitan su expansión, congelando progresivamente la demanda global.

Paradójicamente, por el lado de la oferta, especialmente en las últimas décadas y a consecuencia de la descolonización en las áreas periféricas, los oferentes de productos básicos se han acrecentado compitiendo entre ellos a demandadores escasos, que además regatean sus importaciones y precios. Es decir, pocos compradores, generalmente concentrados en grandes empresas trasnacionales que dominan el mercado del producto básico (cobre, café, etcétera) y muchos oferentes-vendedores que, sin planificación ni mercadotecnia, confluyen en un mercado internacional cada vez más concentrado y limitado.

Consecuencia de ello ha sido una baja permanente en los precios e ingresos que estos países obtienen por sus exportaciones, disminución que no se compagina con el alza permanente de los precios de las manufacturas, tecnologías y bienes de capital, productos que precisamente integran la columna de las importaciones de los países en proceso de desarrollo.

Para hacer frente a tan adversa situación, las estrategias que se han aplicado a la comercialización de los productos básicos han sido diversas. Primeramente, los Acuerdos Internacionales sobre Productos Básicos (AIPB), especie de *cartels* que desde la década de los treinta se han formado a nivel internacional y que han buscado disciplinar un tanto los precios y la oferta de productos primarios, pero que no han tenido eficacia por razones tanto técnicas como políticas. Esta estrategia, más pragmática que política, tuvo el inconveniente original de permitir la presencia abrumadora de

¹⁴ Vid., Jorge Witker, *Derecho del comercio internacional*, Facultad de Derecho, Universidad de Guadalajara, México, 1981.

los países y empresas consumidoras, antes que más que equilibrar razonablemente los precios buscaron la especulación y/o acrecentar su unilateral interés, generalmente de tipo monopolístico y oligopólico.¹⁵

Ejemplos de estos AIPB son los del estaño, trigo, azúcar, café que precariamente han funcionado desde varias décadas atrás, sin que dichos productos hayan logrado una estabilización medianamente justa. Se trata, entonces, de poner en evidencia el fracaso de los AIPB en la tarea de lograr ingresos remuneradores para los exportadores y precios equilibrados para los consumidores de materias primas y básicas.

Superada la etapa de acuerdos producto por producto, en la década de los setenta, comienza a germinar la idea de situar la comercialización de los básicos en un contexto amplio y totalizador que apuntara no tanto a la estabilidad de precios sino más bien a relacionarlos con las inversiones productivas vinculadas con los trasposos tecnológicos, con la ampliación de la demanda global y, lo que es más importante, con la reestructuración de un nuevo orden económico internacional, orden en el cual las materias primas son elemento más de interrelaciones e interdependencias mayores. Es decir, de la estrategia empírica de los AIPB se pasa en los setenta a una estrategia integral y universal que visualiza a los productos básicos en un programa Integrado, en el cual convergen todos los exportadores primarios, para oponer una fuerza negociadora común a los centros demandadores de dichos productos a nivel del mercado internacional.

En el contexto del Programa Integrado de Productos Básicos, estrategia de interdependencia global, ha ido surgiendo una nueva concepción de cooperación entre productores de materias primas. Por una parte, se han desarrollado las Asociaciones de Países Productores de Productos Básicos, que analizaremos más adelante en este libro, y los Convenios Internacionales de Productos que en número de 18 (dicho número conforma la canasta de materias primas fundamentales para el Tercer Mundo), estructuran sistemas con cláusulas económicas y de compromiso amplio, que apuntan a sentar las bases de una cooperación real y operativa entre consumidores auténticos y exportadores gubernamentales poderosos y respetables.

¹⁵ Silva Colmenares, Julio, "Aspectos del Mercado Mundial Cafetalero" en *Comercio Exterior*, vol. 28, núm. 7, julio 1978, pp. 848-856.

