

Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas  
Escuela de Estudios de Posgrado

---

MAESTRÍA EN HISTORIA ECONÓMICA Y DE LAS POLÍTICAS ECONÓMICAS  
CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN HISTORIA ECONÓMICA Y DE LAS POLÍTICAS ECONÓMICAS

---

TRABAJO FINAL DE ESPECIALIZACIÓN

---

Supermercados y su contribución a la inflación para el periodo 2003/2020

---

AUTOR: CDOR. PABLO DAMIÁN SOBRADO

TUTOR: DR. MARIO RACCANELLO

JULIO 2022

---

## Resumen

La inflación es un fenómeno que aqueja a nuestro país desde hace varias décadas. Con menor o mayor exposición, el fenómeno, ha expuesto los efectos nocivos que provoca en la población en General. A tal efecto y tomando el papel oligopólico y de gran concentración económica que ostentan las grandes cadenas de Supermercados, se verifica que al ser los principales canales en lo que respecta la venta de productos de primera necesidad, mantienen un cierto grado de responsabilidad en el proceso de conformación de precios. Se advierte que dicho grado de responsabilidad también se complementa por la acción u omisión por parte del estado, pero también por factores que encuadran dentro de la definición estructuralista del fenómeno (Ej. puja distributiva, Dólar, etc.)

El trabajo pretende abordar una mirada retrospectiva, centrados en el periodo mencionado y utilizando fuentes primarias y secundarias, que le darán sustento a la elaboración.

En virtud de ello y considerando lo expuesto en los párrafos precedentes, se propone distintas directrices de acción, pero siempre considerando la multicausalidad del fenómeno.

La propuesta que surge entonces, abarca cuatro aspectos: 1) rol del estado, 2) la legislación vigente, 3) controles de precios y participación a través de empresas testigos y 4) eje en la sostenibilidad como herramienta del futuro

**Palabras claves:** Historia económica, inflación, oligopolios, formación de precios.

# Índice

1. Introducción	Pág. 4
1.1 Fundamentación y planteamiento del Problema	Pág. 4
1.2 Objetivos	Pág. 6
1.3 Aspectos Metodológicos	Pág. 7
2. Marco Teórico	Pág. 8
2.1 Radiografía del sector supermercadista	Pág. 8
2.2 Reseña Histórica	Pág. 8
2.3 La Inflación	Pág. 11
2.4 Contexto y políticas económicas	Pág. 12
2.4.1 La divisa estadounidense	Pág. 12
2.4.2 Planes y programas sociales	Pág. 13
2.4.3 Regulaciones y liberaciones	Pág. 15
2.5 La postura de los referentes del sector y funcionarios públicos	Pág. 16
2.6 Sostenibilidad	Pág. 17
3. Diagnostico	Pág. 19
4. Propuesta de Intervención	Pág. 25
4.1 El rol del estado	Pág. 26
4.2 La Legislación vigente y los órganos de supervisión y control	Pág. 27
4.3 Regulación de precios o intervención a través de empresas testigos	Pág. 28
4.4 La Sostenibilidad: una luz al final del túnel	Pág. 29
5. Conclusiones	Pág. 33
Referencias Bibliográficas	Pág. 38

# 1. Introducción

## 1.1 Fundamentación y planteamiento del Problema

La presente tesina tiene como objetivo estudiar la participación de las grandes de cadenas de comercialización de productos masivos, en la formación de precios y por lo tanto su contribución en el proceso inflacionario.

La elección del marco de la investigación en el periodo 2003/2020, encierra varias premisas: En primer lugar, por que comprende administraciones en cabeza del poder ejecutivo, que desde el plano económico, suponen visiones contrapuestas lo que permite aislar y analizar intrínsecamente este hecho. En segundo lugar, por que convergen en dicho lapso, variables tales como: la variación del tipo de cambio, emisión monetaria y déficit fiscal (entre otras), que pese a la incidencia que pudieran ejercer los sujetos mencionados sobre el problema que nos ocupa, juegan un papel trascendental en el proceso bajo estudio.

Estamos abordando un proceso que en nuestro país, en mayor o menor medida, se encuentra presente en los últimos 75 años, sin embargo, desde la década de 1990 y con la proliferación de las grandes cadenas de supermercados, la inflación debe analizarse y evaluarse, sin perder de vista la incidencia de estos actores.

La elección de las grandes cadenas de supermercado como aspecto central del presente trabajo, se justifica por la formidable concentración y prácticas oligopólicas que ellas ejercen, pues si bien medido en bocas de expendios solo representan el 16% del total, en relación con las ventas, explican aproximadamente el 60% del total de las ventas de alimentos y bebidas (canasta básica) que se comercializan en nuestro país.<sup>1</sup>

En relación a esto último, la fuerte de incidencia en la comercialización de este rubro, nos permitirá trazar un paralelismo, en la evolución de los precios que publica el INDEC y su relación con el índice de precios en general.

