

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES EN LA ERA GLOBAL: el caso del complejo sectorial venezolano de grasas y aceites

Agustín Morales Espinoza
Facultad de Agronomía, Departamento de Economía, Sociología y Políticas Agrarias, Universidad Central de Venezuela

INTRODUCCIÓN

El proceso de globalización en sus diferentes manifestaciones y en su carácter multifacético ha venido repercutiendo notablemente sobre los circuitos agroalimentarios de América Latina en general y de Venezuela, en particular. En el caso venezolano, tales repercusiones se empezaron a percibir a partir de 1989, año en que el gobierno adoptó un programa de ajuste estructural de corte ortodoxo. A partir de la referida fecha, se operó dentro del conjunto de la industria agroalimentaria venezolana una serie de transformaciones que permitieron que tanto empresas nacionales como extranjeras fortalecieran sus posiciones y/o aseguraran su sobrevivencia.

Esas transformaciones fueron el resultado de la convergencia de muchos acontecimientos ocurridos tanto en el plano nacional como internacional, dentro de los cuales podemos mencionar, en primer lugar, los procesos de apertura y conformación de espacios comerciales que hicieron posible la expansión de los agentes económicos más competitivos hacia áreas y empresas más rentables para sus inversiones y, en segundo lugar, las decisiones adoptadas por empresas nacionales y extranjeras localizadas dentro del territorio venezolano con el propósito de asegurar su sobrevivencia dentro de un nuevo ambiente competitivo. A fin de materializar tales decisiones fue necesario diseñar y poner en práctica algunas estrategias como las que se mencionan a continuación: a) el establecimiento de nuevas integraciones horizontales a efectos de cubrir nuevos espacios o fortalecer posiciones para hacer frente a la fuerte competencia y b) la centralización de las actividades de algunas empresas alrededor de su actividad económica prin-

cipal, con el fin de lograr una lógica industrial más operativa.

Dentro de ese contexto general, el objetivo de este trabajo consiste en estudiar los procesos de reestructuración empresarial que vienen ocurriendo en la agroindustria venezolana en general y en la industria de grasas y aceites en particular, como consecuencia de la incursión de algunas empresas extranjeras en esta rama (que hasta ese momento no había sido de su preferencia) y de la expansión de las empresas nacionales que optaron por la diversificación en unos casos y por la reducción de sus áreas de operación, en otros.

Antes de esbozar el esquema metodológico que orientará el desarrollo de este estudio es conveniente señalar algunas precisiones conceptuales y realizar una breve explicación de las razones que llevaron a optar por las fusiones y adquisiciones. Respecto a las delimitaciones de orden conceptual, a efectos de expandir las cuotas de mercado y aprovechar el prestigio de las marcas de fábrica y las redes de distribución ya establecidas, las empresas alimentarias pueden lograr este objetivo mediante fusiones con sus competidores o mediante la adquisición de los activos de éstos. Las referidas fusiones y adquisiciones pueden obedecer a una diversidad de factores (Steiner, 1975) y las causas que explican su constitución pueden ser divididas en tres grandes corrientes: desde aquéllas que vinculan su conformación a la necesidad de racionalizar los procesos productivos hasta aquéllas que toman en cuenta razones de índole especulativa (Scherer, 1988; Scherer y Ravenscraft, 1987), pasando por explicaciones que aluden al conflicto de intereses entre accionistas y directivos respecto a la estrategia empresarial más correcta a adoptarse (Manne, 1965).

Dentro del mismo aspecto relacionado con las delimitaciones de orden conceptual, el proceso de globalización ha incidido sobre un aceleramiento de los programas de integración económica. Este concepto no fue reconocido como académicamente relevante hasta mediados de los años ochenta y ha venido siendo explicado desde dos diferentes puntos de vista, a saber: a) aquél cuya explicación pondera mayormente los aspectos sociales (Giddens, citado por McGrew, 1992) y b) aquél cuya explicación enfatiza los aspectos estrictamente económicos (Oman, 1996; Waters, 1995) dentro de los cuales se privilegian los siguientes: el comercio mundial, la inversión comercial, los intercambios financieros, las migraciones laborales, la cooperación económica internacional y los modelos o prácticas organizacionales o gerenciales.

Teniendo en cuenta los aspectos teóricos esbozados en los párrafos anteriores, el trabajo fue tratado en correspondencia con el siguiente esquema metodológico: en un primer momento fue necesario establecer el marco referencial dentro del cual se manifestaron los procesos de reestructuración empresarial; en este sentido, en primera instancia se estimó conveniente hacer referencia al contexto internacional en medio del cual las empresas pertenecientes a la industria de grasas y aceites desarrollaron las estrategias destinadas a expandir sus respectivas cuotas de mercado. En un segundo momento, mediante la utilización de fuentes secundarias publicadas entre 1991 y los primeros meses de 2001¹, se procedió a analizar las reestructuraciones ocurridas en la Industria Agroalimentaria Venezolana de Grasas y Aceites (CIU 315); a continuación, se examinó el fenómeno de concentración que ineluctablemente se derivó de los procesos de fusión y adquisición emprendidos por las empresas con el propósito de lograr la dimensión, la escala apropiada o las sinergias requeridas para tornarse competitivas en un mercado marcado por un intenso proceso de apertura e integración económica. Al mismo tiempo se analizó el fenómeno de la concentración y se estudió el incremento del grado de transnacionalización que acusó la mencionada industria. Finalmente, en un tercer momento, se trató de vislumbrar las implicaciones de los fenómenos estudiados sobre las etapas que conforman el llamado “circuito agroalimentario de grasas y aceites”, en particular sobre la etapa de producción agrícola, importaciones, consumo y seguridad

1 Documentos publicados por organismos públicos y privados; revistas especializadas en aspectos económicos tales como *América Economía*, *Producto*, *Gerente*, *Dinero*, *Número*; las páginas tituladas *The Wall Street Journal* y *Financial Times*, incorporadas en los diarios *El Nacional* y *El Universal*, respectivamente; los cuales conforman el soporte documental correspondiente al Proyecto “Sistema Agroalimentario Venezolano” que se desarrolla en la Facultad de Agronomía de la Universidad Central de Venezuela.

alimentaria.

