

II.2. Las empresas transnacionales y la globalización de la agricultura³³.

*El objetivo es el control. Para entender los fines adecuadamente uno debe entender primero el objetivo. Un agricultor que no pide créditos y planta sus propias semillas es difícil de controlar porque puede alimentarse a sí mismo y a sus vecinos. No depende ni del banquero o del político de una ciudad lejana. Mientras que los agricultores en la América (EE.UU.) actual son poco más que inquilinos de los intereses de las grandes empresas y los bancos, el mundo rural del Tercer Mundo ha permanecido relativamente alejado de su influencia -hasta ahora.*³⁴

Del Apartado II.1 se desprende el papel clave que juegan las empresas agroalimentarias en la conformación del sistema alimentario actual. Empresas que son de carácter transnacional, es decir, empresas internacionales que operan a nivel global. Su actuación se intensifica en el tercer régimen alimentario, donde son las ETN quienes establecen las relaciones entre productores y consumidores en el ámbito mundial, transformando en el proceso tanto el sistema de producción como el de consumo hasta convertirlo en un único sistema global.

Aunque en una primera consideración no parezca que la forma de control directo de la agricultura por las IAA a través de los inputs y la tecnología y la compra de productos haya cambiado en las dos últimas

³³ No se pretende aquí el realizar un estudio sobre las empresas agroalimentarias (IAA) en sí mismas, sino únicamente desvelar su incidencia en la organización y dinámica de la producción agraria. Por tanto, la información descriptiva que se proporciona no pretende ser ni completa ni totalmente actualizada, sino sólo utilizar unas ilustraciones o ejemplos de la dinámica general que se describe. Por otra parte, debido a la aceleración de los cambios en esta dinámica, es posible que alguno de los datos concretos mencionados vayan quedado obsoletos desde el momento en que se escriben estas líneas hasta su publicación.

³⁴ Tomado de Paul y Steinbrecher 2003.p.184 'New Technology 'Terminates' Food Independence. World Internet News Distribution source (WINDS) April 1998.

décadas, la profundización de la operación a nivel mundial que supone la globalización ha conducido a que se haya alterado muy sustancialmente la articulación entre las diversas producciones primarias y la producción de los bienes alimentarios finales para el mercado, llevando a internacionalizar la producción sectorial, a industrializar la producción agraria, a diluir los límites de los sistemas de producción y al aumento de la importancia de la distribución. Quizá valga la pena mencionar desde ahora que las industrias alimentarias parece que han optado más por una estrategia de aproximación al ámbito de la distribución que al de la producción agraria: 'De las empresas extranjeras afiliadas propiedad de las 100 mayores empresas agroalimentarias, en el periodo 1978-90 la participación de las relacionadas con la agricultura bajó del 10% al 7% del número total de afiliadas, mientras que aumentaban del 18% al 20% las vinculadas a la distribución'. (Rama, 1998,35)

Por medio de la incidencia de las grandes empresas transnacionales en la producción y distribución de los mercancías, los productos alimentarios se obtienen por la combinación de procesos diferenciados que tienen lugar en una multiplicidad de países y se consumen en otros que pueden estar muy alejados de éstos. Por ejemplo: los pollos o los cerdos que se venden a la industria cárnica en Cataluña, y cuyos productos elaborados se venderán en la UE, son criados en Lérida, con embriones originarios de Holanda o Estados Unidos o animales recién nacidos comprados en el Reino Unido, con piensos que contienen la soja de Argentina o Estados Unidos, la mandioca de Tailandia, las hormonas de Alemania... y de cuyos residuos (estiércoles) es posible que se disponga en la India. Como los automóviles o los aviones -en los cuales muchos componentes que se producen en distintas factorías y en economías diferentes se unen por medio de empresas transnacionales a través de subsidiarias directas o subcontratantes- el sector ganadero se conecta, a través de la industria transnacional de piensos, a los ganaderos especializados en todo el mundo, para producir carnes que serán consumidas principalmente en los países ricos donde está concentrada la capacidad de compra de los consumidores.

Es necesario precisar que el que la planificación de la producción y el consumo y el aprovisionamiento de algunos inputs y ciertas operaciones se ejecuten a nivel global no debe interpretarse que disminuye la concentración de las empresas que constituyen los agentes activos del proceso, ni a nivel de actuación en países concretos: 'Entre América del Norte, la Unión Europea y la Cuenca del Pacífico concentran el 70% de las industrias mundiales de alimentos y alrededor del 90% del flujo de inversiones directas que realizan las firmas multina-

cionales del sector. En este contexto surgen nuevos oligopolios transnacionales (Arla Foods (Dinamarca/Suecia), Fonterra Cooperative group (Nueva Zelanda), Lactakis (Francia) frente a los tradicionales grupos del agrocomercio (Cargill, Nidera) y de las industrias multiproducto (Nestle, Unilever, General Food) se suman ahora otros conglomerados empresariales posicionados en la distribución minorista (Carrefour, Wal-Mart, Sainsbury) y el consumo colectivo (Mac Donald's, Pepsico, Pillsbury)' (Gorenstein, 1998, 458).

No obstante, la gran dimensión y poder económico de las empresas alimentarias, junto con su capacidad de sustitución de productos a la que ya nos hemos referido (véase II.1.3.), así como el de incidir en y homogeneizar la demanda de los consumidores, les permite elaborar productos para mercados muy amplios situados en distintos países. La tendencia dominante actualmente es la de producir bienes duraderos para destinos lejanos y la supresión de particularidades de tiempo y lugar, tanto en la agricultura como en los consumos alimentarios. Mas rápidamente que nunca, las IAA desconectan la producción del consumo y los vuelven a relacionar a través de compras y ventas. Han creado un sistema productivo para la economía mundial que elimina las consideraciones de lugar orientándose al servicio de los mercados de consumo globales. 'Antes, yo necesitaba en Europa 24 fábricas de congelados. Hoy puedo trabajar con 4, abastecer desde la de España a una parte del resto de Europa y viceversa... Antes producíamos exclusivamente para España. Hoy, el 40% de los volúmenes que produce España se exportan. Estas exportaciones abastecen a empresas de Nestle en otros países' (Consejero Delegado de Nestle en El País 26/7/2004). 'Cuando se habla de crear un 'ternero mundial' -¿clónico?- de la misma manera que de producir un 'coche mundial'... aunque ambos son productos 'made in the world' (hechos en el mundo), quienes dirigen el proceso son ETN de propiedad fuertemente concentrada situadas en los países centrales, mientras que quienes los consumen están asimismo concentrados en pocos países ricos y en algunas capas minoritarias de élites con alta capacidad adquisitiva en los países pobres'. (McMichael, 1994, 281).

Como una gran parte de esta actuación ha quedado incorporada en los apartados anteriores, no entraremos aquí en aspectos que puedan suponer una repetición, sino que sólo completaremos algunos elementos que no han sido recogidos hasta ahora.

