

Panorama de la economía mundial de productos básicos

M. Arda

Las tendencias de los precios, el contenido de los productos, la geografía del comercio y la estructura de los mercados de los productos básicos agrícolas hacen pensar en paralelismos con el comercio de productos forestales.

¿En qué medida son los productos forestales análogos a otros productos básicos en el comercio internacional? En este artículo se analiza brevemente la situación reciente de la economía mundial de productos básicos. Se consideran primero los precios y después otras cuestiones, en especial los cambios de contenido del comercio internacional de productos básicos, la nueva geografía comercial y las estructuras del mercado de productos básicos. Se ponen de manifiesto algunos aspectos en los que la madera sigue las tendencias generales y otros en que no las sigue.

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS

Tendencias

En el Cuadro 1 se presentan los índices de precios para los principales grupos de productos básicos y para la madera en los últimos cuarenta años. Los índices de precios en derechos especiales de giro (DEG) (una unidad de cuenta cuyo valor se basa en una selección de divisas básicas) eliminan algo de la influencia

de las variaciones en el tipo de cambio del dólar estadounidense, en que se expresan la mayoría de los precios. Los precios reales dan una indicación de la suma de manufacturas que podrían comprarse con una cantidad determinada de productos básicos exportados. (Como la combinación de productos y la calidad de las manufacturas adquiridas por los exportadores de productos básicos varían con el tiempo, estos cálculos han de considerarse como aproximaciones indicativas.)

Los precios reales de los productos básicos suelen mostrar una tendencia descendente a largo plazo y una gran inestabilidad. Por supuesto la situación varía según los productos, y las deducciones sobre los niveles de precios dependen del período considerado. Además, dadas las fluctuaciones de los precios y de la producción, tanto los agricultores como los gobiernos experimentan grandes variaciones en sus ingresos.

En DEG y en términos reales, todos los grupos de productos agrícolas se enfrentan con una situación de precios históricamente adversa. El grupo de

CUADRO 1. Precios de productos básicos, 1964-2004 (índices anuales de promedios mensuales, 1985 = 100)

Grupo de productos	\$EE.UU. corrientes			DEG corrientes		Precio real ^a		
	1964	1994	2004 ^b	1994	2004 ^b	1964	1994	2004 ^b
Bebidas tropicales	33	91	54	63	37	89	58	36
Otros alimentos	66	152	131	106	90	178	96	87
Semillas oleaginosas y aceites vegetales	46	107	111	75	77	124	67	74
Materias primas agrícolas	46	140	126	98	87	124	89	83
Minerales y metales	49	124	151	86	104	132	79	100
Maderas de no coníferas (precio de importación en el Reino Unido)	32 ^c	194	131	134	90	81 ^c	124	87
Madera tropical en rollo (Okoumé f.o.b. Gabón)	39 ^c	226	250	156	171	99 ^c	144	166
Contrachapados (Asia sudoriental, Luan, precio de entrega en Tokio)	29 ^c	285	217	197	149	78	182	145

Sources: UNCTAD, 2000, 2004b.

^a Precios corrientes en dólares rebajados por el índice de valor unitario de exportaciones para países desarrollados.

^b Promedio de agosto de 2003 a septiembre de 2004.

^c 1970.

Mehmet Arda es Director de la Sección de Productos Básicos, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Ginebra (Suiza). Las opiniones expresadas son las del autor y no necesariamente las de la UNCTAD.

bebidas tropicales –café, cacao y té– es el que peor se encuentra. El grupo de semillas oleaginosas y aceites, que hace diez años tuvo una crisis de precios comparable a la de las bebidas tropicales, ha recuperado algunas de sus pérdidas. Minerales y metales tienen ahora precios reales bastante altos en comparación con los de hace diez años.

Los precios de la madera no han seguido exactamente la tendencia. Mientras los precios reales de todos los grupos descendieron notablemente desde el decenio de 1970 hasta mediados del de 1990, los precios de la madera se movieron en dirección contraria en ese período. Sin embargo, desde mediados del decenio de 1990 las tendencias de precios han sido más similares. Mientras que los precios corrientes y reales de maderas no coníferas y contrachapados han caído notablemente, los de algunas especies tropicales han subido, por ejemplo el okoumé, como se ve en el Cuadro 1. Sin embargo, los precios de algunas otras especies tropicales han bajado desde el decenio de 1990. Las tendencias reflejan el juego básico de la oferta y la demanda, en particular los excedentes de madera para fibra y la baja flexibilidad para

ajustar los suministros a las variaciones de la demanda.

