

---

*J.C. Dufour, G. Gherzi y R. Saint-Louis\**

---

*La emergencia de nuevos tipos  
de empresas multinacionales  
agroalimentarias  
y sus implicaciones en los  
países menos industrializados*

*«First and foremost the food and feed industries, more concerned with low cost and high quality than country of origin for their raw materials have shown an impressive facility for searching out foreign sources of supply. They have forced agricultural interests to play «catch up» taking advantage of new trade opportunities until they become an embarrassment to domestic farm policy.»*

*Tim Josling*

«En primer lugar y antes que nada las industrias de la alimentación, más directamente interesadas en los bajos costos y la alta calidad que los países de origen de la materia prima, han demostrado tener una sorprendente facilidad para descubrir fuentes de suministro extranjeras. Han obligado a que los intereses agrícolas se pusieran al día beneficiándose de las nuevas oportunidades del comercio hasta convertirse en una molestia para la política agraria doméstica».

Por varias razones, las empresas multinacionales agroalimentarias hacen gala, cada vez más, de una flexibilidad de adaptación sorprendente, en todos los países donde es-

---

(\*) Facultad de Ciencias de la Agricultura y de la Alimentación. Universidad Laval. Québec. Canadá.

— Agricultura y Sociedad nn. 38-39 (Enero-Junio 1986).

---

tán implantadas, tanto en el plano de su gestión interna como en el de sus estrategias comerciales de compra de factores de producción o de venta de productos transformados. Realmente los movimientos de concentración que se observan continúan, pero adoptan, cada vez más, nuevas formas. Es una concentración por concertación que se articula bajo la forma de intercambio de favores, de acceso a redes privilegiadas de información o de préstamos de financiación, de dirección conjunta por consejos de administración cruzados, y de repartos o de acuerdos previstos. Es también una concentración por afinidades de intereses puntuales, lo que nos lleva a afirmar, en este artículo, que en lugar de oligopolios de lucha, son oligopolios de concertación los que aparecen actualmente, fruto de los esfuerzos de implantación de las empresas multinacionales agroalimentarias en todos los países del globo, y en particular en los países menos industrializados.

Así pues parece cada vez más probable que los países que tengan una planificación agroalimentaria nacional flexible pero articulada y fuertemente apoyada por instancias nacionales sólidas, podrán canalizar los objetivos de estas multinacionales en beneficio de sus naciones.

## INTRODUCCIÓN

¿Quién se hubiera atrevido a prever que, hacia el fin de la década de los 80, algunos gobiernos de los países menos industrializados se verían animados por multinacionales a crear en sus países importantes empresas agroalimentarias de primera y de segunda transformación, con o sin ayuda de capitales nacionales? ¿Quién incluso se hubiera atrevido a afirmar que las producciones de dichas firmas se destinarían principalmente a la exportación? El que lo hubiera hecho se hubiera expuesto a enfrentarse a una gran incredulidad e incluso a fuertes controversias.

Y sin embargo, no deja de tratarse sólo de un escenario entre muchos otros, todos verosímiles, pues las multinacionales serán, muy probablemente, cada vez más propensas a dar muestras de flexibilidad en la elaboración de

---

su estrategia de implantación. ¡Posiblemente sea incluso una hipótesis menos verosímil que la de otros escenarios aún más sorprendentes!

Esta exposición exploratoria adelanta la hipótesis de que, sin embargo, será cada vez más provechoso para las multinacionales del sector agroalimentario comportarse como oligopolios de concertación en vez de como oligopolios de lucha durante lo que queda de la presente década (1). Proponemos apoyar esta hipótesis con tres niveles de argumentos. El primero se refiere a la reciente evolución de los perfiles del comercio internacional de los productos agrícolas y alimentarios de cara a la aparición de estrategias nacionales agroalimentarias (2). El segundo se refiere a la evolución estructural de las principales multinacionales del sector agroalimentario en el transcurso del último decenio. El tercer nivel se refiere al comportamiento de dichas empresas, que anuncia nuevas perspectivas en materia de subcontratación.

### **Mercado internacional agroalimentario protegido bajo la tutela de un mercado monetario flotante**

Ya se ha demostrado (3) el peso de los países altamente industrializados en los intercambios internacionales de

(1) Leopold, M. y G. Gherzi, *La performance des formes multinationales agroalimentaires et leurs perspectives de croissance*, y Maddoff, M. *L'expansion des firmes multinationales américaines*, publicados en «Firmes multinationales et autonomie nationale, 2<sup>e</sup> colloque de l'Association d'économie politique». Textes réunis et présentés par Jorge Niosi, Editions Saint-Martin, Montreal 1983.