II.2.1. La dimensión y concentración empresarial

‘La dimensión media de las cien mayores empresas multinacionales de alimentación y bebidas en Europa y Japón era de una producción anual de 6,7 y 5,7 billones de dólares (miles de millones) respectivamente en 1994, mucho menor que la de las multinacionales de Estados Unidos, con 13 billones. La producción de las 100 mayores empresas del mundo en alimentación y bebidas creció en dólares corrientes de 143,5 billones en 1974 a 826,4 en 1994; ... la participación de este grupo (las cien mayores), que estaba en torno a un tercio de la producción mundial, así como la de la mayor parte de la producción internacional de alimentación y bebidas desde el principio de los noventa, es muy probable que aumente en los próximos años... Como media, las ventas globales de las 100 empresas mayores crecieron en dólares corrientes al 21,3% anual en el periodo 1974-81; al 7,5% anual en 1981-88 y al 3,6% en 1988-94’. (Rama, 1998, 32). ‘Las 20 mayores empresas alimentarias controlan un 6,7% del mercado mundial’ (País 25/7/2004). Cifras en sí mismas bastante impresionantes tanto respecto a la dimensión empresarial como a sus tasas de crecimiento.

Cuadro II.2.1.

Ranking de las mayores empresas agroalimentarias entre todas las mayores empresas del mundo

	Número
Wal-Mart (distribución)	8
Phillips-Morris (tabaco)	29
Unilever (mantequillas y grasas)	35
Nestle (multiproducto)	36
Pepsico (bebidas)	95
Carrefour (distribución)	96

Fuente: Fortune. Aunque lo citamos como ejemplo, no estamos muy convencidos del rigor de la clasificación, pues es evidente que las distribuidoras como Wal-Mart no son sólo agroalimentarias. De todos modos, incluso con dudas los rankings que se mencionan nos parecen de interés

Cuadro II. 2. 2.

Las diez mayores empresas de alimentación y bebidas. 2000

Empresa	País	Ventas A y B* (miles millones \$)	A y B/ total ventas (%)
Nestlé	Suiza	48,8	100
Phillips Morris (Kraft + Nabisco)	Estados Unidos	30,9	49
ConAgra (+ Intern Home Food)	Estados Unidos	25,3	100
Unilever (+Bestfoods)	Holanda-Reino Unido	21,1	48
CocaCola Co.	Estados Unidos	20,5	100
Pepsico Inc.	Estados Unidos	20,4	100
IBP Inc.	Estados Unidos	16,6	100
Diageo	Reino Unido	16,6	100
Mars Inc.	Estados Unidos	15,3	n.d.
Groupe Danone	Francia	12,3	100

*A y B = alimentación y bebidas

Fuente: Soler, M (2004).

Además, las grandes empresas productoras de alimentos manufac-
turados tienen sus sedes en los países centrales. De las 25 mayores
empresas procesadoras de alimentos Suiza, Francia e Italia son la sede
de una empresa, Japón de dos, 5 están en el Reino Unido, con una mas
entre el Reino Unido y Holanda, y las 14 restantes en Estados Unidos.
En los restantes cuadros de este apartado se puede observar que lo
mismo sucede con las grandes comercializadoras y, también, con las
grandes proveedoras de inputs para la agricultura. La industria agro-
alimentaria es una industria fuertemente concentrada económica y
territorialmente.

La creciente competencia internacional y la desigual adopción de
tecnologías, junto con la inelasticidad de la demanda de productos ali-
mentarios, motivó una caída de la tasa de beneficios de las industrias
alimentarias durante los ochenta. Éstas percibieron que los beneficios
reales residían en el poder de mercado y que se basaban en la diferen-
ciación del valor añadido de los productos y la distribución al por
menor. Para capturar estos ámbitos del mercado iniciaron una estrate-
gia múltiple basada, por una parte, en la consolidación de los negocios
principales y, por otra, en la diversificación hacia los alimentos manu-
facturados. Todo ello ha llevado desde entonces a un proceso de rea-
juste empresarial, mediante compras y ventas de empresas, que conduce
a una reestructuración empresarial y a una concentración acelerada.

‘En justo dos décadas, desde 1970, ha tenido lugar una ola enorme de concentración industrial e inversión empresarial que ha transformado la imagen -y la orientación- de la generación de plantas en Europa y en el resto del mundo industrializado.’ (Vellvé R., 1992,39). El gran poder de las empresas agroalimentarias se acrecienta constantemente debido a un intensísimo proceso de amalgamas, absorciones, fusiones y las consiguientes reestructuraciones, que dan lugar a una fuerte concentración de las grandes empresas agroalimentarias que controlan el sistema alimentario. Proceso que se mantiene continuamente a un ritmo acelerado, a modo de un sistema exponencial.

Por el lado de los inputs, los productores constituyen grandes empresas multinacionales de maquinaria, semillas, químicas, y más recientemente de biotecnología y farmacia, todas ellas de gran entidad.

Cuadro II.2.3.

Clasificación por sectores basadas en los ingresos en 2000: agroquímicas, semillas y farmacéuticas.

Empresa	Ventas en millones de dólares USA y clasificación global (C)					
	Agroquímicas		Semillas		Farmacéuticas	
	C	Ventas	C	Ventas	C	Ventas
Syngenta	1	6.100	3	958		
Astra Zeneca					4	14.834
Novartis					7	12.698
Pharmacia (incl. Monsanto)	2	4.100	2	1.600	8	11.177
Aventis	3	3.400	10	267	5	14.809
BASF	4	3.400	--	--		--
Dupont (Pioneer)	5	2.500	1	1.938	--	1.630
Bayer	6	2.100	--	--	18	5.330
Dow	7	2.100	7	350	--	--

Fuente: Paul y Steinbrecher, 2003, Cuadro 4.2., p. 84

No sólo son empresas de gran dimensión, sino altamente concentradas, lo que implica la existencia de mercados oligopolísticos muy acentuados: ‘En 1996, las diez empresas agroquímicas mayores agrupaban el 82% de las ventas de agroquímicos, las 10 mayores empresas de semillas controlaban más del 40% del mercado global (mundial) de semillas, y las 20 empresas farmacéuticas mayores controlaban aproximadamente el 57% del mercado de productos medicinales’. (Balanya

et al. 2000). En la industria de pesticidas las 5 compañías mayores controlaban el 70% de las ventas (CAES, 2001) y en el año 2000, cinco empresas agroquímicas -DuPont, Syngenta, Aventis (luego BayerCropScience), Monsanto y Dow- controlaban asimismo el 71% de todas las patentes en biotecnología agrícola, las nueve mayores suponen aproximadamente el 85% de las ventas y las dos mayores controlan el 34% del mercado total. Además, 'esperamos que sólo queden cinco o seis empresas agroquímicas para el 2002' (Paul y Steinbrecher, 2003, 38 y 82).

Más ejemplos: cuatro empresas principales (Foro, Case, Massey Ferguson and John Deere) controlan el 77% del mercado de maquinaria agrícola en el Reino Unido. En Europa Occidental el número de empresas independientes de fertilizantes cayó de 56 en 1980 a 29 en 1990. En el Reino Unido sólo dos ETN (Norsk Hydro y Kemura) controlan el 90% del mercado de fertilizantes y las mismas están, además, situadas entre los principales productores europeos. Kemura gastó 257 millones de dólares desde 1986 a 1991 en compras de empresas, triplicando su capacidad de producción, y Norsk Hydro es el mayor productor europeo.

