

AGRONEGOCIOS LTDA

NUEVAS MODALIDADES DE COLONIALISMO EN EL CONO SUR DE AMÉRICA LATINA.

Marcel Achkar | Ana Domínguez | Fernando Pesce

Coordinador: Alberto Villarreal





Índice

Los Autores	4
Presentación	5
1. Introducción ¿Qué son los agronegocios? ¿Cuáles son sus fases? Agronegocios, ¿producción de alimentos o de indigencia?	7
2. Los agronegocios: precisiones conceptuales De cuando los alimentos pasaron a ser negocios La valoración espacial del capital: los territorios "eficientes"	11
3. Corporaciones, oligopolios y agronegocios	13 14 14
4. Descripción de las principales empresas estadounidenses vinculadas a los agronegocios en América del Sur	19 25 30 35
5. Las estrategias territoriales de las transnacionales vinculadas a los agronegocios en América Latina	40 41
6. Síntesis de los principales impactos	43
7. Conclusiones generales La precisión tecnológica en la gestión de la empresa rural y la especulación en el mercado global de bienes alimentarios El desarrollo de nanobiotecnologías En síntesis	48
Anexo I Principales empresas de origen estadounidense vinculadas a los agronegocios en los países de América del Sur	49
Anexo II Distribución espacial de las empresas transnacionales estadounidenses vinculadas a los agronegocios en América del Sur	57

Los Autores

Marcel Achkar

Licenciado en Geografía. Magister en Ciencias Ambientales. Doctor en Ciencias Agronómicas. Instituto Nacional Politécnico de Toulouse, ENSAT. Francia. Docente e investigador del Laboratorio de Desarrollo Sustentable y Gestión Ambiental del Territorio. Departamento de Geografía. Facultad de Ciencias, UdelaR. Docente de la Unidad Sistemas Ambientales de la Facultad de Agronomía. Integrante del equipo de investigación del Programa Uruguay Sustentable -REDES-AT.

Ana Domínguez

Profesora de Geografía. Licenciada en Geografía. Master en Estudios sobre América Latina. Doctora en Geografía. Universidad de Toulouse Le Mirail. Francia. Posgraduada y con Especialización en Educación en Ambiente para el Desarrollo Sustentable. Universidad del Comahue. Argentina. Docente de esta carrera. Posgraduada en Ambiente, Economía y Sociedad, FLACSO- Argentina.

Docente de Geografía Aplicada y Nociones de Geopolítica y de Evolución y Métodos de la Geografía en el Instituto de Profesores Artigas.

Docente e investigadora del Laboratorio de Desarrollo Sustentable y Gestión Ambiental del Territorio. Departamento de Geografía. Facultad de Ciencias, UdelaR.

Integrante del equipo de investigación del Programa Uruguay Sustentable -REDES-AT.

Fernando Pesce __

Profesor de Geografía. Licenciado en Geografía. Estudiante de la Maestría en Ciencias Ambientales. Posgraduado y con Especialización en Educación en Ambiente para el Desarrollo Sustentable. Universidad del Comahue. Argentina. Docente de esta carrera. Posgraduado en Ambiente, Economía y Sociedad, FLA-CSO- Argentina.

Docente de Didáctica de la Geografía en el Instituto de Profesores Artigas. Docente e investigador del Laboratorio de Desarrollo Sustentable y Gestión Ambiental del Territorio. Departamento de Geografía. Facultad de Ciencias, UdelaR.





Presentación

La presente publicación se enmarca en el trabajo que realizan REDES - Amigos de la Tierra Uruguay y Food and Water Watch en el seguimiento de los impactos de las empresas transnacionales sobre la Soberanía Alimentaria.

Este trabajo es el inicio de una serie de estudios sobre la presencia de las empresas transnacionales en el área de los agronegocios, con un claro énfasis sobre el sector agrícola. En siguientes publicaciones estaremos avanzando sobre la presencia de las transnacionales en otros sectores de importancia en la región, como el forestal, el cárnico o los agrocombustibles.

La concentración de poder por parte de las empresas de los agronegocios implica una de las amenazas más graves a la soberanía alimentaria y a la autodeterminación de los pueblos latinoamericanos. Ilustrar la manera en que se está produciendo esta concentración es un punto de partida fundamental para construir las bases de otro mundo y otro campo posibles.





1. Introducción

En el transcurso del siglo XX se produjeron transformaciones estructurales en el sector agropecuario y, como consecuencia, en los territorios rurales a escala global. Los cambios fueron sustancialmente en las formas de concebir y actuar en el conjunto de las actividades agropecuarias; los mismos se impulsaron a través de un discurso desarrollista para el sector, que desde una perspectiva economicista, proponían modernizar las actividades agropecuarias, minimizando costos y maximizando ganancias.

La modernización propuesta giró en torno a tres pilares: la tecnificación, la mecanización y la innovación tecnológica.

Este proceso conocido como *revolución verde* se inició en los Estados Unidos en el período post bélico de los años 1950 y desde allí se fue irradiando al resto del mundo desarrollado y también a los países del Sur.

La introducción de la lógica capitalista transformó a la cultura agrícola en agronegocio; así es como los objetivos y fines de las actividades agropecuarias se centraron en maximizar la producción a través de la imposición de un paradigma distinto, sustentado en la eficiente gestión de las denominadas empresas rurales. Con empleo de maquinaria agrícola sofisticada, el uso de volúmenes considerables de energía, la utilización de agroquímicos, la incorporación de semillas artificiales (obtenidas en laboratorios), que son los rasgos más destacados de esta modernización, se fueron adoptando en la agricultura pautas de producción basadas en la racionalidad urbana industrial.

El fenómeno de la homogeinización de los territorios que comenzó siendo un proceso geográficamente concentrado en los países productores de maquinaria y tecnología, otrora denominados desarrollados, se extendió al resto de los territorios a escala mundial bajo el impulso de corporaciones transnacionales.

Los países del Sur, que han sido tradicionalmente exportadores de materias primas y alimentos, con una fuerte especialización productiva de los territorios rurales, no han permanecido ajenos a este proceso. La división territorial del trabajo en materia agropecuaria, se ha sustentado en base a la disponibilidad y características cualitativas de los bienes naturales – tierras fértiles, accesibilidad hídrica y condiciones climáticas-, la extensión geográfica y la posición estratégica. Los bienes ambientales y las diversas ofertas ecosistémicas de los territorios del Sur se han transformado, desde la lógica capitalista, en las variables económicas de mayor rentabilidad. Principalmente la posibilidad de extender la frontera agrícola a expensas de grandes extensiones ecosistémicas nativas.

En las últimas décadas del siglo pasado, corporaciones transnacionales de la producción de alimentos y materias primas agropecuarias han consolidado monopolios que concentran las cadenas productivas de manera integradora. Se fusionan empresas dentro del mismo rubro para evitar competencias, se absorben otras, se reparten mercados, y tantas acciones empresariales y políticas como sean posibles para consolidar los agronegocios que en realidad, son agro-oligopolios.

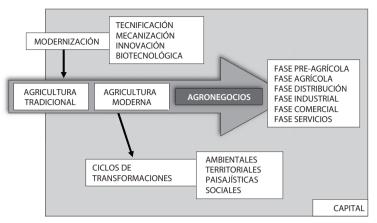
¿Qué son los agronegocios? ¿Cuáles son sus fases?

Los agronegocios constituyen un complejo espacio económico en el que convergen inversiones de capital transnacional en el conjunto de las actividades y sectores vinculados a la producción, distribución y comercialización de productos agrarios a escala global.

En los agronegocios se pueden identificar distintas fases concatenadas y cada vez más interdependientes y que son:







De la agricultura al agronegocio: un tema de capital.

- Fase Pre-Agrícola: está circunscripta a los laboratorios y a las estaciones experimentales. Allí es en donde se desarrollan las investigaciones científicas y adaptaciones técnicas que derivan en nuevos inventos y/o innovaciones que, aplicados en la fase agrícola, permiten maximizar la producción y minimizar tiempos y costos de inversión. Conforma una fase estratégica en la actualidad de los agronegocios, pues es cada vez más considerada como la principal ventana de oportunidad empresarial y motor de creación de nichos de mercado, que coadyuvan a consolidar los oligopolios.
- Fase Agrícola: incluye el conjunto de actividades productivas enmarcadas dentro del sector primario de la economía. Se desarrollan en los espacios rurales y tienen los denominados recursos naturales como sustento productivo: edáficos, hídricos y genéticos. La producción de materias primas y alimentos destinados a abastecer el mercado global es el motor en esta fase.
- Fase de Distribución: son todas las actividades de expansión de los centros de distribución que favorecen la extensión geográfica de insumos, productos y servicios proporcionados a los productores para hacer lo más eficiente posible al conjunto de las fases integradas a los agronegocios. Quedan incluidos en esta fase el acopio y la comercialización a gran escala, de la producción agroalimentaria.

- Fase Industrial: abarca el conjunto de procesos industriales de transformación de productos agrícolas en materias primas especialmente para la fabricación de alimentos y bebidas. En un proceso que se incrementa, las empresas alimenticias tienden a monopolizar los mercados, para lo cual manipulan la demanda a través de la propaganda y políticas de marketing.
- Fase Comercial: se consideran todos los mecanismos de venta de los productos de origen agrario a los consumidores finales incluyendo todos los niveles de intermediación. En esta fase aparecen en escena las cadenas de hipermercados que se imponen en los territorios como grandes espacios concentradores de la comercialización y el abastecimiento de rubros alimenticios a los consumidores finales.
- Fase de Servicios: refiere a las operaciones que constituyen el soporte de las actividades de producción, manufactura, circulación, distribución y almacenamiento, tales como tecnología de la información y servicios financieros.

Desde la denominada "revolución verde" en la mitad del siglo pasado hasta la consolidación de la llamada agricultura de precisión, las corporaciones transnacionales vinculadas a los agronegocios han impulsado nuevas formas de pensar, actuar y gestionar la producción, distribución, comercialización y consumo de productos agrarios y alimentos. Las actividades agrícolas son estratégicas ya que son la base fundamental para el desarrollo y mantenimiento de la diversidad biológica y cultural de los pueblos.

Agronegocios, ¿producción de alimentos o de indigencia?

El monopolio corporativo de los agronegocios nos hace analizar específicamente sus impactos sobre la seguridad y la soberanía alimentaria en territorios concretos.





Durante el transcurso del siglo XX, la tecnificación, la mecanización y modernización en la producción agraria se presentan desde el discurso dominante como los pilares fundamentales para el logro del incremento de la producción alimentaria y la disminución del hambre en el planeta. Lejos de solucionarse el problema del acceso a alimentos en cantidad y calidad como un derecho humano esencial, la desigual distribución ha tendido a aumentar.

En América Latina el 40% de la población estaba en situación de pobreza en el 2005 (CEPAL)¹. Este porcentaje no debería ser una valoración cuantitativa más, ya que esconde la increíble cifra de 209 millones de personas. De ese 40%, el 15,4% vive en pobreza extrema e indigencia, cifra equivalente a 81 millones de personas que no acceden a alimentos en cantidad y calidad necesarios para abastecer la dieta alimentaria básica, en una región productora y exportadora de alimentos.

Tradicionalmente se ha planteado que entre la producción y el consumo de alimentos parece saltearse la distribución justa de los mismos, tan necesaria para satisfacer las demandas alimenticias de todas las personas. Sin embargo, el problema se sitúa en otras coordenadas: la extranjerización de la tierra como proceso de contra-reforma agraria y la producción de rubros agrarios destinados al mercado global. Y en los últimos años, debido a la crisis energética se agrega al debate desde la dimensión ética, la producción de rubros agrícolas con la finalidad de producir combustibles para abastecer los altos índices de consumo de las sociedades del Norte.

La utilización de espacios ambientales en los denominados territorios del "sur" a los efectos de producir alimentos para abastecer a la población de los países del "norte" pone en evidencia que el sobre-consumo y el subconsumo son dos caras de la misma moneda. Desde ese lugar es que se discute la viabilidad de la seguridad y soberanía alimentaria de los pueblos acorde a sus necesidades de alimentos culturalmente determinadas y a las potencialidades productivas de los territorios.

^{1.} ONU – CEPAL - (2007) Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe 2006. En: www.eclac.cl







2. Los agronegocios: precisiones conceptuales

De cuando los alimentos pasaron a ser negocios

Los agronegocios se han convertido en un complejo espacio económico que concentra inversiones en el conjunto de actividades económicas vinculadas a la producción, industrialización y comercialización de rubros agropecuarios.

En términos generales y simplificados puede afirmarse que abarcan el conjunto de actividades, sectores económicos e interacciones que se desarrollan antes, durante y después de la producción agropecuaria.

Como fenómeno a escala global, esta modalidad de negocios comenzó a adquirir importancia a partir de la segunda mitad del siglo pasado bajo el impulso del modelo de desarrollo estadounidense. Este modelo está caracterizado por el crecimiento económico ilimitado, la especialización productiva, la monopolización como tendencia —para la "regulación" del mercado- y la transnacionalización corporativa. Por lo que, estas características, son los pilares en los que subyace la lógica organizativa y de gestión de las llamadas empresas agropecuarias.

Hasta mediados del siglo pasado el término agricultura refería al conjunto de actividades integradas del sector primario realizadas para obtener alimentos y materias primas de origen agrícola. Los rubros agrarios se producían para satisfacer las necesidades alimenticias y culturales.

A partir del impulso a la "revolución verde" que se fue difundiendo desde los Estados Unidos, la actividad agropecuaria se fue transformando en sus dimensiones tecnológica, productiva, social y cultural hacia la noción de "empresa agropecuaria".

La "empresa agropecuaria" se ha convertido en el "modelo" para la organización, gestión y administración del conjunto de actividades desarrolladas en los procesos de la producción agrícola-ganadera y que en la actualidad también se hace extensible a la avicultura e incluso la pesquería.

La lógica empresarial y de organización en serie del trabajo industrial, se fueron introduciendo en el agro como la base esencial para la producción de rubros agrarios, y el mercado se fue imponiendo como la bisagra articuladora en esta modalidad de "negocios" que involucran nada más ni nada menos que la producción de bienes alimentarios².

El término agronegocios fue acuñado por Ray Goldberg de la Universidad de Harvard durante los años 50. Se refiere a la cadena de individuos, empresas e instituciones que abarcan desde la oferta de insumos hasta el procesamiento y distribución de alimentos. Cada eslabón de la cadena realiza la mayor parte de sus negocios con el eslabón precedente y el siguiente³.

Se tiene que comprender a los agronegocios, como la suma total de las operaciones de producción y distribución de los bienes agrícolas generados en las unidades productivas, trasladados luego a las unidades de almacenamiento, para la posterior transformación y comercialización.

En la temprana época de mediados del siglo pasado, los agronegocios incluían en forma concatenada operaciones y actividades vinculadas a las distintas fases agrícolas, a los efectos de producir bienes alimentarios o materias primas para abastecer la industria. Sin embargo, debido a la





Se diferencia bienes alimentarios del término alimentos a los efectos de no confundir un bien cultural (alimentos) con un bien comercial.

^{3.} Ramírez, L & Molano, M. (2003) - Hacia la creación de un centro mexicano para el desarrollo de agronegocios. En: Revista mexicana de agronegocios. 2ª época. Año VII. Volumen 12. Páginas 572-580. Enero-junio. México.

complejidad que han asumido los agronegocios en la actualidad, está la tendencia a la integración tanto horizontal como vertical de empresas que cubren el conjunto de actividades de los sectores pre-primario, primario, secundario y terciario, vinculadas a la oferta de bienes alimentarios en el mercado global. Es un ensamblaje mecánico de empresas transnacionales bajo padrones *fordistas* y *tayloristas* de organización de la producción. Esto significa la uniformización de los procedimientos y tecnologías, la especialización productiva y la homogeneización territorial. La perspectiva innovadora consistió sencillamente en la transposición de la lógica del capitalismo industrial urbano en los territorios rurales.

La valoración espacial del capital: los territorios "eficientes"

La imposición de los agronegocios en los territorios rurales es realizada bajo el impulso dado por megacorporaciones transnacionales cuyas casas matrices se encuentran principalmente en Estados Unidos y países europeos. La misma se acompaña con el discurso de la obligada reconversión productiva como ventana de oportunidad al desarrollo para los países del Sur.

La adopción del modelo y sus lógicas inherentes, tales como la permeabilidad política y cultural para adaptarse a la innovación, la apertura a las inversiones del capital, producir para exportar, incrementar los excedentes, especializar la producción de bienes alimentarios, son las bases promisorias para convertir las economías atrasadas de los países del Sur en "geografías ganadoras".

Para el capital transnacional los "territorios eficientes" son aquellos escenarios que desde el punto de vista político, económico y cultural fueron acondicionados a través de las ideas e infraestructu-

ras para recibir y hacer eficaz la inversión extranjera directa (reproducción ampliada del capital que se cuela a los territorios rurales).

Los agronegocios constituyen una modalidad organizativa del capital que está sustentada bajo la lógica industrial y que promueve maximizar la producción a costa de minimizar el conjunto de los costos, alcanzando los precios más altos en la comercialización de los paquetes tecnológicos asociados a las semillas y los precios más bajos en los *commodities* y materias primas de origen agrícola.