En 2003 y 2004, muchos mercados de productos básicos experimentaron algún aumento de la demanda. Como indica el Cuadro 2, en la mayoría de los grupos de productos básicos los precios mensuales medios en los 12 meses entre septiembre de 2003 y agosto de 2004 fueron más altos que un año antes. Este aumento se explica por la recuperación general, aunque desigual, de la economía mundial y por el rápido aumento de la demanda de productos básicos en Asia, en especial en China. Las materias primas industriales, tales como algodón, caucho

y en menor medida madera, fueron las principales ganadoras, al beneficiarse del auge económico y de la fuerte demanda de China.

Influencias

En diversos momentos ha habido intentos de productores y consumidores de varios productos básicos –pero no la madera– para estabilizar los precios mediante acuerdos internacionales sobre productos básicos, o solo de los productores para elevarlos mediante planes de retención en asociaciones de productores. Por razones tanto económicas como políticas, sin embargo, estos esfuerzos

CUADRO 2. Cambios (en porcentaje) en los precios mensuales medios durante el período de septiembre de 2002 a agosto de 2003 y el período de septiembre de 2003 a agosto de 2004

Producto	§EE.UU.	DEG
Bebidas tropicales	0	-6
Otros alimentos	7	0
Semillas oleaginosas, aceites	22	14
Materias primas agrícolas	20	12
Minerales y metales	35	27
Maderas de no coníferas (precio de importación en el Reino Unido)	14	7
Madera tropical en rollo (Okoumé f.o.b. Gabón)	16	9
Contrachapados (Asia sudoriental, Lauan, precio de entrega en Tokio)	7	0

Source: UNCTAD, 2004b.

El algodón en América Latina y el Caribe es el único caso en que unos rendimientos mayores han podido elevar los ingresos pese al descenso de los precios reales



FAO/UNSO/SG.BIZARRI

CUADRO 3. Productos básicos seleccionados: índice de precios reales 2002-2003 (1985 = 100) y rendimientos (2001-2003 en proporción con 1984-1986)

Región	Café		Cacao		Maíz		Algodón	
	Precio	Rendimiento	Precio	Rendimiento	Precio	Rendimiento	Precio	Rendimiento
África subsahariana	21	122		141		103		107
Asia, en desarrollo	25	151	51		49		69	121
América Latina y el Caribe	22	147		63		163		216
Países desarrollados						122		97

Sources: UNCTAD, 2000, 2004b; FAO, 2004.

no han dado resultado en períodos prolongados, y ningún acuerdo en vigor contiene medidas económicas directamente encaminadas a influir sobre los precios. Los productores han roto a menudo la disciplina que se les pide en las asociaciones de productores. Un ejemplo reciente fue el incumplimiento por los productores de café en 2000 de la decisión de retener el 20 por ciento de la producción. En el caso de algunos productos, como el caucho, producido en pocos países, el mero anuncio de un plan de control de la oferta ha hecho que suban los precios. Una de las principales dificultades de los planes de retención ha sido la de hacer frente a las causas profundas del exceso estructural de la oferta debido a las barreras a la exportación (como ocurriría con cualquier intento de medidas para elevar los precios de la madera) y la incapacidad para diversificar la producción mediante más valor añadido o productos más elaborados. Otro factor importante a este respecto es que en tiempos de dificultades económicas, en particular crisis monetarias, el sector de los productos básicos parece presentar la mejor manera de aumentar los ingresos de un país mediante exportaciones, aun cuando ello pueda deprimir los precios mundiales. Una conducta similar se ha seguido a veces en la madera, pero con repercusiones muy negativas sobre la sostenibilidad. Además, una vez que los productores de madera han pagado altos costos fijos, especialmente construyendo

carreteras e instalaciones de elaboración, es difícil reducir las operaciones de extracción. En tales situaciones la oferta carece de elasticidad frente a las bajadas de precios.

Si la oferta crece más que la demanda, se ejerce una presión a la baja sobre la tendencia a largo plazo de los precios de los productos básicos. El aumento de la producción y el descenso de los precios internacionales no se deben únicamente a la expansión de las zonas cultivadas y las mejoras de la productividad, sino también a subvenciones y otras medidas de apoyo, en especial en los países desarrollados. Algodón, azúcar, cereales y aceites vegetales son objeto de tales medidas de apoyo. Las subvenciones a la madera son considerables en los países desarrollados, en particular en América del Norte, pero suelen ser de carácter indirecto, como apertura de carreteras para facilitar el acceso a bosques remotos.

