

La lección del banano

Enviado por Leonardo Garnier en Mar, 03/30/1993 - 00:00

Leonardo Garnier

La República (Editorial) 30/3/93

¡Una sobreoferta de banano amenaza con hacer caer los precios de la fruta, con producir desempleo masivo y generar una caída dramática de los ingresos por exportaciones! Algo similar ocurrió hace poco con la caída en los precios del café. ¿Cuántas veces más tendrá que suceder lo mismo para que aprendamos la lección? Porque lo mismo ocurría a finales del siglo pasado. Y lo mismo ocurrió en la primera mitad de este siglo. Y ¿no ocurrió lo mismo cuando la Compañía Bananera abandonó Golfito hace unos años, y se procedió a reducir drásticamente el impuesto bananero?


En un mercado competitivo, la “sobreoferta” es una señal de precios excesivos: el mercado reacciona provocando una caída del precio al consumidor, y reduciendo la producción. En mercados controlados por las grandes empresas comercializadoras, la “sobreoferta” es algo distinto: es un instrumento en la lucha que esas empresas libran entre sí, y en la lucha permanente que todas ellas libran en su negociación con los países productores. La sobreoferta, es el arma que usan para obligar a esos países a reducir los precios que cobran por los frutos de su trabajo y de su tierra, a reducir los impuestos que cobran para financiar su desarrollo, a reducir los salarios que pagan al verdadero productor. Así, al provocar una “sobreoferta” y amenazar con recortes y despidos, las empresas comercializadoras ponen a los países a competir entre sí, para ver cuál ofrece a menos precio su fruta, cuál otorga a menos costo su tierra, cual vende más barata su fuerza de trabajo. Nada de esto es nuevo, sólo nuestro asombro: no es el precio que paga el consumidor de banano el que cae, sólo el precio que se paga al productor.

Frente a esto, no caben los lamentos, sino la reacción inteligente. Mientras los productores nacionales de banano quieran jugar independientemente; mientras los países bananeros quieran sacar el mejor partido a costa de los países vecinos, la suerte estará echada: seguiremos compitiendo entre nosotros para beneficio del gran negocio bananero. Sólo cuando entendamos —como se entendió al menos por un tiempo en los años setenta, cuando se estableció el impuesto de \$1 por caja de banano— que la producción conjunta de los países de la UPEB y Ecuador representa más del 80% del mercado bananero mundial, y que esto nos otorga un verdadero poder de negociación en ese mercado, podremos dejar de mendigar por un precio más justo, y pasar a negociar por él como corresponde en un mercado oligopólico: con la fuerza que da el control de la oferta.

Más aún, a nuestros empresarios les sigue cogiendo tarde en lo que debió haberse hecho hace muchas décadas: entrar de lleno al negocio bananero, y no sólo a la producción de banano. Y no se trata aquí de romper el oligopolio, sino de participar en él. México ha entendido esto con claridad, y uno de los primeros pasos que ha dado al avanzar hacia la apertura de su economía fue, precisamente, la compra de Del Monte, con lo que obtuvo un canal directo para comercializar sus exportaciones agroindustriales.

Si la apertura tiene como objetivo contribuir a mejorar las condiciones de vida, tenemos que dejar de pensar simplemente en “productos agrícolas de exportación”, para pensar más en el desarrollo agroindustrial integrado, que va desde un uso inteligente y sostenible de nuestros recursos naturales y el aprovechamiento de la educación y calificación de nuestros recursos humanos para diversificar la producción agropecuaria y transformarla en una actividad cada vez más industrializada, hasta la comercialización y el mercadeo agresivo y moderno de esos productos en el mercado mundial. La política económica, los incentivos que se otorguen, y el esfuerzo de negociación y internacional, deben todos apuntar en esa dirección.

Leonardo
Garnier



Funciona con Drupal

URL de origen: <http://leonardogarnier.com/articles/art-culos-de-prensa/la-leccion-del-banano-122>