De esa forma se logra optimizar los factores de producción en función de la reproducción acelerada y eficiente del capital de inversión. Los métodos de esta forma de producción "científica" se sustentan en base a:

- 1. Los requerimientos del mercado global que impone qué, cuánto y cómo producir.
- La gestión financiera y empresarial en la búsqueda de la máxima eficacia económica y rentabilidad en cada una de las etapas integradas a los agronegocios. Es una modalidad intensiva en cuanto a la inversión compleja del capital.
- Una cadena de actividades especializadas desde el punto de vista productivo, ambiental y territorial a partir de la valorización sectorial y unidireccional de la diversidad de bienes y servicios ecosistémicos.
- 4. La aplicación de tecnologías muy "modernas" y especializadas para la monoproducción a gran escala.
- La homogeneización y uniformización de los padrones de producción, distribución, comercialización y consumo.
- 6. Una banalización de la diversidad de "culturas agrícolas" bajo la etiqueta de lo ineficiente, no rentable, inviable, poco productivo.





3. Corporaciones, oligopolios y agronegocios

La ecuación oligopolios + agronegocios es una expresión más de la cara corporativa transnacional del modelo económico neoliberal. Esta nueva forma organizativa del capital se impone en los territorios que integran la denominada "aldea global", y la adopción política de este modelo se presenta como condición imprescindible para "integrarse al mundo".

La innovación biotecnológica, fenómeno clave en la fusión del capital

El desarrollo de los agronegocios ha permitido a las corporaciones transnacionales asumir el control de las cadenas agroalimentarias a escala global, incidiendo de forma directa en todos los procesos implicados en la producción, distribución y comercialización de bienes agrícolas. Esto ha sido posible a través de la imposición, por más de medio siglo, de patrones estandarizados de producción y consumo bajo el velo de la innovación científicotecnológica y la concepción implícita de eficiencia y modernización.

En la actualidad, las corporaciones transnacionales vinculadas a los agronegocios tienen como activos empresariales los resultados de la innovación biotecnológica. El cobro de patentes y el ingreso de capital por los derechos a la propiedad intelectual son fuentes de ingresos más importantes que las propias cadenas de comercialización. Esta modalidad de generación de activos empresariales tiene sus raíces en la posibilidad de patentamiento de las distintas formas de vida sometidas a algún grado o tipo de manipulación, o innovaciones biotecnológicas en productos y procesos vitales.

No es casual entonces que las corporaciones transnacionales impulsen la investigación científica y tecnológica; de esa forma es posible transformar el producto de la investigación en mercancía y convertir el conocimiento en producto con valor de cambio para monopolizar mercados.

A modo de ejemplo, las 10 compañías transnacionales que "fabrican" y comercializan semillas, controlan el 50% del mercado mundial y tan sólo en el año 2004 tuvieron un activo por valor de 21.000 millones de dólares⁴. El objetivo principal es controlar y regular el primer eslabón en la cadena de los agronegocios: la provisión de semillas como los insumos principales, para producir bienes agrícolas.

Estas corporaciones operan invirtiendo en investigación biotecnológica generando productos útiles a la lógica economicista implícita en los agronegocios, patentando los resultados obtenidos y posteriormente presionando en el mercado global a los efectos de modificar e imponer pautas culturales. Así se produce como fenómeno "... el mayor control y apropiación, por parte de las compañías transnacionales del germoplasma, desde la producción de semillas protegidas por la propiedad intelectual hasta su venta, formando un paquete semillas-químico que intensifica la dependencia de los agricultores y la privatización de la investigación"⁵.

En el marco de los agronegocios el 96% de las corporaciones se comportan como oligopolios vinculados a la actividad industrial, comercial y financiera. Son aproximadamente 200 empresas con ingresos brutos de alrededor de 7 trillones de dólares (2004), que son el equivalente al 29% de los ingresos totales a escala mundial y al ingreso económico de divisas en 182 países⁶.





^{4.} ETC Group (2005) - Concentración del poder corporativo. En: Communiqué Nº 91. Oligopolio S.A. Noviembre-diciembre. En: http://www.etcgroup.org

^{5.} Biodiversidad (2006) - Estrategias corporativas agroindustriales en América Latina. En: Revista Biodiversidad separata, marzo de 2006. Páginas 48-53. Montevideo, Uruguay.

^{6.} ETC Group (op.cit).

La tendencia a los oligopolios

Un fenómeno creciente y que vuelve complejo el análisis de la estructura y dinámica de las compañías transnacionales vinculadas a los agronegocios es el permanente proceso de fusión empresarial, tanto a través de la integración del tipo horizontal (empresas dedicadas al mismo sector y rubro económico) como del tipo vertical (abarcando al conjunto de firmas que operan en la totalidad de la cadena productiva), y la conformación de empresas con capitales mixtos. La complejidad radica en que el modelo de ensamblaje "...no se circunscribe al dominio de los insumos y de la base productiva más importante, la semilla, sino que se prolonga, ahora más intensamente, a la cadena de comercialización, la cadena de valor, la agroindustria, el producto final y hasta las formas finales de consumo"⁷.

Agronegocios: rubros específicos dominantes

• Rubro Semillas: para la comprensión de este rubro deben realizarse dos apreciaciones; la primera, es que las compañías que aspiran al control monopólico del mercado han incorporado la investigación biotecnológica como apéndice imprescindible, ya que constituye su plataforma comercial. Y la segunda, es que pocas veces pueden desvincularse de la comercialización de agroquímicos, ya que el paquete tecnológico está articulado. Lo que se inició como proceso de integración empresarial vertical absorbiendo etapas inmediatas de la cadena productiva (semillas y paquetes químicos) terminó constituyéndose en una fusión imprescindible con la investigación biotecnológica como soporte.

"Sólo 5 empresas monopolizan la venta de las semillas transgénicas que se cultivan en unos 70 millones de hectáreas, la gran mayoría de ellas en dos países: Estados Unidos (65%) y Argentina (21%). Un 85% de los transgénicos son sembrados en dos cultivos, soja y maíz, y cerca del 100% expresan solamente dos características, la resistencia a herbicidas en base a glifosato y/o al insecticida Bt. Esas compañías semilleras son a su vez las 5 mayores agroquímicas del mundo: SYNGENTA, BAYER, MONSANTO, DUPONT y DOW"8.

Al mismo tiempo, la integración horizontal afirma los oligopolios y su poder de influencia en el mercado global. De esa forma, "las corporaciones transnacionales agroindustriales han constituido grandes conglomerados formados compulsivamente a partir de adquisiciones y acuerdos de colaboración de empresas tanto en el área agrícola como de los productos agroquímicos. Esta estrategia, incluye simultáneamente la adquisición de empresas internacionales menores junto a las compras totales o parciales de empresas nacionales, encubriéndose de esta forma muchas veces la presencia de las corporaciones en los ámbitos locales"9. Por ejemplo, las adquisiciones de Monsanto para centralizar los mercados de la semilla de soja transgénica, de la tecnología Terminator aplicada a las semillas de algodón y recientemente con la absorción de Seminis, el monopolio de las semillas de hortalizas¹⁰.

La tendencia es a imponer en el mercado las semillas transgénicas, principalmente para la producción de granos oleaginosos y forrajeros que constituyen un importante peso en la escala global de comercialización de productos agrícolas: soja, maíz, canola; al que se le agrega el algodón y la firme proyección hacia el rubro de las hortalizas. Lo cierto es que en el año 2005, el 25% del valor total del mercado de semillas estuvo asociado a la comercialización de las transgénicas¹¹.

^{11.} En base a datos presentados por ETC Group (2005) - Concentración de la industria global de semillas. Communiqué Nº 90. Septiembre-octubre. En: http://www.etcgroup.org





^{7.} Pengue, W. (2004) - La transnacionalización de la agricultura y la alimentación en América Latina. Informe regional, Resumen ejecutivo. En separata Biodiversidad, sustento y culturas. REDES - AT Uruguay. Montevideo.

^{8.} Álvarez, N. (2006) - Las semillas en la tierra germinan y se multiplican. En separata Biodiversidad, octubre. REDES -AT Uruguay.

^{9.} Pengue, W. (op.cit).

^{10.} Monsanto Imagine (2007) - Company History. En: http://www.monsanto.com

• Rubro Agroquímicos: quedan incluidos el conjunto de químicos fabricados para prevenir el ataque de plagas de los monocultivos extensivos realizados con semillas genéticamente manipuladas y que por tal razón se vuelven muy vulnerables. Son germicidas, fungicidas e insecticidas. En su conjunto registraron ventas por valor de 29.566 millones de dólares en el año 2004. Tres corporaciones norteamericanas controlan el 25% del mercado mundial, mientras que las 10 corporaciones principales cubren el 85% del mercado mundial¹².

Es por ello que el nicho de mercado para las mega-corporaciones especializadas en este rubro es demasiado acotado.

El proceso de fusión de compañías y firmas ha permitido a las 10 mega-corporaciones principales tan sólo ostentar un crecimiento del 2% anual; expansión insignificante y que está marcando los límites en el crecimiento monopólico dentro del rubro y la tendencia a que exista una mayor concentración oligopólica en la próxima década¹³. Entre 2004-2005 de las 100 empresas principales en este rubro, 29 cambiaron con respecto al año anterior. Muchos de los cambios acaecidos se han producido debido a la consolidación de la industria global de agrotóxicos, con compañías que han sido adquiridas, y otras que se han fusionado¹⁴.

• Rubro Farmacéutico: en este rubro se incluye el conjunto de medicamentos y productos químicos para la nutrición veterinaria. Es un rubro muy diverso que abarca vacunas, aditivos, alimentos biológicos medicinales y nutricionales destinados a la cría de ganado bovino, ovino, porcino y aves de corral. Es un rubro en franco crecimiento aunque con aristas muy complejas.

Entre el año 2003-2004 las ventas se incrementaron 6,5% alcanzando en este último año el valor

de 20.255 millones de dólares. Las 10 empresas transnacionales más importantes controlan el 55% del mercado global. Los fármacos más utilizados son antibióticos que conjuntamente con los aditivos se emplean con la finalidad de engordar los animales en el menor tiempo posible y en forma segura, dadas las características químicas del 70% de los suministros¹⁵.

La arista complicada para las corporaciones transnacionales que monopolizan este rubro viene de las consecuencias para la salud humana, producto del consumo de carnes procedentes de animales tratados farmacológicamente. A partir del año 2005, los países de la Unión Europea exigieron el retiro total del mercado de todos los antibióticos promotores del crecimiento animal.

• Rubro Procesamiento y Distribución de Alimentos: el procesamiento de bebidas y alimentos a partir de la producción agropecuaria es uno de los rubros más dinámicos dentro de los agronegocios y es el más dependiente de las investigaciones de marketing ya que está estrechamente relacionado con la imposición de padrones estandarizados de consumo.

Este rubro también está relacionado con el de la comercialización de bienes alimentarios a minoristas. 10 corporaciones abastecen el 25% del mercado y constituyen el 36% del total de ingresos registrados dentro de las 100 compañías transnacionales principales dentro de este rubro¹⁶.

De las 10 corporaciones transnacionales de procesamiento de alimentos y bebidas el 60% tienen el total de los ingresos sólo por este rubro, siendo las principales ADM (Archer Daniels Midland), Pepsico, Tyson Foods, Coca Cola, Mars y Danone. Estas operan en América Latina y a excepción de Danone, el resto son de capitales estadounidenses¹⁷.

Tienen algunas estrategias comerciales comunes, como por ejemplo la adquisición –total o parcial– de empresas competidoras a nivel nacional





^{12.} ETC Group (2005)- Concentración del poder corporativo. En: Communiqué Nº 91. Oligopolio S.A. Noviembre-diciembre. En: http://www.etcgroup.org

^{13.} ETC Group (2005) - Concentración del poder corporativo. En: Communiqué Nº 91. Oligopolio S.A. Noviembre-diciembre. En: http://www.etcgroup.org

^{14.} Agrow Reports (2005) - Agrow's Complete Guide to Genuine Pesticides. Volume 1. The companies. DS249. United Kingdom. En: www.pjbpubs.com.

^{15.} ETC Group (2005). Communiquè Nº 91. (op.cit).

^{16.} Ibídem.

^{17.} Ibídem.

o regional (manteniendo las marcas aceptadas en esos mercados), diversificar la oferta de productos con inversiones de capital en marketing y ampliar las líneas tradicionales de productos según la diversidad y patrones culturales de la demanda.

• Rubro Comercialización de Alimentos: incluye a las grandes cadenas de supermercados que abastecen el consumo del tipo familiar. Es un rubro complejo pues monopoliza la proveeduría de alimentos, ya que muchos de los supermercados fabrican los productos con marca propia.

Este es el caso de la corporación más importante dentro de este rubro, que es la Wal-Mart de Estados Unidos que comercializa hasta el 40% 18 de los productos con su marca. La otra corporación gigante en la venta directa a consumidores finales es la francesa Carrefour; ambas compiten por el monopolio del mercado a escala global y en algunas oportunidades logran acuerdos de cuotificación.

A su vez, imponen las características que han de tener los sistemas de control, exigiendo a los proveedores los sistemas de empaque y de carga que deben usar para la provisión de bienes al supermercado. Esto determina formas verticales de asociación de capital entre corporaciones; a tal punto que una tecnología emergente como lo eran los sistemas de identificación a través de radiofrecuencia se transformó en una tecnología de vanguardia a partir de la exigencia de Wal-Mart del empleo de esta tecnología para sus proveedores.

• Rubro Servicios: en este rubro quedan incluidas ventas de servicios financieros para impulsar los demás rubros. La corporación transnacional estadounidense Cargill tiende a especializarse dentro de este rubro. "Cargill fabrica y comercializa fertilizantes, semillas propias y de terceros, coco, chocolate, hace grandes inversiones en soja y carne en Argentina y en Brasil. Está implicada en los servicios financieros y mediante la 'ecoseguridad' hace negocios con los 'bonos de carbono', para compensar la contaminación producida por

Estados Unidos. Cargill no tiene compromiso ideológico. Mientras haya mercado..."19.

El capital transnacional ha adoptado a los agronegocios como un espacio de enorme versatilidad y rentabilidad a la hora de efectuar las inversiones. La tendencia a la conformación de oligopolios de producción, distribución y comercialización de bienes agrícolas, actúa como una herramienta de poder en el escenario geopolítico global. La imposición del modelo de desarrollo impulsado, tiende a convertir en vulnerables la soberanía alimentaria de los pueblos, al mismo tiempo que articula los territorios rurales a las lógicas de ordenamiento impulsadas por el mercado global.

Las modalidades de integración del capital

Existe una marcada tendencia a la concentración cada vez mayor del capital y a la consolidación de oligopolios. Para ello se produce la integración horizontal y vertical en los procesos y actividades económicas dentro de los agronegocios. La finalidad es lograr el mayor control del mercado agrícola como mecanismo estratégico de dominación en el escenario económico, político y territorial a escala global.

Así es que se producen fenómenos de centralización del capital, concentración de la producción, eliminación de la competencia y distintas formas de integración empresarial. El fenómeno de consolidación de oligopolios se explica por la necesidad de mantener el crecimiento de la empresa. "La competencia siempre tiende al monopolio o al oligopolio simplemente por la supervivencia (...) Cuánto más feroz es la competencia, más rápida es la tendencia al oligopolio. Por consiguiente no es accidental que la liberalización de los mercados y la celebración de la competencia del mercado en años recientes haya producido una increíble centralización del capital. (...) Se ejerce un control de amplio alcance sobre la producción y la

^{19.} Kneen, B. (2005) - Gigante Invisible. Cargill y sus estrategias transnacionales. GRAIN – REDES - AT. Buenos Aires.





^{18.} ETC Group (2005). Communiquè Nº 91. (op.cit).

comercialización... "20. Las adquisiciones, fusiones, integraciones empresariales fueron desarrollándose paulatinamente en el plano económico horizontal (abarcando un mismo rubro) y en el plano vertical (integrando etapas de las cadenas productivas, de comercialización, de distribución).

Es desde el lugar de la dupla investigacióninnovación en el que aparecen los distintos frentes de vanguardia que permiten a una corporación posicionarse en forma dominante en el mercado. Obsérvese la siguiente estrategia de la transnacional agroalimentaria Cargill. "...la donación de 10 millones de dólares en 1999 a la Universidad de Minnesota –la mayor donación individual en la historia de la compañía- para cubrir el costo de la mitad de un nuevo edificio que será consagrado a la decodificación de los genomas de microbios y plantas, puede que no le brinde a Cargill una compensación a corto plazo, pero las posibilidades de beneficios a largo plazo y el incentivo de una cultura de colaboración entre universidad-corporación deben haber cruzado la mente de los directivos de Cargill"21.

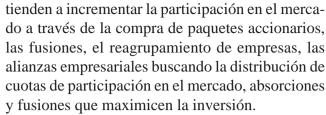
Considerando las 10 principales compañías involucradas en las distintas fases de los agronegocios, se puede notar que el control del mercado y la concentración de capital ha tenido un ritmo vertiginoso entre 2003-2005.

Cuadro 1. Porcentaje del mercado ocupado por las 10 principales empresas según rubro.

Rubro	Año 2003	Año 2005
Comercio de semillas	30%	50%
Biotecnologías	50%	75%
Plaguicidas	80%	85%
Procesadores (alimentos)	20%	25%
Distribuidores (alimentos)	20%	25%

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en http://www.etcgroup.org

El comportamiento empresarial entre 2003 y 2005 da cuenta de que las mega-corporaciones



A modo de ejemplo, la comercialización de productos agropecuarios a través de grandes supermercados ha sido uno de los sectores vinculados a los agronegocios con mayor desarrollo en América Latina. Tan sólo dos corporaciones, la norteamericana Wal-Mart y la francesa Carrefour, monopolizan entre el 50% y el 80% del mercado de consumo en 5 países: Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica y México²².

Otro caso ilustrativo de la integración empresarial es que "apenas cuatro multinacionales dominan el mercado de la comercialización de granos en el mundo; las norteamericanas ADM, CARGILL y BUNGE y la francesa DREYFUS (...). Las cuatro negociaron cerca del 60% de las exportaciones de grano, aceite y harina de soja brasileño en el año 2005. (...) Esas empresas también se especializan en semillas, maquinaria agrícola, fertilizantes, etc. Sus propios bancos financian la compra de muchos de estos productos, y lucran una vez más"23.