Aunque mayores rendimientos pudieran compensar la bajada de precios reales y elevar los ingresos por hectárea, esto ha sucedido solo en pocos casos en que los rendimientos han subido de manera espectacular. En el Cuadro 3, el algodón en América Latina y el Caribe es el único caso.

Los rendimientos y réditos financieros más altos se obtienen generalmente cultivando nuevas superficies. Esta es una de las razones por las que la producción aumenta aunque los precios sean bajos. Por ejemplo, se calcula que las superficies

dedicadas al cultivo del algodón en China (provincia de Xinjiang), Brasil (estado de Mato Grosso) y Turquía (región de Anatolia sudoriental) se han extendido en más de 1 millón de hectáreas desde 1993/94. El rendimiento medio en estos nuevos cultivos es casi 1,5 toneladas por hectárea, frente a un promedio previsto de 630 kg por hectárea en el resto del mundo (Estur, 2004). Los cambios en los costos de los insumos son otro elemento básico para determinar las ganancias netas. Naturalmente, la situación varía según los países y según los productos, en función de los cambios en la proporción del precio internacional que se embolsa el productor y de los cambios en la productividad de cada agricultor. En la silvicultura, las inversiones para mejorar la productividad tienen largos períodos de gestación, y la oferta es menos elástica ante las subidas de precios. La otra opción es intensificar las extracciones de madera, con graves consecuencias negativas para la sostenibilidad.

En los mercados caracterizados por precios bajos y elasticidades de ingresos en función de la demanda, especialmente cuando pequeños proveedores con escaso poder de negociación se encuentran frente a compradores fuertes, como en el caso de la mayoría de los mercados de productos agrícolas básicos, las ganancias originadas por la mayor productividad pasan en su mayor parte a los compradores. Que estas ganancias se transmitan a los consumidores depende



FAC01779/A. CONTI

El café es un ejemplo notable de producto básico de precio bajo cuyas cadenas de elaboración y distribución terminan en precios elevados para el consumidor, aunque el alto valor de las ventas al por menor no beneficia a los productores

Efectos sobre los precios de la liberalización de los mercados de exportación: la experiencia de los pequeños productores de cacao en Camerún

Muchos países en desarrollo liberalizaron sus mercados de exportación a mediados de los años noventa del pasado siglo. En consecuencia, en lugar del anterior mecanismo protector contra la inestabilidad de los precios a nivel del productor, los productores se relacionan ahora directamente con los precios internacionales y su inestabilidad. Tal es el caso de los productores de cacao en Camerún, donde el mercado del cacao ha quedado totalmente abierto tras la disolución de la junta de comercialización. Los productores se encuentran ahora, a veces, ante una inestabilidad de precios nacionales mayor que la de los precios internacionales.

Un pequeño cultivador de cacao en Camerún recibía 100 francos CFA (FCFA) (aproximadamente 0,15 €) por un kilo de cacao en 2002, 800 FCFA (1,20 €) en 2003 y 400 FCFA (0,60 €) en 2004. Los precios medios internacionales de compra del cacao en esos años fueron respectivamente 1 224,

1 182 y 1 254 FCFA. No solo es la variación del precio local incomparablemente mayor que la del precio internacional, sino que incluso la dirección del cambio es contradictoria. Ante tal inestabilidad, los agricultores pueden considerar seriamente el abandono de sus plantaciones.

Esta inestabilidad se explica mal para los exportadores, porque la mayoría de ellos calculan los riesgos de los precios en las bolsas internacionales. Sin embargo, la cadena de producción ha sido desmantelada por completo, y el número creciente de intermediarios (que a menudo ignoran el mercado internacional del cacao) entre productores y exportadores puede explicar en parte este fenómeno.

de la estructura y la competitividad de los mercados. Con la progresiva concentración en las fases de elaboración y las cadenas de distribución, los precios bajos de los productos no suelen reflejarse en precios más bajos para el consumidor. El café es un ejemplo elocuente a este respecto (Osorio, 2004). Por sus exportaciones franco a bordo (f.o.b.), los países productores de café ganaron unos 10 000 a 12 000 millones de dólares anuales en los últimos años ochenta y primeros noventa del siglo pasado, pero ahora ganan solo unos 5 500 millones de dólares. En cambio, el valor de las ventas al por menor en los países consumidores ha subido de unos 30 000 millones en los años ochenta a unos 80 000 millones de dólares en la actualidad.