Antes de iniciar la exposición de este trabajo, es necesario aclarar que durante su concepción y desarrollo se ha tratado de no asumir posiciones maniqueas ni mucho menos expresar juicios de valor que señalen como deseables o perniciosas a las inversiones extranjeras; en este sentido, se debe coincidir con quienes consideran que los fenómenos relacionados con esta materia y sus consecuencias no son nada desdeñables y, por lo tanto, requieren ser conocidos y evaluados.

1. EL CONTEXTO GENERAL DENTRO DEL CUAL OCURRIERON LOS PROCESOS DE REESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL

Una referencia completa sobre este punto requeriría un espacio del que no se dispone, por lo cual sólo se señalarán dos de sus rasgos más importantes, a saber: a) la expansión de las empresas agroalimentarias europeas y b) los aspectos que corresponden a la integración subregional andina.

1.1. LA EXPANSIÓN DE LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS EUROPEAS

En Europa, los significativos cambios en el conjunto de su sistema agroalimentario (Brasili, *et al.*, 1998; Benko, 1990; Galliano, 2000; Green y Rocha Dos Santos 1992; Green y Scheller, 1999; Hirst y Zeitlin, 1990; Jhan, 1991; Piore y Sabel, 1987; Posada y Devoto, 1998; Rodríguez-Zúñiga y Soria, 1992), así como la conformación y cristalización del mercado único, obligó a las empresas en general y a la industria agroalimentaria en particular a iniciar un proceso de reestructuración cuya reseña en toda su amplitud, desbordaría el objetivo de este trabajo. Sólo se señalará que la ampliación de los espacios comerciales hizo posible la expansión de las más importantes empresas hacia áreas económicas ubicadas dentro del mismo continente, así como fuera de él. En efecto, a partir de la segunda mitad de la década de los 80, las empresas europeas iniciaron un proceso de expansión hacia Estados Unidos, aprovechando algunas circunstancias de índole financiera por las cuales venía atravesando ese país, coyuntura que permitió no sólo la penetración de las empresas, sino también la adquisición de sucursales de empresas estadounidenses localizadas en Europa. El resultado de ese proceso determinó que dos empresas europeas (Nestlé y Unilever) junto con una estadounidense (Phillips Morris) empezaran a hegemonizar el mercado agroalimentario conformado prácticamente por sesenta grupos económicos cuya facturación registraba 370.000 millones de dólares (Green, 1993). Tal situación configuró un cuadro indicativo del peso dominante de las empresas agroalimentarias europeas en el contexto internacional y, consecuentemente, la pérdida relativa de la posición dominante ejercida por las empresas estadounidenses.

ses, las cuales vieron disminuir su participación en el mercado desde un 60% a apenas un tercio de la facturación realizada por las más grandes empresas mundiales (Green, 1993: 13).

La estrategia adoptada por las empresas europeas para lograr los resultados reseñados en el párrafo anterior, se inscribe dentro de lo que comúnmente se denomina adquisiciones. Debido a que la estrategia por lo general resulta ser onerosa, las empresas tratan de concentrar esas adquisiciones en los sectores en los cuales ya conocen el producto o el mercado, desprendiéndose o realizando desinversiones en aquellas en las cuales no cuenta con ventajas competitivas, tanto desde el punto de vista de las actividades del I+D como de sus cuotas de mercado. Es el caso, por ejemplo, de Nestlé que procedió a realizar desinversiones en la producción de leche líquida o el de BSN, que tiende a retirarse del mercado de galletas para mantenerse o inclusive tratar de incrementar su cuota de mercado en cerveza y aguas minerales. Por su parte, Unilever propende a concentrarse en la manipulación de cuerpos grasos, ejemplos a los cuales puede sumarse el de Cargill que se concentra en aspectos relativos al comercio internacional de materias primas para su primera transformación.

Respecto a la estrategia que se conoce con el nombre de fusiones, el mayor interés de las empresas que optaron por tal iniciativa recayó en la asimilación de fábricas nacionales de prestigio reconocido, a fin de abarcar marcas ya establecidas con el propósito de difundirlas en un espacio económico mayor. Es el caso, por ejemplo, de la asimilación de Buitoni por parte de Nestlé y el de Boursin, por Unilever.

Las estrategias cuyos rasgos más generales se han venido reseñando en los párrafos anteriores han significado una mayor eficiencia productiva y un apreciable incremento del poder de mercado. A su vez, este fenómeno inevitablemente debió provocar importantes repercusiones en los países en los cuales ocurrieron las transformaciones. A este respecto debe señalarse que Venezuela, a raíz del proceso de apertura (Morales, 1994) y de su incorporación a los procesos de integración económica, fue escenario de la aplicación de las referidas estrategias dentro la industria agroalimentaria en general y dentro de la rama de grasas y aceites, en particular, tal como se verá en la parte correspondiente.

1.2. LA INTEGRACIÓN SUBREGIONAL ANDINA

El otro aspecto que conforma el marco dentro del cual se desarrolla este trabajo se relaciona con la integración económica, la cual ha sido reactivada por las transformaciones que han venido ocurriendo en la estrategia de desarrollo de los países que conforman el Pacto Subregional Andino.

Este renovado interés deriva del hecho de que la referida integración mejoraría las condiciones de inserción de estas economías a un mundo globalizado. Debido a que muchas de las decisiones que se tomaron dentro de ese acuerdo subregional incidieron sobre los procesos de reestructuración de las empresas agroalimentarias localizadas en Venezuela, convendría referirse a algunos aspectos relacionados con sus orígenes (Morales, 1977) y su posterior desarrollo, a partir de la década del 90.