Los mecanismos de integración corporativa hacia la consolidación de los oligopolios buscan monopolizar el mercado y disminuir la competencia. Para ello se establecen formas de integración del capital:

• Tipo Horizontal. Se busca la fusión de empresas para lograr el dominio de un determinado mercado. Ejemplo de este tipo en el rubro de la producción de semillas lo constituye la empresa norteamericana Monsanto, que ha buscado la fusión con empresas específicas para evitar la competencia. De esta manera, en el año 1996, la incorporación de la firma Agracetus le significó controlar en forma monopólica el mercado de la soja transgénica.





Harvey, D. (2007) - Espacios del capital. Hacia una Geografía Crítica. Ed. AKAL. Madrid, España.

^{21.} Kneen, B. (op.cit)

^{22.} ETC Group (2005). Communiquè Nº 91. (op.cit).

Schlesinger, S. (2006) - O Brasil está nu! O avanço da monocultura da soja, o grao que cresceu demais. Rio de Janeiro: FASE, 2006.

A partir de ese año, la Monsanto adquirió con la empresa Agracetus no sólo las cuotas de ésta en la participación en el mercado, sino también la patente europea E301.749 que le otorgaba el monopolio exclusivo sobre todas las variedades y semillas modificadas genéticamente. Al año de la adquisición, la Monsanto fue la empresa que comercializó las semillas para cubrir el 60% de las hectáreas cultivadas de soja a escala mundial (7,7 millones de hectáreas)²⁴.

- Tipo Vertical. La integración del capital empresarial en esta modalidad, tiene como finalidad principal el máximo control posible de las diferentes etapas de un mismo proceso productivo que sean de máxima rentabilidad o de aquellos considerados estratégicos. En el caso de los agronegocios abarcaría desde la producción biotecnológica hasta la comercialización minorista de productos alimenticios. A modo de ejemplo se puede citar la situación de la compañía americana Cargill. "Compañía comercial internacional, **procesadora** y distribuidora de productos agrícolas, alimentos, productos financieros e industriales con unos 79.000 empleados en más de 1.000 locaciones en 72 países y con actividades comerciales en otros 100. Sus negocios de comercialización y procesado de granos y oleaginosas, jugos de frutas, artículos tropicales y fibras, carnes y huevos, sal y petróleo, así como la producción y venta de alimentos para ganado, fertilizantes y semillas. (...) Los negocios financieros incluyen la instrumentación del comercio financiero, inversiones, estructuración de finanzas y operaciones de plazo fijo y préstamos"²⁵.
- **Tipo Difuso.** Es una forma compleja de inversión de capital en diferentes procesos y actividades vinculadas a los agronegocios para diversificar los riesgos de inversión en mercados inestables

pero de gran potencialidad o en aquellos sectores que ofrecen altos índices de crecimiento. Dada la gran diversificación de actividades y procesos económicos vinculados a los agronegocios, este tipo de inversión es muy diverso y complejo, y sirve como índice de la tendencia de inversiones de las transnacionales, ante los límites económicos y geográficos para la expansión del capital.

La lógica que motiva a que las corporaciones adopten esta estrategia es la necesidad de mantener en forma sostenida en el tiempo el crecimiento de la empresa y la multiplicación de los activos. Esto necesariamente les implica diversificar mercados. A modo de ejemplo, se cita a la empresa estadounidense Pepsico, una de las mayores corporaciones que han monopolizado el mercado de las bebidas colas, que a partir de la década de 1990 ingresa también al mercado alimenticio.

• Joint Ventures. Este tipo de combinación de capital es de riesgo compartido entre empresas transnacionales y de origen nacional. En principio, el objetivo fundacional es armonizar intereses entre los inversores nacionales y los del capital extranjero. Sin embargo constituyen herramientas que utilizan las corporaciones transnacionales para poder ingresar a un mercado que les está parcialmente vedado (quizás por razones de mercado), o para minimizar los riesgos de inversión y/o captar ahorros locales. Normalmente son asociaciones temporales muy limitadas que finalizan cuando la corporación logra consolidarse en el mercado y afianzarse territorialmente. Esta modalidad de estrategia geográfica va a significar la aparición de los territorios con valor de "anclaje". Pero esta modalidad de asociación cada vez más está vinculada a nuevas estrategias de organización en la inversión del capital. La singularidad cultural-territorial es asumida como valor agregado y mecanismo de reproducción del capital.





^{24.} ETC Group (2005). Communiquè Nº 91. (op.cit).

^{25.} Kneen, B. (op.cit).

4. Descripción de las principales empresas estadounidenses vinculadas a los agronegocios en América del Sur

Agronegocios: la complejidad de los hechos

"El concepto de agronegocio comprende los distintos eslabones que componen la cadena productiva de cada producto en cuestión, es decir, desde la provisión de insumos y servicios, la producción primaria, el manejo poscosecha e industrialización de los productos agropecuarios, hasta los mercados terminales y su conexión con los canales de comercialización y distribución existentes"²⁶.

El desarrollo y la existencia de oligopolios conformados por corporaciones transnacionales vinculados a los agronegocios ha sido un proceso acelerado que se está desarrollando a lo largo de las últimas décadas. "El nuevo sistema de «agrobusiness» (agronegocios), entendiendo este término como el conjunto de actividades que van desde la producción primaria hasta el consumidor final, está en medio de una revolución histórica (...) La tradicional cadena que va de la producción al consumo, donde cada operador funciona de forma sectorial, se está transformando en un espacio donde interactúan los distintos sectores, no sólo a través de la competencia, sino de las asociaciones. Es importante entender que hay que competir y asociarse "27. Es por ello que la descripción de cada eslabón integrante de la cadena de los agronegocios se debe realizar desde tres perspectivas. La primera, una definición precisa de cada rubro, para luego, indefectiblemente relacionar los vínculos horizontales y verticales que se producen en el entramado cada vez más complejo del sistema.

Rubro Semillas

Este rubro se destaca por integrar una compleja y dinámica tríada conformada por la investigación biotecnológica, la producción de semillas y la venta de agroquímicos (fertilizantes y tóxicos). Estos tres eslabones indisociables son los móviles que impulsan el ritmo de fusiones, adquisiciones e inversiones de las corporaciones, con el objetivo de consolidar los oligopolios globales en el sector.

La tendencia es a imponer en el mercado las semillas transgénicas, principalmente para la producción de granos oleaginosos y forrajeros que constituyen un importante peso en la escala global de comercialización de productos agrícolas y dentro de ellos la soja, el maíz y la canola. A ellos se les agrega el algodón y la firme proyección hacia el rubro de las hortalizas.

Diez compañías controlaron el 50% de las ventas en el mercado global de semillas, con un valor estimado en el orden de los 21 mil millones de dólares en el año 2005. De las diez corporaciones, el 40% son estadounidenses. El principal mercado para estas semillas es Estados Unidos, que adquiere el 59% del total, al que le siguen dos países latinoamericanos: Argentina con el 20% de las adquisiciones y Brasil con el 6%²⁸.

La monopolización del mercado mundial de semillas ha ido incrementándose en las últimas décadas, con una tendencia a la integración horizontal del capital transnacional en la búsqueda de controlar la investigación científica y el suministro de insumos agropecuarios. El año 2005 marca un hito importante en el ritmo de las fusiones corporativas.

En efecto, hasta el año 2005, la mega-corporación líder mundial en el rubro semillas fue la com-





^{26.} Pediec, L. (2000) - Plan estratégico de desarrollo integral del estado de Quintana Roo, México. En: http://www.quintanaroo.gob.mx.

^{27.} Goldberg, R. (2003) - Los agronegocios. En: http://www.abc.es

^{28.} ETC Group (2005) - Concentración de la industria global de semillas. Communiquè N° 90.

pañía estadounidense Dupont - Pioneer Hi - Bred Internacional, que obtenía el 50% de los ingresos producto de la venta de semillas transgénicas²⁹.

A partir de 2005, la fusión de la corporación estadounidense Monsanto y la mexicana Seminis catapultaron a la primera al lugar número uno en el ranking internacional. En ese año la Monsanto se convirtió en la principal empresa de semillas transgénicas en rubros agrícolas estratégicos en el mercado global.

Con la adquisición de Seminis por un valor de 1.400 millones de dólares en enero de 2005, la Monsanto irrumpió en el escenario internacional como empresa líder también en horticultura, que ofrece un nicho de mercado potencial en incremento para la empresa; así fue que controló el 31% de la comercialización de semillas de frijoles, el 38% de las de pepinos, el 34% en chiles, el 24% en tomates y el 25% en cebollas. Todo un escenario para conquistar³⁰.

Monsanto: lógica empresarial

"Nuestra historia está marcada por el crecimiento, tanto en los campos como en los laboratorios. Hemos alcanzado nuestra posición de liderazgo en esta industria debido a que hemos hecho una gran apuesta en biotecnología, sector en el que invertimos tempranamente" (Hugh Grant, presidente, jefe ejecutivo)³¹.

La Monsanto ha sido por más de tres décadas la empresa líder en fusiones tanto del tipo horizontal como vertical a los efectos de convertirse en el oligopolio sustantivo más grande del mundo en materia de innovación biotecnológica y en la comercialización de semillas.

La empresa tiene tres ramas de desarrollo:

 La rama de semillas e innovaciones genéticas que incluye la producción de semillas

- 29. ETC Group. Communiquè N° 90.
- 30. ETC Group. Communiquè Nº 90.

- con cierto tipo de modificaciones para complacer requerimientos de mercados específicos.
- La rama de la **productividad agropecuaria**, vinculada al conjunto de insumos químicos que favorezcan la productividad.
- Y la rama de la investigación y desarrollo.
- Las inversiones que la empresa realiza en investigación son del entorno de 1,5 millones de dólares diarios³² con el cometido de avanzar en la búsqueda de nuevos tratamientos bioquímicos que sean posibles de ser incorporados en la producción de simientes acordes con las características particulares de cada mercado.

Las especificidades pueden girar en torno a las particularidades geográficas y ambientales, factores que requieren desarrollar innovaciones específicas y/o para que los productores puedan hacer frente a ciertas enfermedades, parásitos o plagas.

El denominado segmento de semillas y tratamientos genómicos es el de mayor dinamismo económico para la empresa. Dentro de la rama semillas se discriminan las ganancias netas en un 47% correspondiente a cereales, 31% a soja y el 22% restante a otras semillas y tratamientos principalmente algodón y de horticultura³³.

Dada la información económica y los balances anuales oficiales hechos públicos por la empresa, se deduce que las estrategias monopólicas tienden al segmento de las simientes y las biotecnologías aplicadas a ese segmento. "El calendario agrícola del año 2005 fue el 10° en el que los cultivos cerealeros con tratamientos biotecnológicos fueron plantados en todo el mundo"³⁴.

Desde ese lugar es que se produce la incorporación de empresas competidoras en el mercado

^{34.} MONSANTO (2007). Company History. En: http://monsanto.com





^{33.} MONSANTO (2006). Investor Conference Call. (op.cit)

global y se diseñan las estrategias de integración del tipo horizontal³⁵.

La lógica empresarial con respecto a la *integración horizontal* tiene como finalidades:

 Lograr controlar el mercado de semillas consideradas estratégicas en el escenario agrícola global, de acuerdo a los padrones estándares de producción y consumo que las corporaciones en agronegocios han impuesto.

Así es que ha conquistado el monopolio exclusivo sobre todas las variedades y semillas modificadas genéticamente de soja desde el año 1996, cuando adquirió la empresa Agracetus. Esta fusión no sólo le permitió integrar a la firma competitiva más importante, sino que también le significó hacerse de la patente europea N° 301.749 que se le había otorgado a la empresa Agracetus en marzo de 1994, y con esa patente, la propiedad intelectual exclusiva sobre las semillas transgénicas para producir soja.

Según fuentes de la industria, las semillas y rasgos biotecnológicos de MONSANTO ocuparon casi el 90% del área mundial plantada con soja transgénica en 2005. Además, la soja transgénica cubre casi 60% del área global de fríjol de soja, una porción cada vez más grande de uno de los cultivos alimentarios y comerciales más importantes del planeta"³⁶.

De esta manera, al año de la fusión Monsanto + Agracetus, la corporación había logrado la prevalencia en la extensión de las áreas cultivadas con semillas transgénicas, ofreciendo el paquete tecnológico integrado, que incluye para la siembra directa a gran escala superficial, la semilla y el herbicida selectivo patentado por la propia corporación.

El glifosato es un herbicida que fue creado y patentado por la Monsanto con la marca Round Up, que permite la modalidad tecnológica de siembra directa. La empresa es propietaria de la semilla transgénica que es tolerante al herbicida. Tal como lo expresa la propia compañía "(...) desde la introducción en 1974, los herbicidas basados en glifosato ROUND UP se han instituido y permanecido como los herbicidas de mayor utilización en más de 130 países" y un indicador de la magnitud de la corporación y sus características oligopólicas. Es de destacar, que en sus documentos informativos, la compañía da cuenta que a partir del año 2003, las ganancias netas producto de la venta de los productos químicos Round Up decayeron a 1/3 entre 2001-2003 y que a partir de ese año, los ingresos a la compañía por este segmento se han mantenido estables³⁸.

Continuando con la misma estrategia, la Monsanto adquirió en enero de 2005 la empresa mexicana Seminis, especializada en el mercado de semillas de hortalizas y frutas. A partir de esta fusión, la corporación transnacional se transformó en la mayor empresa a escala global de venta de semillas, diversificando los rubros a 3.500 variedades de simientes (no todas de origen transgénico) a productores hortícolas en 150 países³⁹.

Nuevas integraciones horizontales: viejas estrategias oligopólicas

Con la finalidad de ampliar nichos de mercado, la Monsanto asumió como política empresarial expandir sus negocios, integrando y adquiriendo los activos de otras empresas biotecnológicas enmarcadas dentro del rubro producción de semillas y tratamientos genómicos más allá de los renglones cereales y oleaginosos. La búsqueda se orienta a renglones que propendan a cotizaciones crecientes en el mercado global y a tratamientos genómicos de relevancia que le permitan manipular en forma monopólica la oferta de bienes agrícolas. En ese contexto se presenta como objetivo:





^{35.} MONSANTO (2006). Investor Conference Call. (op.cit)

^{36.} ETC Group (2007). Patente de MONSANTO sobre soja cuestionada en Munich. Comunicado de Prensa 01/05/07. En: www. etcgroup.org

^{37.} MONSANTO (2007). En: http://monsanto.com

^{38.} MONSANTO (2006). Investor Conference Call. (op.cit).

 $^{39.\,}MONSANTO$ (2007). Company History. En: http://monsanto.com

• Fusionar compañías con especialización en renglones agrícolas rentables y en expansión creciente en el mercado.

Además de la integración de Seminis y también bajo la estrategia empresarial de conquistar nichos de mercado de simientes, la Monsanto integró en el mismo año la empresa Emergent Genetic- que ya se había fusionado con la compañía Stoneville⁴⁰ y se había convertido en una de las empresas más grandes en ventas de semillas de algodón-. Esta adquisición le permitió a la Monsanto monopolizar el mercado global de semillas de algodón, particularmente en dos países: India y Estados Unidos.

En la India la Monsanto tan sólo controló el 10% del mercado de semillas de algodón, lo que la posiciona potencialmente en franca expansión, siempre y cuando la empresa pueda ubicarse como frente de vanguardia a partir de la innovación biotecnológica. Esta es la otra estrategia de integración horizontal impulsada por los directivos de la empresa. Mientras la India tiene la mayor extensión de cultivos de algodón en el mundo, representando entre un 20-25% del área global, ocupa el tercer lugar en términos de la producción, después de China y Estados Unidos. Muchos son los factores responsables de tan bajos rendimientos de los cuales las pérdidas más importantes se deben a las pestes provocadas por insectos. La variedad de algodón Bt vino justo a tiempo, en el momento en el que los agricultores se encontraban buscando desesperadamente una alternativa..."41.

• Adquisición de programas de investigación biotecnológica o resultados de la investigación patentados.

Dentro de esta estrategia fue que *en el año 1996,* la corporación integró a Calgene, empresa líder en investigación biotecnológica de California⁴². La otra adquisición de relevancia fue en el año 1998, cuando le adquirió los activos a la megacorporación Cargill para la venta de semillas,

con gran relevancia e impactos en los territorios agrícolas de la Cuenca del Plata (ver modalidad de Integración Vertical).

Recientemente la Monsanto adquirió la compañía estadounidense más grande de semillas de algodón del mundo, la Delta & Pine Land⁴³, lo que le significó el control sobre la oferta de semillas algodoneras en el mercado, cuyos principales consumidores son empresas agrícolas estadounidenses y en América Latina las de México y Brasil.

Esta integración, además de otorgarle el monopolio en el mercado global de semillas "patentadas" de algodón, le significó a la Monsanto la adquisición de los derechos de propiedad intelectual sobre la biotecnología *Terminator* y el programa de investigación respectivo.

Esta tecnología permite la utilización de las semillas tan sólo una vez, pues luego de la primer cosecha se vuelven estériles. "La tecnología TER-MINATOR fue desarrollada por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos y la compañía de semillas Delta & Pine Land. Su finalidad es impedir que los agricultores conserven y utilicen simiente de su propia cosecha, obligándoles a comprar semilla todos los años. Aunque esta tecnología todavía no ha sido ensayada en el campo, Delta & Pine Land está llevando a cabo pruebas experimentales de cultivos TERMINATOR en invernadero, con vistas a su futura comercialización. En octubre de 1999 MONSANTO se comprometió públicamente a no comercializar semillas TERMINATOR, respondiendo así al rechazo suscitado por esta tecnología en todo el mundo. En una carta abierta a la Fundación Rockefeller, el entonces Director Ejecutivo de MON-SANTO, Robert Shapiro, afirmaba: "Les comunico nuestro compromiso público de no comercializar tecnologías para la producción de semillas estériles, como la denominada 'Terminator' "44.