Véase también Archier, Georges y Hervé Serieux, *L'entreprise du troisième type*, Editions du Seuil, 1984.

(2) Ruttan, Vernon W., *Food strategies for grain deficit poor countries*, publicado en «The New Era in World Agricultural Trade: Perspectives for the Prairies and the Great Plains», occasional papers n<sup>o</sup> 12, Department of Agricultural Economics, The University of Manitoba, E.W. Tyrczniewicz, Editor, septiembre 1980.

Véase también Thoburn, John T., *Primary Commodity Exports and Economic Development: Theory Evidence and a Study of Malaysia*, John Wiley & Son, 1977.

(3) *Problèmes des échanges agricoles*, OCDE, Paris 1982.

Véase también Simantov, Albert, *Où sont les marchés mondiaux accessibles et solvables*, en «L'agro-alimentaire québécois et son développement dans l'environnement économique des années 1980», publicado bajo la dirección de Jean-Pierre Wampach, Université Laval, Québec 1983.

productos agrícolas y alimentarios. El papel y la importancia de las firmas de los sectores que participan en el proceso de producción antes y después que el sector primario agrícola son, por otra parte, mucho menos conocidos y son objeto en la actualidad de análisis cada vez más exhaustivos (4).

Los ritmos de crecimiento del volumen del comercio internacional de los productos agrícolas en el curso del último decenio, animados por la aparición de nuevos mercados solventes de 1960 a 1985, no han dejado de sorprender, cuando se tiene en cuenta la aparición de barreras no arancelarias cada vez más limitadoras y más aviesas (5).

Por otra parte, Schuh (1979) y Ruttan (1980) han demostrado, partiendo de los tipos de cambio comparativos de los países altamente industrializados, que, desde la vuelta a los tipos de cambio flotantes (6), los flujos de capitales internacionales tenían cada vez más importancia en la evolución de las agriculturas y de las agroindustrias nacionales y en la relación de unas con otras. Se debe igualmente a Ruttan el esfuerzo por evidenciar la extrema fragilidad de las economías agroalimentarias de ciertos países poco industrializados que dependen del mercado internacional de los cereales para satisfacer una parte no despreciable de sus necesidades alimenticias (7).

---

(4) Simantov, Albert, op. cit.; Simantov pretende, entre otras cosas, que habida cuenta de la importancia de los mercados implicados, serán principalmente los países o las firmas que puedan disponer de una capacidad de oferta muy importante y regular los que puedan convertirse en socios comerciales privilegiados de los países con comercio de estado (p. 331).

Véase también Gherzi, Gérard, M. Padilla, M.C. Allaya y M. Allaya, *Les cent premiers groupes agro-industriels mondiaux*, Institut agronomique méditerranéen de Montpellier, diciembre 1983.

(5) Hillman, Jimmie, S., *Nontariff Agricultural Trade Barriers*, University of Nebraska Press, 1978.

Véase también Schuh, G.E., *The Lesser-Developped Countries and the Multilateral Trade Negotiations*, University of Minnesota, 1979 y Schuh, G.E. y H. Cleveland, *North American Grain Production in World Affairs*, University of Minnesota, 1984.

(6) Schuh, G.E., *Fluctuations in Foreign Exchange Rates: Implications for Agricultural Trade*, publicado en «The Next Era in World Agricultural Trade: Perspectives for the Prairies and the Great Plains», op. cit.

Véase también Ruttan, V.W., *Food Strategies for Grain Deficit Poor Countries*, op. cit.

(7) Ruttan, V.W., *ibid.*

---

¿Pero quién puede tener mayor interés en que el comercio internacional de los productos de la agroindustria continúe intensificándose en este contexto? Una hipótesis empieza a surgir sobre esta cuestión. Según algunos, incluso los industriales que forman parte de sectores distintos del agroalimentario tienen un interés directo en el desarrollo del comercio internacional de productos agrícolas, pues este comercio afecta significativamente al mercado de divisas, el coste de vida y los grados relativos de protección nacional de los sectores más expuestos y menos expuestos a la competencia extranjera (8). Según otros autores, las multinacionales del sector agroalimentario son las que sobre todo tienen mayor interés en repartir sus inversiones con el fin de aprovecharse al máximo de estas corrientes de intercambios internacionales, al mismo tiempo que consiguen no enfrentarse demasiado directamente a los desiderata de las políticas agrícolas o agroalimentarias de los países donde se implantan (9).