Teniendo en consideración que la apertura comercial sin mecanismos de defensa podía borrar del paisaje andino muchos cultivos, en noviembre de 1991 los ministros plenipotenciarios de los cinco países andinos se reunieron en Caracas para asistir al Sexagésimo Quinto Período de Sesiones Extraordinarias de la Comisión de la JUNAC, convocada con la finalidad de definir los mecanismos arancelarios que deberían entrar en vigencia a partir del 31 de diciembre de 1991, fecha en que se debía establecer una zona de libre comercio en la subregión. Con este propósito, la agenda a discutirse contemplaba la definición del Arancel Externo Común (Propuesta 245 de la JUNAC), el establecimiento de un Arancel Externo Mínimo Común, la definición de la Política Comercial Externa del Grupo Andino, las normas sobre la valorización aduanera, la armonización de incentivos a las exportaciones, las cláusulas de salvaguarda para los productos considerados sensibles y el análisis de las bases para la armonización de franjas de precios agropecuarios. Este mecanismo fue establecido con el propósito de reemplazar los instrumentos tradicionales de control de la importación de los alimentos (cuotas, licencias, precios y monopolios estatales de importación) y con la finalidad de incorporarlo como parte de la nueva estrategia de apertura comercial. Sin embargo, durante su aplicación se percibieron claras diferencias entre los países signatarios. Al respecto se puede señalar que el referido mecanismo fue duramente cuestionado por la Cámara Venezolana de Industria de Alimentos (CAVIDEA), mostrando de esta manera la tenaz resistencia de esta agrupación a cualquier planteamiento que considere alguna protección a la agricultura (Perry, 1993; El Nacional, 17.10.93: E-1).

En 1993 entró en vigencia la zona de libre comercio para los bienes agroalimentarios y en noviembre de 1994 quedó definitivamente aprobado el Arancel Externo Común y el Sistema Andino de Franjas de Precios. Estas dos medidas, a las que se pueden añadir las correspondientes a normas sanitarias, eliminación de los subsidios a las importaciones intrarregionales, liberalización sin restricciones formales del comercio agroalimentario, búsqueda de armonización de políticas y apoyos a la agricultura, constituyen el sustento de la llamada Política Agropecuaria Común Andina (PACA).

Dentro de ese contexto y en los años que siguieron a 1995, los flujos comerciales entre estos países se han incrementado significativamente, sobre todo entre Colombia y Venezuela (Gutiérrez, 1998, 2001) y se ha venido desarrollando un ambiente propicio para que en Colombia y Venezuela se produjera una serie de acuerdos empresariales en el sector agroalimentario, dentro de los cuales destacan las alianzas estratégicas entre Fleishman y Nabisco, Vikingos y Transtuna, Noel y Frito, Alpina y Plumrose, Industrias Alimenticias Noel y Alimentos Heinz (García, 1995). Además se pueden citar, dentro de este mismo contexto, las inversiones realizadas en Colombia por el Grupo Polar en las ramas de cerveza, harina precocida, malta y otros productos.

2. REESTRUCTURACIONES EMPRESARIALES EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA VENEZOLANA DE GRASAS Y ACEITES (IAVEGA)

2.1. UNILEVER Y CARGILL EN LA IAVEGA

De conformidad con las cifras aportadas por el Ministerio de Agricultura y Cría (1991: 12), en 1990 en Venezuela 17 empresas producían aceite, manteca, margarina y mayonesa, cuatro de las cuales controlaban el 64,2% del mercado. Como en años anteriores, la hegemonía de Mavesa (la cual contaba con Procter & Gamble como socio extranjero) era incontrastable. Tal supremacía se incrementó con la adquisición de las empresas Alaca, El Águila, Productora de Grasas y Branca (MAC, 1991) y, de esta forma, Mavesa se constituyó en la unidad empresarial que producía y competía con todos los productos que se originan dentro de este circuito agroalimentario, a saber: aceite comestible, aceite industrial, margarina, mayonesa y grasa hidrogenada. Estos productos son procesados en un porcentaje altamente significativo con importaciones de aceite crudo y no con el aporte de materias primas de procedencia nacional, debido a que la estructura técnica del aparato agroindustrial de grasas y aceites en Venezuela está diseñada para refinar, envasar y no, para extraer aceite (Morales, 1985). Dentro de este mercado cabe destacar además la presencia de la empresa Polar, la cual participa no sólo con la producción de aceite de maíz como subproducto del procesamiento de harina precocida de maíz, sino que ejerce el liderazgo en varios productos de consumo masivo como cerveza (87%), *snacks* (67%), harina precocida de maíz (67%), helados (60%), malta (60%) y arroz (35%).

Posteriormente, Mavesa fue reestructurada desde el punto de vista de la composición de su capital social debido a que el socio extranjero (Procter & Gamble) salió del negocio para especializarse en la rama de su dominio, es decir en la fabricación de detergentes y otros productos; en esas circunstancias, en el momento en que ingresaban al mercado otras empresas (aspecto que se tratará más ade-

lante), con una singular agresividad (Coles, 1993) Mavesa emitió en 1992 acciones en la Bolsa de Valores de Caracas y decidió colocarlas en el mercado internacional. La referida operación le abrió las puertas para su incursión en los mercados bursátiles internacionales y, de esta forma, logró condiciones para asegurar las posibilidades de su futuro crecimiento. En ese contexto, las estrategias desplegadas por esta empresa para consolidar su crecimiento, se enmarcaron dentro de los siguientes lineamientos: a) asegurar liquidez a sus accionistas para lo que fue menester acudir a la Bolsa de Valores; b) concretar alianzas financieras; c) otorgar a sus obreros y empleados la oportunidad de participar como accionistas de la misma y d) buscar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas.

A fin de constituirse en una multinacional andina, Mavesa también desplegó una actividad para ampliar sus fronteras geográficas a través de la exportación. De ese modo ingresó en Colombia mediante un acuerdo de complementación con la Compañía Nacional de Chocolates y, a través de esta última empresa, al Ecuador, país donde la empresa colombiana se había establecido previamente. Ese acuerdo de complementación con la empresa Colombiana Compañía Anónima Nacional de Chocolate, mediante el cual cada socio coloca a disposición del otro sus respectivos mecanismos de distribución, posibilitó en octubre de 1993 el lanzamiento en Colombia de la Mayonesa Mavesa (marca comercial), con gran éxito porque en sólo tres meses abarcó 5% del mercado colombiano, y los planes se orientaron hacia la posibilidad de expandirse al resto de los países signatarios del Acuerdo de Cartagena.