Así la empresa no sólo se garantiza el oligopolio en el mercado de semillas a escala global, sino también la propiedad intelectual sobre la vida misma, al patentar y establecer un dominio definiti-

^{44.} En http://www.ecologistasenaccion.org





^{40.} MONSANTO (2007). Company History. En: http://monsanto.com

^{41.} En: http://www.monsantoindia.com

^{42.} MONSANTO (2007). Company History. (op.cit).

^{43.} En.http://es.banterminator.org

vo sobre los productores rurales y el campesinado, quienes deberán pagar para poder producir.

De la integración vertical a la horizontalidad del capital

La lógica empresarial con respecto a la *integración vertical* tiene como finalidades:

• Invertir dentro de la cadena agroalimentaria en aquellos sectores o ramas de la producción que permitan diversificar riesgos de inversión y ofrezcan potencialidades en el incremento de los activos.

La propia modalidad de conversión de la integración vertical a la horizontalidad en el circuito, deriva de la condición monopólica de la empresa, ya que una vez conquistada la dominación del tipo horizontal, la capacidad de crecimiento exponencial se torna difícil o con ciertas limitaciones. Siendo en sus orígenes una empresa líder en el mercado de rubros químicos, luego fue concatenando la investigación biotecnológica, la comercialización de semillas con alto valor en el mercado global acompañadas con los insumos químicos específicos necesarios, propios del paquete tecnológico.

En un principio, lo que se presentó como modalidad de integración vertical, que incluía programas de investigación tecnológica + comercialización de semillas + oferta de insumos agroquímicos, generó tal grado de interrelación e interdependencia, que en la actualidad es parte del mismo proceso. La empresa tiende a superar las limitaciones de crecimiento a partir de la integración horizontal y a fines de la década de 1990 ha incursionado en la expansión de mercados diversos que sean de augurio para la multiplicación de activos. Al respecto se puede poner de ejemplo la integración con Cargill para compartir operaciones de distribución de insumos agropecuarios. Esta estrategia tiene relación con la modalidad de operación geográfica de la corporación transnacional en los países del Cono Sur americano.

En realidad, la adquisición de ciertos renglones empresariales de Cargill por parte de la Monsanto,

se enmarca dentro de una estrategia empresarial de mayor envergadura y que consiste en el control de las economías regionales, y esto lo establece integrando o adquiriendo activos empresariales locales o de otras compañías transnacionales. La Monsanto, por ejemplo, compró el negocio de las semillas a Cargill e inició la participación en el mercado de semillas en el sector de granos, primero con la soja y después con el maíz.

"Las operaciones de semilla de Cargill en Asia, África, Europa y Latinoamérica fueron compradas por Monsanto por US\$ 1.4 billón de dólares en 1998. Esta adquisición incluye la investigación de semillas, su producción y facilidades de testeo en 24 países y operaciones de distribución en 51 países" 45.

A su vez, investigaciones realizadas recientemente vinculan a Monsanto y Cargill desde otro lugar, como una asociación de gigantes empresariales en los complejos espacios económicos de los agronegocios que tienden a monopolizar la sumatoria de estadios vinculados a la producción, distribución y comercialización del conjunto de bienes alimentarios con mayor relevancia en el mercado global.

La lógica geográfica: la construcción de la estrategia TIPO ANCLA

La estrategia territorial del tipo "ancla" es llevada a cabo por muchas de las corporaciones transnacionales a escala global e incluye, naturalmente, a las corporaciones dedicadas a los agronegocios en los países del Cono Sur latinoamericano. El objetivo es lograr la mayor eficacia en la concreción territorial de una economía de escala, abarcando las etapas de producción, comercialización, gestión y distribución geográfica de insumos y productos.

El término "ancla" alude a la operatividad empresarial eficaz y eficiente desde el punto de vista territorial. La máxima inversión se concentra en los territorios en los que se localiza la mayor demanda de semillas y en los que la empresa se ha





^{45.} Kneen, B (2005) - Gigante invisible, Cargill y sus estrategias transnacionales. GRAIN y REDES - AT. Buenos Aires, Argentina.

consolidado en su rasgo monopólico específico. Esos territorios "núcleo" son por lo tanto eficaces. Desde allí, irradian la comercialización de semillas en territorios contiguos, que son integrados a los "núcleos geográficos de inversión" sin importar necesariamente las divisiones político-administrativas entre los países.

Estos territorios secundarios tienen menos demanda, o nichos de mercado aún no consolidados en forma monopólica o cuyas economías de escala pueden ser concebidas como suplemento de los territorios "ancla". Desde esta perspectiva es que la estrategia territorial es eficiente.

El mapa 1, ilustra la modalidad de ocupación del territorio sudamericano de la empresa Monsanto, en el que se discriminan los núcleos geográficos de inversión y la contigüidad de territorios bajo la condición de suplemento.

Los principales territorios "ancla" de la Monsanto en América del Sur son:

- a) Meridionales. Argentina y Brasil. Constituyen los territorios "ancla" para la región de la Cuenca del Plata. Sólo estos 2 países concentran el 26% del mercado global de las semillas de soja transgénica adquiridas a la MONSANTO⁴⁶. Desde estos "núcleos geográficos" se expande la comercialización a los territorios contiguos de Uruguay y Paraguay en los que existe una franca expansión de la frontera agrícola dependiente del paquete tecnológico de esta mega-corporación. También se provee de semillas de algodón para la región del Chaco.
- **b)** Andinos. Allí el anclaje de la corporación se produce en Chile y desde este país se abastece a Perú.
- c) Septentrional. Desde Colombia se irradia la comercialización y distribución hacia Ecuador y Perú.

Esta modalidad territorial impulsó a Monsanto a desarrollar como estrategia de integración vertical la inclusión dentro de la cadena de agronegocios de



MAPA 1. Presencia de Monsanto Co. según país.

operaciones de almacenamiento (parques de silos), de distribución (fluvial-terrestre) y comercialización. Bajo esas circunstancias es que se comprende cómo, a partir de 1998, se produjo la interrelación entre la Monsanto y Cargill, mega-corporación de logística portuaria y de distribución (ver rubro logística y servicios).

Tendencias y perspectivas

La mega-corporación ha ido consolidando desde hace tres décadas la estrategia de fusionar o asociarse a otras empresas –de alcance nacional, regional o transnacional– a los efectos de controlar todas las actividades, procesos y rubros agroalimentarios.

La innovación biotecnológica ha actuado en forma permanente como el mecanismo que dispone la empresa para mantenerse en la vanguardia





^{46.} ETC Group (2005) - Comunicado Nº 90. (op.cit)

corporativa de los agronegocios y de esta manera incursionar en diversos nichos del mercado que le permiten ir consolidándose en un gigantesco oligopolio para controlar y mercantilizar la diversidad biológica y cultural.

Bajo los mecanismos impulsados desde la Organización Mundial del Comercio para imponer los derechos de propiedad intelectual, investigan, manipulan, patentan, comercializan y cobran patentes por la utilización de "recursos genéticos", promoviendo una forma estándar de sistemas agrícolas.

La innovación biotecnológica le permite acuñar nuevos mercados en un proceso tradicional de monopolización, tanto en la modalidad horizontal como vertical. De esta forma, "en los últimos 10 años se ha dado una aceleración de la integración de las transnacionales, tanto en sentido horizontal como vertical (...) Sólo 5 empresas monopolizan la venta de las semillas transgénicas que se cultivan en unos 70 millones de hectáreas, la gran mayoría de ellas en dos países: Estados Unidos (64%) y Argentina (21%). (...) Esas compañías semilleras son a su vez las 5 mayores agroquímicas del mundo "47 de las cuales la Monsanto se presenta como el paradigma de todas ellas.

Rubro Agroquímicos

Dentro de la cadena de actividades y procesos que son parte de los agronegocios, el rubro de los agroquímicos está cada vez más incluido dentro de la integración vertical determinada por la investigación biotecnológica y la producción y comercialización de semillas. Desde la década de los años 1990 las compañías agroalimentarias que se dedican a este rubro han logrado una simbiosis y ya lo han convertido en parte del mismo eslabón en la cadena de los agronegocios. Lo que se inició como un proceso específico de integración vertical, en la actualidad ya no sólo se comporta como una estrategia de integración corporativa del tipo horizontal

-en la búsqueda del monopolio de los mercados intra-específicos de las semillas con mayor valor comercial o estratégicas- sino que es imposible no concebir el concatenamiento establecido.

Dentro de este rubro, quedan incluidos el conjunto de insumos químicos destinados como soporte, suplemento o complemento de la actividad agropecuaria y avícola en su conjunto.

Por la vía de los hechos, pareciera ser el rubro dentro de los agronegocios que, por sus impactos ambientales directos sobre los ecosistemas y la salud humana, hace más visibles los impactos de las corporaciones transnacionales. Esto se debe a que, a través de la contaminación química de suelos, aire y aguas superficiales y subterráneas o por transmisión de enfermedades, ha sido de temprano cuestionamiento y los que están envueltos en halos de desconfianza, no tanto por los productores rurales, sino por los consumidores finales de rubros agropecuarios.

En la actualidad las 10 empresas líderes en el mercado de insumos químicos para el agro monopolizan más del 85% del mercado global. Comparado con el año 2003, hubo una fusión de compañías y firmas que permitió a las 10 principales mega-corporaciones tan sólo ostentar un crecimiento del 2% anual⁴⁸; expansión insignificante y que está marcando los límites en el crecimiento monopólico dentro del rubro y la tendencia a que exista una mayor concentración oligopólica en la próxima década.

Dentro de los insumos químico-veterinarios, las vacunas y los complementos alimenticios de orígenes bien diversos tampoco ofrecen en la actualidad nichos de mercadeo potencialmente en expansión para las empresas, principalmente cuando se está poniendo en evidencia, que los antibióticos utilizados —no para combatir enfermedades sino como mecanismo para acelerar el crecimiento y la producción— en animales, luego repercuten en la salud humana, haciendo más vulnerable el sistema inmunitario. También el complemento alimenticio con componentes bioquímicos de origen diverso





^{47.} Álvarez, N. (2006) - Las semillas en la tierra germinan y se multiplican. En: Ya es tiempo de soberanía alimentaria. Compendio de la revista BIODIVERSIDAD – REDES - AT. GRAIN, Cono Sur Sustentable, Vía Campesina. Octubre 2006.

^{48.} ETC Group (2005). Comunicado N° 91. Oligopolios S.A. (op.cit)

ha tenido serios impactos sobre la salud humana – ejemplo de la enfermedad de la vaca loca o la gripe aviar y su extensión en el continente asiático- lo que ha puesto en alerta al mercado consumidor. Estos factores han incidido para que el mercado de productos bioquímicos veterinarios sea cada vez más selectivo, restringido y por ende más competitivo entre las mega-corporaciones que quieran monopolizarlos.

Dentro del rubro agrotóxicos se incluyen germicidas, fungicidas e insecticidas asociados a las semillas del tipo híbrido y/ o como organismos genéticamente modificados, las semillas en esta última condición, son altamente dependientes de los paquetes de agrotóxicos. En similar situación deben considerarse las semillas que son soporte de sistemas agrícolas extensivos desde el punto de vista territorial.

Las 10 empresas proveedoras de plaguicidas más grandes del mundo controlan el 84% del mercado global; la principal es la alemana Bayer con ventas por valor promedio anual superiores a los 6 mil millones de dólares y con el control del 17% del mercado global⁴⁹. En igual porcentaje de participación en el mercado se encuentran compitiendo con la alemana, la corporación suiza Syngenta con ventas anuales que superan los 6 mil millones de dólares y en tercer lugar la alemana Basf con ventas superiores a 4 mil millones de dólares.

En el año 2004 las ventas de la Syngenta en América se incrementaron el 21% debido a la aparición del hongo que atacó a las variedades de soja en el continente asiático y amenazaron con extenderse a la región. Esta mega-corporación había introducido en el mercado el fungicida apropiado a ese tipo de hongo, lo que le valió el "oportunismo" en el nicho del mercado.

Del 4º al 6º lugar se encuentran en el ranking tres corporaciones estadounidenses que en su conjunto monopolizan el 25% del mercado global y con ventas superiores a los 8 mil millones de dólares por año. Ellas son la Dow que controla el 10% del mercado, la Monsanto con un control del 9% y la

49. ETC Group (2005). Comunicado N° 91. Oligopolios S.A. (op.cit)

DuPont con el control del 6%. De las tres, la que tuvo mayor incremento en función del capital de inversión fue la DuPont alcanzando casi el 10% en el año 2005⁵⁰.

La Monsanto tiene un nicho de mercado específico para plaguicidas, monopolizando la variedad de glifosato que acompaña su tecnología en semillas de soja transgénica.

Sin embargo, los analistas predicen un escaso crecimiento de este rubro y una tendencia a una fuerte integración horizontal, augurando la existencia de tan sólo 3 mega-corporaciones concentradas en este segmento de los agronegocios para las próximas décadas⁵¹.

DuPont y su liderazgo en el mercado latinoamericano

En el año 2005, la corporación estadounidense DuPont se transformó en la 2ª compañía más grande a escala global en el rubro de los paquetes biotecnológicos. Este lugar lo ocupó debido a los ingresos que obtuvo por la venta de semillas con tratamientos específicos, año en el que las ventas de la compañía superaron los 2.500 millones de dólares⁵².

En el rubro agroquímicos, la compañía se encuentra entre las 10 empresas transnacionales de mayor envergadura a escala global y en el tercer lugar como transnacional con sede matriz en Estados Unidos. Los ingresos de la DuPont por venta de agroquímicos en el año 2005 fueron de 2.211 millones de dólares, producto de la participación en el 6% del mercado mundial de este segmento de los agronegocios. Se destacó en el período 2004-2005 como una de las corporaciones con mayor incremento en las ventas de plaguicidas que giraron en torno al 9%, en un año, que según los especialistas, el rubro de los agroquímicos llegó al tope máximo. Esto se debió entre otras razones, al incremento en las ventas de fungicidas específicos al aparecer la

^{52.} ETC Group (2005). Comunicado Nº 91 (op.cit).





^{50.} ETC Group (2005). Comunicado Nº 91 (op.cit)

^{51.} ETC Group (2005). Comunicado Nº 91 (op.cit)

roya en las plantaciones de soja en los territorios rurales de la Cuenca del Plata⁵³.

La empresa se presenta a sí misma como "en el ámbito de la producción agrícola, específicamente en los productos de protección de cultivos, DuPont tiene también una amplia trayectoria que se ha visto materializada en el descubrimiento y desarrollo de productos renombrados en todo el mundo como los fungicidas Benlate® y Winner®, el insecticida Lannate® y otros. Más tarde DuPont descubrió una familia de compuestos químicos que revolucionaría el concepto de 'productos de protección de cultivos' hasta el presente: las 'sulfonilureas'. Este es un amplio grupo de herbicidas, que por su gran poder de control de malezas, permitieron disminuir significativamente las dosis de aplicación, reduciendo de este modo los residuos en los cultivos y en el medio ambiente. Otro aspecto altamente destacable de estos productos es su muy baja toxicidad para los seres humanos y la fauna, lo que los hace que sean muy seguros en su uso tanto para los usuarios como para la vida silvestre. En este grupo encontramos productos de renombre como Misil®, Challenger®, Classic®, Escort® o Ally (componente de Misil®) y Finesse®"54.

En el ranking de corporaciones transnacionales ocupadas en la oferta de agroquímicos en el mercado global, la empresa está situada inmediatamente por debajo de la Monsanto. A su vez, está integrada horizontalmente con la Pioneer de los Estados Unidos (desde el año 2000).

La DuPont se destaca como corporación en el frente de vanguardia en el mercado de los paquetes tecnológicos debido a dos factores relevantes:

- Desarrolló semillas híbridas de granos y oleaginosos: trigo, maíz, sorgo, girasol y canola.
- Implementó una lógica territorial específica, las SIP (Soluciones Integrales al Productor).

La DuPont se localiza geográficamente a escala mundial en todos los continentes, estando presente en los principales países productores agropecuarios de América del Sur: Argentina, Brasil, Venezuela, Colombia y Chile.

En América del Sur, la DuPont ha fortalecido sus negocios a partir de los denominados programas de bioseguridad, que se han constituido en el "vestido verde" que adoptó la DuPont dada su especialización en el segmento de los agrotóxicos. Desde el año 1988, una alianza con la empresa Antec (líder internacional en la formulación e implementación de programas de seguridad biológica en la agricultura y en la pecuaria) favoreció líneas de investigación para la búsqueda de soluciones sanitarias en contextos geográficos específicos. Finalmente, a fines del año 2003, la DuPont adquirió la empresa Antec y los programas en bioseguridad desarrollados por la compañía.

Los programas de bioseguridad adoptados de Antec incluyen dos fases esenciales: los análisis de riesgos y los puntos críticos de control.

Los análisis de riesgos bioquímicos están incluidos en cada etapa y/ o actividad de la cadena de agronegocios en las que interviene la compañía, desde la producción de semillas hasta la provisión de insumos veterinarios. Consiste en un control de calidad estandarizado que se implementó a partir de la década de 1980 y que tiene como objetivo principal, brindar una imagen pro ambiental a la compañía; a modo de ejemplo debe citarse la eliminación de todos los insumos y productos con Cloro-Fluo-Clorados como contribución al equilibrio climático global.