En esta exposición, proponemos como explicación plausible para la coexistencia de estas tendencias: el surgimiento de empresas multinacionales agroalimentarias de nuevo tipo. Más precisamente, se postulará que la evolución estructural de las grandes empresas del sector agroalimentario va acompañada de modificaciones profundas en la matriz geoestratégica de implantación de sus firmas, en especial en su selección de inversiones en los países menos industrializados. Luego trataremos de evidenciar la creciente flexibilidad que manifiestan estas multinacionales en sus estrategias de comercialización en todo el planeta y en particular en los países menos industrializados, donde la estabilidad de las prioridades nacionales, en materia de desarrollo agroalimentario, parece menos fuerte.

(8) Josling, Tim, *Agricultural Trade among Friends: the Parlour State of U.S. Trade Relationship with the Industrialized West*, publicado en «United States Agricultural Policy; 1985 and Beyond» Una serie de Seminarios recopilados y editados por Jimmie S. Hillman, University of Arizona and Resources for the Future, mayo 1984.

(9) Mayer, Leo V., *Agricultural Policy in a Changing Domestic and International Environment*, publicado en «United States Agricultural Policy: 1985 and Beyond» op. cit. Véase también Simantov, Albert, op. cit.

Véase también Pisani, E., *Réflexions sur une politique agricole et alimentaire commune et ses liens avec une politique structurelle de développement régional*, SEC (83), 616, 12 abril 1983.

---

## **EVOLUCION ESTRUCTURAL DE LAS MULTINACIONALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO**

### **FORTALECIMIENTO DE LAS TENDENCIAS PASADAS**

#### **Crecimiento y concentración del poder de los líderes de la industria agroalimentaria**

El crecimiento de estas grandes firmas sorprende y, a veces, inquieta por su amplitud. Se calculaba que, en 1981, las cien primeras firmas de la industria agroalimentaria (base de datos: Agro-Data), operando en condiciones de economía de mercado, acumulaban un volumen de negocios de 333 millones de dólares USA (10), o sea el tercio del valor de la producción de varios centenares de miles de empresas de transformación alimentaria. Cuando se compara el tamaño de estas empresas con el de la mayoría de los países en que operan, nos imaginamos mejor los efectos de su presencia (11). Así, en 1981, 17 de los 24 países de América Latina, y 36 de los 40 de Africa, tenían un producto nacional bruto (P.N.B.) inferior, y a menudo muy inferior, al volumen de ventas de Unilever.

Desde principios de siglo, los líderes de la industria agroalimentaria no han cesado de reforzar su posición dominante. En el transcurso de los últimos veinte años, el crecimiento del volumen de ventas de las cien primeras firmas agroalimentarias mundiales se ha revelado particularmente rápido, con una tasa de crecimiento del 7 al 8% en volumen cada año, resultado superior en 2 ó 3 puntos a la media del sector de los alimentos y de las bebidas para el conjunto del planeta. A pesar de la crisis, y según nuestros cálculos, estas empresas que controlaban, en 1978, el 28% de la producción agroalimentaria mundial, han re-

---

(10) Padilla, M., Gherzi, Allaya, M.C. y M. Allaya, *Les cent premiers groupes agroindustriels mondiaux*, I.A.M., Montpellier, diciembre 1983.

(11) Gherzi, G. y J.L. Rastoin, *Firmes multinationales et systèmes agroalimentaires dans les pays en voie de développement*, Centre de Développement de l'O.C.D.E., París, 1981.

forzado en sólo tres años su posición pasando de 5 a 6 puntos. Controlaban más de la tercera parte de esta producción en 1981 (12). Esta tendencia se prolongará en los años venideros, con la continuación del movimiento de concentración y una implantación creciente en los países socialistas y en los países en desarrollo que de hecho constituyen los nuevos mercados de este fin de siglo.

### **Resultados envidiables y estables a pesar de la crisis**

Si estas tendencias se mantienen, se debe esperar que continúe el movimiento de concentración, conduciendo, hacia los años 90, a un control de alrededor del 40% del sector para las cien primeras empresas mundiales. Tal perspectiva se explica por los elevados resultados de las firmas gigantes. Estas últimas tienen un efecto acumulativo. Permiten, en primer lugar, una estrategia activa basada en un proceso de absorción de las pequeñas y medianas empresas o de fusión con «homólogas», y que está sostenida por una fuerte capacidad de autofinanciación. Dicha perspectiva atrae, más tarde, las inversiones de las grandes firmas no incluidas en la industria alimentaria, interesadas por un nivel de resultados positivos y, sobre todo, por una gran estabilidad de los mismos (anexo 1).