El período en referencia se caracterizó además por una inusitada y agresiva penetración de otras empresas (que hasta esa fecha no habían incursionado en estas actividades) en el mercado venezolano de grasas y aceites. En efecto, Cargill (Estados Unidos) adquirió los activos de la empresa nacional Laurak (8% de participación en el mercado) y la empresa Unilever (Gran Bretaña-Holanda) adquirió los activos de Facegra (13,1% del mercado). Ya en posesión de un segmento del mercado venezolano, Cargill realizó una transacción con Mavesa el 1 de julio de 1993. La misma implicó el traspaso por parte de Mavesa a Cargill de la línea de aceites industriales así como sus marcas de aceite comestible (dentro de los cuales se encontraba la acreditada marca Vatel); por su parte, Cargill traspasó a Mavesa la línea de productos denominada "La Torre del Oro" (que pertenecía a Laurak y que antes había sido adquirida por Cargill) conformada por mayonesa, vinagre, salsa rosada, mostaza, encurtidos y otros productos de mayor valor agregado. Esta última transacción incluyó además el compromiso de abastecimiento de materias primas por parte de Cargill a Mavesa. De esa forma, Mavesa se concentraba en la producción de margarina, mayonesa, quesos procesa-

dos, jabón y otros productos de consumo masivo. Tales adquisiciones determinaron un incremento del grado de concentración (aspecto que será analizado en el siguiente punto) y del grado de transnacionalización de esta industria.

2.2 CONCENTRACIÓN E INVERSIÓN EXTRANJERA EN LA IAVEGA

En el período que va desde 1988 a 1994 (último año de publicación, por parte del gobierno venezolano, de la Encuesta Industrial a cuatro dígitos según la CIU), la IAVEGA acusó una elevada concentración técnica. Si con los datos provenientes de la Oficina Central de Estadística e Informática (OCEI) se procede a construir la Curva de Lorentz para el valor bruto de la producción (VBP) y para el valor agregado (VA), a partir de dichas curvas se calcula el Índice de Concentración de Gini. Los resultados obtenidos serían los que se insertan en el Cuadro 1 (sólo para el lapso 1988-1991), los cuales se explican por sí solos.

Cuadro 1

Venezuela: índice de Concentración de Gini correspondiente al valor bruto de la producción y al valor generado por la IAVEGA, 1988-1991		
Años	VBP	VA
1988	0,397	0,413
1989	0,481	0,514
1990	0,559	0,566
1991	0,543	0,575

Fuente: Curva de Lorentz calculada a partir de información estadística de Encuesta industrial publicada por la OCEI (varios años).

Para el propósito de la presente investigación más importante que el grado de "concentración técnica" es el grado de "concentración económica" (Labyini, 1966), es decir aquella que está referida a las empresas que controlan el mercado. Tal concentración puede ser deducida, por aproximación, de los datos incluidos en el Cuadro 2, en el cual se presenta el valor de las ventas para el año 1991, registrados y publicados por la revista Número, Economía, Negocios, Mercadeo (Olmos, 1994: 87)². Dichas cifras pueden corroborar el hecho de que el mercado se halla, prácticamente, hegemonizado por cuatro empresas, dos de las cuales pertenecen a capital transnacional.

Información pormenorizada como la que se presenta en el Cuadro 3 ofrece una idea más precisa acerca del grado de concentración económica y además indica que

² Se acude a esta fuente debido a la carencia de estadísticas provenientes de organismos oficiales, los cuales en virtud de expresas disposiciones no publican ni suministran información relativa a los cinco dígitos de la CIU. Los referidos datos pueden ser complementados con los que se presentan en el Cuadro 3.

Cuadro 2

Venezuela: cuota del mercado de las principales empresas productoras de grasas y aceites, 1991(*) (en bolívares corrientes)				
Empresa	Capital	Origen Capital	Personal	Ventas 1991 (millones de Bs.)
Mavesa	6.000	ND	3.300	18.000
Cargill	5.000	EE.UU	3.100	8.500
Unilever	1.247	EE.UU	1.080	5.100
Coposa	1.500	Nacional	819	4.300
Alimentos Kraft	516	EE.UU	646	3.578
Grasa Valencia	1.200	Nacional	350	3.500
Aliven	112	Nacional	352	627
Oleograsas	152	Nacional	120	180

Fuente: "Ranking las más grandes de Venezuela", Número, Economía, Negocios, Mercadeo, Caracas, Año 13, N° 579:23-31. Octubre 1992, citado por Olmos, 1994: 87
ND: Dato no disponible (sic).

(*) En la fuente consultada no se menciona el año al que corresponden los datos; no obstante, por su lectura se deduce que pertenecen al año que aquí se señala.

Mavesa es la empresa líder en el mercado venezolano de margarina.

Con el propósito de complementar la información estadística precedente, en el Cuadro 4 se incluye el resultado de cálculos realizados a partir de variables económicas correspondientes a la "gran industria" (GI), todas ellas registradas en la Encuesta Industrial correspondiente al año 1994. Este estrato (GI) respondió por el 53,85% del total del número de establecimientos industriales, el 93,22% del personal ocupado y el 96,25% del capital fijo existentes en la IAVEGA. Además, generó el 96,08% del valor bruto de la producción y el 97,32% del valor agregado. La "pequeña industria" para ese año no registró actividad alguna. En resumen, se puede destacar entre otros aspectos que la IAVEGA, por lo menos hasta 1994, constituye una industria altamente productiva y registra un alto grado de transnacionalización y de concentración, tal como se puede deducir de los cálculos registrados en el Cuadro 4.

El organismo oficial responsable de la publicación de la Encuesta Industrial dejó de publicar desde 1995 las estadísticas a cuatro dígitos de la CIU. Por lo tanto, resulta imposible continuar realizando el análisis a partir de datos estadísticos. En su lugar, a partir del siguiente párrafo se reseñará la serie de cambios que se han venido operando en esta industria, sobre todo respecto a sus empresas líderes.