En la actualidad, ha incorporado la adopción de medidas de manejo y control de uso de insumos y productos con las más estrictas normas en bioseguridad para mitigar u ocultar impactos ambientales que se producen por la aplicación de químicos.

Sin embargo, la plataforma de innovación en el mercado ha consistido en una estrategia de intervención en el territorio implementada desde el año 2005 y que fue incorporada desde la integración horizontal de la compañía Agarcross y que denominó *agro-soluciones integrales*.





^{53.} Agrow World Crop Protection News (2005), No. 469. Agosto.

^{54.} DuPont (2007) - En. http://agrosoluciones.dupont.com

Las soluciones agropecuarias integrales consisten en implementar una visión de los negocios rurales centrada en la oferta combinada y diversificada de insumos, productos y servicios acorde a la división técnica del trabajo conforme a las características ambientales y productivas de los territorios específicos en los que se produzca la oferta del paquete tecnológico.

Las SIP (Soluciones Integrales al Productor) como estrategia territorial innovadora

El programa de Soluciones Integrales al Productor constituye una estrategia territorial de mercadeo llevada a cabo por la compañía para favorecer la interrelación con productores rurales concretos en territorios concretos y adoptar la diversidad como criterio de oferta integral de insumos, bienes y servicios.

La empresa los define como "(...) un sistema estratégico de distribución y comercialización de productos agrícolas a través de su propia red de centros SIP en las zonas más productivas del país. De esta manera, hace 10 años generó las bases para hoy poder canalizar proyectos basados en servicios de capacitación, programas de prevención, monitoreo de plagas y recomendaciones técnicas. Así, los SIP son otro ejemplo de innovación de DuPont (...) Además, la gente del SIP es gente del lugar, que conoce profundamente los requerimientos y particularidades de la producción local y las interpreta con la perspectiva que le otorga el soporte DuPont. Por eso, siempre resuelven las situaciones de manera efectiva generando propuestas viables y resultados confiables"55.

Las SIP se concretan en la práctica en centros territoriales en los que la empresa realiza la oferta de productos y servicios al agro. Están localizados geográficamente en el medio rural, al alcance de los productores agropecuarios; constituyen centros integrados de venta, distribución, asesoramiento, investigación, monitoreo y comercialización en las zonas productivas.



Mapa 2. Los centros SIP en Argentina.

Esta modalidad logística es diversificada en función de las actividades agropecuarias predominantes en un determinado territorio en relación con la historia y las condiciones ambientales locales que actúan como marco a las actividades productivas.

La estrategia consiste en la aplicación de las estrategias del *toyotismo* a la producción en el sector primario de la economía, en función de las necesidades del productor y de la demanda.

En cada región productiva ofrecen los servicios, productos e insumos acordes a las necesidades de los clientes, a los que se les imparte asesoramiento y entrenamiento.

En los centros SIP también se implementan actividades de investigación y programas de monitoreo ambiental que incluyen laboratorios de control de calidad y detección primaria de plagas, a los efectos de buscar soluciones diversificadas del tipo "just in time" y "just in place" (justo a tiempo y justo en el lugar) propias del estilo de producción toyotista. La ubicación geográfica de los mismos es





^{55.} En: http://agrosoluciones.dupont.com.ar

estratégica, emplazando los SIP en los territorios rurales con mayor productividad.⁵⁶

Las 3 ÍES del éxito de la DuPont: Integración, Innovación e Imagen

A partir de la compleja integración empresarial, la corporación ha logrado monopolios en el mercado a partir de la integración horizontal/vertical de tres etapas en la producción agropecuaria: la innovación genética + defensivos bioquímicos + servicios.

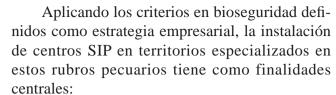
Desde la década de 1970 ha desarrollado herbicidas de gran control sobre malezas de amplio espectro; en el año 2005 introdujo en el mercado herbicidas específicos para las semillas de trigo que comercializa y para evitar enfermedades foliares de alto impacto. La investigación se orienta a lo que la empresa definió como *el portafolio con innovaciones*:

- a) En insumos agrícolas y pecuarios. Incluyen la fabricación y patentamiento de semillas (incluso transgénicas), productos fitosanitarios y veterinarios, principalmente para la producción avícola y porcina.
- En fertilizantes. Se produce según requerimientos del productor en función de las características físicas y vocación agronómica de los establecimientos.
- c) En defensivos agrícolas. La compañía intenta la innovación sobre plagas, malezas y afectaciones sanitarias in situ, a través del monitoreo y análisis ambiental de situaciones.

La imagen ambiental se centra en asesorar a los productores en normas de manejo seguro de insumos y productos químicos para ajustar las dosis de aplicación, evitar al máximo la persistencia de residuos y lograr productos de baja toxicidad.

A partir del año 2000 ha redoblado esfuerzos de mercadotecnia a los efectos de conquistar el monopolio de los mercados de insumos para la producción avícola intensiva y la producción porcina.

56. En: http://agrosoluciones.dupont.com.ar



- Ampliar la rentabilidad de los rubros a través de la oferta de fármacos veterinarios que agiliten los procesos de incremento de peso.
- Monitorear las condiciones ambientales y sanitarias a escala local para evitar amenazas a la rentabilidad como producto de la aparición y extensión de plagas y enfermedades.
- Reducir agentes infecciosos en el ambiente.

En los SIP, la implementación estándar de programas de bioseguridad implican el asesoramiento, supervisión y venta de insumos para la desinfección ambiental en todo el proceso productivo y en todos los agentes intervinientes: sitios de cría, personal y fuentes hídricas.

Tendencias y proyecciones de la DuPont

La estrategia empresarial más interesante de la compañía consiste en la innovación efectuada en la incorporación de las lógicas toyotistas de producción en los agronegocios mediante una diversificación territorial de la oferta de productos, insumos y servicios en función de los requerimientos específicos de los empresarios agropecuarios. De esta manera ha ido logrando mantener la rentabilidad en el mercado de agroquímicos que parecía haber llegado a sus límites máximos a fines del siglo pasado y en permanente amenaza, dados los severos cuestionamientos por los impactos ambientales inmediatos que afectan la calidad de vida de los ecosistemas y de los trabajadores rurales.

La corporación tiende a la integración horizontal y vertical en forma permanente, teniendo como plataforma en el mercado la agropecuaria y la alimentación. Así es como en los últimos años ha incursionado en la innovación que va desde los empaques y refrigeración de alimentos hasta la producción de agrocombustibles. Así es que la DuPont





"(...) comienza un programa para la generación de biocombustibles para el sector de los transportes en coordinación con la empresa petrolera británica BP a partir del año 2007. La colaboración entre las compañías que había comenzado en el 2003 ha avanzado al punto tal, que se proyecta introducir butanol elaborado a partir de la caña de azúcar como complemento a la gasolina en el Reino Unido. Para ello están trabajando con la compañía Azucarera Británica, subsidiaria de la Corporación British Foods para construir en el Reino Unido la primer planta de fermentación de etanol para producir biobutanos"57.

En materia de servicios a la producción, la alianza estratégica que ha comenzado a diagramar con la mega-corporación Bunge le permitirá la implementación de sitios geográficos de acopio de granos para su posterior distribución y comercialización.

Esto implicará la puesta en práctica de centros geográficos específicos a tales fines y que permitirá a la empresa incidir en los precios de los granos en los mercados y especular en todas las actividades del proceso productivo en oleaginosos y cereales, que adquieren una nueva dimensión estratégica al vincularlos a la producción de combustibles. El juego de la oferta y la demanda quedaría regulado con la producción de agrocombustibles que se comportarían como la válvula de escape para la especulación en los precios en el mercado global desde las semillas a los granos.

De esta forma la DuPont quedaría en pocos años consolidada como un gigantesco conglomerado con fuerte presencia en los territorios productivos agropecuarios más rentables o con mayores volúmenes de producción controlando y manipulando el conjunto de las actividades y procesos productivos estratégicos y que le permitirían controlar qué, cómo, cuánto y para qué producir.

"Últimamente, desde distintos ámbitos, se han apuntado los preocupantes impactos de los agrocombustibles (mal llamados 'biocombustibles') en los países del Sur. En particular, se ha destacado la huella ecológica que generarán las políticas principalmente europeas, estadounidenses y japonesas que promueven el uso a gran escala de biocarburantes en el transporte. Se han detallado los problemas que ello tendrá sobre la pérdida de soberanía alimentaria, a lo que se añade un inevitable sentimiento de desconfianza en términos ambientales que no puede dejar de inspirar un modelo agrícola sustentado directamente en el petróleo, la contaminación del agua y la deforestación. Al preguntarse sobre a quién benefician en realidad los agro combustibles, varios investigadores comienzan a describir la convergencia de los agro-petro-negocios que permite los matrimonios DuPont-BP, Abengoa-General Motors, Repsol-Acciona, etc"58.

Rubro procesamiento de bebidas y alimentos

Las 10 mega-corporaciones líderes en el procesamiento de la industria alimentaria –incluyendo bebidas gaseosas y agua embotellada- monopolizan el 24% del mercado mundial, con ventas que promedialmente se aproximan a los 300 mil millones de dólares anuales⁵⁹. Es un mercado altamente competitivo, con un potencial de expansión restringido y que depende cada vez más de la etapa de comercialización y del marketing.

El listado lo encabeza la empresa suiza Nestlé con ventas aproximadas a los 65 mil millones anuales. El rubro alimentos y jugos le representan a la compañía el 90% ⁶⁰ de los ingresos totales.

Este segmento en las cadenas de las empresas transnacionales agroalimentarias se caracteriza porque algunas estrategias comerciales son comunes a todas ellas, tales como:

 Adquirir activos de empresas competidoras nacionales o regionales sin modificar las marcas ya aceptadas por los mercados consumidores.





^{58.} En: http://www.diagonalperiodico.net

^{59.} ETC Group (2005) - Oligopolios S.A. (op.cit)

^{60.} ETC Group (2005) - Oligopolios S.A. (op.cit)

- Han diversificado la oferta de productos con inversiones de capital en marketing y han ampliado las líneas tradicionales de productos según la diversidad y patrones culturales de la demanda.
- Y la principal línea estratégica consiste en monopolizar mercados de consumo que resultan potencialmente atractivos según las siguientes características:
 - a) Alta concentración demográfica urbana; y de acuerdo al poder adquisitivo de los segmentos de población, establecen opciones de oferta diferenciales ofreciendo productos con marcas a precios diferentes para mercados de consumo estratificados.
 - b) En países, regiones y localidades que registren tasas elevadas de natalidad; allí establecen políticas de marketing a mediano plazo apostando a imponer el consumo del producto en las futuras generaciones.
 - c) La contigüidad territorial de los mercados, y que permita establecer centros regionales de distribución y mercadeo sin necesidad de tener presencia física a pequeña escala.

Las dos **empresas transnacionales de bebidas** estadounidenses que operan en la región latinoamericana lo hacen en forma monopólica y altamente competitivas entre sí, procurando conquistar palmo a palmo segmentos del mercado. Ellas son la Pepsico y la Coca-Cola.

En el **rubro alimenticio** la lista está encabezada por ADM y Kraft Foods. Cada vez es más difícil separar las transnacionales alimenticias de las empresas que producen bebidas sin alcohol, ya que las corporaciones han debido integrar ambos rubros como estrategias de mercado.

Así la Pepsico figura en el 5º lugar a nivel mundial dentro de las empresas transnacionales más importantes de alimentos y figura en el primer lugar como empresa transnacional de bebidas sin alcohol, con ventas totales promedio anuales de aproximadamente 29 mil millones de dólares⁶¹. Esta diversifica-

ción de rubros fue producto del cambio de estrategia a escala global impulsada luego de más de tres décadas en las que desarrolló la "guerra de las colas" y que mantuviera con la compañía Coca-Cola.

Lo mismo ocurre con la transnacional estadounidense Kraft Foods que opera en el rubro alimentos y bebidas sin alcohol no gaseosas, con ventas anuales promedio superiores a los 32 mil millones de dólares⁶².

A partir de la última década del siglo pasado, las industrias procesadoras de alimentos y bebidas debieron impulsar en el mercado nuevos rubros a los efectos de incrementar las inversiones de capital y los activos empresariales, que parecían haber arribado a un determinado nivel de estancamiento.

Para ello fueron invirtiendo en propaganda que impusiera nuevas pautas de consumo y de esa manera conquistar nichos de mercado. Debe destacarse las siguientes estrategias de mercadeo:

- La imposición de productos con precios diferenciales según la distinta capacidad de consumo de la población.
- La comercialización de agua embotellada
- La comercialización de las bebidas sin gas y los productos reducidos en calorías.

Cada vez más dependen de la logística de ventas al consumo final, principalmente de las cadenas de hipermercados en donde la exhibición de los productos en las góndolas pasa a ser cuestión estratégica de mercadotecnia.

Ya está ocurriendo que la principal megacorporación mundial responsable de cadenas transnacionales de hipermercados, Wal-Mart, produce y envasa con su marca el 40% de los alimentos y bebidas que se venden en sus macro mercados⁶³.

Compañías transnacionales de la industria de la bebida

El funcionamiento logístico empresarial de las dos principales corporaciones de la bebida es





^{61.} CEPAL (2005) - La inversión extranjera en América Latina y El Caribe 2005. En: http://www.eclac.org

^{62.} CEPAL (2005) - (op.cit)

^{63.} ETC Group (2005) - Comunicado Nº 91. (op.cit)

complejo. Tal grado de complejidad responde a diversas causas, entre las que deben destacarse en primer lugar, las consecuencias de la llamada "guerra de las colas" que enfrentó a la Pepsico y a la Coca-Cola por más de tres décadas en el mercado mundial. Y también se debe a los desafíos que fueron asumiendo estas empresas a partir de la imposición de nuevos patrones de consumo en el mercado.

La lista de las empresas de bebidas más grandes a escala mundial la encabezan tres compañías líderes estadounidenses que en conjunto tienen ingresos anuales promedio superiores a los 60 mil millones de dólares⁶⁴ y tienen las bebidas colas como producto matriz. Asimismo reflejan la complejidad de estrategias en el mercado:

En primer lugar figura la Pepsico con ventas anuales promedio de 29 mil millones de dólares⁶⁵. Esta compañía ha incorporado las refacciones alimenticias luego de que en la última década del siglo pasado resolviera como estrategia diversificar la oferta para hacer frente al rol secundario que siempre le tocó jugar con respecto a la Coca-Cola.

En segundo lugar figura The Coca-Cola Company con ventas por valor promedio anual de 22 mil millones de dólares⁶⁶, instalada y operando en todos los continentes a partir de la estrategia territorial tipo "ancla", buscando distintas modalidades de asociación con empresas dedicadas al procesamiento de bebidas:

- Compra de parte del paquete accionario y con presencia física en los directorios para incidir directamente en las decisiones de administración y gestión empresarial.
- Venta de jarabes a embotelladoras y distribuidoras.
- Otorgando licencias para la producción y estableciendo estrictos controles de calidad en la producción y embotellamiento.

En tercer lugar se sitúa The Coke Enterprises, con un área de extensión operativa restringida a Estados Unidos-Canadá y con ventas por valor de 18 mil millones de dólares⁶⁷.

La crisis económica que afectó a la región en los años 1980 obligó a la empresa líder en el segmento, Coca-Cola, a modificar las estrategias empresariales. La primera medida consistió en adquirir los activos de todas aquellas empresas locales a las que les había otorgado la licencia de fabricación y nominación del producto o a las que les vendía el jarabe para su posterior embotellamiento y distribución. Luego de la adquisición de estas empresas de alcance nacional o local, les inyectó capitales para reactivarlas económicamente para posteriormente, intentar reorganizar la estrategia geográfica a partir de la consolidación de los territorios del tipo "ancla". (Mapa 3)

Siguiendo las estrategias empresariales de la Coca-Cola, las principales corporaciones de la industria de las bebidas sin alcohol han logrado consolidar determinados monopolios específicos en los países del Cono Sur.

The Coca-Cola Company ha fijado las estrategias territoriales desde México (40% del paquete accionario de Femsa), Chile (11% de las acciones en la empresa Andina y 46% en Embonor y 30% en la Polar) y en Panamá (25% de las acciones en Panamco) para desde allí ir organizando logísticamente los mercados de consumo en los restantes países⁶⁸.

Pepsico ha sustentado su red logística desde Brasil, Colombia y Argentina manteniendo un sistema global tanto para el rubro bebidas como alimentos⁶⁹.

Compañías transnacionales de la industria de alimentos

Las empresas industrializadoras de alimentos han atravesado los mismos problemas que las empresas de industrialización de bebidas y las estrategias que

^{69.} CEPAL (2005) - (op.cit)





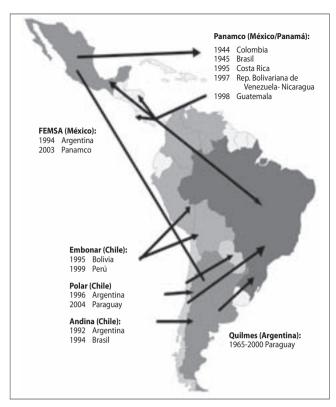
^{64.} CEPAL (2005) - La inversión extranjera en América Latina y El Caribe 2005. (op.cit)

^{65.} ETC Group (2005) - Comunicado Nº 91. (op.cit)

^{66.} ETC Group (2005) - Comunicado Nº 91. (op.cit)

^{67.} CEPAL (2005) - La inversión extranjera en América Latina y El Caribe 2005. (op.cit)

^{68.} CEPAL (2005) - (op.cit)



Mapa 3. La internacionalización de las empresas embotelladoras latinoamericanas de Coca-Cola.