Estos resultados son sin embargo patrimonio de las empresas líderes, lo que explica por qué aumenta la distancia entre estos grupos gigantes y las empresas de tamaño más modesto. Si bien se pueden esperar pocos cambios en la composición de este club de firmas líderes, la penetración cruzada de firmas de segunda generación (europeas, japonesas, canadienses y, más adelante, de algunos países menos desarrollados pero con fuerte crecimiento), el dinamismo de algunas firmas (14) y los efectos de la investigación

---

(12) Cálculos efectuados a partir de los datos de Agro-Data reunidos por el «Grupo de Investigación Agroalimentaria del I.A.M.» de Montpellier (Francia) y del «Grupo de Investigación en Economía Rural» de la Universidad Laval de Quebec.

(13) Vernon, R., *Influence of National Origins on the Strategy of Multinational Enterprises*, R.E., vol. XXIII, n.º 4, julio 1972, en: Rainelli, M., op. cit.

(14) Hymer, S., and R. Rowthorn, *Multinational Corporations and International Oligopoly: the non-American Challenge*, en: Kindleberger, C.P., *The International Corporation*, The M.I.T. Press, Cambridge, 1970.

y del desarrollo amenazan con modificar de forma sensible la clasificación y la influencia de los gigantes de la industria agroalimentaria.

### **Notable interés de las grandes firmas por sectores específicos**

El análisis de las grandes firmas en el transcurso de los últimos diez años demuestra que estas últimas se desinteresan progresivamente de ciertos sectores, como el de la leche y sus derivados y el de la producción de alimentos para animales. En 1981, por ejemplo, se encuentran más presentes en los sectores de cereales y de sus productos transformados, así como en los de los productos con fuerte valor añadido, tales como los del sector cervecero. El fenómeno más notable de esta diversificación es sin duda la vigorosa intervención de empresas en los sectores de la panadería y de la transformación del pescado. Es, sin embargo, en el exterior del sector de la transformación alimentaria donde la diversificación de los grandes grupos es más importante, particularmente en las actividades posteriores al proceso de producción. Los sectores en los que más se invierte son el del comercio al por mayor y el de restaurantes: 13% de las implantaciones de las cien empresas se hacen en estos sectores. La penetración de las grandes firmas de las Industrias Agroalimentarias (I.A.A.) en el comercio alimentario minorista, si bien existe, permanece mucho más discreta. Se duplica, como contrapartida, con la integración de la transformación en el sector de los grandes distribuidores de la industria alimentaria (GEORGES WESTON, MIGROS).

En el sector de los restaurantes, posiblemente en los países occidentales el desarrollo de los restaurantes que sirven comidas rápidas es el fenómeno alimentario más notable de estos últimos diez años. Una veintena de firmas de la muestra de Agro-Data se encuentran ampliamente implicados en dicho sector. Intervienen tanto en la gestión de grandes hoteles y de cadenas de pubs como en el campo de los restaurantes antes mencionados. Esta diversifi-

---



cación conduce a la creación de unidades de tamaño muy grande del tipo de conjunto de empresas, en las cuales, a veces, la principal actividad ya no es la alimentaria.

### **Estrategia de ubicación regional evolutiva dirigida a los mercados en desarrollo**

Paralelamente al fenómeno de diversificación, el proceso de multinacionalización de la producción agroalimentaria es un fenómeno en progresión constante. En 1978, habíamos censado 2.070 filiales instaladas fuera de los países de las sociedades matrices. En 1981, este número pasaba a 2.330 y el número de países de implantación ascendía de 112 a 127.

Desde principios de siglo hasta la segunda guerra mundial, las empresas explotan directamente la tierra de los países coloniales y, después de una transformación somera, exportan las materias primas agrícolas a los mercados de consumo europeos o norteamericanos. En esta época es cuando nacen SWIFT-ESMARK (1885), BROOKE BOND (1892), CASTEL & COOKE (1894), UNITED FRUITS (1899) y UNILEVER (1929). Es la época en la que se desarrolla la *estrategia de suministro* de las transnacionales.

Desde 1945 hasta los años 60, la multinacionalización se extiende no solamente en los países desarrollados sino también en los países en desarrollo que ofrezcan potenciales agrícolas interesantes. Las transnacionales continúan desarrollando su explotación de los productos de base, pero empiezan a interesarse en el desarrollo de los mercados de consumo de los países en desarrollo, suministrando a los mercados urbanos que gozan de rentas altas los productos de gran valor añadido que empiezan a consumir. A la *estrategia de suministro* se añade una *estrategia de mercado* para la cual las firmas no encuentran la competencia a la que se enfrentan en sus países de origen, al estar protegidas por las barreras de entrada que suponen el haber sido implantadas con anterioridad y el ser conocidas en los países en los cuales operan desde hace ya muchos años.