Esta gran concentración que, por un lado, les proporciona un inmenso poder, por otro, les vincula estrechamente a la coyuntura agraria y les hace bastante vulnerables a los problemas de la misma. Por ejemplo, en el Reino Unido, la introducción de las cuotas lecheras supuso a las empresas de piensos compuestos una caída en sus ventas de 4 millones de tm. en 1983 a 2,5 millones en 1987. Y una incidencia parecida en los tractores, fertilizantes y todo tipo de inputs agrarios³⁵. Muy probablemente la caída en el consumo de carne debida a la aparición de la Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB) y su extensión a diversos países de la UE especialmente en los años 2000 y 2001, había tenido efectos muy similares, aunque no sabemos que todavía hayan sido evaluados con precisión.

Respecto a los productos de alimentación animal, a fines de mayo del 2001 Cargill, una poderosa empresa internacional incluida entre las

³⁵ Es interesante constatar que, según la prensa, hace algunos años fueron los productores de fertilizantes quienes dieron la alarma acerca de la caída de la producción agraria en España. En la crisis del consumo de carne debido a 'las vacas locas' los productores de harinas para alimentación animal y los comercializadores de carne están tan activos en sus reivindicaciones como los propios ganaderos.

cuatro principales comercializadoras de cereales del mundo (véase más abajo), mediante la compra de la multinacional Agribrands (antigua Purina) se convirtió en el primer grupo mundial de alimentación animal. En otro ámbito que con frecuencia pasa desapercibido pero con mercados crecientes, el de la alimentación de los animales domésticos de compañía, Nestle en enero de 2001 compró la Ralston Purina, convirtiéndose así en la líder del sector a nivel mundial.

Un caso muy elocuente que ilustra la dinámica de estas empresas está constituido por las empresas de semillas. En éstas, a su evolución económica habitual, ya muy potente, hay que añadir el impacto que ha supuesto la absorción y el desarrollo de la biotecnología por el mundo de los negocios, que ha acelerado enormemente el proceso de concentración. Las empresas de semillas como Pioneer, Hi-Breed, deKalb, Mycogen y otras a nivel mundial han sido absorbidas por un pequeño grupo de empresas químicas como Monsanto, DuPont y Novartis, Dow Chemical y Astra Zeneca³⁶, las cuales han formado un cartel global para monopolizar y restringir el comercio de semillas transgénicas de maíz y soja, para evitar que entren otros competidores (cinco empresas transnacionales agroalimentarias y farmacéuticas controlan más del 95% de las patentes biológicas)³⁷.

Desde 1996 Monsanto ha gastado 8 billones de dólares en adquisiciones empresariales³⁸. Con la compra en 1998 de las compañías de

³⁶ Se anunció también la fusión entre Novartis y Astra/Zeneca, dos gigantes, para dedicarse 'a las ciencias de la vida', pero no hemos podido comprobar si dicha fusión se ha llevado a cabo.

³⁷ R. Fraley, el copresidente de la división agrícola de Monsanto señalaba: 'Lo que Vds. están viendo no es una consolidación de las empresas de semillas, es realmente una consolidación de toda la cadena alimentaria' (Norberg-Hodge et al., 2002, 91)

³⁸ Monsanto constituye uno de los ejemplos más característicos y extremos de concentración empresarial: fundada en 1901 en S. Louis, Missouri, para fabricar sacarina, es una de las únicas cuatro compañías (Dow Chemical, Dupont, Monsanto, Union Carbide) listadas entre las 10 compañías químicas mayores de Estados Unidos desde 1940 (con la excepción de Unión Carbide que desapareció, las otras tres se dedican entre otros a negocios agroalimentarios). Entre las empresas de semillas y biotecnología compradas desde 1996 se incluyen: Agracetus, Asgrow Seeds, Calgene, Cargill International seed operations, Delta & Pine Land, Dekalb Plant Genetics, Holden's Foundation Seeds, Malyco (Hybrid Seed Company), India, Plant Breeding International, Skokie /Searle & Co.(Nutrasweet), etc.,

semillas Delta & Pines Land y DeKalb pasó a controlar conjuntamente el 85% de las semillas de algodón. También ha comprado la patente del gen que permite a las empresas vender semillas que los agricultores no pueden reproducir³⁹, y posteriormente ha desarrollado una 'joint-venture' con Cargill y una fusión con Americana Home Products. Todo ello le ha convertido en la empresa de semillas más importante del mundo⁴⁰. Aunque en 1999 se vio obligada a anunciar que vendería la empresa de semillas de algodón para satisfacer a las autoridades antitrust de Estados Unidos, en febrero del 2000 junto con Dupont eran propietarias del 73% de los productores de simiente de algodón en Estados Unidos. En marzo de 2000 se anunció la fusión entre Monsanto y la empresa sueca 'Pharmacio & Upjohn' que crearía la empresa Pharmacia Corporation, aunque su rama agrícola continuaría llamándose Monsanto, mientras que en 2002 estableció acuerdos con Dupont para participar en algunas tecnologías de esta última,... su actividad de compras, ventas, fusiones y acuerdos de participación continúa imparable.

Por el lado de las empresas de productos alimentarios, la magnitud y concentración empresarial es todavía más acentuada. Basta citar nombres de grupos empresariales como Nestle, Phillips-Morris-Nabisco-Kraft Foods, primera y tercera empresas agroalimentarias mundiales respectivamente, General Mills, que con la compra de Pillsbury en 2000 ha dado lugar al quinto mayor fabricante del sector alimentario mundial y tiene, además, una *joint venture* con Nestle, etc. Asimismo, para reforzar su posición en los mercados europeos, entre 1983 y 1988 Unilever, que fue una de las empresas pioneras en obtener sus materias primas del mundo entero, incluyendo semillas oleaginosas de Asia y África para mezclarlas con granos y semillas oleaginosas europeas, en la década de los noventa vendió noventa empresas (que le reportaron unos 2,3 billones de libras esterlinas) y compró cien empresas (que le costaron 4,7 billones de libras esterlinas); en junio de

³⁹ Monsanto, que fabrica el conocido herbicida 'Round up' y que ha desarrollado el denominado 'Terminator' (que ha sido prohibido) pretende patentarlos en 87 países. En algunos productos (soja) hace firmar a los agricultores un contrato comprometiéndose a no utilizar las simientes del año anterior y ha utilizado detectores para comprobar si el compromiso se cumplía.

⁴⁰ Con prácticas bastante dudosas, a juzgar por el episodio de control de la revista de ecología que publicaba sus actividades y que, después de un largo proceso para lograr su publicación, fue retirada del mercado por Monsanto.