Por añadidura, la parte del precio de exportación recibida por los agricultores varía con el tiempo, influida por muchos factores como la estructura organizativa e institucional del sector correspondiente en los países productores. No obstante, hay pocos datos para concluir si la liberalización, la supresión de órganos paraestatales y la renuncia del Estado a intervenir en el comercio agrícola en

los países en desarrollo contribuyen a que los agricultores obtengan mayor o menor proporción de precio en el mercado mundial. Está claro, sin embargo, que el deterioro de algunos importantes servicios de apoyo antes ofrecidos por el Estado, como asesoramiento técnico, financiación, control de calidad e información, ha presionado a la baja las ganancias netas de los agricultores. El sector privado, en especial las transnacionales, ha asumido algunas de estas funciones, pero quedan lagunas, y es discutible que el sector privado sea el mejor conducto para ofrecer estos servicios, así en la agricultura como en la silvicultura. Además, en muchos países, los mercados y las redes de distribución del sector privado no están bastante desarrollados para transmitir las señales de precios desde los mercados internacionales hasta los actores en los mercados internos. Ello puede dar lugar a una asignación errónea de los recursos (véase el Recuadro).

CUESTIONES INDEPENDIENTES DE LOS PRECIOS

Aunque los precios son la manifestación más directamente visible de la situación de los productos básicos, otros varios factores en la economía mundial de los productos básicos influyen fuertemente sobre las ganancias de los países exportadores y las de los productores y comerciantes individuales. La capacidad para suministrar productos de alto valor que respondan a las exigencias de los mercados es un requisito clave para el éxito, y la forma en que los productores y comerciantes participan en cadenas

internacionales de valores determina el valor añadido que ellos retienen.

Contenido del producto

La importancia relativa de los grupos de productos en el comercio agrícola internacional está cambiando, y los proveedores que han podido colocarse en el comercio de artículos dinámicos prosperan mucho más que los anclados en artículos tradicionales con un comercio estacionario y bajo valor añadido. Por ejemplo, la parte de los cereales en el comercio agrícola mundial era alrededor del 12 por ciento hace 30 años, pero ahora apenas llega al 7 por ciento.

Desde los años setenta hasta los primeros noventa del pasado siglo, la parte de la madera y los productos madereros como papel y muebles, tanto en el comercio internacional como en las exportaciones de países en desarrollo, descendió también considerablemente. Sin embargo, se estabilizó a mediados de los noventa, pese al rapidísimo aumento de las exportaciones mundiales y de los países en desarrollo de artículos de alta tecnología como transistores, equipo de telecomunicaciones y computadoras. En otras palabras, el comercio en este grupo de productos fue también bastante dinámico.

Otro cambio importante es que las exportaciones de productos agrícolas elaborados aumentan bastante más deprisa que las exportaciones de productos semielaborados o no elaborados. La parte de los productos elaborados subió del 42 por ciento del comercio agrícola mundial en 1990/91 al 48 por ciento en 2001/02 (OMC, 2004). Análogamente, la parte

del mobiliario en el comercio mundial pasó del 0,92 por ciento en 1990/91 al 1,04 por ciento en 2000/01 (mientras que la parte en las exportaciones de los países en desarrollo pasó del 0,53 por ciento al 0,91 por ciento, lo que supone un crecimiento todavía más rápido que el promedio mundial).

Los productos elaborados o preparados tienen mucho mayor valor añadido que las mercaderías no elaboradas. Por ejemplo, los siguientes precios se observaron en un supermercado del Reino Unido. Zanahorias a granel se vendían a 39 peniques el kilo (0,56 €); una bolsa de un kilo de zanahorias a 87 peniques (1,25 €); un kilo de zanahorias peladas y cortadas en rebanadas a 283 peniques (4,07 €); y las «mini-zanahorias» listas para el consumo como piscolabis costaban 600 peniques el kilo (8,64 €) (Dolan, Humphrey y Harris-Pascal, 1999). Estas comparaciones son difícilmente significativas para productos como el algodón, en los que la parte correspondiente a la materia prima en el producto final (por ejemplo, prendas de vestir) es muy baja. Lo mismo cabe decir de la madera y los muebles.