Volviendo sobre el aspecto relativo a la concentración y gracias al control que mantienen sobre gran parte de la comercialización de bienes, han logrado imponer cada vez con mayor

---

<sup>1</sup> Extraído del informe de la consultora Claves: "Indicadores de consumo y crecimiento" Nov.2022

agresividad, aumentos sistemáticos en los precios y con ello acrecentar sus formidables tasas de utilidades, contribuyendo a la transferencia negativa, en desmedro de los ingresos de toda la población.

A su vez, la incidencia en la participación del mercado, ha operado muchas veces como elemento exterminador de aquellos comercios de cercanía o barriales, que les ha resultado prácticamente imposible poder competir. En tal sentido solo los comercios de origen chino han podido resistir la embestida, destacándose su alto grado de diversificación, dado que los locales unibocas, han logrado acaparar el 55% de las bocas de expendio, aunque su participación en la “torta de la facturación global” continúa siendo modesta, con una concurrencia inferior al 20%.<sup>2</sup>

Está claro que los comportamientos de las grandes cadenas de supermercado no es solo una cuestión nacional y resulta común como fenómeno de la globalización y practica capitalista. Pese a ello, si se aprecia que la tasa de ganancias brutas en nuestro país, se encuentran muy por encima de las que se pueden lograr a nivel global.

Resulta oportuno mencionar otro aspecto que favorece la concentración, como es el caso de la estrategia de verticalización. Esto es, al ejercer su participación en el acopio y producción de bienes, que luego comercialización en sus propias cadenas (marcas propias)

Un párrafo aparte merece la consideración del efecto económico que nos ocupa: La inflación. Entender sus causas y la génesis de su conformación, nos puede depositar en conclusiones variadas. En tal sentido, considerarlo solo como un fenómeno monetario, multicausal o estructural, condiciona el diagnóstico y su posible corrección.

Adicionalmente también resulta interesante, como dichas cadenas de comercialización se han beneficiado de externalidades devenidas de decisiones emanadas de los diversos gobiernos de turno, ya sea por acciones tendientes al fomento del consumo (Ej. Asignación Universal por Hijo) o contrapuestas, vinculadas con las desregulaciones (liberación de importaciones, liberación de restricciones a los flujos de capitales, etc.)

Por lo expuesto responder los siguientes interrogantes nos ayudaran a comprender la problemática y por consiguiente clarificar el grado de participación que le asignamos a las cadenas retails, en este proceso complejo:

¿Afectan realmente a la formación de precios?

¿En qué medida contribuyen a la espiralización?

---

<sup>2</sup> Según un informe de la Federación Argentina de empleado de Comercio y Servicios (FAECYS). Jul. 2022

¿Resultan efectivas las medidas tendientes al control de precios, que persiguen acotar sus consecuencias?

¿Resultado satisfactorio la aplicación de sanciones a los efectos de corregir las distorsiones?

¿En el marco que nos ocupa, la inflación es solo un fenómeno monetario o la multicausalidad, centrados en la puja distributiva, procesos devaluatorios, etc. Explican mejor el comportamiento de los agentes en cuestión?

## **1.2 Objetivos**

La inflación es un fenómeno que afecta a toda la población y a sectores de la economía nacional. Pese a ello, sus efectos no producen resultados homogéneos en el conjunto de las empresas y personas de nuestro país. Es así que las pymes y las personas de los sectores más vulnerables, suelen verse particularmente afectados por el impacto del fenómeno. Las primeras por quedar a merced de las acciones de los grupos concentrados y los segundos, porque la porción de los ingresos que destinan al consumo, suele ser el mayoritario y el constante incremento de los precios erosiona su poder de compra y los lleva a padecer situaciones vinculadas con la pobreza, la marginalidad y aumento desmedido de necesidades básicas insatisfechas.

El presente trabajo es motivado, en gran parte, con el fin de poder realizar un pequeño aporte tendiente a esclarecer cuál es la responsabilidad de estos actores en el proceso de formación de precios y por consiguiente establecer su relación, en la afectación de la calidad de vida de los sectores más vulnerables.

El objetivo del estudio, es apartarse de visiones subjetivas y de índole política, para centrarse en datos e información objetiva, que nos permitan arribar a un diagnóstico preciso, en busca de propuestas superadoras que ayuden a combatir el mal que ha aquejado al país en las últimas décadas, pero que su profundización, no ha hecho más que ubicar a nuestra Nación, en las estadísticas más tristes, en materia de desarrollo humano.