2000 compró Best Foods por el equivalente de 4,2 billones de pesetas, en lo que fue la mayor operación agroalimentaria de la década de los noventa); mientras Koulberg Kravis Roberts (KKR), que ya había comprado Beatrice Foods en 1987 en lo que constituyó la mayor transacción de la historia agroalimentaria, aunque fue pronto superada por la fusión de Kraft y General Foods en 1989 (Friedmann, 1994), se sobrepasó a sí misma comprando otro gigante, RJR Nabisco, complejo que fue a su vez absorbido por Phillips-Morris... y así en un elevado número de transacciones. No es necesario abundar en la alta concentración empresarial existente en el sector de bebidas, muy fuerte en todas las variedades, pero especialmente acentuado en el subsector de refrescos: Coca-cola, Pepsicola, Sweeppes...

En el Cuadro II.2.4. se recogen algunos datos más para las empresas de elaboración de artículos alimentarios en Estados Unidos, donde se puede observar el altísimo nivel de concentración empresarial en este sector ya a fines de los noventa.

Cuadro II.2.4.

Las mayores empresas de elaboración alimentaria de Estados Unidos. Porcentaje del producto que elaboran las cuatro primeras. Octubre 1997

Productos	Carne pollo	Vacuno	Porcino	Ovino	Pavo	Harinas	Maíz seco	Maíz húmedo	Molituración soja
<i>Porcentaje 4 mayores</i>	55	87	60	73	35	62	57	74	76
Tyson-foods	X								
Gold Kist	X								
Perdue Farms	X								
ConAgra	X	X	X	X	X	X	X		
IBP		X	X						
Cargill		X	X			X			
Farm Land Ind.		X							
Smithfield			X						
Superior Pck.				X					
High County				X					
Denver Lamb				X					
Wampler Turkeys					X				
Hemel					X				
Rocco Turkeys					X				
Archer Daniels						X	X	X	X
Cereal foods						X			
Bunge							X		X
Ag. Procesors									X
Illinois Cereal							X		
Tate & Lyle								X	
CPC									

Fuente : Elaboración propia con datos de Heffernan W.D., Agriculture & Monopoly Capital. En Monthly Review, Vol. 50, N°. 3, Jl. Ag. 1998

Que no ha disminuido, sino al contrario, a juzgar por los datos disponibles acerca de las empresas productoras de alimentos cárnicos puede comprobarse en el Cuadro II.5.5. del Apartado II.5.1. Empresas que operan a nivel mundial, con lo que el impacto de las grandes empresas globales queda patente. Si, además se observa que algunas de estas empresas oligopolísticas se dedican a varios productos distintos, se puede deducir el inmenso poder que ejercen en los mercados de productos agrarios.

Para los principales países de Europa la información de que disponemos es algo más antigua (para la carne de porcino se proporciona alguna información actual en el apartado II.5.1.). No obstante, el Cuadro II.2.5 proporciona alguna información:

Cuadro II.2.5.

Porcentaje de ventas que corresponde a los tres mayores proveedores. 1991

Producto	Reino Unido	Francia	Alemania	Italia	España
Alims.infantiles	62	99	85	85	80
Galletas	70	50	50	67	54
Chocolates	79	51	51	50	49
Café	78	64	63	67	88
Congelados	35	33	53	79	49
Leche	64	40	18	21	nd
Yogurt	62	65	39	67	84

Fuente: Selección propia de Tansey G. y Worsley T., *The food system. Earthscan. Cuadro 6.1. p. 112*

Permite también apreciar el alto grado de concentración, que, en todo caso, sólo se ha intensificado desde dicha fecha. Por ejemplo: tomando la producción de azúcar, ya en 1988, solo 12 grandes grupos azucareros controlaban más del 75% de las cuotas de producción y refinado; 'desde entonces, la industria ha estado sometida a un intenso proceso de reestructuración, siendo en la actualidad menos de ese número las empresas que controlan la industria' (Delgado y Marquez, 1999, 56). Más actual, el Consejero Delegado de Nestle, una de las mayores empresas alimentarias del mundo no tiene inconveniente en señalar: 'En tres años, hemos invertido 20.000 millones de dólares en compras. Las más importantes, Ralston Purina (comida para animales de compañía), Dreyer's (helados), Chef America (congelados), Shoeller o Mövenpick (helados)'. (El País 26/7/2004)

Este intenso proceso de concentración no tuvo demasiado éxito. Bastantes de las compras y fusiones que las empresas agroalimentarias realizaron se mostraron poco rentables y han dado lugar a nuevos procesos de reajuste, en general dirigidos a mantener las líneas básicas de especialización empresarial, abandonando las nuevas líneas que habían introducido con las amalgamas empresariales. El coste y riesgo de estas enormes operaciones, con frecuencia hostiles, parece que está llevando a las empresas a modificar sus estrategias. En los últimos años los gigantes agroalimentarios se orientan más hacia las alianzas comerciales o industriales, tales como las concluidas entre Sodiaal (Francia) y Philips-Morris Kraft (EE.UU.) para distribuirse el mercado del yogur en Italia, o entre Danone (Francia) y Unilever (Holanda) para fabricar yogures helados para Europa.

Las empresas transnacionales de comercio de frutas y verduras son también destacados ejemplos de esta hipermovilidad empresarial, pero no disponemos del espacio suficiente para recoger su amplia, y frecuentemente contradictoria, dinámica ⁴¹, por lo que proporcionaremos un solo ejemplo: en Chile, actualmente el mayor suministrador de frutas y verduras de fuera de temporada a Estados Unidos y la Unión Europea, mas del 50% de las exportaciones están controladas por cinco empresas transnacionales

Todavía mayores son algunas empresas polivalentes, situadas en Estados Unidos. Imposibles de clasificar entre las de inputs o outputs porque participan en ambos lados de la cadena, y en algunos casos son, además, las mayores comercializadoras de productos agrarios. Destacan entre ellas Cargill, que es la empresa numero 11 del mundo que emplea más de 70.000 personas en 800 localizaciones distintas en 60 países y en cincuenta negocios diferentes -desde el comercio de granos al empaquetamiento de carne, fertilizantes, cacahuetes, sal, café, transporte, acero, caucho y frutas y vegetales-. ConAgra, por su parte, reúne el 25% de las ventas de alimentos, piensos y fertilizantes; 53% de las ventas de todos los alimentos refrigerados y 22% de todos los comestibles (datos McMichael 1998,105). El año 2000 por cada dólar gastado en alimentación en Estados Unidos, seis centavos iban a esta compañía; pero la marca es superada por Philip Morris que recibe diez centavos por cada dólar gastado en alimentación, que es ¡más de lo que

⁴¹ Para un interesante análisis de esta dinámica véase Friedland, 1994

reciben todos los agricultores estadounidenses juntos! (Norberg-Hodge et al, 2002, 93). En el Cuadro II.2.4. se recogen las cuatro mayores empresas en Estados Unidos para algunos productos agrarios específicos donde se puede observar el altísimo nivel de concentración empresarial en este sector. Quizás el caso más destacado en este aspecto es que la empresa Mitsubishi, que se cuenta entre los principales fabricantes de automóviles del mundo, es también ahora una de las mayores manufacturadoras de productos de vacuno del mundo. Son también conocidas las inmensas haciendas que Volkswagen ha comprado en Brasil para dedicarse a la explotación de ganado.