No todos los países han podido sacar provecho de la transformación de artículos tradicionales. Las exportaciones dinámicas se han originado sobre todo en los países más avanzados y ya diversificados de Asia sudoriental y América Latina. También las exportaciones de flores de Kenya han obtenido muy buenos resultados. Estos países no solo han penetrado en mercados de productos no tradicionales, sino que también enriquecen sus exportaciones con valor añadido,

Las exportaciones de productos agrícolas elaborados crecen con bastante más rapidez que las de productos semielaborados y no elaborados



FAO/UNEP/FAO/UNEP

CUADRO 4. Parte de países desarrollados y en desarrollo en el comercio agrícola mundial (porcentaje)

Producto	Países desarrollados		Países en desarrollo	
	1970	2001	1970	2001
Artículos alimenticios				
Exportaciones	58	64	33	33
Importaciones	72	66	18	28
Materias primas				
Exportaciones	58	62	31	31
Importaciones	73	62	14	34

Source: Calculado a partir de Naciones Unidas, 2004.

por ejemplo ofreciendo ramos de flores y hortalizas con envases y códigos de barras listos para la venta al por menor. Análogas operaciones exitosas pueden encontrarse en los productos de la madera, en particular en el suministro de muebles a grandes cadenas de minoristas como IKEA.

Cambios en la geografía del comercio

Si se examina el comercio de productos agrícolas, incluidos los elaborados (como café instantáneo), durante tres décadas, se observa que la parte de los países desarrollados ha aumentado en las exportaciones mundiales y la parte de los países en desarrollo ha aumentado en las importaciones mundiales. Tal es el caso tanto de los productos alimenticios como de las materias primas agrícolas (Cuadro 4).

En cuanto a las exportaciones, los principales factores que impulsan esta tendencia son el apoyo a la agricultura en los países desarrollados y el crecimiento de las exportaciones de artículos elaborados de alto valor, más rápido desde los países desarrollados que desde los países en desarrollo.

En cuanto a las importaciones, las principales razones para el incremento de la parte de los países en desarrollo son la rápida industrialización y el crecimiento de los ingresos, lo que genera demanda de mercancías tanto importa-

das como nacionales, reduciendo así los excedentes exportables. Esta situación se ve para los productos alimenticios y para las materias primas agrícolas, y en particular para minerales y metales. Es previsible que continúe la tendencia de la demanda, en particular en China y otros países en desarrollo, abriendo ventanas de oportunidad para los productores de productos básicos.

Respecto a la madera y sus productos, desde 1980 la parte de los países desarrollados en las exportaciones mundiales ha aumentado para las formas menos elaboradas, y la de los países en desarrollo ha aumentado para los artículos más elaborados (Cuadro 5). No obstante, el aumento de las exportaciones de países en desarrollo partió de una base muy baja.

Cambios en la estructura de los mercados

Los mercados de productos básicos han estado tradicionalmente dominados por grandes firmas comerciales y compañías verticalmente integradas. Un hecho reciente que ha cambiado la naturaleza del comercio en muchos productos, en especial en la alimentación, es la aparición de cadenas mundiales de supermercados. En muchos países, sin excluir los países en desarrollo, los supermercados, a menudo pertenecientes a cadenas internacionales como Carrefour y Metro, han llegado a ser la vanguardia

del sector minorista (véase *Development Policy Review*, 2002; Weatherspoon *et al.*, 2003; FAS, 2004). Para tener éxito, los exportadores tienen que poner sus productos en las estanterías de los supermercados. Para ello han de cumplir condiciones de calidad que a menudo van más allá de las fijadas por los gobiernos con arreglo a los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre barreras técnicas al comercio y medidas sanitarias y fitosanitarias, y cumplir también requisitos de continuidad y cantidad. Estas condiciones, a las que han de atenerse todos los proveedores de supermercados, en particular los de productos dinámicos como frutas y legumbres, están siendo aplicables incluso en mercados nacionales. Las diferencias entre mercados nacionales e internacionales se hacen así menos evidentes, y se desvanecen más a medida que se abren mercados y la competición con las importaciones es inevitable. Los productos necesitan ser competitivos no solo en el precio, sino que la calidad tiene una importancia creciente.