---

Finalmente, en el transcurso de los años 70, las transnacionales extienden su poder y se integran más en las economías nacionales. Aumentan y diversifican sus inversiones locales. Para ello, recurren a los créditos locales, a las ventajas ofrecidas por formas de inversión atractivas e incluso aceptan la nacionalización de una parte de sus intereses. Obedecen entonces a una doble estrategia: por una parte practican una *estrategia de mercado, con producción autónoma o producción montaje* a la cual unen una *estrategia de producción* que les permite obtener todas las ventajas de su multinacionalización.

Hoy, el grado de multinacionalización de las grandes firmas es alto. Siempre basándonos en la muestra de Agro-Data, alrededor de 1/3 realizaban más del 30% de su volumen de ventas en el extranjero, y más de 40 de las mismas estaban implantadas en más de 10 países. Sin embargo, esta estrategia permanece aún muy regionalizada. De las casi 4.200 filiales censadas en el grupo de los cien, cerca de los 3/4 se localizaban, en 1981, en América del Norte y en Europa. Este crecimiento de inversiones cruzadas en los países del norte se ha intensificado en el transcurso de los últimos años. La estrategia de multinacionalización de estas firmas las conducirá a reservarse los países, o las zonas, de población y de crecimiento demográfico más elevados, de crecimiento económico sostenido y con garantías de estabilidad.

### **Nuevas tendencias e impacto sobre las F.M.A.A.**

La compresión del entorno económico mundial, unida a la inestabilidad política internacional, han llevado a las grandes organizaciones a cambiar su forma de operar para así crear lo que parece habitual llamar hoy la *empresa de tercer tipo*. Se define por el cero averías, cero retrasos, cero defectos, cero reservas y cero papel.

Se caracteriza por la descentralización, pero sobre todo por la apertura, la flexibilidad, el intercambio de ideas, la búsqueda de informaciones pertinentes y cruciales. Los dirigentes son los que le dan este carácter, por su partici-

---

pación en los círculos de calidad, los círculos de orientación, los proyectos compartidos y los entramados de las sociedades. A la empresa tayloriana se superpone una organización más audaz, más activa (rápida), más abierta y más competitiva. Lo que hasta ahora fue un control de la materia física, de la tecnología y del poder financiero se convertirá además, en un control de cerebros, «business intelligence», y de información para la formación de grupos de empresas. En el interior de estos grupos, las empresas permanecen independientes. Están, sobre todo, unidas por los presidentes, las corrientes de adelantos y los intercambios de personas. Eso es, mucho más que la participación financiera, lo que dará la solidaridad a los grupos.

A imagen de las multinacionales japonesas, los grupos de empresas compuestos de grandes, medianas y pequeñas organizaciones, con implantaciones internacionales, están en una posición infinitivamente mejor que las empresas aisladas para conocer y seguir las evoluciones y las necesidades del entorno, y para descubrir las tendencias de futuro a escala mundial. La red de informaciones que funciona en estos grandes grupos es de una riqueza incomparable en todos los planos. Gracias a las reuniones de entramado y de concertación de los jefes, en las que reciben e intercambian todas sus informaciones, se concibe que las orientaciones del grupo a largo plazo (15 años) puedan elaborarse fácilmente, coherentes con las grandes tendencias de evolución de los mercados y con el máximo de probabilidades de éxito al nivel de las estrategias aplicadas. Los Presidentes Directores Generales (P.D.G.), en las reuniones de entramado, reflexionan sobre las finalidades y las orientaciones a largo plazo, mientras que los directores conciben las mejores estrategias utilizando todas las sinergias posibles de las sociedades del grupo. En este contexto es donde se tiene que contemplar la gama de productos del grupo como el resultado de la aportación de informaciones estratégicas a fin de hacer progresar y beneficiarse al máximo de las dimensiones del grupo (financiación, asesoramiento técnico, imagen, distribución, implantaciones comerciales internacionales).

---

Estos grupos son principalmente de tres tipos: 1) el consorcio internacional tradicional formado por fusiones y adquisiciones a lo largo de los años (ej.: Unilever, Nestlé); 2) los grupos apadrinados por capitales financieros bancarios (ej.: DKB en Inglaterra); 3) los grupos nacidos con la misión de fabricar productos caracterizados por la empresa industrial (ej.: Nissan, Komatsu, Nippon Steel). Dos grandes orientaciones presiden la constitución de estos grupos. La *diversificación* mediante la creación de nuevos productos, la adaptación de nuevas tecnologías, y la *optimización* de los productos a fin de imprimir una coherencia de progreso en toda la cadena de las sociedades implicadas, desde la fuente de la materia prima hasta el consumidor final (15).