Como un ejemplo destacado, y bastante impresionante de concentración empresarial y la variedad de operaciones que abarca, presentamos en el Recuadro 2 una descripción parcial de las operaciones que realiza la empresa Cargill

Recuadro 2
Una empresa agroalimentaria global: Cargill

Una lista parcial de las operaciones de esta compañía incluye:

- plantas de elaboración de productos de las naranjas en Brasil, Pakistán y Estados Unidos,
- empresas en Chile para hacer zumos de frutas para los mercados de Estados Unidos, Europa y Japón.
- empresas para producir aceite de coco en Filipinas,
- tostadores de almendras en Turquía,
- molinos para cereales en Norte América, Europa y Latinoamérica,
- fábricas de harinas en Estados Unidos, India, Argentina, Bélgica, Canadá, China, Francia, Alemania, Holanda y España,
- plantas de producción de aceites de soja, girasol, cacahuetes, maíz, algodón y otros productos oleaginosos en Estados Unidos, Latinoamérica, Europa y Asia,
- plantas de preparación del algodón en Tanzania, Zimbabwe y Malawi,
- plantas de elaboración del cacao en Holanda, Brasil y Costa de Marfil,
- instalaciones de recepción de ganado y plantas de elaboración de productos de vacuno y porcino en Estados Unidos,

- plantas de preparación de carne para productos cárnicos frescos y congelados para tiendas y supermercados en Estados Unidos, Canadá, Australia y Honduras,
- producción y empresas elaboradoras de pollos y productos avícolas en Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Honduras y Tailandia,
- plantas productoras de sal en Estados Unidos, Australia y el Caribe,
- minas de fosfatos e industrias de fertilizantes para su distribución en norte y sur de América y la costa del Pacífico.

Además de sus empresas de elaboración de productos agrarios, Cargill es una de las principales empresas comercializadoras de productos agrarios manteniendo oficinas comerciales en Estados Unidos, América Latina, Europa, África, y Asia. Los productos comercializados por Cargill incluyen:

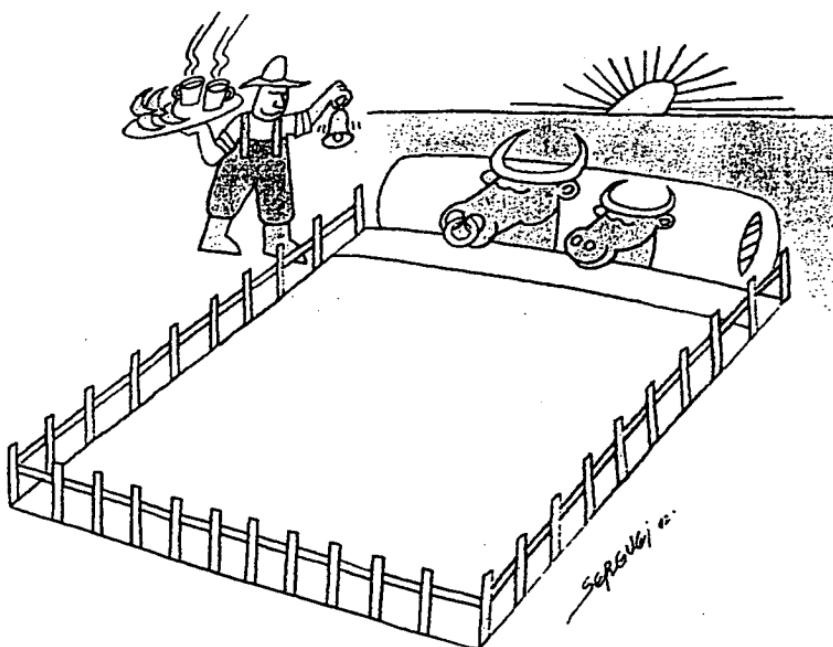
- cereales, de los que constituye una de las dos comercializadoras mundiales dominantes,
- grasas animales comestibles y no comestibles compradas a los preparadores de carnes en Estados Unidos para su venta en Argelia, Brasil, Colombia, Egipto, Corea, México, Holanda, España y Venezuela,
- azúcar moreno y blanco comercializado desde las oficinas de Minneapolis, París, Génova, Hong Kong, México D.F. Sao Paulo y Moscou,
- café verde vendido a los tostaderos de Estados Unidos, Europa y Asia,
- caucho, arroz, aceite de palma y coco, y productos del cacao.

Cargill opera también directamente en trabajo de consultoría agraria para bancos multilaterales de desarrollo, agencias de ayuda y gobiernos. Sus consultores agrarios han trabajado en 116 países.⁴²

Fuente: Norberg-Hodge H. et al., 2002, pp.90-91

⁴² No es extraño que algún autor haya establecido el siguiente escenario imaginario: 'Consideremos un agricultor hipotético que produce trigo, vacas y pollos. El agricultor compra un nuevo tractor a una empresa propiedad de Cargill y cierto equipamiento de regadío de una subsidiaria de Cargill. Necesita también semillas, fertilizantes químicos y alimentos para su ganado, todo ello comprado de subsidiarias de Cargill. Su cosecha se entrega a los molinos de Cargill, y como no está de acuerdo con el precio que le ofrecen se decide a almacenarlo en un silo de granos, también propiedad de Cargill. Después venderá su trigo a una comercial, propiedad de Cargill, que lo envía a Europa o Japón. Mientras tanto vende sus animales a un matadero de una subsidiaria de Cargill, que lo envía a una planta de Cargill de preparación de carnes. Y vende también sus pollos a una procesadora de pollos de Cargill. Como con todo ello no le llegan sus ingresos pide un crédito a un banco, ¡que también es propiedad de Cargill!' (de Norberg-Hodge et al. 2002,9)

Un tipo relativamente nuevo de empresas que es necesario incluir en este apartado es el constituido por las empresas denominadas de la gran distribución (GD), las cuales, para los años ochenta se habían convertido ya en las principales distribuidoras de productos alimentarios: 'En el sector alimentario, más del 50% de los productos son comercializados por la GD en Alemania, Francia e Inglaterra; los diez principales grupos societarios de la distribución minorista en Estados Unidos concentraban a fines de los 80, el 65% de las ventas alimentarias en estos mercados... y una de sus corporaciones gigantes (Wal-Mart) estima que el rubro alimentario alcanzará más del 50% de sus ventas totales antes del año 2000... en Francia el avance de la venta minorista concentrada fue explosivo durante los 80, pasando del 40% al casi 60%; en el Reino Unido las diez principales firmas concentraban el 80% y el grupo líder (Sainsbury) casi el 20%...' (Gorenstein, 1998, 467).



Estas empresas han seguido una evolución muy rápida y dominan totalmente la distribución agroalimentaria a nivel mundial

Cuadro II.2.6.

Top de la distribución mundial alimentaria.

