

Javier Blas, Jack Frachy; EL MUNDO ESTÁ EN VENTA. LA CARA OCULTA DEL NEGOCIO DE LAS MATERIAS PRIMAS. Ed Península. Barcelona. 2022 (525 pp.), ISBN 978-84-1100-075-8

Lourdes Viladomiu

Universidad Autónoma de Barcelona

lourdes.viladomiu@uab.cat



En mi tesis doctoral sostenía que en la cadena mundial de la soja había una concentración de poder en la comercialización internacional¹ (Viladomiu, 1985). Unas pocas empresas, a menudo conocidas por las siglas ABCD (Archer Daniels Midland, Bunge, Cargill-Tradax, Dreyfus) controlaban el comercio mundial de productos agrarios (principalmente lo que los anglosajones llaman *grains*) y tenían gran influencia en el diseño de los sectores oleicos y ganadero en los diferentes países que se iban insertando en la economía mundial.

La información que existía sobre estas empresas y sus negocios era escasa. Se trataba de un grupo de empresas muy discretas, propiedad de familias judías y que actúan a menudo desde Suiza u otros paraísos fiscales. Algunas de ellas estaban invirtiendo en activos (molturadoras, empresas de piensos, mataderos, etc.) Y casi todas participaban en otros mercados de materias primas, además de los de productos agrarios.

El libro de Blas y Frachy hace un análisis histórico de los cambios en las comercializadoras de materias primas en los últimos 60 años, repasando algunas de las empresas y empresarios más significativos y dedicándole especial atención a la empresa Glencore. Es un trabajo de periodismo con muchísima información y que nos permite hacer una relectura de muchos de los acontecimientos económicos, políticos y sociales de estas últimas décadas desde el prisma de la comercialización internacional de materias primas.

Acontecimientos en principio lejanos al negocio de las comercializadoras han sido fundamentales en su dinámica, en su importancia y en su capacidad de ganar grandes fortunas. Un negocio global que siempre se ha escapado de las regulaciones nacionales.

La guerra fría entre los dos bloques no impidió que existieran fisuras que posibilitaran operaciones arriesgadas y negocios boyantes. En 1972 las grandes comercializadoras vendieron grandes cantidades de

¹ Viladomiu, L. (1985), La inserción de España en el complejo-soja mundial. Ministerio de Agricultura. Serie estudios

cereales y soja a la Unión soviética a precios muy bajos y generaron una situación de escasez que acabó siendo muy costosa para los consumidores europeos y americanos, pero un gran negocio para dichas empresas. Pero, además de mercado, la URSS disponía de grandes recursos de petróleo, hierro y otros minerales y comerciar con ellos era altamente rentable.

Pero los acontecimientos que más cambiaron el panorama de las comercializadoras en los 60s y 70s derivaron del fin del colonialismo. El movimiento de nacionalización de los recursos naturales (el nacionalismo de recursos) por parte de los países no alineados abrió grandes oportunidades de negocio. En el caso del petróleo, el hecho de las nacionalizaciones implicó que las siete hermanas que gestionaban toda la cadena, perdieran el control de los yacimientos. Pero los nuevos dueños tenían que vender y desconocían cómo hacerlo. Las comercializadoras se convirtieron en canales esenciales para vender el crudo en los mercados internacionales. La economía del petróleo pasó de estar controlada por un oligopolio a un mercado con precios que fluctuarían frenéticamente, al vaivén de todo tipo de acontecimientos políticos.

El petróleo hizo mil millones a muchos de los negociantes internacionales. Pero el caso que se explica con más detalle fue el de Marc Rich. Sus aventuras nos son especialmente próximas por su estancia en Madrid durante diez años (1964-1974), porque en 1983 se le concedió la nacionalidad española, por su mansión en Marbella, porque el rey Juan Carlos en 2001 intercedió ante el presidente Clinton para que le concediera el perdón sobre un tema de fraude fiscal, cosa que hizo el presidente en su último día de mandato. De trabajar para Philipp Brothers pasó a constituir su empresa Marc Rich + Co AG, de la que nacerían Glencore y Trafigura. Marc Rich llegó a ser la empresa más grande y poderosa de mercado de materias primas, especialmente minerales. El establecimiento de la empresa coincidió con el auge del mercado del petróleo y de los aumentos de su precio. Pero llegó su fin de la mano del zinc en 1993. Sus sucesoras pasaron a manos de un grupo de directivos de la empresa, y después de ciertos vaivenes Glencore es hoy una de las principales empresas del mundo.