Los lazos de las sociedades en un grupo son, en primer lugar, lazos entre personas al más alto nivel jerárquico. El entramado es doble: horizontal entre P.D.G. de las sociedades más importantes y vertical, en cascada (anexo 2). Estos lazos se completan por una red de reuniones en forma de congresos que hacen participar a distintos grados y frecuencias a todos los miembros de las empresas.

Los lazos son igualmente financieros, pero sin que sea la regla general. Aunque se encuentran en algunos casos participaciones al 100% del capital, la media de las participaciones se sitúa más bien entre el 20 y el 30%. Esta financiación se hace más importante cuando es un banco el que apadrina al grupo, tal como en el segundo tipo. En este caso, proporciones de 40 a 80% son posibles.

Finalmente, otros lazos, muy fuertes, se desarrollan en estos grupos: la financiación del funcionamiento y del desarrollo de las empresas; los lazos comerciales del tipo intercambios de clientes y proveedores entre los miembros del grupo y, por otra parte, las representaciones comerciales, entre las cuales podemos incluir el lobbying (grupo de presión).

Tal desarrollo de la estructura organizativa plantea una

---

(15) Burns, Jim, McInervey, John, and Alan Swinbank, *The Food Industry, Economics and Policies*, Commonwealth Agricultural Bureaux, 1983.

opción crucial que las autoridades gubernamentales de los países menos industrializados deben considerar obligatoriamente con interés. Se trata de su implicación en forma de lobbying en estas estructuras de empresas y de reuniones de información. En su ausencia, parece evidente que el desarrollo no va a efectuarse necesariamente en el sentido de los intereses económicos del país.

### **Nuevas tecnologías y nuevos poderes**

El interés manifestado por las grandes firmas multinacionales en la investigación y desarrollo de nuevos procedimientos de producción, atestiguan la importancia considerable de lo que está en juego en el campo de la innovación tecnológica agroalimentaria. No hay duda de que el desarrollo de nuevas tecnologías va a transformar de forma importante las estructuras industriales, modificando las posiciones competidoras de las empresas implicadas en la producción de alimentos. Así, el surgimiento de la bioindustria y la producción de alimentos no convencionales amenazan con convertir la agricultura y las industrias alimentarias en más dependientes, en sus procedimientos de producción, de las técnicas bioindustriales que nacerán de los progresos conseguidos en la ingeniería química, enzimática y genética (anexo 3).

Cuando se analiza la estrategia de las grandes firmas de cara a la biotecnología y a las nuevas técnicas de producción alimentaria, las fronteras tradicionales trazadas entre los sectores se hacen mucho más difusas. Se opera una diversificación sectorial alrededor de técnicas muy próximas en su origen. Agroalimentaria, farmacia, química y energía se convierten entonces en campos de interés cada vez más comunes para firmas que se desenvolvían hasta entonces en campos más especializados.

Un reciente estudio del C.F.C.E. (16) demuestra el interés que las principales firmas mundiales dedican a la bio-

---

(16) C.F.C.E., *Analyse de l'activité de 95 firmes industrielles étrangères dans la bio-industrie*, Centre Français du Commerce Extérieur, Direction des produits alimentaires, Paris, febrero 1983.

tecnología. En una muestra de 95 gigantes de las industrias agroalimentaria, química, farmacia, y energía interesándose en este sector de investigaciones y de desarrollo, el estudio ha computado cerca de 225 aplicaciones (en fase de pruebas o de funcionamiento) que recurrían a la biotecnología. El sector agroalimentario permanece, sin embargo, como el primer campo de aplicación de la biotecnología. Se comprueba igualmente la producción de organismos unicelulares (P.O.U.) destinados a la alimentación del ganado, de aditivos que entran en la producción de alimentos y de edulcorantes. Estos distintos campos de intervención reúnen más de la tercera parte de las aplicaciones de las firmas que participaban en la muestra. Química y energía parecen ser igualmente facetas atractivas. Finalmente, determinadas aplicaciones se muestran muy unidas a la producción alimentaria, ya sea que transformen los subproductos de la agricultura y de las industrias agroalimentarias, o bien que utilicen la biomasa como materia prima.