Nº.	Empresa	País	Nº.	Vol. neg.
1	Wal-Mart Stores Inc.	EE.UU.	3.408	118,00
2	METRO AG	Alemania/Suiza	3.400	35,67
3	ITM enterprises	Francia	9.290	36,89
4	AHOLD	Holanda	3.500	34,56
5	ITO-YOKADO	Japón		34,15
6	REWE	Alemania	11.230	34,10
7	EDEKA/AVA	Alemania	3.000	32,28
8	Carrefour	Francia	320	31,76
9	TESCO	Reino Unido	758	29,68
10	ALDI	Alemania	4.315	29,50

Facturación en miles de millones de dólares. Fuente: Planells y Mir, 2000, 49

Obsérvese que la mayoría de estas empresas tienen su sede central en la UE. No es sorprendente, por tanto, que en 1997 los cinco primeros grupos distribuidores absorbían más del 60% del negocio en la mayoría de los países de la UE. Pero, además, estos grupos proceden constantemente a procesos de reestructuración⁴³ que aumentan la concentración empresarial: 'La llegada a Europa en 1998 de Wal-Mart con la compra de la cadena alemana Werkauf y de Interespar a finales de ese mismo año, junto a OPA sobre la cadena británica ASDA.... la fusión entre Carrefour y Promodès anunciada a finales de agosto, que convierte al nuevo grupo en líder indiscutible a nivel europeo y segundo en el mundo... Una cuestión en la que están todos de acuerdo es que el panorama de la distribución europea va a cambiar muy rápidamente...' (Planells J.M. y Mir J., 2000). Por ejemplo, a 31 de diciembre de 2000 Carrefour contaba con 5425 establecimientos y estaba presente en 27 países. Sin duda, la dinámica experimentada por este subsector recientemente no hace más que intensificar muy fuertemente la tendencia a la concentración. Las 32 mayores empresas de distribución comercial concentran el 34% del mercado de la distribución alimentaria mundial, y las diez mayores controlan el 54% de las ventas del grupo de las 32 mayores (ETC Group, 2001)

⁴³ Por ejemplo, el grupo Sainsbury's, que era uno de los principales en Gran Bretaña y emblemático en dicho país, ha desaparecido.

La importancia de la GD ha alterado muy sustancialmente la relación agricultor-industria alimentaria-distribución, teniendo el último grupo, debido a su papel clave en la distribución un impacto decisivo sobre las grandes firmas alimentarias y alterando muy sustancialmente el juego de poderes hasta hace poco dominado por los intereses industriales. Actualmente, a través de los contratos de aprovisionamiento, la coordinación logística y las técnicas de gestión comercial, éstos se ven fuertemente afectados por la gran distribución, considerándose en ocasiones que ésta constituye el núcleo dominante en la cadena agroalimentaria. 'El fuerte grado de concentración de las empresas distribuidoras, organizadas en grandes redes de distribución que canalizan en los mercados europeos el 70% de la comercialización agroalimentaria, junto con la abundancia de productos, y una demanda altamente saturada, sitúan a la gran distribución en posiciones de privilegio para la negociación en mercados para los que en gran medida, poseen la llave de acceso'. (Sanz Cañadas, 1997). No obstante, 'las evidencias no permiten extraer conclusiones contundentes a este respecto. Por un lado, se observa cierta vulnerabilidad del sector comercial vinculada con la concentración de la industria y la consecuente dependencia para la provisión de una amplia gama de productos. Por otro lado, se destaca que el lanzamiento de 'productos libres' (marcas blancas o con marca del distribuidor) y la capacidad de formación del stock de oportunidad, entre otros factores, contribuirían a aumentar el poder de los grandes distribuidores. Por último, en muchos casos, más que una relación de conflicto, la situación pareciera cercana a la del oligopolio bilateral' (Gorenstein, 1988, 468)⁴⁴. Se observa, también, que las grandes empresas productoras de alimentos elaborados refuerzan su dedicación a la distribución en los productos de consumo directo. Así, otra vez Nestle, el año 2000 negocia con General Mills de Estados Unidos la compra del 50% que todavía no controlaba de Ice Cream Partners (Häagen Dazs) y trataba de reforzar la alianza que ya tiene con Coca-Cola desde 1991 'Coca-Cola Nestle Refreshments' para la comercialización de café y té listos para el consumo inmediato, que estará presente en 24 países.

⁴⁴ Estas tensiones se ilustran perfectamente con la reacción de Koipe -principal productora de aceites en España y con una cuota de mercado del 30%- frente a las exigencias de las distribuidoras habituadas a utilizar las ofertas de aceite como 'reclamo' en sus establecimientos y forzar a las aceiteras a aceptar sus condiciones: con una estrategia bastante arriesgada, la empresa aceitera fijó en 2002, un precio de venta único para sus aceites en toda España, condición que han tenido que aceptar aunque sea a regañadientes la gran distribución. No parece que hasta ahora esta medida ha perjudicado a los resultados de esta empresa. (Vidal Maté, EL País, 18/5/2002)

Todas estas operaciones de reestructuración aumentan la concentración, tanto en cuanto a propiedad como en localización territorial: 'En total, la mitad de las operaciones de reestructuración referidas al último cuarto del siglo XX se realizaron por los 20 grupos agroindustriales multinacionales más importantes... '. (Tozanli, 1996,34).

A esta concentración empresarial hay que añadir las asociaciones y agrupaciones que las mismas establecen para ejercer presión en las diversas instancias públicas o privadas que les interesan (como ejemplo véase Recuadro 11). Sin olvidar las múltiples fundaciones internacionales que a través de sus programas de investigación y de ayuda tienen un fuerte impacto en las prácticas agrarias de los países empobrecidos.

Todas estas industrias, instituciones y asociaciones, además, utilizan las mayores y más prestigiosas empresas de publicidad y relaciones públicas para influir en la opinión pública. Utilizando para ello los más sofisticados métodos y los más variados mensajes señalando que están preocupadas por la suerte del planeta y el bienestar de la humanidad. Incluso "desgraciadamente" mucho de lo que se considera actualmente actividad de la ciudadanía está pagada por intereses empresariales, como la industria del tabaco que, utilizando la Burston-Marsteller (una de las compañías de relaciones públicas mayores del mundo), creó la Alianza Nacional de Fumadores. Gastaron más de 100 millones de dólares para crear una organización con 3 millones de miembros –recopilados en una base de datos informática- y a los que se podía contactar por correo electrónico o teléfono. Tenían incluso animadores locales. Cuando la industria del tabaco necesitaba llenar de llamadas telefónicas el Congreso o la legislatura local para oponerse a las restricciones para fumar, allí estaba la Alianza Nacional de Fumadores... En la Cumbre Mundial para el desarrollo sostenible en Johannesburgo en 2002 llamó mucho la atención una marcha de campesinos pobres a favor de la ingeniería genética hasta que se descubrió que la Red para un Desarrollo Sostenible que organizaba la marcha estaba basada en Londres y dirigida por Julian Morris que está vinculado al Institute of Economic Affairs, y a la AgBioworld Foundation, la Asociación por el libre comercio de Lima y otras muchas asociaciones de carácter muy conservador.' (Paul y Steinbreche, 2003, 55) Los ejemplos se multiplican, mostrando la absoluta falta de escrúpulos con tal de inducir al consumo de los productos convenientes para las grandes empresas agroalimentarias y sus asociaciones que les pagan.