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

han seguido para lograr el monopolio de los mercados no han tenido variación significativa.

A partir de la crisis económica de la última década del siglo pasado, han tenido que ir afirmando procesos de integración horizontal para imponerse en forma de monopolios pero han experimentado también procesos de integración vertical que, en algunos casos, se enlazan desde la fase agrícola imponiendo padrones estándares para la producción de alimentos y materias primas que utilizan.

Las transnacionales de las industrias de alimentos actúan como intermediarias entre las empresas rurales –fase agrícola de la cadena agroalimentaria— y el mercado de consumo de materias primas alimentarias, principalmente agroindustrias. Tal es el caso de la mega-corporación estadounidense ADM que, con ventas promedio anuales de 36 mil millones de dólares, ocupa el tercer lugar entre las 10 compañías de este rubro más importantes en el mundo⁷⁰.

El caso de ADM: integración súper especializada en rubros específicos

La empresa transnacional ADM ha logrado consolidarse como oligopolio a través de un proceso desarrollado a lo largo del siglo XX y que, iniciado en el este de los Estados Unidos, luego fue expandiendo hacia el resto del mundo.

En el camino, ha realizado varias fusiones e integraciones empresariales del tipo horizontal y vertical en base a los siguientes rubros agrícolas: maíz, soja, arroz y cacao. O sea que la expansión de la empresa ha consistido en la inversión de capital para la adquisición de empresas competitivas dentro de esos rubros agrícolas y, a través de la innovación tecnológica, ha ido diversificando la oferta en el mercado de sub-productos derivados dentro de los rubros agrícolas dominantes.

Se presenta a sí misma como empresa líder, cuyo objetivo principal consiste en liberar el potencial de la naturaleza para mejorar la calidad de vida y hacer del mundo un mejor lugar, aplicando los avances de la investigación y la tecnología a la agricultura siendo ésta, la clave de un crecimiento global sustentable.

Esta corporación actúa como intermediaria entre los productores rurales y el mercado de consumo, concentrando su accionar en las industrias alimentarias.

Los objetivos de esta transnacional hacia los productores rurales son proporcionarles los insumos agrícolas necesarios para que éstos "se adapten con inventiva a los desafíos permanentes del mercado. Debido a que todo lo que hace ADM comienza con la agricultura, nuestra asociación con la comunidad granjera es vital. Los granjeros son fundamentales para la economía global, y por ello trabajamos para poder serles fundamentales: creamos miles de productos a partir de sus cosechas, cientos de mercados para sus cosechas"⁷¹ o sea producir alimentos en la cantidad y calidad que el mercado requiere y hacia el mercado, imponer





^{70.} ETC Group (2005) - Comunicado Nº 91. (op.cit)

^{71.} En: http://www.admworld.com

materias primas de origen agrícola con alto valor tecnológico incorporado.

Fue fundada en Minessota, Estados Unidos, a principios del siglo pasado como empresa procesadora y embotelladora de aceite de lino. Ya en la primera década del siglo pasado, había logrado el monopolio en el abastecimiento de aceites en el este de los Estados Unidos. A partir de los años 1920, incorporó la investigación química, lo que le permitió ir diversificando la oferta de los productos derivados de las semillas de lino y soja. La primera integración horizontal la realizó adquiriendo las compañías de procesamiento de semillas de lino en el centro del país.

A mediados del siglo XX logró realizar importantes integraciones empresariales del tipo vertical, principalmente de industrias químicas que le permitieron el monopolio en el mercado estadounidense de sub-productos químicos elaborados a partir de la síntesis de soja y maíz. En la década de los años 1970 se extiende verticalmente a la distribución y comercialización de rubros agrícolas, creando la Compañía Americana de Trasporte Fluvial⁷².

A partir del año 1974⁷³ afianzó el proceso de transnacionalización expandiéndose hacia Holanda y Brasil. En este último país instaló plantas procesadoras de alimentos a partir de granos de soja. Durante la década de los años 1980 la megacorporación se destacó en los países de América Latina a partir del monopolio en los siguientes mercados: dulcificantes, almidón de maíz y harinas. En la última década del siglo XX la empresa extiende sus inversiones de capital y pretensiones monopólicas hacia rubros arroceros.

A inicios del año 2000⁷⁴, la ADM realizó la inversión estratégica más importante: adquirió los activos de la Compañía *Sociedad Aceitera de Oriente* en Bolivia. Incluye silos de almacenaje de granos de soja, refinería con tecnología de última generación y operaciones de embotellado de óleos. A partir de esta fusión empresarial la ADM tiene

presencia física en el corazón de la Cuenca del Plata y así puede vincularse a los negocios de compra de granos, acopio, procesamiento, distribución y comercialización. Esta región del Cono Sur se presenta estratégica debido a la expansión permanente de la frontera agrícola en dos de los rubros en los que la empresa es super especializada: soja y arroz. Asimismo sus activos en transporte fluvial posibilitan a la empresa comercializar a través de la hidrovía Paraná-Paraguay ya que cuenta con experiencia en compañías de transporte fluvial en Estados Unidos.

Tendencias y perspectivas

Esta corporación transnacional ha ido conquistando un lugar de privilegio dentro de las primeras diez empresas de producción de alimentos a escala global a partir de:

- Una lógica territorial del tipo frente pionero. Desde sus inicios la expansión geográfica en base a la super especificidad de la empresa le ha significado ser pionera en territorios estratégicos. Durante el siglo XX fue "abriendo" camino hacia el centro y oeste de Estados Unidos. Luego se expandió a Europa y América del Sur. En la última década del siglo pasado logró conquistar los mercados en los denominados "Tigres Asiáticos", con un potencial de crecimiento económico que le abriera la perspectiva en los nichos del mercado agrícola. Más recientemente la corporación está realizando negociaciones con el gobierno cubano, pese al embargo económico que los Estados Unidos han impuesto en ese país desde hace más de cuatro décadas.
- La innovación biotecnológica. Mediante ella puede aportar al mercado de consumo nuevos sub-productos pero siempre a partir de los rubros agrícolas en los que ha sustentado su especialización.





^{72.} En: http://www.admworld.com

^{73.} En: http://www.admworld.com

^{74.} En: http://www.admworld.com

Rubro distribución de alimentos

Compañías transnacionales vinculadas al comercio minorista

Cuando se hace referencia a grandes compañías especializadas en el comercio minorista se alude al conjunto de mega espacios destinados a la venta de productos a los habitantes de las grandes metrópolis a partir de formas estándares de empaque, oferta de mercadería y control del mercado de consumo de masas a través de las inversiones en marketing con direccionamiento del consumo.

Es una expresión convincente de la expansión del modelo de consumo irradiado desde los Estados Unidos hacia el mundo y que fue adoptado a modo de aculturación globalizada. En la década de los años 1950 surgieron las grandes cadenas de supermercados que se fueron expandiendo a expensas de los comercios a pequeña escala geográfica con atención personalizada y con vínculos específicos y particularizados entre vendedor-comprador.

En la década de los años 1980 fueron apareciendo en los territorios urbanos los hipermercados y los centros comerciales. Estos espacios de gran extensión están preparados para la puesta en práctica de los principios industriales en serie y en masa orientados al consumo. Éstos son:

- Grandes espacios con stock de mercaderías
- Amplios espacios con sub-divisiones especializadas interconectadas por rutas internas de circulación
- Góndolas en las que la competencia por sitios privilegiados determina la preferencia del consumidor

Como ejes transversales a todos los hipermercados actúan la impersonalización y el anonimato en las interacciones venta-compra de productos y la necesidad de consumir en esos espacios aún bajo la idea de ocio.

Es así que los espacios públicos (aceras, avenidas, calles) en los que se desarrollaban gran diversidad de comercios minoristas con atención

personalizada fueron perdiendo vigencia y abandonados por los clientes que paulatinamente y en forma mecánica, se transformaron en consumidores masivos en espacios privados, cerrados y controlados.

En la última década del siglo XX los centros comerciales e hipermercados se proyectaron a América Latina bajo la firme competencia de dos mega-corporaciones: la Wal-Mart de capitales estadounidenses y la Carrefour de capitales franceses.

Wal-Mart: la 20^a economía en el ranking mundial

La compañía Wal-Mart se situó a partir del año 2005 en el lugar 20 de las principales economías a escala mundial, tabla encabezada por los Estados Unidos y continuada por 18 países; a modo de ejemplo, el lugar anterior lo ocupó Suecia. Las ventas de esta mega-corporación ascendieron a 288 mil millones de dólares el año pasado⁷⁵.

Wal-Mart se expandió hacia los territorios latinoamericanos a inicios de la década de los años 1990. A partir de ese año ha mantenido un comportamiento agresivo en la conquista de espacios en las grandes metrópolis de tres países: México, Brasil y Argentina.

La competencia con la corporación francesa Carrefour le ha significado diseñar estrategias empresariales a los efectos de consolidarse geográficamente en los principales mercados de consumo de la región.

Las variables que inciden en la localización de la Wal-Mart son:

- Políticas: la búsqueda de estabilidad institucional y la garantía de regímenes políticos de "derecho", expresión utilizada por todas las corporaciones transnacionales para referir a la seguridad brindada por los gobiernos a la inversión de capital.
- **Demográficas**: se instalan en metrópolis con alta concentración de población urbana, con una estructura de población joven.

75. ETC Group (2005) - Comunicado Nº 91. (op.cit)





 Económicas: si bien la instalación de los centros se selecciona en base al poder adquisitivo de la población, también la interconexión es una variable logística para la ubicación geográfica de los hipermercados, o sea la determinada por los nudos originados por las redes de transporte.

Wal-Mart desarrolló como estrategias firmes:

- La adquisición de activos de empresas locales que dispusieran de cadenas locales o nacionales de supermercados; en una primera instancia manteniendo el nombre y paulatinamente se fue imponiendo en el mercado.
- Enfrentar la fuerte competencia con otras mega-corporaciones; eso llevó a que en el año 2003 la firma holandesa Royal Ahold que tenía una fuerte presencia física en la región abandonara las inversiones dejando el terreno libre a las dos principales competidoras. Lo mismo ocurrió con Carrefour que se retiró de México en el año 2005, convirtiéndose la Wal-Mart en la empresa líder en ese país. Así fue anunciado en la prensa mexicana: "Carrefour sufrió en México la dura competencia del número uno mundial del sector, el estadounidense Wal-Mart. Según el diario mexicano Reforma, Carrefour habría lanzado un llamamiento a ofertas para la venta de sus tiendas en México, evaluadas en unos 600 millones de dólares. Wal-Mart y la mexicana Soriana estarían en los primeros lugares para comprarlos"⁷⁶.

Las mega-corporaciones de este eslabón de los agronegocios atravesaron por una serie de problemas en la década de los años 1990 producto de la crisis económica que afectó a la región.

La Wal-Mart diagnosticó como escenario preliminar en Brasil, México y Argentina:

- a) La fuerte competencia que debía enfrentar con cadenas de supermercados locales que ya tenían prestigio y habían conquistado distintos nichos de mercado según disponibilidad de créditos y poder adquisitivo de la población.
- La necesidad de adaptar los formatos y las prácticas comerciales a las características y costumbres locales.
- c) Enfrentar dificultades con los proveedores, cuya capacidad de aprovisionamiento en cantidad y calidad no coincidían con los requerimientos de la empresa.
- d) La diversidad de los mercados de consumo.

Tendencias y perspectivas

Al momento, la Wal-Mart ofrece un 40% de productos alimentarios con marca propia⁷⁷. Ese mecanismo permite a la mega-corporación generar vínculos más estrechos con los productores rurales proveedores, a los que les impone estrictas normas estandarizadas para la producción de los alimentos que luego procesa y envasa.

De esta manera es que incide en forma directa en otros eslabones dentro de los agronegocios.

La proyección de la empresa en la región le significa ir adoptando distintos formatos locales de acuerdo a las características particulares de cada mercado: supermercados, cadenas de especialidades y tiendas divididas en departamentos.

La diversidad de formas que adopte la corporación se entrelaza con los dos ejes transversales que orientan la estrategia central de la Wal-Mart:

- Ampliar la oferta de productos en un mismo espacio, principalmente en las grandes metrópolis de los países con macro mercados. Allí la diversificación consiste en ampliar los servicios, como por ejemplo incorporar servicios bancarios, agencias turísticas.
- Destinar inversiones en el estudio de mercado a escala local para analizar los requerimientos de la población e ir imponiendo

^{77.} ETC Group (2005) - Comunicado Nº 91. (op.cit)





^{76.} En: http://www.finanzas.com

aquellos rubros alimentarios estandarizados y que se comercializan de manera homogénea en todos los establecimientos de la cadena.

Rubro Servicios

Corporaciones vinculadas a la logística de transporte y distribución

Las mega-corporaciones vinculadas a la logística de transporte, distribución y comercialización de alimentos constituyen otro eslabón relevante dentro de la cadena de los agronegocios ya que ensambla el conjunto de los rubros entre sí y al mismo tiempo facilita y materializa la interconectividad entre los territorios involucrados.

La producción de alimentos con destino a las agroindustrias o a la producción pecuaria de los territorios del Norte ha sido históricamente parte del subsidio ambiental de los territorios rurales de los países del Sur.

El acopio, tránsito y comercialización son los ejes centrales de estas corporaciones, siendo la Cargill la de mayor relevancia en la región de la Cuenca del Plata. Así la empresa "Cargill está desarrollando un programa de inversiones en la provincia de Santa Fe que incluye la ampliación de sus actuales instalaciones industriales y portuarias, la construcción de una nueva planta de molienda de soja y un nuevo puerto, así como desembolsos para incrementar la producción y distribución de fertilizantes fosfatados y nitrogenados. Las inversiones previstas comprenden la expansión de las capacidades operativas en la planta de procesamiento de soja y terminal portuaria de exportación que CARGILL posee en Puerto San Martín, y la construcción de una nueva planta de procesamiento de oleaginosas y una terminal portuaria, en Villa Gobernador Gálvez. En conjunto, suman 200 millones de dólares hasta mayo del 2006, de los cuales 120 millones se invertirían en los próximos 14 meses. Al respecto, Héctor Marsili, presidente de la empresa y responsable de las actividades de comercio exterior y procesamiento de oleaginosas para la Argentina, Paraguay y Bolivia, expresó:

'Estas inversiones reflejan la importancia que Cargill le asigna a la industria oleaginosa argentina y al rol de nuestro país como un proveedor privilegiado para atender la creciente demanda mundial de alimentos que prevemos'".

Sólo el hecho de que el presidente de la empresa sea el responsable comercial para tres de los cinco países con territorios en la Cuenca del Plata da cuenta de la importancia estratégica que la transnacional asigna al conjunto de actividades logísticas ensambladas que desarrolla en la región.

Cargill: oligopolio estratégico en el corazón de la Cuenca del Plata

Cargill es la compañía privada estadounidense más importante dentro de este eslabón de los agronegocios, siendo el mayor oligopolio agroindustrial, alimentario y financiero, con presencia en más de 70 países.

En los países del Cono Sur latinoamericano, tiene el control total del sector de granos y participa en los puertos de la Hidrovía Paraguay-Paraná y en los centros de procesamiento de los principales puertos de la región. "Todo el proceso de la soja transgénica depende del gigante transnacional CARGILL, del cual la empresa MONSANTO es 'tan sólo una uña'. (...)No obstante, MONSANTO es apenas un pequeño departamento de CARGILL" 79.

Cargill es la primera empresa exportadora de granos y subproductos desde la Argentina y Bolivia, y sus negocios de comercialización y procesado incluyen granos y oleaginosas, jugos de frutas, fibras, carne, huevos, sal, petróleo y acero, así como la producción y venta de alimentos para ganado, fertilizantes y semillas y, en el sector financiero, la instrumentación del comercio financiero, inversiones, estructuración de finanzas y operaciones de plazo fijo⁸⁰.





^{78.} En: http://www.webpicking.com

^{79.} Pinheiro, S. (2004) - El enemigo se llama CARGILL. Rel-Uita. Uruguay, junio del 2004. En: http://www.lainsignia.org/

^{80.} En base al libro de Kneen, B. (2005) - Gigante Invisible. CARGILL y sus estrategias transnacionales (op.cit).

La mayor estrategia territorial de la empresa para los países del MERCOSUR ha sido su instalación en Puerto Aguirre, en el oriente de Bolivia, a fines de la última década del siglo pasado.

Tendencia y Perspectivas

Dentro de los agronegocios el segmento definido como prestatario de servicios es transversal al conjunto de rubros ensamblados ya que, el acopio, transporte y distribución de bienes y servicios hacen posible la interconectividad entre todos los eslabones involucrados. Se puede percibir como la infraestructura física se hace cada vez más necesaria a los efectos de articular eficientemente los territorios productores con los consumidores a escala global. También desde ese lugar, transnacionales y organismos financieros internacionales organizan la logística necesaria para viabilizar el proyecto capitalista globalizador, incluso a través de asociaciones directas de capital. Asimismo se deduce el rol que cumplen los gobiernos nacionales en articular políticas diseñadas globalmente en acciones locales y regionales concretas.

En ese marco, la Cargill asume un rol protagónico esencial en los territorios de la Cuenca del Plata. A través de la presencia física directa, integrando empresas, fusionando otras, asociándose cuando estime conveniente, se asegura el control geopolítico en la distribución a partir del transporte fluvial de los principales cereales y oleaginosos considerados clave en el mercado global: soja y arroz.

Breve síntesis general

Los agronegocios y el conjunto de segmentos ensamblados que los caracterizan muestran cómo las diferentes manifestaciones del poder transnacional se convocan en los territorios estratégicos y eficientes del Sur para proveer a las sociedades del Norte de los bienes agrícolas (alimentos, forrajes, agrocombustibles) sin los cuales no podrían sustentarse.