Conviene sólo mencionar que estos nuevos Convenios (siete ya implementados hasta 1983) responden básicamente a los lineamientos de la histórica Resolución 93 de la IV UNCTAD, en la que se sentaron las premisas orientadoras, tanto del Programa Integrado de Productos Básicos como del Fondo Común de Financiamiento de los Básicos, instrumentos que amparan y protegen la concertación de convenios por productos, pero que, a diferencia de los AIPB, tienen como sustento la interdependencia entre exportadores gubernamentales y consumidores reales, no encubridores de monopolios y oligopolios especulativos.

Otras estrategias que, junto a nuevos convenios internacionales, comienzan a abrirse paso a niveles de la UNCTAD, son las referidas a las empresas multinacionales de comercialización y a las empresas multinacionales de producción.

5.1. *Las empresas multinacionales de comercialización*

Una de las características del comercio internacional es el creciente poder de mercado de conglomerados internacionales con capacidad para centralizar las operaciones de comercialización de una serie de productos básicos, procedentes de diferentes fuentes internacionales de suministro, y destinado a un mercado internacional diversificado. Pocos son los países en desarrollo que pueden establecer empresas de comercialización competitivas. Dado que los productos primarios representan alrededor del 80% del comercio de exportación de los países en desarrollo, es natural que para muchos de estos países sea una cuestión prioritaria el aumento de su participación en la comercialización y la distribución de esos productos.

El establecimiento de empresas multinacionales de comercialización podría facilitar a los países en desarrollo la obtención de muchas de las ventajas de que hoy gozan las grandes empresas comerciales internacionales y mejorar así su posición competitiva en relación con esas empresas. De este modo, combinando la comercialización de los productos de diversos exportadores podrían acrecentar estos países su poder de mercado. Además, al tratarse de operaciones combinadas, tendrían acceso a más medios de financiación y podrían obtenerla de instituciones internacionales de financiación en condiciones más favorables que las que se aplican individualmente a las empresas nacionales de comercialización. Esto

facilitaría también la realización de operaciones de comercialización en cadena, incluidas las operaciones de venta al por mayor, de transporte, de elaboración y, tal vez, en algunos casos, incluso las operaciones de venta al por menor en los grandes mercados de los países desarrollados. Cabría esperar, como resultado de las operaciones de tales empresas, un ahorro neto de divisas, reflejado tanto en las utilidades de las empresas mismas como en un valor f.o.b. de los productos exportados.

La secretaría de la UNCTAD ha hecho, al respecto, una selección de los sectores en los que podrían establecerse empresas multinacionales de comercialización, distribuidas, además, por regiones geográficas. Dicha selección geográfica y por productos es la siguiente:

En la región de África

Café, cacao, té, semillas oleaginosas y aceites vegetales, madera, algodón, sisal, frutas, nueces, legumbres, fosfatos, cobre, productos textiles y prendas de vestir, artículos de cuero, artesanías, carne, pescado y preparados de carne y de pescado.

En la región de Asia

Tabaco, arroz, algodón, caucho y artículos de caucho, té, yute y artículos de yute, mandioca, madera y artículos de madera, especias, aceites vegetales (aceite de palma y aceite de coco), alimentos para los animales, cuero y artículos de cuero, frutas en conserva, productos marinos, estaños, metales comunes, minerales, acero (primario y elaborado), productos electrónicos, material ferroviario, vehículos no automotores, muebles, maquinaria no eléctrica, incluida la maquinaria agrícola, prendas de vestir de confección y piezas para automóviles.

En la región de América Latina

Azúcar, café, cacao, algodón, carne, aceites vegetales, madera, cobre, bauxita, estaño, mineral de hierro, plata, plomo, cinc, productos marinos, abonos, frutas y legumbres (frescas y en conserva), bebidas alcohólicas, productos alimenticios de alto poder nutritivo (derivados de harina de pescado, soja, quina, cacao, azúcar,

etcétera), cuero, cueros y pieles y productos fabricados con cueros y pieles, productos alimenticios, muebles, pulpa, papel y cartón, productos textiles y prendas de vestir, productos de acero, productos de metales no ferrosos, material de construcción, productos de la industria mecánica, aparatos eléctricos de uso doméstico, productos químicos y productos de artesanía.