II.2.2. La integración de diversas ramas de producción.

Las empresas transnacionales alimentarias no solo han internacionalizado el complejo ganadero, como hemos considerado más arriba, sino que se puede observar que bajo su dominio se ha ido produciendo una creciente integración de distintas ramas de la producción agraria. Friedmann (Friedmann 1994, 262) nos explica que 'El sistema establecido después de la II Guerra Mundial en los países desarrollados -época de la regulación nacional- constaba básicamente de tres grandes bloques: el complejo ganadero, que representa desde sus orígenes la globalización, incluso antes que esta palabra fuera acuñada, pues ya después de la guerra incluía el suministro mundial de la alimentación animal; la producción de cereales, en la que se centraba la protección a la agricultura de estos países, y la producción de mercancías duraderas (aceites, azúcar,...), consecuencia de los modelos nacionales de la agricultura subsidiada con sus raíces en la agroindustrialización. Sobre la base de estos tres bloques se establecían unas relaciones internacionales que han ido conduciendo al control de la agricultura mundial por los países centrales'.

Desde la mitad de los años setenta el complejo ganadero, de forma creciente, integra a los otros dos complejos más 'nacionales'. Sólo a través de este proceso de integración se pueden entender, por ejemplo, las conexiones entre la producción intensiva de maíz en Estados Unidos, de mandioca en Tailandia, y la producción extensiva de ganado en la Amazonía, las conservas de carne en la frontera mexicana, las hamburguesas congeladas que utilizan los subproductos de la carne de ternera de primera en los supermercados de todo el mundo y los MacDonalds de Budapest y Hong Kong.

Además, 'las cadenas de carne' interrelacionadas intersectan con cadenas paralelas de patatas o ensaladas para formar 'un producto' final que de forma arbitraria se puede denominar 'agrario' (patatas irradiadas), o 'industrial' (patatas fritas congeladas) o de 'servicios' (un plato de patatas fritas calientes) (McMichael, 1994, 281). El complejo ganadero, recombinado con los otros por las empresas alimentarias, ejemplifica la amplitud y las consecuencias en las formas de vida de la comercialización de los productos agrarios a nivel mundial.

II.2.3. Diferenciación y complementariedad del producto.

Las IAA incorporan nuevas estrategias de ventas dirigidas a los mercados globales y regionales más que nacionales, lo que, junto con

la internacionalización del consumo y la creciente desigualdad de rentas, está llevando a conformar dos segmentos de mercado: a) mercados de productos masivos, sean locales o extranjeros, que de forma creciente se conforman a normas globales (alimentos baratos para las clases populares) y b) mercados de nuevos productos especializados, orientados a nichos de mercado segmentados, tales como productos frescos y/o exóticos para los consumidores ricos. En la ganadería se observa claramente esta diferenciación entre un tipo de ganado para los consumidores de élite (ciertos tipos de vacuno) y una producción ganadera barata para las capas populares (pollo y porcino, además de las piezas secundarias del vacuno). Parcialmente, ambos grupos de productos pueden ser complementarios, pues algunos de estos productos pueden ser subproductos de los de otro mercado: el solomillo para un mercado de consumidores de alto poder adquisitivo se complementa con la carne picada para los más modestos.

II.2.4. Incremento de la competencia entre productores agrarios.

La reorientación de los bienes agrarios básicos como productos exportables que sirven de inputs para la industria alimentaria global, convierte a los productores agrarios en competidores a nivel mundial sometidos al inmenso poder de una industria alimentaria enormemente concentrada. La lucha por la supervivencia es feroz. Una agricultura que compite a nivel mundial implica una pesada carga para los productores, y especialmente para aquellos que no disponen de factores en condiciones ventajosas. Casi eliminadas las condiciones naturales como ventaja, sólo depende de los avances en tecnología productiva y de la mano de obra barata. Los agricultores de un país que no presenten condiciones favorables en alguno de ambos factores tendrán mayores dificultades para su operación y supervivencia.

II.2.5. La especialización regional.

Además, dado que las empresas alimentarias realizan compras de gran volumen, pueden conducir a la especialización de la producción agraria de regiones enteras que producirán para los mercados globales, con frecuencia situados en lugares que no tienen ninguna relación con la producción y dependiendo de las compras de una o pocas empresas. En este caso puede ser muy difícil para los agricultores de la región salir de ese nicho de producción y compra del producto por las IAA. Tarea mucho más ardua si se consideran también las posibilidades que

proporciona la industrialización de la agricultura a la que nos hemos referido más arriba. En este contexto no podemos dejar de mencionar un comentario que efectúa Friedmann en el artículo mencionado: 'La humilde patata, el alimento más barato para las clases trabajadoras industriales de Europa y Norte América es un ejemplo de la simultánea transformación de las dietas y la industrialización de la agricultura. Las patatas se han convertido en la base de uno de los mayores imperios empresariales del mundo: McCain, cuyo producto principal consistía en patatas fritas congeladas, seguidos por otros productos de alto valor añadido, para asegurarse un suministro regular de productos frescos standard, reorganizó la agricultura tradicional de muchas comunidades en el este de Canadá. Suscribiendo contratos monopolistas que especificaban la mayor parte de aspectos de la producción subordinó a las explotaciones familiares y creo una región de monocultivo' (Friedmann, 1994, 264). La política de compras de las industrias alimentarias también puede llevar a especializar las regiones en función de mercados diferenciados, por ejemplo si ciertas áreas se dedican a producir el grano barato para la producción animal, mientras otras pueden producir para mercados de alto poder adquisitivo. Empresas como Cargill y Continental, que abarcaban el 50% de las exportaciones de granos de Estados Unidos, pueden alterar la ventaja comparativa de distintos países simplemente con sus decisiones acerca de donde construir sus instalaciones de almacenes, transporte y elaboración de sus productos.

II.2.6. La influencia en la demanda.

Las ETN alimentarias, y en particular las grandes empresas de distribución, tienen una alta capacidad de influir en los hábitos de consumo de la población, mediante los que rigen el tipo de productos que se van a presentar en el mercado, aislando al productor agrario de la demanda final. Por un lado, nuestra dieta, bajo el influjo de una potente publicidad de ámbito mundial, y de la transnacionalización de las empresas distribuidoras de alimentos, se va conformando cada vez más a los hábitos de consumo de los países más ricos. En ella, los productos manufacturados y distribuidos por las empresas alimentarias son los que se consumen principalmente, lo que permite que, con un comercio liberalizado, tanto la materia prima como los propios productos alimentarios manufacturados provengan de cualquier país si ello es más conveniente para la empresa alimentaria que lo produce y/o comercializa (¿quién sabe dónde se produce la harina de las producto-

ras de pastas y las múltiples variantes de pastelitos que ofrecen los supermercados, la leche que se utiliza en la increíble variedad de productos lácteos existentes e incluso el vino utilizado para el envasado de calidades populares?)