La valoración de los territorios es realizada a partir de las condiciones ambientales que hasta el momento son factores determinantes para la producción en el sector agrícola, tales como las características climáticas, la disponibilidad de suelos fértiles, vastos espacios, abundancia de recursos hídricos. Una vez diagnosticada la situación comienza el proceso de división técnica del trabajo a partir de la manipulación de variables políticas, culturales y sociales.

La especialización de los territorios para producir bienes agrícolas estratégicos en el Sur a los efectos de garantizar el sobre-consumo de las sociedades del Norte es el tema en cuestión.

Mientras la perspectiva de la soberanía y seguridad alimentaria se discuta en las coordenadas globales, las pretensiones y acciones neo-coloniales de las corporaciones en la región latinoamericana quedan diluidas en el discurso político universalista.

"El siglo veinte fue testigo de la llamada Revolución Verde. Inicialmente considerada por muchos como la herramienta técnica más importante, para así lograr una producción más eficiente, terminar con la falta de alimentos y resolver el problema del hambre. Sin embargo resultó ser (...) un camino de ejecución de los procesos de contrarreforma agraria, ayudó a poner la alimentación de la humanidad bajo el control de las grandes empresas transnacionales. Todo ello acompañado por el desarrollo del desprecio sistemático de los saberes y capacidades de quienes, hasta no más de 20 años atrás producían la mayoría de los alimentos del mundo"81.

^{81.} En: Revista Biodiversidad - Ya es tiempo de soberanía alimentaria. Octubre 2006.





5. Las estrategias territoriales de las transnacionales vinculadas a los agronegocios en América Latina

Para describir y evaluar el estado de situación en la región con respecto a la existencia de corporaciones transnacionales agroalimentarias de capitales estadounidenses, sólo se consideró a aquellas empresas que tienen presencia física en el territorio sudamericano, vale decir, las que presentan instalaciones e infraestructura física como empresas. Por lo tanto no están consideradas aquellas empresas que se instalan mediante la modalidad de compra de acciones de empresas nacionales o la penetración de sus productos por la vía de la importación.

En el cuadro 2 se ilustra la situación general que se presenta en cada país sudamericano conforme la presencia física de empresas transnacionales, destacando aquellas que están vinculadas (al menos en algunas de sus actividades) con los agronegocios y tienen su casa matriz en los Estados Unidos.

Se calcula que en el mundo operan aproximadamente 11.500 empresas transnacionales de las cuales 2.360 son estadounidenses (aproximadamente el 20%). Esta presencia llega en el caso sudamericano a casi el 35% 82.

Sólo para el caso particular de las transnacionales estadounidenses vinculadas a los agronegocios este porcentaje es del 20% y si no se consideran a Guyana y Guayana, este porcentaje asciende al 25%, destacándose la localización geográfica en países como Perú, Uruguay y Colombia, en donde este porcentaje es superior al 30% 83.

En el cuadro 3, se ilustra la presencia de empresas transnacionales estadounidenses según grandes grupos de actividades que desarrollan en el territorio sudamericano según país.

Los cuadros 2 y 3 refieren exclusivamente a la presencia física de las empresas en cada país; esto debe ser considerado con tres salvedades importantes. La primera es que las empresas pueden estar presentes por distintas formas de articulación con empresas locales. Es el caso más generalizado para identificar la lógica territorial de las empresas de bebidas en la región.

La segunda es que la no presencia física de la empresa en el país no implica que los productos no estén presentes; por ejemplo la corporación Monsanto no tiene oficinas, plantas industriales o campos de investigación en Bolivia, Paraguay o Uruguay, pero la central Monsanto Zárate en Argentina se ocupa de asistir y vender productos en estos tres países.

La tercera es que la presencia de la empresa en el país puede responder a otros objetivos que la interacción con los procesos productivos locales, por ejemplo buena parte de las empresas registra-

Cuadro Nº 2. Distribución por país de la presencia de multinacionales.

Países	Total de transnacionales	Transnacionales vinculadas a Agronegocios de origen estadounidense	Porcentaje sobre el total
Argentina	163	45	27.6
Bolivia	26	3	11.5
Brasil	238	52	21.8
Chile	102	23	22.5
Colombia	91	28	30.7
Ecuador	34	5	14.7
Guayana	2	0	0
Guyana	7	1	14.3
Paraguay	32	8	25
Perú	46	16	34.8
Surinam	3	0	0
Uruguay	129	40	31
Venezuela	89	25	28

Fuente: Elaboración propia a partir de información de http://fr.transnationale.org





^{82.} En base a datos aportados en: http://fr.transnationale.org

^{83.} En base a datos aportados en: http://fr.transnationale.org

Cuadro 3. Distribución de las transnacionales vinculadas a los agronegocios de origen estadounidense en América del Sur, según tipo de actividad y país.

	Agrícolas	Alimentaria	Transporte	Distribución	Servicios	Químicas	Bancos y seguros	Diversificadas	Bebidas	Tabaco	Papel	Otros Diversos
Argentina	0	6	5	1	6	10	11	1	1	0	0	4
Bolivia	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Brasil	0	7	8	2	8	10	4	1	1	1	2	8
Chile	0	4	1	1	2	6	3	1	1	0	1	3
Colombia	1	6	0	1	2	6	3	1	1	1	0	6
Ecuador	0	2	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1
Guayana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Guyana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Paraguay	0	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	3
Perú	0	4	0	1	0	2	1	1	1	0	0	6
Suriname	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Uruguay	0	7	1	0	6	5	8	1	1	1	0	10
Venezuela	0	7	1	0	3	6	1	1	1	1	0	4
Total	1	44	16	6	27	49	34	8	7	4	3	47
Porcentaje	0.41	17.89	6.50	2.44	10.98	19.92	13.82	3.25	2.85	1.63	1.22	19.11

Fuente: Elaboración propia a partir de información de http://fr.transnationale.org

das en territorio uruguayo se ubican en las zonas francas y sus actividades no se vinculan con las actividades locales.

Entonces la localización de algunas empresas en las zonas francas se vincula más a objetivos especulativos y de circulación de mercancías que a la interacción con los procesos productivos locales.

Así, la presencia de las empresas transnacionales es bastante más compleja según el ramo de actividad, y su correcta evaluación necesita de una investigación específica según empresa y según su estrategia diferencial en los distintos países y también a las distintas regiones al interior de cada país. De todas maneras, se pueden identificar diferentes concepciones empresariales en torno a los **territorios eficientes** según las inversiones se realicen en la fase agrícola, distributiva, industrial o comercial.

Territorios eficientes en la Fase Agrícola

Pueden dividirse tres grados de eficiencia territorial según la cuantía de empresas con infraestructura física en los distintos países: alta, media y baja.

En la **Fase Agrícola** las variables integradas que convierten un territorio en altamente eficiente son:

Ambientales: son aquellos territorios en los que hay gran disponibilidad de recursos edáficos, hídricos y de diversidad genética y ecosistémica. Asimismo sus condiciones geoecológicas garantizan la sostenibilidad productiva a mediano y largo plazo dada la calidad estructural y funcional de los bienes ambientales. También puede incorporarse dentro de esta variable la posibilidad constante de ampliación de la frontera agrícola dada la gran extensión de suelos y ecosistemas prístinos.





Políticas: cuando las clases dominantes promueven un discurso innovador permeable a la transferencia tecnológica, muy vinculado a la noción de ventanas de oportunidad para el logro del progreso material y el desarrollo de las naciones. Se plantea que las oportunidades son escasas dentro del capitalismo tardío y que se deben aprovechar. Se diseñan e instrumentan políticas gubernamentales que favorezcan la inversión extranjera directa y aseguren la estabilidad en las inversiones de capital. También la pretendida —y hasta impuesta- idea de consolidación de las instituciones democráticas, la pacificación interna y la adhesión a la geopolítica transnacional global impulsada por organismos supra-nacionales son muestras inequívocas de eficiencia.

Económicas: la existencia de las clásicas ventajas comparativas que permiten asegurar beneficios logísticos, económicos y fiscales. A modo de ejemplo la existencia y creación de zonas francas, el subsidio a ciertas inversiones declaradas políticamente de interés estratégico al desarrollo y exoneraciones fiscales directas e indirectas.

Culturales: capacidad de la población de adaptarse y aceptar los cambios y ser permeables a la imposición de pautas foráneas y de formas de pensar, actuar y gestionar en torno a la producción de "bienes agropecuarios" en las empresas rurales.

Territorios eficientes en la Fase Industrial

Ambientales: se considera de relevancia la existencia de recursos naturales y legislación ambiental permisiva que sea amigable a la inversión extranjera directa. Esta cualidad jurídica se desarrolla bajo la justificación de que se prioriza la generación de empleos directos e indirectos por sobre la incidencia de impactos ambientales negativos o nocivos del conjunto de los procesos productivos. Asimismo que no existan trabas o controles ambientales como producto de la transferencia tecnológica, de máquinas y equipos.

Sociales: alto porcentaje de población urbana con niveles elevados de alfabetización básica a los efectos de contratar mano de obra barata y calificada. Una estructura demográfica con predominio de edades entre 15-45 años como potencial ejército de reserva laboral.

Políticas: exoneraciones tributarias, promoción de la flexibilidad laboral y políticas públicas que aseguren el "orden social interno".

Territorios eficientes en la Fase Comercial

Ambientales: posibilidad de construir mega superficies comerciales sin limitaciones (legislativas, de normativa ambiental, por ejemplo). Disponer de diversidad de sitios geográficos que permitan monopolizar el mercado de consumo a partir de la amplia y diversa accesibilidad a los grandes centros comerciales. Existencia de equipamiento e infraestructura urbana que maximice la circulación de personas y mercaderías.

Sociales: territorios en los que la población tenga altas tasas de natalidad y potenciar las políticas de mercadeo para estimular el consumo de los productos a mediano y largo plazo.

Económicas: sociedades con alto poder adquisitivo que atraigan como mercado de consumo; o mercados de grandes dimensiones que permitan la partición y diversificar la oferta de productos alimenticios en función de la desigualdad presentada por la demanda.

Culturales: posibilidades de actuar imponiendo "necesidades" de consumo; mercado abierto a las condiciones de mercadeo y de fácil aceptación de distintos rubros alimenticios.







6. Síntesis de los principales impactos

Algunas de las transformaciones estructurales provocadas por los agronegocios en las distintas fases –agrícola, industrial y comercial– han sido:

Fase Agrícola

De cuando el sector agrícola es transformado de acuerdo a las pautas urbanas e industriales... Contaminación Ambiental

A partir de comienzos de la década de 1970 se inició un proceso de identificación de los contaminantes liberados al ambiente y conjuntamente se desarrolló la tecnología asociada para remediar la contaminación.

Este proceso tiene sus orígenes vinculados a la actividad industrial clásica y a los centros urbanos. Sin embargo, la preocupación social y el análisis por la contaminación generada desde la agricultura en la dimensión biofísica del sistema ambiental son mucho más recientes. Fundamentalmente en los últimos años, se han desarrollado importantes avances para evaluar los efectos de la llamada industria agrícola: el modelo de agricultura asociada al proceso de la revolución verde y la estructura de los agronegocios.

El tratamiento del problema de contaminación de los agronegocios difícilmente se trabaja desde la integración de sus tres componentes principales (productivo, logístico y comercial); incluso se analizan aisladamente las distintas fases al interior de cada uno de los componentes.

Así, los impactos vinculados a la producción directa agropecuaria en grandes extensiones de monocultivos difícilmente son analizados en profundidad.

Los espacios de los grandes monocultivos se caracterizan por la liberación al ambiente de grandes volúmenes de contaminantes y/o por complejos procesos de degradación del ambiente

receptor. Procesos que se pueden agrupar en tres categorías:

- a) Físicos, incluyen la pérdida de suelos por erosión, alteraciones en el ciclo hidrológico, cambios en el paisaje, liberación de partículas a la atmósfera, entre los más importantes.
- **b) Químicos,** alteración de la disponibilidad de nutrientes en el suelo, contaminación de aguas superficiales o subterráneas, liberación de gases contaminantes a la atmósfera, etc.
- Biológicos, condiciones para el desarrollo de agentes patógenos, contaminación biológica, desaparición de especies, etc.

Estos procesos de contaminación y degradación ambiental generados desde la agricultura industrial se integran en dos modalidades: la contaminación por fuentes no puntuales, difusas (las grandes extensiones de monocultivos, los emprendimientos ganaderos intensivos pero sin animales estabulados) y las fuentes puntuales (centros de cría de animales estabulados, agricultura intensiva en cobertura).

Esta situación se torna especialmente compleja en América del Sur con el avance de la frontera de los agronegocios sobre ecosistemas naturales y sobre zonas de cultura agrícola tradicional vinculada a las necesidades de la población local.

La utilización creciente de biocidas en los espacios rurales de producción primaria para los agronegocios implica la utilización de sustancias tóxicas. La mayor parte de estas sustancias son compuestos orgánicos sintéticos, cuyas propiedades físico-químicas (y por lo tanto su comportamiento en el ambiente receptor) varían ampliamente, generando grandes rangos de variación en la absorción de estas sustancias por los componentes del ambiente, su solubilidad en el agua y el periodo medio de persistencia de la sustancia.





La variación (permanente) del ambiente receptor a nivel temporal y espacial hace que el comportamiento de las sustancias químicas poluentes sea en general difícil de predecir y sea necesaria la investigación local del comportamiento de cada sustancia.

Estas dificultades generan condiciones en las cuales es mayor la velocidad de liberación de sustancias al ambiente, que la velocidad de generación de información sobre sus efectos ambientales.

Los cálculos de las externalidades ambientales asociadas a los distintos procesos y actividades incluidas en los agronegocios ya están siendo evaluadas y en el caso particular de las cuotas de emisión de carbono a la atmósfera ya está comenzando a generar el interés de corporaciones transnacionales a los efectos de concentrar los mercados de comercialización. Nueva etapa que se integra dentro de los agronegocios.

Extensión geográfica

La escala geográfica de los sistemas productivos se modificó sustancialmente; la ampliación de la extensión geográfica de las empresas rurales se acompañó con la excesiva especialización monoproductiva para generar territorios eficientes.

La diversidad de los paisajes agrícolas fue sustituida por la monotonía de los complejos agroindustriales. La diversidad de paisajes rurales que eran la expresión de diversidad cultural, forjada a partir de la co-evolución entre los grupos humanos socialmente organizados y los ecosistemas fue transformada en el latifundio genético, cuya expresión es la homogeneización paisajística.

Como la rentabilidad y eficiencia territorial está vinculada a la economía de escala, la homogeneización paisajística y cultural de los territorios es consecuencia de la uniformización técnica de la producción.

Impacto Cultural

La tradicional gestión de las semillas sustentada en el devenir socio-histórico y cultural de las naciones en co-evolución con los ecosistemas fue sustituida por la comercialización de semillas de origen "científico" (manipulación genética), que se utilizan para maximizar la producción por unidad de superficie y homogeneizan el bien agrícola (mercancía resultante) y que son patentadas por empresas transnacionales que monopolizan su producción y venta.

Las tradicionales y hasta a veces festivas actividades de labranza, siembra y siega se han mecanizado, acrecentándose el uso de energía para la producción agrícola a los efectos de sustentar el empleo de maquinaria especializada a tales fines.

La incorporación de maquinaria ha sido posible como corolario de la extensión en las superficies agrícolas especializadas y ambas características como consecuencia de procesos de concentración de la tierra y la sustitución del campesinado y los productores familiares por el ejército de acero responsable de las actividades rurales.

Control Monopólico

Los sistemas agrícolas sustentados en la lógica empresarial e industrial requieren del uso de agroquímicos especiales para favorecer el desarrollo de las semillas y evitar el ataque de plagas. Esta "innovación tecnológica" genera dependencia tácita de las empresas rurales con las compañías transnacionales proveedoras de las agrotecnologías (herbicidas + semillas + fertilizantes + pesticidas) que constituyen un paquete articulado de mercancías agrícolas que se utilizan desde la preparación de las tierras hasta la maduración de los cultivos y que se focalizan hacia una modalidad de gestión de los suelos, el agua y los ecosistemas.

Estos paquetes tecnológicos son patentados como propiedad intelectual de las corporaciones que exigen los respectivos pagos al utilizarlos por parte de los empresarios rurales.

El mercado como agente hegemónico

Se han modificado las finalidades de la cultura agrícola una vez obtenida la cosecha, consistente en distribuir la producción para abastecer las necesidades consuntivas de las familias, mantener el stock





de semillas para próximas cosechas y comercializar excedentes. El principal destino de la producción en los sistemas agrícolas bajo el régimen innovador es el mercado; un mercado con un comportamiento difuso, impreciso, que desvincula a los productores de los consumidores y desdibuja los vínculos de compromiso y solidaridad entre ambos agentes protagónicos de la actividad económica.

Fase Industrial - Comercial

Las empresas transnacionales dentro de este rubro han consolidado oligopolios de gran envergadura aprovechando las siguientes ventajas competitivas:

- Operar en economías de escala que integran la producción, comercialización, gestión territorial y distribución geográfica.
- Comercializar marcas y productos que han logrado imponer en el mercado a partir de la propaganda.
- Incorporar en forma inmediata innovaciones tecnológicas que maximicen la economía de escala y la oferta diversa de productos que han impuesto en el mercado a partir de la década de los años 1990.

A partir de la última década del siglo pasado, las industrias procesadoras de alimentos y bebidas debieron impulsar en el mercado nuevos rubros a los efectos de incrementar las inversiones de capital y los activos empresariales, que parecían haber arribado a un determinado nivel de estancamiento.