El consumo de alimentos elaborados y preparados se generaliza a medida que suben las rentas. El acceso a la tecnología y a la financiación, así como la información sobre exigencias de los consumidores, favorecen a los productores de países desarrollados en la respuesta a esta demanda. No obstante, los productores de países en desarrollo que

CUADRO 5. Parte de países desarrollados y en desarrollo en el comercio mundial de la madera y sus productos (porcentaje)

Producto	Países desarrollados				Países en desarrollo			
	Exportaciones		Importaciones		Exportaciones		Importaciones	
	1980	2001	1980	2001	1980	2001	1980	2001
Madera	59,0	64,2	84,2	75,7	31,2	20,9	15,0	22,7
Pasta y papel viejo	88,7	75,6	82,0	62,6	7,7	20,2	14,0	34,5
Chapas, contrachapados, madera mejorada y reconstituida y otras manufacturas de madera	62,7	57,4	73,3	79,7	30,8	31,7	22,2	16,0
Papel y cartón	92,2	82,2	78,7	68,6	4,8	13,0	20,1	25,1
Muebles y sus partes	84,3	63,1	79,8	83,4	7,4	26,2	18,4	13,2

Source: Calculado a partir de Naciones Unidas, 2004.

La aparición de cadenas mundiales de supermercados ha cambiado la naturaleza del comercio de muchos productos básicos. Los exportadores tienen que satisfacer condiciones de calidad para vender sus productos en los supermercados



FAO/2008/SC/CA/PE

han podido conectar con cadenas internacionales de suministros ofreciendo constantemente productos de buena calidad han prosperado. Son ejemplos las papas fritas congeladas de Argentina suministradas a McDonald's (Ghezan, Mateos y Viteri, 2002) o las legumbres frescas de África suministradas a los supermercados del Reino Unido (Dolan, Humphrey y Harris-Pascal, 1999). El éxito en estos casos se ha limitado a menudo a grandes productores hábiles con medios financieros para invertir en control permanente de la calidad.

Los pequeños productores están en desventaja respecto a estas nuevas prácticas comerciales. Es complicado entender las exigencias del mercado, para responder a las cuales hacen falta inversiones de las que son incapaces los pequeños productores individualmente. El éxito de éstos depende básicamente de su capacidad para organizarse para tener acceso a la infraestructura necesaria para asegurar y controlar la calidad. Además, combinando sus suministros pueden facilitar las búsquedas y reducir los costos de negociación para los grandes compradores del sector minorista, en muchos casos

cadenas mundiales de supermercados. Una evolución análoga se observa en la venta de muebles y en las prácticas de adquisición de las cadenas mundiales de mobiliario.

La generación de recursos para inversión y financiación del comercio en los sectores de productos básicos es bastante más difícil que en la industria. La falta de garantías es un gran problema, aunque puede superarse (véase UNCTAD, 2004a). Es importante considerar la cadena de suministros en su conjunto y utilizar la fuerza financiera de algunas partes de la cadena de valor (por ejemplo, exportación) para financiar otras partes menos atractivas financieramente (por ejemplo, agricultura o producción maderera en pequeña escala).

Hay que explorar la diferenciación, no solo en productos no tradicionales como frutas y legumbres sino también en productos tradicionales como el café, donde se observan dos tendencias opuestas. Mientras que las tecnologías de elaboración permiten ahora que cafés de muy baja calidad se transformen en café instantáneo de alta calidad, los cafés de orígenes específicos pueden

cotizarse muy ventajosamente en mercados selectos.

Canales alternativos de comercialización, como certificación de productos orgánicos y etiquetado de «comercio equitativo», que indican un trato de los trabajadores mejor que el usual o un cuidado especial respecto a los efectos medioambientales, han abierto oportunidades adicionales a algunos pequeños productores. Aunque el mercado de productos de la madera certificados es todavía pequeño, se prevé que la certificación ganará en importancia, especialmente en vista del creciente interés por las formas de extracción de la madera. Las iniciativas de comercio equitativo, que benefician ya a algunos productores de café, bananas y flores, podrían ser otro medio para proseguir la diferenciación de productos y aumentar las ganancias. Algo se hace en esta dirección respecto a productos forestales no madereros selectos. En cualquier caso, se trata de iniciativas privadas de consumidores con inquietudes sociales y medioambientales. Según las actuales normas comerciales internacionales, no se permiten políticas gubernamentales que den

tratamiento preferencial a productos en atención a sus modos de producción.