II.2.7. La incidencia en la intervención pública.

Hay que destacar, también, la importancia del poder de las empresas transnacionales para presionar en la actuación pública, para afectar las decisiones y políticas públicas de los ámbitos en los que operan. De hecho, para entender la dinámica de la agricultura actual uno de los elementos más relevantes del análisis constituye el estudio de cómo los intereses privados tanto internacionales como internos, se combinan con las distintas expresiones de las fuerzas políticas internas (partidos) y con los centros públicos de decisión, tanto de ámbito estatal (gobiernos centrales y regionales) como regional y mundial (Unión Europea, OMC) para generar decisiones públicas que les favorezcan a todos los niveles de actuación pública. De aquí que sea necesario explorar también las diversas instancias de poder que estas fuerzas representan y cómo éstas se articulan para generar decisiones públicas que afectan al ámbito agrario, tanto directa como indirectamente, mediante su impacto en otros ámbitos de la economía y la sociedad.

Un caso claro se presenta en la actualidad al observar cómo las empresas transnacionales plantean la globalización: todas ellas pro-pugnan la liberalización total de la economía y los mercados agrarios. Argumentando que la eficiencia económica requiere la liberalización, privatización y la desregulación de todas las transacciones económicas, presionan para reducir los subsidios de apoyo a la agricultura, están logrando eliminar muchos controles al comercio internacional agrario (cuotas de importación, tarifas, ...) y pretenden establecer un sistema general de mercados no regulados por el poder público⁴⁵.

Todavía más significativos son los esfuerzos recientes de las grandes empresas agroalimentarias para lograr una legislación favorable a sus intereses, uno de cuyos ejemplos más claros es la batalla que ha

⁴⁵ Aunque es fácil apreciar que estos intentos formales son fuertemente asimétricos en la realidad cuando se observa la regulación precisa, mediante sistemas muy variados y elaborados, que los países más ricos establecen para proteger sus respectivas agriculturas respecto de las importaciones agrarias provenientes de los países más pobres.

tenido lugar entre 1995 y 1998 para permitir la patente de elementos de vida (The Directive on the Legal Protection of Biotechnological Inventions). Se originó porque en 1995 la Comisión Europea rechazó la posibilidad de patentar los elementos de vida y la decisión debía revisarse en 1998. Así, en 1997 se estableció la Coordinadora de la Bioindustria europea (FEBC), un grupo de presión consistente en una impresionante agrupación de intereses sectoriales para forzar la aceptación de una nueva Directiva, más favorable a las patentes. Entre otras muchas agrupaciones empresariales, formaban parte de ella EuropaBio, grupo de presión basado en el anterior grupo de trabajo de la Federación de Industrias Químicas CEFIC (Senior Advisory Group on Biotechnology SAGB) formado por unas 600 empresas en las que están incluidas las mayores empresas europeas y mundiales interesadas en biotecnología, la empresa farmacéutica SmithKline Beecham, la Cámara de Comercio Internacional, The Genetic Interest Group (otra coordinadora basada en el Reino Unido), la Alianza Europea para apoyar a los grupos genéticos, etc., que tras una campaña dirigida por la mayor empresa de relaciones públicas del mundo (Burston-Marsteller) y en la que no dudaron, entre otros aspectos, en jugar con grupos de pacientes engañados por ellos, lograron que en 1998 se aprobara la Directiva en el sentido favorable a la patente de los elementos de la vida. (Para más detalle véase Balanya et al. 2000). Asimismo hay que anotar el éxito de la empresa Novartis logrando que la Comisión aceptase la comercialización de su maíz, genéticamente modificado, obligando así a todos los países miembros a su aceptación, o, el caso más reciente (2001) en el que la Comisión ha aprobado la comercialización de productos transgénicos que habían sido prohibidos hasta esta fecha.

Las conexiones entre las grandes empresas agroalimentarias y los círculos del poder político son destacables. No sólo a través de los 'lobbies' o grupos de presión indirectos -un buen ejemplo de ello es Bruselas, donde tienen una delegación todas las grandes ETN y sus asociaciones- sino que, incluso es frecuente la conversión de altos funcionarios en empleados de las grandes transnacionales y viceversa⁴⁶, lo

⁴⁶ Esta práctica se ha convertido en tan frecuente no sólo en la agricultura, sino en todas las grandes instituciones internacionales, que es conocida bajo el nombre de 'la puerta giratoria' indicando que los flujos entre altos funcionarios y altos dirigentes empresariales sólo salen de un lado para entrar por el otro.

que 'ayuda' a que los criterios de éstas se transmitan directamente a los ámbitos del poder político: 'el que fuera director general del GATT desde 1980 hasta 1993, y previamente negociador suizo, Arthur Dunkel, pertenece a la dirección de Nestle y encabeza el grupo de trabajo sobre comercio internacional y política de inversión de la Cámara de Comercio (en inglés ICC), el grupo de presión más activo ante la OMC. Y su sucesor al frente del GATT/OMC hasta 1995, el irlandés Peter Sutherland, actualmente ligado a las grandes transnacionales BP y Goldman Sachs International, dirige el grupo de trabajo sobre relaciones económicas de la Mesa de Industriales Europeos (ERT). Y, según el secretario general de la ERT, aprovechando 'sus conocimientos, su experiencia, sus canales' este grupo de presión puede influir mejor en los asuntos tratados por la OMC. (Sabalo, 2000, 35). Los casos concretos podrían multiplicarse.

Los ejemplos también abundan al otro lado del Atlántico. Así, durante la Ronda Uruguay, un directivo de Cargill, la mayor empresa del sector, era el representante de Estados Unidos en las negociaciones sobre agricultura (WEDO, 1995) y el principal negociador, el entonces Secretario de Comercio Mickey Cantor, se incorporó posteriormente a Monsanto. Y resulta que Monsanto es una de las ETN que consiguió introducir el ADPIC en la OMC con el decisivo apoyo de la representación estadounidense, en la que, por cierto, 96 de sus 111 miembros procedían del mundo empresarial.' (CEO, 1999)

Las grandes empresas agroalimentarias y su capacidad de presión en los sistemas públicos, y la incidencia de ambos sobre los productores agrarios se articulan de muy diversas maneras en cada rama productiva y ámbito territorial de actuación. Esta articulación entre fuerzas distintas no es necesariamente de armonía y cooperación, sino que con frecuencia se presentan como conflictos que se resuelven a favor de quien detenta más poder y capacidad de dominio. Más adelante se hace referencia más amplia a la incidencia de las fuerzas sociales, pero precisamente por el poder de las empresas transnacionales como tales, nos parece necesario mencionarlas ya en este apartado.

Las empresas transnacionales son también agentes clave en otros aspectos que afectan significativamente a la agricultura. De entre todos ellos, por su importancia actual, trataremos más adelante de forma independiente los mercados mundiales de productos agrarios y el controvertido tema de la tecnología agraria, -véase II.5.3-. Sin embargo, este tratamiento diferenciado no debe llevar a disminuir o ignorar el papel de las empresas transnacionales en la evolución de estos relevantes elementos.