Con el imperativo de asegurar su crecimiento y aumentar su eficiencia y competitividad, Mavesa exploró una alianza estratégica en el área financiera, la cual se concretó cuando la International Finance Corporation se convirtió en accionista de la firma. Esta estrategia se complementó con una campaña destinada a lograr la diversificación de la empresa, campaña que se dinamizó con la adquisición de empresas nacionales. De este modo, en 1996 Mavesa ad-

Cuadro 3

Venezuela: cuota de mercado de las empresas que procesan aceite comestible, margarina, mayonesa y manteca en el país, 1991		
Productos	Empresas	Cuota del Mercado
Aceites Comestibles	Cargill	38%
	Coposa	15%
	Grasas Valencia	15%
	Unilever	15%
	Remavenca	8%
	Otros	9%
Margarina	Mavesa	63%
	Oleograsas	23%
	Otros (incluye Coposa, Kraft, Gr. Valencia, etc)	14%
Mayonesa	Alimentos Kraft	50%
	Mavesa	48%
	Aliven	2%
Manteca	Mavesa	líderes del mercado

Fuente: Datos C.A., citado por Olmos (1994).

Cuadro 4

Índice de Concentración de Gini correspondiente al valor bruto de la producción, valor agregado y capital fijo, 1991-1994			
Año	VBP	VA	CF
1991	0,543	0,575	0,530
1992	0,501	0,507	0,549
1993	0,222	0,229	0,232
1994	0,422	0,435	0,424

Fuente: Curva de Lorentz calculada para los años y las variables indicadas.

quirió la empresa Yukery, perteneciente a la Organización Diego Cisneros, con la cual elevó de 100 a 150 su cartera de productos. Esta operación significó su transformación de una empresa productora de grasas y jabones, en una empresa fabricante de productos alimenticios y de limpieza. Merced a esa transformación, Mavesa incursionó en la producción de los siguientes bienes: grasas, jabones, salsas, agua mineral, achocolatados, jugos de frutas y compotas, la mayoría de las cuales constituyen productos de mayor valor agregado. Por otro lado, con el propósito de continuar incursionando en el área andina, esta firma logró penetrar el mercado del Perú en 1997 mediante un acuerdo de complementación con Richard O. Custer S.A., operación que significó contar con 8 mil comercios en forma directa (UCV, Facultad de Agronomía, varios años).

Adicionalmente, se puede indicar que el año 1997 constituyó para Mavesa un período de gran significación por cuanto logró su ingreso a la Bolsa de Nueva York y esta operación significó para ella una mayor liquidez y una importante presencia en la comunidad internacional de inversionistas. En 1998, alrededor de las dos terceras partes de los volúmenes negociados mensualmente se transaron en la referida bolsa y la otra tercera parte se negoció en las Bolsas de Caracas, Electrónica de Venezuela y

de Maracaibo. A pesar de su crecimiento, a finales de 1997 Mavesa empezó a ejecutar un proyecto de reestructuración con el fin de lograr un control más eficiente de la variedad de negocios que hasta ese momento administraba. Esta reorganización se inició en octubre de 1998 bajo el criterio de dividir las operaciones en unidades de negocios, esto con el propósito de lograr dos objetivos fundamentales: 1) diferenciar las áreas operativas de las de apoyo y 2) lograr mayores niveles de responsabilidad. Los procesos de reingeniería que fue menester realizar permitieron a Mavesa incrementar sus ventas anuales totales y lograr un crecimiento del 13% con respecto a 1999 (UCV, Facultad de Agronomía, varios años). En cuanto concierne a la rama de alimentos, las referidas decisiones permitieron a esta firma mantener el liderazgo en margarina y otros rubros alimenticios, hasta cubrir los porcentajes que se especifican a continuación: jugos (50%), bebidas achocolatadas (67%), mayonesa (47%) y vinagre (41%). En el año 2000 buscó, además, mejorar el valor de la empresa en la Bolsa de Nueva York con el lanzamiento de un plan de recompra de acciones por 45 millones de dólares.

Mientras ese dinamismo que se acaba de reseñar acontecía en la industria venezolana de grasas y aceites, Cargill adquirió en 1998 los activos de Gramoven (subsidiaria de Bunge and Born) y de esta manera no sólo logró acrecentar su presencia en la rama de cereales para consumo humano, sino que empezó a compartir con Empresas Polar, un significativo segmento de ese mercado. Dentro de este mismo orden de ideas se puede indicar que Polar (que actualmente cuenta con una nómina de 14.000 trabajadores y genera empleo indirecto para unas 120.000 personas) hasta el año 2000 estableció sociedades con más de 15 empresas multinacionales, entre las cuales destacan Pepsico, Makro, Fritolay, Banco Bilbao Vizcaya, Owens Illinois y Casino. También, dentro del contexto dentro del cual se ubica este estudio, Nestlé inauguraba en el estado Aragua una de las más modernas plantas de alimentos en América Latina, con la cual se proponía abastecer no sólo la demanda interna, sino también la de Colombia, Ecuador y las islas del Caribe.

¿Qué razones pueden justificar haber mencionado en esta parte del trabajo a las empresas Polar y Nestlé?. En primer lugar destaca el hecho de que el 22 de enero de 2001 Polar lanzó una oferta pública de adquisición de acciones sobre 100% de Mavesa, acto al cual siguió que el 12 de febrero, los representantes del Grupo Polar y de Mavesa introdujeran ante la Comisión Nacional de Valores la solicitud formal de la Oferta Pública de Adquisición (OPA), la cual fue de conocimiento público durante el transcurso de ese mes. En segundo lugar se halla la circunstancia por la cual la OPA Polar-Mavesa, empezó a convertirse en una contienda de grandes proporciones dentro del mun-

do empresarial venezolano por cuanto, según algunas fuentes financieras, la multinacional Nestlé habría manifestado también su inclinación por disputar a Polar la adquisición de Mavesa. A estos hechos se sumaron posteriormente comentarios sobre el interés por parte de Cargill y Unilever de realizar una oferta en el mismo sentido. Sea cual fuera el resultado de la disputa, lo cierto es que el índice de concentración de la rama objeto de este estudio se habrá incrementado ostensiblemente y este hecho tendrá importantes repercusiones en los componentes del llamado circuito agroalimentario de grasas y aceites, en particular, en el componente *primario* (etapa agrícola) y en el componente *consumo*. Tales repercusiones serán analizadas en el próximo punto.