En dichos productos y regiones es posible implementar empresas multinacionales de comercialización, las que deberían cumplir las siguientes funciones:

a) Centralización de la comercialización de los suministros exportables de productos y establecimiento de directrices para la normalización de los productos y su adaptación a las exigencias del mercado mundial;

b) Aplicación de programas concertados para el comercio de exportación e importación con los países en desarrollo y con países desarrollados;

c) Centralización de las actividades de promoción de las exportaciones de productos determinados y establecimiento de marcas comerciales y diseños comunes;

d) Establecimiento de sistemas de información comercial en los grandes mercados;

e) Fomento de las investigaciones encaminadas a hacer inversiones en las líneas de productos e introducir nuevas líneas y asesoramiento a las empresas nacionales sobre la manera de adaptar su producción a las exigencias del mercado;

f) Programación del transporte marítimo de importaciones y exportaciones utilizando al máximo la capacidad de carga y alnacenamiento disponible y organizando expediciones combinadas, a fin de reducir los costos de transporte.

g) Compra directa de excedentes exportables y celebración de contratos con empresas individuales de los países en desarrollo participantes que puedan producir artículos de la calidad requerida a precios competitivos;

h) Adquisición global de los insumos y de los bienes de equipo necesarios para los sectores de producción de que se trate, e

i) Diversificación de las líneas de comercialización para contrarrestar riesgos comerciales.¹⁶

¹⁶ UNCTAD V. Cooperación económica entre países en desarrollo, tema 18, documento complementario, Manila, mayo 1979, Naciones Unidas, pp. 38 y ss.

Finalmente, convendría señalar que experiencias como las propuestas comienzan exitosamente a despuntar en América Latina, con la creación de los "Comités de acción" del Sistema Económico Latinoamericano (SELA), mismos que han dado a luz la Empresa Multinacional de Fertilizantes (MULTIFER), que, prácticamente, controla la comercialización de dichos productos, logrando una convergencia entre exportadores e importadores regionales de positivos resultados y rompiendo la intermediación de intereses extraños a los latinoamericanos.¹⁷

5.2. *Las empresas multinacionales de producción*

No cabe duda que la estrategia más positiva para enfrentar el declive de los precios de las materias primas y básicos es propiciar la transformación y elaboración en los propios países productores. Es decir, dotarlos de valor agregado nacional y elaborarlos, para llegar a los mercados externos con manufacturas o semimanufacturas, con precios permanentemente remuneradores.

Aunque la participación de los países en desarrollo en la producción mundial de manufacturas ha aumentado algo en los últimos años, sólo les corresponde alrededor de 8% del total mundial. En el caso de los productos intermedios y de ingeniería y bienes de capital, fundamentalmente, la participación de los países en desarrollo en la producción mundial es aún más pequeña. En cambio, dichos países son importantes productores de minerales y les corresponde una parte considerable de la producción minera mundial y del comercio mundial de varios minerales. Pero los países en desarrollo no han podido, salvo en una medida muy limitada, iniciar la elaboración en gran escala de sus minerales ni utilizar su producción de éstos como punto de partida para ampliar y profundizar, considerablemente, su base de industrialización.

Las empresas multinacionales de producción, técnicamente conocidas como empresas mixtas en América Latina, conforman un expediente viable, pues es posible conjuntar tecnologías y procesos productivos de punta, con la abundancia de materias primas y mano de obra masiva, logrando productos elaborados de exportación, con beneficios recíprocos. La subcontratación internacional

¹⁷ Vid., Jorge Witker. *Las empresas públicas en México y España*, Edit. Civitas, Madrid, pp. 243 y ss.

(industria maquiladora) es un ejemplo que, utilizado en gran escala por los países industrializados, puede extenderse a relaciones tanto sur-sur como norte-sur. Los contratos de riesgos, los contratos de coproducción, y la misma subcontratación internacional, son figuras jurídicas que empiezan a despegar en el Tercer Mundo como formas de ruptura con la vieja tendencia a exportar los productos básicos en su estado natural o seminatural.