Las investigaciones realizadas a partir de Agro-Data confirman estas tendencias. Sin embargo, los líderes de la industria agroalimentaria se muestran mucho más tradicionales en la aplicación de la biotecnología. De cien firmas analizadas, se han podido diagnosticar 36 actividades dependientes de la biotecnología. Las firmas del sector de cereales y los fabricantes de productos grasos parecen interesarse más por los procedimientos enzimáticos para la producción de edulcorantes y de levaduras. Los fabricantes de bebidas alcohólicas parecen más especializados en los procedimientos de fermentación. Se dibuja otro campo de aplicación en desarrollo con la producción de proteínas deshidratadas y de aminoácidos.

Basándose en estas observaciones, se pueden destacar algunas tendencias. Se observa en primer lugar una atracción sectorial de las firmas de la industria agroalimentaria hacia los sectores de las industrias química, energética y farmacéutica, especialmente en el caso de las firmas japonesas. Pero, fenómeno más interesante, se observa un interés creciente de los otros sectores por el agroalimentario.

No hay duda de que los procedimientos de producción de los alimentos del mañana van a romper progresivamente con las tecnologías tradicionales. Tales transformaciones irán unidas a una profunda mutación de las firmas de la industria agroalimentaria. Lo que está en juego es muy importante, tanto para las firmas que lo han entendido así como para los países que no han analizado bien las consecuencias de estos cambios. Estas mutaciones son para nosotros una fuente de inquietud, en la medida en que lo que podría ser una esperanza para una parte de la humanidad puede convertirse, si no se le presta atención, en un formidable instrumento de dominación y de control de la producción agroalimentaria mundial por un pequeño número de firmas tecnológicamente avanzadas, poderosas y muy diversificadas.

---

## ANEXO 1

## Comparación de algunos indicadores de resultados entre industrias agroalimentarias y los otros sectores industriales

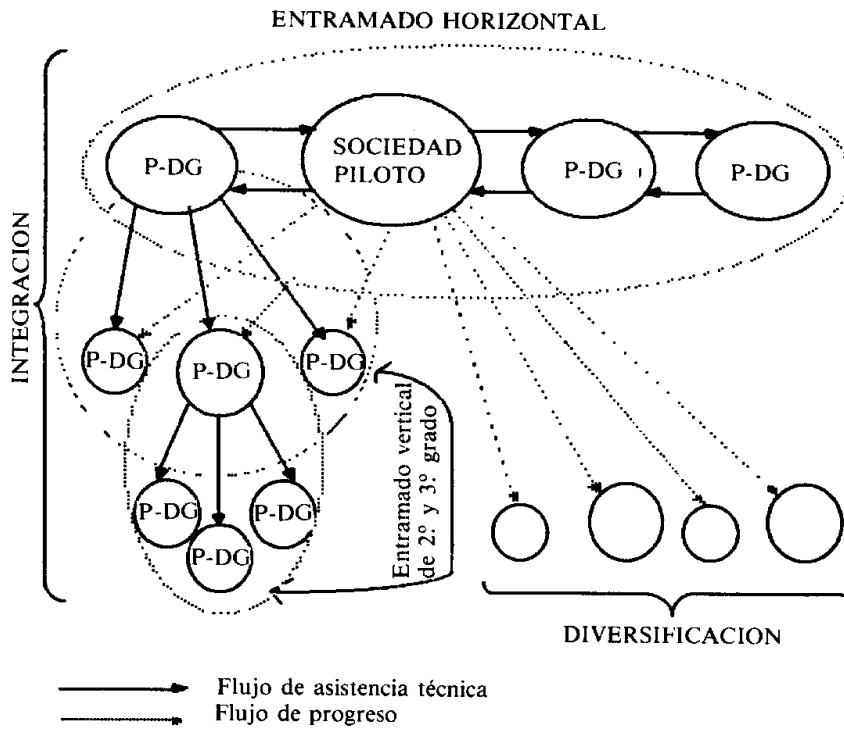
	500 primeras empresas americanas		500 primeras empresas no americanas	
	1981	1982	1981	1982
<b>Progresión VVSI (%)</b>				
Alimentación .....	8,5	2,0	5,6	1,1
Bebidas .....	6,8	6,7	12,7	0,2
Media todos sectores .....	7,5	5,7	4,7	-2,6
<b>Progresión beneficios (%)</b>				
Alimentación .....	10,6	7,1	13,4	-1,8
Bebidas .....	15,1	8,5	11,6	-15,1
Media todos sectores .....	3,7	-27,1	-24,0	-39
<b>VVSI/Nº empleados (\$)</b>				
Alimentación .....	114.979	123.834	103.154	86.414
Bebidas .....	139.272	120.016	168.208	55.556
Media todos sectores .....	86.381	90.837	103.048	99.692
<b>VVSI/Capitales propios (\$)</b>				
Alimentación .....	4,33	4,88	1,69	1,36
Bebidas .....	2,89	3,00	2,37	0,81
Media todos sectores .....	2,97	2,74	1,16	1,21