3. DISCUSIÓN FINAL: IMPLICACIONES DE LAS REESTRUCTURACIONES ANALIZADAS SOBRE EL CIRCUITO AGROALIMENTARIO VENEZOLANO DE GRASAS Y ACEITES

3.1. IMPLICACIONES PARA LA PRODUCCIÓN DE OLEAGINOSAS

El panorama económico que enfrentó Venezuela a partir de 1989 (año del inicio del Programa de Ajuste Estructural) repercutió significativamente sobre el dinamismo del sector agroalimentario en general (Morales, 1994) y sobre el sector productor de cultivos oleaginosos, en particular. Mientras la industria venezolana de grasas y aceites mostraba el comportamiento descrito en el punto anterior, la producción nacional de oleaginosas, vale decir de materias primas para esa industria, no mostró ese mismo compor-

tamiento debido a que el área sembrada disminuyó significativamente y, en consecuencia, la producción sufrió una reducción importante tal como se puede deducir del análisis de los datos estadísticos publicados por el Centro de Información y Divulgación Estadística y Técnica del Ministerio de la Producción y el Comercio, los cuales son incorporados en el Cuadro 5. Tales datos revelan una significativa disminución del área cultivada y de la producción de oleaginosas durante el período 1989-2000, con excepción de la Palma Aceitera, cultivo que empezó a manifestar un importante dinamismo a partir de 1991. Esos datos revelan además que el ajonjolí comenzó a mostrar una ligera recuperación a partir de 1996.

3.2. IMPLICACIONES PARA LAS IMPORTACIONES

La disminución del área cultivada de oleaginosas y consecuentemente de su producción, además de haber contribuido a agudizar el desempleo en el sector rural, fue una razón más que suficiente para justificar las importaciones. En efecto, éstas se incrementaron al punto que el abastecimiento de procedencia externa en los últimos años de la década de los noventa ya sobrepasaba el 90%.

El significativo incremento de las importaciones (el aceite crudo de soya representa un 92% de las importaciones totales de aceites), que puede ser observado en el Cuadro 6, obedeció al hecho expuesto anteriormente, así como al descenso también significativo de los precios internacionales de los productos agrícolas en general y de las principales materias primas utilizadas en el país para el procesamiento de grasas y aceites. En relación con este último as-

Cuadro 5

Evolución de la superficie cosechada y de la producción de algunos rubros oleaginosos en Venezuela (1989-2000)

Años	Ajonjolí		Algodón		Girasol		Maní		Soya		Palma Aceitera	
	S	P	S	P	S	P	S	P	S	P	S	P
1989	137.621	68.535	64.233	87.228	123.210	101.155	5.841	11.308	7.088	8.165	3.817	41.140
1990	98.177	50.561	72.097	85.147	137.791	122.772	2.717	4.958	3.307	3.796	4.749	48.161
1991	106.069	45.072	51.462	71.876	40.676	37.774	2.611	4.777	6.502	9.107	6.085	50.045
1992	39.588	20.586	48.643	65.862	25.888	25.526	2.316	3.822	862	1.250	11.396	70.678
1993	22.542	14.362	36.188	45.560	22.156	24.791	3.922	6.285	3.164	4.869	12.860	102.881
1994	21.697	9.282	40.571	51.241	11.157	11.665	300	641	2.013	3.618	16.103	144.934
1995	29.952	17.249	38.893	33.082	14.784	13.298	1.072	1.204	1.628	2.716	18.799	172.393
1996	41.348	26.149	32.432	42.348	12.248	11.256	604	1.110	2.175	6.345	27.813	255.054
1997	44.549	28.054	48.106	59.291	7.972	8.570	1.192	1.534	2.259	6.518	28.135	316.022
1998	45.621	27.306	37.191	43.066	5.791	5.611	1.002	2.260	2.020	5.680	25.000	338.714
1999	51.567	31.262	30.016	37.545	5.199	5.017	611	1.570	1.893	4.491	24.956	336.260
2000*	54.264	32.062	20.345	24.888	3.548	4.423	352	1.824	1.691	4.491	22.851	350.570

Fuente: Ministerio de la Producción y el Comercio. C.I.E.T. (Centro de Información y Divulgación Estadística y Teórica)

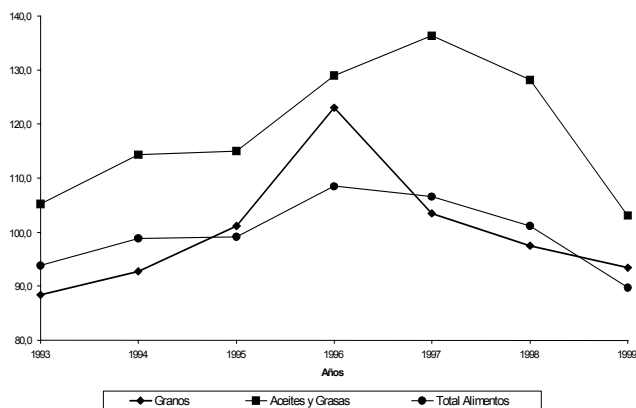
(*) Cifras sujetas a revisión

S = Superficie Cosechada (expresada en hectáreas)

P = Producción (expresada en toneladas métricas)

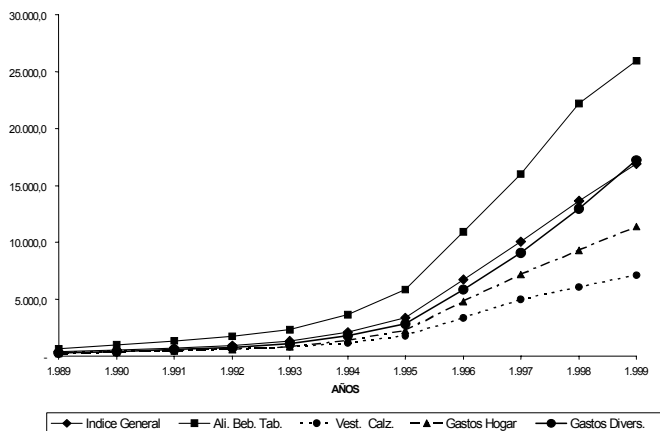
pecto, las estadísticas de precios internacionales procedentes del Banco Mundial (varios años) expresadas en valores índice revelan que, tomando como base el año 1990 y expresando los valores en dólares constantes, de un índice igual a 270 registrado en 1977, se pasa a otro igual a 85 en 1992, evidenciando el franco descenso en los precios reales al nivel internacional para esos bienes. Ese mismo comportamiento del índice de precios durante el período 1993-2000 se incluye en el Gráfico 1. De este gráfico se puede deducir que los precios internacionales de los aceites y grasas a partir de 1997 empezaron a descender en forma significativa