Para ello fueron invirtiendo en propaganda que impusiera nuevas pautas de consumo y de esa manera conquistar nichos de mercado. Debe destacarse la imposición de productos con precios diferenciales según capacidad de consumo de la población, la comercialización de agua embotellada como producto seguro del vital compuesto, las bebidas sin gas y los productos reducidos en calorías.

Las consecuencias del proceso de transnacionalización de las industrias de la alimentación y de la bebida son:

- Las transformaciones culturales provocadas por la imposición de productos alimenticios estandarizados, que separan cada vez más la producción del consumo acorde a las necesidades sociales históricas y culturales de los pueblos y naciones.
- Proveen pautas globalizadas para la producción, distribución, comercialización, empaque y consumo, intentando eliminar las diversidades culturales y la alimentación como expresión de la cultura de los pueblos.
- Tienen incidencia directa en la salud de los consumidores y en enfermedades vinculadas al consumo estimulado de determinados alimentos: diabetes, colesterol a modo de ejemplo.





7. Conclusiones generales

Los agronegocios constituyen hoy una forma impuesta de pensar, actuar y gestionar la producción, distribución y comercialización de alimentos que opera en una escala logística global y bajo el auspicio del capital transnacional. Se presenta la oportunidad de lucrar con una actividad geopolíticamente relevante como es la decisión de qué, dónde, cuánto, cómo y para qué producir alimentos.

Las transformaciones estructurales que han convertido la cultura agrícola en empresa agraria han sido producto de un proceso de cambio de racionalidad en la gestión de los bienes ambientales y culturales presentes en los territorios rurales y que son patrimonio de las comunidades.

Como proceso, la consolidación de los agronegocios significó la intensificación del dominio del capital en los territorios rurales convirtiendo la producción, distribución y comercialización de alimentos en un conjunto de actividades estandarizadas que responden a la lógica economicista del capital, despojándolas de las dimensiones históricas, culturales, políticas y ambientales.

Así se fue incorporando a los territorios rurales una división técnica del trabajo con una base super especializada en la gestión de los principales "recursos naturales" que tiene como máxima expresión el latifundio mono-genético que para la lógica empresarial es eficiente y produce la concentración de la tierra, monopolio sobre la gestión del agua y la imposición del monocultivo extensivo.

En su fase agrícola las empresas rurales se caracterizan por la alta capitalización con sus manifestaciones visibles: tecnificación y mecanización; es un plantío de semillas híbridas, mono-varietales, extensivas que prescinden de los campesinos y de los trabajadores rurales.

En los países del Sur, con el impulso de los organismos multilaterales de crédito se ha forjado el escenario propicio para la captación de la inversión extranjera directa, en una suerte de esquizofrenia competitiva entre los estados para que los territorios nacionales queden articulados de una forma u otra a las diferentes lógicas del capital.

Los pilares de esta racionalidad empresarial en la gestión de los territorios rurales han implicado dualismos bien reconocibles:

- Se ha incrementado la producción de bienes alimentarios desde el punto de vista cuantitativo pero ha disminuido la producción de diversidad alimenticia.
- Se ha vuelto eficiente la gestión de los recursos naturales que sustentan la fase agrícola capitalista pero han aparecido signos elocuentes de ineficiencia en la sostenibilidad del modelo: erosión de suelos, contaminación hídrica, incremento de insumos energéticos.
- Los volúmenes de las cosechas han crecido a ritmos de progresión aritmética y ha decrecido en progresión geométrica el número de productores rurales y campesinos.
- El uso intensivo del suelo, de los recursos hídricos y genéticos ha significado la pérdida de biodiversidad en su sentido amplio: cultural y ecosistémico. La homogeneización de los paisajes rurales extensivos ha desplazado la diversidad de los sistemas agroalimentarios locales.

En síntesis, los agronegocios como forma de gestión de los sistemas ambientales para la producción de bienes agrícolas según los requerimientos del mercado global han significado la realización de un conjunto de ajustes estructurales vinculados a la producción y consumo de alimentos a partir de la aparición en escena de dos nuevos actores protagónicos: las corporaciones transnacionales y el mercado.

Son producto de una política agraria global en la que los valores del capitalismo oligopólico





se imponen sobre los principios éticos y humanos al momento de producir alimentos. La empresa rural constituye el significante impuesto por los grupos dominantes de las sociedades del Norte para garantizar la disponibilidad de bienes agrícolas en el mercado global, valorizando y gestionando bajo régimen neo-colonial los recursos estratégicos disponibles en los territorios del Sur poniendo en jaque la seguridad y soberanía alimentaria en estos últimos.

Con los avances tecnológicos como plataforma de innovación, las empresas transnacionales vinculadas a los agronegocios han abierto dos frentes de relevancia:

La precisión tecnológica en la gestión de la empresa rural y la especulación en el mercado global de bienes alimentarios

Desde el punto de vista de la racionalidad imperante en las empresas rurales los objetivos trazados son el incremento en la eficiencia económica de los territorios rurales, el ajuste de las prácticas técnicas a las necesidades del latifundio genético, la aplicación de tecnologías de vanguardia para maximizar los tiempos de reproducción ampliada del capital de inversión y lograr la viabilidad temporal.

Así como en el siglo pasado la revolución verde se sustentó en la selección genética, el uso intensivo de recursos, el aumento de la frontera agrícola y el uso masivo de químicos para incrementar la productividad, en la actualidad los sistemas de precisión implican el acoplamiento de innovaciones tecnológicas de punta: uso de satélites para evaluar recursos y producción, sensores remotos e imágenes satelitales para predecir constantemente la producción primaria de los tecno-sistemas y los sistemas de información geográficos para actuar estratégicamente en los territorios, comprender las dinámicas territoriales y elaborar modelos predictivos.

El desarrollo de nanobiotecnologías

Es la perspectiva en la que más confianza se deposita como forma de nueva revolución agrícola. El logro de la utilización de investigaciones genéticas para poder inventar organismos que puedan desprender definitivamente la producción agrícola de las determinantes ambientales y por ende de la selectividad territorial.

En síntesis

La coincidencia sistemática entre los discursos oficiales de los representantes de los Estados Nacionales y las grandes empresas transnacionales resulta un elemento destacable a comienzos del siglo XXI. Estos discursos hacen referencia a la importancia estratégica de las Empresas Transnacionales y las Inversiones Directas Extranjeras para desarrollar las regiones marginales o lograr los equilibrios territoriales a escala nacional en los países del Tercer Mundo. Sin embargo estos principios fundamentalistas son refutados en forma sistemática por los resultados concretos, algunos de los cuales son la consolidación de territorios nacionales disociados, degradados y desarticulados.

Una rápida mirada a la realidad sudamericana presenta que en realidad la distribución territorial de las empresas transnacionales y las inversiones directas extranjeras son selectivas y consolidan la fragmentación territorial.

La distribución de los agronegocios en América del Sur es un ejemplo claro de esta realidad ya que la distribución estratégica de las inversiones y la búsqueda de las mejores condiciones productivas alteran profundamente la matriz productiva de los territorios.





Anexo I

PRINCIPALES EMPRESAS

DE ORIGEN ESTADOUNIDENSE

VINCULADAS A LOS AGRONEGOCIOS EN

LOS PAÍSES DE AMÉRICA DEL SUR



ARGENTINA

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	AGCO Corp. Bestfoods Cargill Inc. Merisant Co. Nabisco Holdings Corp. Procter & Gamble, Co.
Transporte	Ford Motor Co. Johnson Controls Ryder System Inc. TRW Inc. Visteon
Distribución	RR Donnelley & Sons Co.
Servicios a la producción	Danaher Corp. ITT Industries Corp. Sealy Corp. Thermo Electron Corp. Crown Holdings Waste Management Inc.
Productos químicos	Dow Chemical DuPont de Nemours Ecolab Inc. Monsanto Co. OM Group, Inc. Polymer Group Inc. Rayovac Corp. Rohm & Haas Co. Trans-Resources Inc. Tredegar Corp.
Bancos, Seguros y servicios financieros	Aetna Inc. Cigna Corp. Bank Boston Corp. Bank of America Corp. Bank of New York Co. Bankers Trust Citigroup Inc. JP Morgan Chase & Co. First Data Corp. General Electric Capital Principal Financial Group
Bebidas	Coca Cola Co.
- , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	Bank of America Corp. Bank of New York Co. Bankers Trust Citigroup Inc. JP Morgan Chase & Co. First Data Corp. General Electric Capital Principal Financial Group

BOLIVIA

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	Procter & Gamble Co.
Transporte	
Distribución	
Servicios a la producción	
Productos químicos	DuPont de Nemours
Bancos, Seguros y servicios financieros	
Bebidas	





CHILE

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	Bestfoods Cargill Inc. Dole Food Company Inc. Procter & Gamble, Co.
Transporte	Ryder System Inc.
Distribución	RR Donnelley & Sons Co.
Servicios a la producción	Crown Holdings ITT Industries Corp.
Productos químicos	Bemis Co. Inc. Dow Chemical Ecolab Inc. Monsanto Co. Rayovac Corp. Sealed Air Corp.
Bancos, Seguros y servicios financieros	Aetna Inc. Cigna Corp. JP Morgan Chase & Co.
Bebidas	Coca Cola Co.

BRASIL

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	AGCO Corp. Bestfoods Kellogg Co. Nabisco Holdings Corp. PepsiCo Inc. Procter & Gamble, Co. Quaker Oats Co.
Transporte	Cooper Tire & Rubber Co. Ford Motor Co. General Motors Corp. Johnson Controls Lear Corp. Ryder System Inc. TRW Inc. Visteon
Distribución	RR Donnelley & Sons Co. Wal-Mart Stores
Servicios a la producción	Crown Holdings Caterpillar Inc. Danaher Corp. ITT Industries Corp. Sealy Corp. Terex Corp. Timken Co. Waste Management Inc.





BRASIL (cont.)

Tipo de actividad	Empresas
Productos químicos	Bemis Co. Inc. Dow Chemical DuPont de Nemours Ecolab Inc. Monsanto Co. OM Group, Inc. Sealed Air Corp. Trans-Resources Inc. Tredegar Corp. Warner Lambert Co.
Bancos, Seguros y servicios financieros	JP Morgan Chase & Co. First Data Corp. General Atlantic Partners Aetna Inc.
Bebidas	Coca Cola Co.

COLOMBIA

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	Chiquita Brands International Inc.
Alimentarias	Bestfoods Dole Food Company Inc. Fresh Del Monte Produce Inc. PepsiCo Inc. Procter & Gamble, Co. Quaker Oats Co.
Transporte	
Distribución	Spiegel, Inc.
Servicios a la producción	Boston Scientific Corp. SABRE Holding Corp.
Productos químicos	Cytec Industries Inc. Dow Chemical Ecolab Inc. Monsanto Co. Rayovac Corp. SC Johnson Sealed Air Corp.
Bancos, Seguros y servicios financieros	Cigna Corp. Bank Boston Corp. Citigroup Inc.
Bebidas	Coca Cola Co.





ECUADOR

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	Dole Food Company Inc. Nabisco Holdings Corp.
Transporte	
Distribución	
Servicios a la producción	
Productos químicos	
Bancos, Seguros y servicios financieros	Cigna Corp.
Bebidas	

PARAGUAY

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	
Transporte	
Distribución	
Servicios a la producción	
Productos químicos	Dow Chemical Praxair Inc.
Bancos, Seguros y servicios financieros	Citigroup Inc. Prudential Financial, Inc.
Empresas diversificadas	Unilever
Bebidas	

PERU

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	Bestfoods Dole Food Company Inc. Nabisco Holdings Corp. Procter & Gamble, Co.
Transporte	
Distribución	Spiegel, Inc.
Servicios a la producción	
Productos químicos	Sealed Air Corp. Warner Lambert Co.
Bancos, Seguros y servicios financieros	Aetna Inc.
Bebidas	Coca Cola Co.





URUGUAY

Tipo de actividad	Empresas
Agrícolas	
Alimentarias	Corn Products Corp. General Mills Inc. Nabisco Holdings Corp. PepsiCo Inc. Procter & Gamble Co. Ralston Purina Co. Sara Lee Corp.
Transporte	General Motors Corp.
Distribución	
Servicios a la producción	Black & Decker Corp. Boston Scientific Corp. Caterpillar Inc. Corning Inc. Danaher Corp. Pentel of America Ltd.
Productos químicos	Dow Chemical Eastman Kodak Co. Sealed Air Corp. Warner Lambert Co. WR Grace & Co.
Bancos, Seguros y servicios financieros	Aon Corp. Metlife Prudential Financial Inc American Express Co. Bank of America Corp. Citigroup Inc. Merrill Lynch & Co. Marsh & McLennan Companies
Bebidas	Coca Cola Co.

VENEZUELA

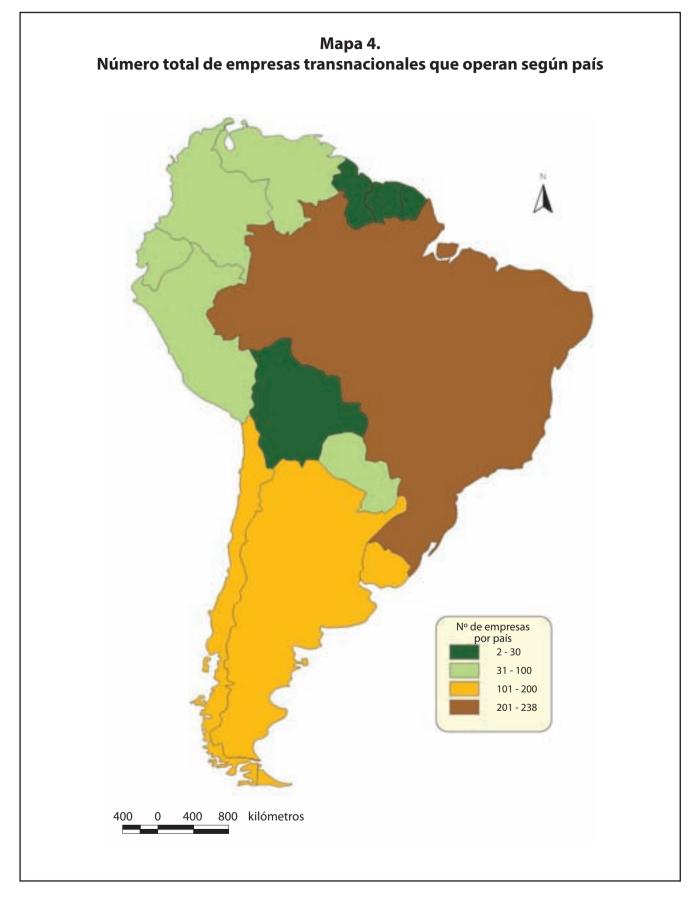
Tipo de actividad	Empresas		
Agrícolas			
Alimentarias	Bestfoods Heinz Co. Kellogg Co. Nabisco Holdings Corp. PepsiCo Inc. Procter & Gamble, Co. Quaker Oats Co.		
Transporte	Lear Corp.		
Distribución	Unilever		
Servicios a la producción	Crane Co. ITT Industries Corp. Timken Co.		
Productos químicos	Dow Chemical Ecolab Inc. Monsanto Co. Rayovac Corp. SC Johnson Warner Lambert Co.		
Bancos, Seguros y servicios financieros	Cigna Corp.		
Bebidas	Coca Cola Co.		





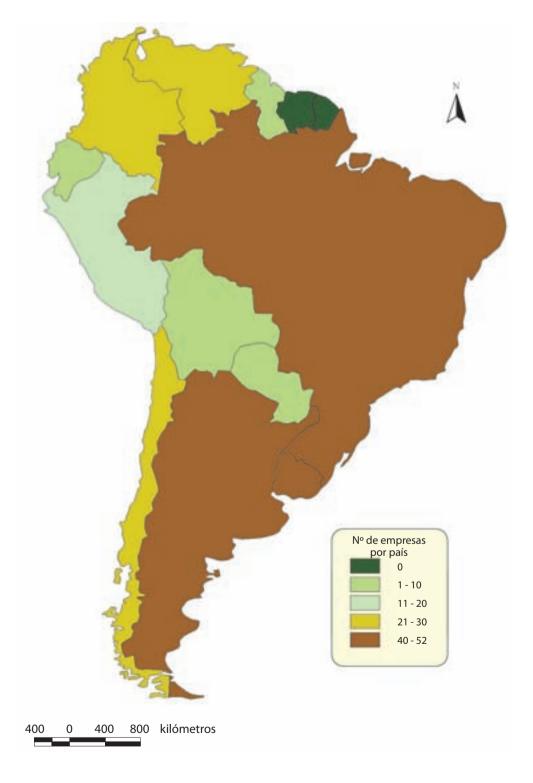
Anexo II

DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES ESTADOUNIDENSES VINCULADAS A LOS AGRONEGOCIOS EN AMÉRICA DEL SUR





Mapa 5. Número de empresas transnacionales de origen estadounidense que operan en el Sector Agronegocios según país







Mapa 6. Número de empresas transnacionales de origen estadounidense que operan en el Sector Alimentario según país Nº de empresas por país 400 400 800 kilómetros



Mapa 7. Número de empresas transnacionales de origen estadounidense que operan en el Sector Productos Químicos para la Producción Agraria según país Nº de empresas por país 10 400 800 kilómetros





Mapa 8. Número de empresas transnacionales de origen estadounidense que operan en el Sector Servicios a la Producción Agraria según país Nº de empresas por país

800 kilómetros

400



Mapa 9. Número de empresas transnacionales de origen estadounidense que operan en el Sector Financiero para la Producción Agraria según país Nº de empresas por país 400 800 kilómetros