En América Latina, tanto el precario Pacto Andino, como el propio Sistema Económico Latinoamericano, han diseñado mecanismos institucionales de tipo societario, que posibilitan el desarrollo de este tipo de empresas, llamadas multinacionales andinas, en donde es posible elaborar y procesar las abundantes materias primas que posee la región.

Las dos estrategias últimamente mencionadas conforman las respuestas adecuadas a las acciones que, a nivel internacional, despliegan con éxito las empresas transnacionales que capturan en un alto porcentaje, por ejemplo, la industrialización y comercialización de los alimentos a niveles planetarios, tendencia que se refleja con nitidez en el cuadro que a continuación reproducimos.

LAS PRINCIPALES EMPRESAS EN LA COMERCIALIZACIÓN E
INDUSTRIALIZACIÓN DE ALIMENTOS

<i>Producto</i>	<i>Principales comercializadores</i>	<i>Principales industrializadores</i>	<i>Ventas 1980 (en miles de millones de dólares)</i>
<i>Azúcar</i>	Tate & Lyle (Gran Bretaña)	Gulf & Western (Estados Unidos)	5.3
	Sucres et Denrées (Francia)	Lonrho (Gran Bretaña)	5.0
	Engelhard (Philipps) (Estados Unidos)	Tate & Lyle (Gran Bretaña)	3.4
	E. D. F. Man (Gran Bretaña)	Amstar (Estados Unidos)	1.8
<i>Café</i>	J. Aron (Estados Unidos)	Nestlé (Suiza)	13.8
	Volkart (Suiza)	Procter & Gamble (Estados Unidos)	11.2
	ACLI International (Estados Unidos)	General Foods (Estados Unidos)	6.4
	Socomex (Estados Unidos)	Coca-Cola (Estados Unidos)	5.9
	General Foods and Procter & Gamble (Estados Unidos)	Jacobs (Alemania Federal)	1.6
	<i>Maíz</i>	Continental (Estados Unidos)	Cargill (Estados Unidos)
Louis Dreyfus (Francia)		CPC International (Estados Unidos)	4.1
Bunge & Born (Brasil)		Standard Brands (Estados Unidos)	3.0
André (Suiza)		ADM (Estados Unidos)	3.2
Cargill (Estados Unidos)		Bunge & Born (Brasil)	n.a

<i>Arroz</i>	Connell (Estados Unidos)	Cargill (Estados Unidos)	25.0
	Continental (Estados Unidos) "Six Tigers" (Tailandia)	Continental (Estados Unidos)	n.a
<i>Cacao</i>	ACLI International (Estados Unidos)	Nestlé (Suiza)	13.8
	Volkart (Suiza)	Cadbury-Schweppes (Gran Bretaña)	2.7
	Gill and Duffus (Gran Bretaña)	Mars, Inc. (Estados Unidos)	2.3
	Internatio (Estados Unidos/Holanda)	Rowntree-Mackintosh (Gran Bretaña)	1.5
	J. H. Rayner (Estados Unidos)	Hershey Foods (Estados Unidos)	1.3
<i>Té</i>	Allied-Lyons (Gran Bretaña)	Unilever (Liptons) (Gran Bretaña)	24.3
	Unilever (Gran Bretaña)	Associated British Foods (Twinning) (Gran Bretaña)	5.8
	J. Finaly (Gran Bretaña)	Allied-Lyons (Gran Bretaña)	5.0
	Brooke Bond (Gran Bretaña)	Brooke Bond (Gran Bretaña)	1.6
	Associated British Food (Gran Bretaña)	James Finaly (Gran Bretaña)	n.a
	<i>Banano</i>	R. J. Reynolds (Del Monte) (Estados Unidos)	R. J. Reynolds (Del Monte) (Estados Unidos)
United Brands (Estados Unidos)		United Brands (Estados Unidos)	3.9
Castle & Cooke (Estados Unidos)		Castle & Cooke (Estados Unidos)	1.7
<i>Piña</i>		Mitsubishi (Japón)	66.1
		Nestlé (Libby) (Estados Unidos)	13.8
		R. J. Reynolds (Del Monte) (Estados Unidos)	10.4
		Castle & Cooke (Estados Unidos)	1.7