Gráfico 1
Evolución del Precio Internacional de los Productos Alimenticios y de los Aceites y Grasas en el periodo 1993-2000 (en U.S. dólares constantes)
Índice base 1990=100



Fuente: Banco Mundial (varios años)

Gráfico 2
Venezuela: índice de precios al consumidor, 1989-1999 (1984 = 100)



Fuente: B.C.V. Anuario de Estadísticas de Precios y Mercado Laboral (varios años)

Cuadro 6

Venezuela: importaciones del aceite crudo o en bruto de soya, 1989-2000

Año	Volumen (kg.)	Valor (Bs.)	Valor (US\$)
1989	95.516.945	1.057.632.201	44.969.155
1990	104.611.659	2.253.475.565	47.430.329
1991	126.528.892	3.193.672.196	56.251.762
1992	132.062.056	3.731.393.920	54.612.225
1993	118.185.064	4.688.144.142	51.977.982
1994	137.130.600	12.391.417.679	80.567.902
1995	154.797.488	18.766.534.614	104.282.069
1996	94.641.548	45.507.275.562	62.618.768
1997	143.238.602	43.027.391.781	88.024.811
1998	174.395.263	61.214.336.473	113.668.560
1999	243.241.166	69.214.578.995	114.933.401
2000*	165.449.163	4.227.220.237	65.245.615

(*) Importaciones hasta el mes de octubre del año 2000

Fuente: O.C.E.I. Anuario de Comercio Exterior

3.3. IMPLICACIONES PARA LOS CONSUMIDORES

A pesar de las reiteradas prédicas del gobierno respecto a que la apertura comercial agrícola (concretamente las importaciones agrícolas) iba a detener el incremento de los precios de los alimentos, la inflación, por lo menos hasta 1999, continuó en ascenso y el índice de precios correspondiente a alimentos procesados (dentro de los cuales se incluyen los alimentos derivados de la industria de grasas y aceites) con insumos importados siguió mostrando valores por encima del índice general de precios, hecho que puede ser observado en el Gráfico 2. Tales importaciones acusaron un incremento relativo en virtud de la política de apertura comercial y las mismas determinaron dos efectos antagónicos: por un lado, permitieron mantener las ventas de los alimentos en niveles adecuados (debido a la inelasticidad precio de la demanda que acusan dichos alimentos) y, por el otro, continuó deprimiendo la producción nacional de materias primas para la fabricación de los alimentos consumidos en Venezuela.

En relación con este último efecto, resulta necesario enfatizar que no obstante la prevalencia de algunos factores determinantes tales como: a) la aplicación de la política de apertura comercial; b) la tendencia declinante de los precios internacionales de las materias primas para el procesamiento de grasas y aceites, las cuales constituyen un porcentaje significativamente alto en la correspondiente estructura de costos y c) la sobrevaluación del signo monetario observada durante los últimos años), éstos no dieron como resultado efectivas diferencias de precios en favor de los consumidores, tal y como puede apreciarse en el referido Gráfico 2. Por lo tanto, se podría postular que debido al alto grado de concentración de la industria de grasas y aceites, las importaciones de materias primas a precios más bajos que los de procedencia nacional (debido

a la incidencia de los tres hechos señalados) permitieron la generación de ganancias extraordinarias a favor de las empresas que operan dentro de Venezuela. Esta situación habría contribuido a agudizar la grave situación alimentaria y nutricional por la cual viene atravesando la sociedad venezolana, en particular, aquellos sectores de menores recursos (Ledezma *et al.*, 1999).