Las empresas de comercialización se convirtieron en poderosos agentes en el devenir de los países en vías de desarrollo. En el libro se comentan estrategias de penetración en países como Jamaica (bauxita- aluminio), Zambia, (cobre), etc. En momentos de quiebra o suspensión de pagos de los países, las comercializadoras actuaban como último recurso y resultaban mucho más ágiles que los organismos internacionales. Con operaciones con muchos ángulos conseguían acuerdos de suministro a medio y largo plazo de los recursos naturales del país afectado, utilizaban el *tolling* (intercambio de materia prima por el producto terminado), pasaban a ser propietarios de activos, utilizaban el trueque, e incluso llegaron a emitir dinero avalado por ellas mismas (Cargill en Zimbabue -algodón). Eran una especie de productores, pero sin tener los problemas de los productores.

Para estas empresas todas las situaciones de embargo, restricciones comerciales a países por razones políticas o el apartheid han sido oportunidades de grandes negocios, en Irán, Sudáfrica y muchos otros países.

En los años noventa, los mercados financieros abrieron un sinfín de oportunidades. La creación del mercado de derivados por parte de los operadores de Wall Street generó una liquidez que hizo mucho más poderosas a las comercializadoras. El petróleo pasó a ser parte importante de los mercados de futuros, de forma que los comerciantes de petróleo podían asegurar el precio de sus transacciones. Además, los bancos entrarían de pleno en los negocios de las materias primas.

Pero en la misma década, se dio la mayor liquidación empresarial de la historia: el fin de la URSS. Este acontecimiento sería crucial para las empresas de comercialización de materias primas. En el momento de su disolución, la URSS era el país que bombeaba más petróleo del mundo y uno de los mayores productores de metales y granos. Los mercados mundiales se vieron inundados de materias primas. Los precios se hundieron. Hacer negocios en la nueva Rusia era complicado. Las rápidas privatizaciones

requerían negocios con magnates y gánsteres locales. En 1995 la violencia era cotidiana. Un exceso de oferta estaba presente en muchos de los mercados y muchas empresas comercializadoras hicieron quiebra. Los últimos noventa fueron unos años turbulentos. Algunas empresas optaron por entrar o consolidar la compra y gestión de activos, pasando a comprar minas, empresas, superficies agrarias e intentar un mayor control de la cadena.

Pero la solución a sus problemas fue China. Con la aparición de esta nueva potencia compradora, los mercados se fueron animando rápidamente. En 2001, China entró en la OMC, superó los 4000 dólares per cápita, se convirtió en el primer receptor de inversión extranjera, su industria creció gracias a las migraciones del campo a la ciudad y el consumo de materias primas se disparó. Con una demanda desbocada y una oferta estancada los precios aumentaron rápidamente.

En 2006, los precios de los alimentos inician un rápido aumento. China se había convertido en un gran comprador en los mercados mundiales, en 2008 importó un 50% de la soja. Las comercializadoras e inversores por cuenta propia proveyeron la situación y dado que los mercados de productos agrícolas son los más sometidos a especulación, el aumento de precios fue muy elevado. A diferencia de otros mercados donde la oferta está mucho más centralizada, en el caso de los productos agrícolas las comercializadoras negocian con muchos productores y en ese mercado es fundamental disponer de información, que es el elemento clave para poder realizar negocios. La prohibición de exportar que decretaron muchos de los países vendedores de productos alimentarios aceleró el aumento de precios.

Pero, además, un elemento adicional vino a contribuir al movimiento alcista: la utilización de productos agrarios en la producción de biocombustibles. La comercializadora Archer Daniels Midland hizo importantes inversiones en plantas para producción de etanol, utilizando principalmente maíz. En su estrategia encontró importantes aliados: los gobiernos de los países productores de productos agrarios que defendían la seguridad nacional frente a la dependencia energética de Oriente Medio, el *lobby* de los agricultores en la búsqueda de nuevos mercados, y los activistas ecologistas del cambio climático que defienden una alternativa a las combustibles fósiles. La obligatoriedad de utilizar etanol contribuyó al crecimiento de los precios.

Hoy las grandes comercializadoras han perdido uno de sus más preciados bienes, el control de la información. Ahora internet proporciona información al momento, y además es posible disponer y gestionar grandes cantidades de datos que avalan decisiones. Además, algunas de las comercializadoras como Glencore (en 2011) han salido a bolsa, y ello les obliga a ser más transparentes y tienen obligación de dar mayores explicaciones. También los organismos internacionales están teniendo mayor capacidad de denuncia de la corrupción en países en vías de desarrollo, lo que llega a unos consumidores que pueden responder con un boicot a las empresas.

Por último, la Rusia de Putin, con sus aliados, es un gran actor y tiene cada día mayor capacidad de posicionamiento en los mercados mundiales a partir de sus propias empresas. Y asimismo China, con sus todopoderosas comercializadora propiedad de diferentes administraciones públicas, son los nuevos agentes que en el momento actual están ganado protagonismo.

La invasión a Ucrania ha introducido muchas incógnitas de las que solo el tiempo nos dará la respuesta.