VVSI: Volumen ventas sin impuestos

Fuente: Nuestros cálculos sobre datos de *FORTUNE*



**ANEXO 2**  
Lazos entre los grupos de sociedades



## ANEXO 3

## Intervención de las grandes firmas en el campo de la biotecnología

Campo de aplicación Sector de actividad	Agro- alimentario	Químico	Farma- céutico	Ener- gético	Total de los que intervienen	Número de empresas
Agroaliment.	47	14	13	10	84	28
Químico ...	22	13	13	1	49	28
Farmacéutico	31	7	27	3	68	25
Energético .	2	5	1	4	12	7
Otros sector.	5	1	3	3	12	7
<b>TOTAL ...</b>	<b>107</b>	<b>40</b>	<b>57</b>	<b>21</b>	<b>225</b>	<b>95</b>

Fuente: Nuestros cálculos a partir de los datos del C.F.C.E.

## RESUMEN

*La capacidad de adaptación del capitalismo internacional al entorno dentro del cual evoluciona ya se ha demostrado. Las grandes firmas agroalimentarias multinacionales no escapan a esta evolución y el nacimiento de empresas del tercer tipo ya ha comenzado, en gran medida, en este sector de actividad. De cara a una demanda creciente de productos alimenticios, estas firmas van a buscar, en un contexto de internacionalización y de occidentalización creciente de los mercados alimentarios mundiales, una optimización de los beneficios basada no sólo en las estrategias que ya han realizado su máximo esfuerzo, sino también en formas nuevas y menos agresivas de relaciones de competencia y en la explotación de su avance tecnológico. De cara a esta nueva generación de empresas, los países en vías de desarrollo corren el riesgo, si no consiguen coordinar sus esfuerzos, de encontrarse aún más desprovistos y dependientes de lo que se encuentran ahora. Por consiguiente, es urgente interrogarse sobre los efectos de estas nuevas estrategias y de estos nuevos poderes sobre las políticas nacionales, en la medida en que las estrategias alimentarias continúan siendo aún, en la mayoría de los estados del mundo, una cuestión prioritaria.*

## RÉSUMÉ

*La capacité d'adaptation du capitalisme international à l'environnement dans lequel il évolue n'est plus aujourd'hui à démontrer. Les grandes firmes agroalimentaires multinationales n'échappent pas à cette évolution et la naissance d'entreprises du troisième type, nous venons de le voir, est déjà largement amorcée dans ce secteur d'activité. Face à une demande accrue en produits alimentaires, ces firmes vont rechercher, dans un contexte d'internationalisation et d'occidentalisation croissante des marchés alimentaires mondiaux, une maximisation des profits basée non seulement sur les stratégies qui ont déjà fait leur force, mais encore sur des formes nouvelles et moins agressives de rapports de concurrence et sur l'exploitation de leur avance technologique. Face à cette nouvelle génération de firmes, les pays en voie de développement risquent, s'ils n'arrivent pas à coordonner leurs efforts, d'être encore plus démunis et plus dépendants qu'ils ne le sont aujourd'hui. Il est donc urgent de s'interroger sur les effets de ces nouvelles stratégies et ces nouveaux pouvoirs sur les politiques nationales, dans la mesure où les stratégies alimentaires demeurent encore, dans la plupart des états du monde, une question prioritaire.*

## SUMMARY

*International capitalism has proved its capacity to adapt to local conditions. MNFFC's have played an active role in this matter. This paper suggests that the birth of the so-called «third type» of firms has already been set going in the food and feed sector. Increased demand, which stirred up new flows of international trade particularly between countries of the western hemisphere, has lead MNFFC's to seek after new ways of making profits. Established strategies are being adjusted*

*to or substituted by new ways for firms to compete with one another, which are overall less aggressive and which come to rest more and more on technological advantages. LIC's that are confronted with firms of this new generation might court serious disappointments, such as those of becoming still more deprived and/or more dependant, if they fail to co-ordinate their efforts right now. The case is pressing for scientific questioning of the likely impacts of new strategies which are being put forward by dominant MNFFC's on national policies, at least to the extent that food and nutrition programming remains a high-priority issue in most countries of the world.*