Se concluye este trabajo señalando que resulta muy probable que continuará ocurriendo un incremento del abastecimiento externo de materias primas para el procesamiento de grasas y aceites, con todas las consecuencias de índole económica y sociopolítica que este hecho pudiera implicar para la seguridad alimentaria, en virtud de que se considera que este concepto entraña algo más que problemas de flujos de abastecimiento, de aspectos logísticos y de precios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BANCO CENTRAL DE VENEZUELA, B.C.V. (varios años). *Anuario de Estadísticas, Precios y Mercado Laboral*. Caracas: BCV.
- BANCO MUNDIAL (varios años). *World Development Report*. New York: Oxford University Press.
- BENKO, G. B. (Dir.). 1990. *La dynamique spatiale de l'économie*. Paris: Éditions de l'Espace Européen.
- BRASIL, C.; FANFANI, R.; MONTINI, A. 1998. "El sistema agroalimentario en Europa: Cambios estructurales a largo plazo", en María Bellorín (Comp.) *Globalización y Sistemas Agroalimentarios*, Caracas, Fundación Polar: 273-288.
- COLES, J. 1993. Intervención en el panel organizado con motivo de la realización del Foro: "La revolución en el sector agroalimentario mundial". Caracas: Instituto de Estudios Superiores de Administración, IESA.
- EL NACIONAL. Varias ediciones, Caracas (<http://www.elnacional.com>).
- GALLIANO, D. 2000. "Activités agricoles et agroalimentaires et développement local", *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, Nº 3: 457-474.
- GARCÍA, H., (1995). *Venezuela y los escenarios de integración de la Cuenca del Caribe*. Caracas: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.
- GREEN, R. 1993. *Principales tendencias de la reestructuración del sistema alimentario mundial*. Paris: INRA.
- GREEN, R.; ROCHA DOS SANTOS, R. 1992. "Economía de red y reestructuración del sector agroalimentario", *Desarrollo Económico, Revista de Ciencias Sociales*, Volumen 32, Nº 126: 199-225.
- GREEN, R.; SCHELLER, B. 1999. "Les relations fournisseurs-distributeurs en France", *Questione Agraria*, Nº 74: 59-80.
- GUTIÉRREZ, A. 1998. *Reformas e integración económica: efectos sobre el comercio exterior agroalimentario entre Colombia y Venezuela*. Caracas: Fundación Polar.
- GUTIÉRREZ, A. 2001. *El comercio bilateral agroalimentario entre Venezuela y Colombia: Evaluación, principales problemas y perspectivas*. Caracas: CENDES, Universidad Central de Venezuela. Tesis doctoral.
- HIRST, P.; ZEITLIN, J. 1990. "Specializzazione flessibile e postfordismo. Teorie, realtà e implicazioni politiche", *Meridiana*, Nº 9: 155-201.
- JHAN, H-H. 1991. «Ajustes estratégicos de las empresas Agroalimentarias», *Revista de Estudios Agrosociales*, Volumen 3, Nº 157: 33-63.
- LABYNI, S. 1996. *Oligopolio y Progreso Técnico*. Barcelona (España): Ediciones OIKOS
- LEDEZMA, T.; PÉREZ, B.; LANDAETA, M.; ORTEGA, A. 1999. "Venezuela en vísperas del año 2000. Diagnóstico de malnutrición y composición corporal asociado a condiciones socioeconómicas", *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, Volumen 5, Nº 2: 205-224.
- MCGREW, A. 1992. "A global society?", en Stuart, Held and McGrew (Eds.) *Modernity and its Future*, Cambridge: Polity Press.
- MANNE, C. 1965. "Mergers and the market for corporate control", *Journal of Political Economy*, Nº 73: 693-706.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA Y CRÍA, M.A.C. 1991. *Análisis del comportamiento de las oleaginosas en Venezuela, 1980-1991*. Caracas: M.A.C.
- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN Y EL COMERCIO, M.P.C. C.I.D.E.T. (Centro de Información y Divulgación Estadística y Técnica). Caracas.
- MORALES, A. 1977. *La tecnología y el capital extranjero en el Pacto Subregional Andino*. Maracay: Universidad Central de Venezuela, Postgrado en Desarrollo Rural. Tesis de maestría.
- MORALES, A. 1985. «El complejo sectorial venezolano de grasas y aceites. Su inserción en el mercado mundial», (En Montilla, J. y J. Rodríguez (Eds.) *Potencial productivo de la Palma Africana en Venezuela. Alternativas de uso*, Maracay, Universidad Central de Venezuela, Comisión de Estudios Interdisciplinarios: 215-266.
- MORALES, A. 1992. "Estado, importación de alimentos y desarrollo agrícola, el caso venezolano 1970-1982", *Revista Tierra Firme*, Volumen 10, Nº 39: 277-296.
- MORALES, A. 1993. "Efectos de las medidas de ajuste económico sobre el sector agroalimentario venezolano", en Centro de Planificación y Estudios Sociales (Ed.) *Latinoamérica Agraria hacia el Siglo XXI*, Editorial Mendieta, Quito: 61-84.
- MORALES, A. 1994. "Los cambios en el entorno internacional y sus implicaciones para el Sector Agroalimentario Venezolano", *Agricultura y Sociedad*, Nº 72: 263-284.
- MORALES, A. 1995a. "El sector agroalimentario venezolano en el marco de los procesos de apertura e integración económica", *Indicadores socioeconómicos*, Nº 9: 7-49.
- MORALES, A. 1995b. "Reestructuraciones empresariales en la industria de grasas y aceites en España y Venezuela", *Investigación Agraria-Economía*, Volumen 10, Nº 3: 469-489.
- MORALES, A. 1996. *Una contribución al debate académico en torno a la Cuestión Agroalimentaria en Venezuela*. Maracay: Universidad Central de Venezuela, Facultad de Agronomía.
- NÚMERO (Revista). 1993. "Ranking. Las más grandes de Venezuela, 1992", *Revista de Economía, Negocios, Mercadeo*, Nº 579: 3-36.

OFICINA CENTRAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, O.C.E.I. (Varios años). *Encuesta Industrial*. Caracas.

OFICINA CENTRAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, O.C.E.I. (Varios años). *Anuario de Comercio Exterior*. Caracas.

OFICINA CENTRAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, O.C.E.I. (Varios años). *Documentos varios*. Caracas.

OLMOS, J. 1994. *Una contribución al estudio de la industria agroalimentaria de grasas y aceites*. Maracay: Universidad Central de Venezuela, Facultad de Agronomía. Tesis de grado.

OMAN, C. 1996. *Los desafíos políticos: globalización y regionalización*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.

PERRY, S. 1993. "La agricultura frente a los procesos de integración", *Revista Nacional de Agricultura*, N° 906: 95-99.

PIORE, M.; SABEL, C. 1987. *The Second Industrial Divide*. New York. Basic Books.

POSADA, M.; DEVOTO, R. 1998. "La expansión de la distribución minorista moderna", en M. Bellofín (Ed.) *III Simposio Internacional Globalización y Sistemas Agroalimentarios, (Libro de Resúmenes)*, Caracas: Fundación Polar.

RODRÍGUEZ-ZÚÑIGA, M.; SORIA, R. 1992. "La articulación de las diferentes etapas del sistema agroalimentario: Situación y perspectivas", *El sistema agroalimentario ante el Mercado Único Europeo*, Madrid: Ediciones NEREÁ.

SCHERER, F. M. 1988. "Corporate takeovers: the efficiency arguments", *Journal of Economics Perspectives*, Volumen 2, N° 1: 69-82.

SCHERER, F. M.; RAVENSCRAFT, D. J. 1987. *Mergers, sell-offs, and economic efficiency*. Washington: The Brookings Institution.

STEINER, P.O. 1975. *Mergers. Motives, effects, policies*. Michigan: University of Michigan Press.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA (Varios años). Material hemerográfico correspondiente al soporte documental del proyecto *Sistema Agroalimentario Venezolano*. Maracay: Universidad Central de Venezuela, Facultad de Agronomía.

WATERS, M. 1995. "World-Class Production: Economic Globalization", *Globalization*, New York: Routledge.