La supresión de barreras de acceso al mercado en el contexto del Programa de Trabajo Doha de la OMC es un requisito previo para el éxito de las exportaciones de países en desarrollo. Ello incluye la eliminación del apoyo a la agricultura en los países desarrollados, que permite la competencia desleal de productores ineficientes. Aunque son bajos para productos no elaborados, los aranceles se elevan considerablemente en fases superiores de elaboración. Además, aun cuando se supriman las barreras de acceso al mercado, la penetración en el mercado puede ser ilusoria a menos que se cumplan los demás requisitos antes considerados.

CONCLUSIÓN

El comercio de productos básicos se ha vuelto muy complejo. Aunque persisten problemas tradicionales de precios, se han abierto importantes oportunidades nuevas para los exportadores que pueden responder a las exigencias cada vez más estrictas de los mercados. La competición es dura y requiere la adopción de métodos empresariales modernos. Los pequeños agricultores necesitan asistencia técnica y financiera para realizar las necesarias inversiones y cumplir los requisitos. Empresas cooperativas y sistemas de cultivos por contrato debidamente diseñados parecen ofrecer ventajas a este respecto. El papel de los agricultores está cambiando. Pasan a ser meros «cultivadores», que aportan mano de obra y a menudo algún capital, pero que apenas deciden sobre qué y cuándo hay que producir para responder a la demanda de los grandes compradores. La supervivencia es cada vez más difícil para los productores no integrados en cadenas mundiales.

Los pequeños productores tienen todavía un papel reducido en el comercio

mundial de productos forestales. A diferencia del café y el cacao, donde los pequeños cultivadores desempeñan un papel importante, la madera requiere poca elaboración para penetrar en los mercados internacionales. Los pequeños productores que tratan de participar en el comercio internacional tropiezan con varios problemas relativos a la escala de producción, los dilatados períodos y los costos del valor añadido. ¿Podrán organizarse las comunas forestales, con el apoyo de la comunidad internacional y de un sector privado socialmente responsable, para formar parte de cadenas mundiales y participar con provecho en los crecientes mercados de la madera y sus productos, demostrando al mismo tiempo que las ganancias económicas contribuyen a la gestión sostenible de sus recursos forestales? ♦



Bibliografía

- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).** 2000. *Monthly Commodity Price Bulletin*, Supplement 1960-1999. TD/B/CN.1/CPB/L.86/Add.1. Noviembre. Ginebra, Suiza.
- UNCTAD.** 2004a. *Financing commodity-based trade and development: innovative agriculture financing mechanisms*. TD/B/COM.1/EM.24/2. Ginebra, Suiza.
- UNCTAD.** 2004b. *Commodity Price Bulletin On-line*. Ginebra, Suiza. Disponible en: www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=1889&lang=1
- Development Policy Review.** 2002. Theme issue: Supermarkets and agrifood systems: Latin American challenges. 20(4): 370-528.
- Dolan, C., Humphrey, J. y Harris-Pascal, C.** 1999. *Horticulture commodity chains: the impact of the UK market on the African fresh vegetable industry*. IDS Working Paper No. 96. Brighton, Reino Unido, Institute of Development Studies (IDS).
- Estur, G.** 2004. 2004/05 record production on track. *Cotton: Review of the World Situation*, 57(6): 10.
- FAO.** 2004. *FAOSTAT*. Disponible en: apps.fao.org
- Foreign Agricultural Service (FAS), United States Department of Agriculture.** 2004. Washington, DC, Estados Unidos. *Attaché reports*. FAS en línea: www.fas.usda.gov/scripts/attacherep/default.asp
- Ghezan, G., Mateos, M. y Viteri, L.** 2002. Impact of supermarkets and fast-food chains on horticulture supply chains in Argentina. *Development Policy Review*, 20(4): 389-408.
- Naciones Unidas.** 2004. *UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)*. Nueva York, Estados Unidos. Disponible en: unstats.un.org/unsd/comtrade
- Organización Mundial del Comercio (OMC).** 2004. *World Trade Report 2004*. Ginebra, Suiza. Disponible en: www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report04_e.pdf
- Osorio, N.** 2004. *Lessons from the world coffee crisis: a serious problem for sustainable development*. Submission to UNCTAD XI, São Paulo, Brasil, junio de 2004.
- Weatherspoon, D., Neven, D., Katjiuongua, H., Fotsin, R. y Reardon, T.** 2003. *Battle of supermarket chains in Sub-saharan Africa: challenges and opportunities for agrifood suppliers*. UNCTAD/DITC/COM/Misc/2003/5. Ginebra, Suiza, UNCTAD. ♦