Finalmente y en línea con los objetivos de desarrollo sostenibles, conforme a la resolución de la ONU (Agenda 2030), el presente trabajo se enmarca humildemente en la lucha tendiente al fin de la pobreza (ODS 1), Hambre Cero (ODS 2) y salud y bienestar (ODS 3)<sup>3</sup>

### **1.3 Aspectos Metodológicos**

El presente estudio de caso, es de carácter retrospectivo donde la principal variable bajo estudio es la Inflación en un periodo delimitado entre los años 2003 y 2020.

Fuentes Primarias:

- INDEC (Instituto Nacional de estadísticas y Censos de la República Argentina) para la construcción de series históricas de inflación para el periodo 2003/2020
- INDEC: Informe técnico de Supermercados y Autoservicios Mayorista
- Informes económicos y estadísticos de la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicio
- Libros de autores varios sobre Macroeconomía Argentina
- Entrevistas radiales
- Entrevistas televisivas.

Fuentes secundarias:

Libro con entrevistas a Ministros de economía de la República Argentina sobre la inflación.

Finalmente, se entrecruzaran los datos relevados a través de los distintos métodos de investigación y se interpretaran a los efectos de la redacción del presente trabajo.

---

<sup>3</sup> Objetivos de desarrollo Sostenible. El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos con metas específicas a 2030

## **2. Marco teórico**

### **2.1 Radiografía del sector supermercadista**

En las últimas décadas el sector ha comenzado a ejercer un papel preponderante no solo por las formas de comercialización, sino también en la demanda de empleo y su aporte en la conformación de precio.

Por sus características y su vinculación al mercado interno, resulta innegable su estrecha relación, con la marcha de la economía. A su vez, mantiene una posición estratégica, dado que abastece a la población de productos básicos.

Surge aquí el primer interrogante, donde su respuesta nos empezara a brindar elementos tendientes a responder las cuestiones que nos planteamos en el apartado anterior: ¿Cómo ha ido evolucionando el sector de supermercados a lo largo de la historia Argentina? Resulta de suma importancia entonces, realizar una breve síntesis para entender el desarrollo y significatividad del sector económico que nos ocupa.

### **2.2 Reseña Histórica**

Si bien podríamos comenzar nuestro estudio historiográfico desde los primeros años del siglo pasado, entendemos que ello, carecería de sentido para el análisis y enfoque que perseguimos en el presente trabajo.

Por lo expuesto nos ubicaremos como punto de partida en la década del cincuenta, donde el comercio minorista comienza su transformación, al pasar de una variante altamente especializada, atomizada y sin servicios anexos, a otra no especializada / heterogénea con distintas escalas y con servicios asociados a las venta de productos. Un caso destacado es el que desplegó la cooperativa el “Hogar Obrero” que luego paso a llamarse Supercoop.

El proceso descrito en el parrado precedente se profundiza en la década siguiente, favorecido por diversas políticas económicas, como la ley de inversiones extranjeras (Gob. de Arturo Frondizi)<sup>4</sup>. Las mismas darían impulso a la aparición o desarrollo de emprendimientos de

---

<sup>4</sup> La ley de inversiones extranjeras sancionada en 1958 bajo el Gobierno de Arturo Frondizi, establecía La ley de inversiones extranjeras definía que los capitales extranjeros destinados a actividades productivas, nuevas o

ventas de productos. De hecho se produce aquí un punto de inflexión, más precisamente en 1962 con la apertura en nuestro país de la firma Minimax (grupo Rockefeller)<sup>5</sup> quien realiza la apertura de las primeras boca de autoservicio denominándola “supermercado”, introduciendo esa denominación en el país. El establecimiento incorpora tecnología y equipamiento desarrollado en Estados Unidos. Sus características fueron rápidamente captadas y copiadas por empresarios nacionales generando una expansión rápida del sistema de venta minorista por autoservicio en grandes locales. Es así que en 1964 Alberto Guil abre en Carapachay, el comercio que se denominaría luego “Supermercados Norte”. En 1965 abren los supermercados Gigante SA (contaba con más de 5.000 m<sup>2</sup> y 1.000 m<sup>2</sup> de depósitos), con venta de alimentos, higiene, limpieza, ferretería y menaje. Luego aparecen supermercados totales como Llaneza, Gran Tia, etc, que pasaron a denominarse Hipermercado. Para finales de década ya había en nuestro país 162 supermercados.

La fuerte expansión evidenciada en la década mencionada enfrentaría un proceso de ocaso y reestructuración en la década siguiente, por lo se vivió un periodo caracterizado por cierre de locales y quiebras de empresas. Entre las principales causas que llevaron a esta situación podemos resumir: expansión desmedida, empresarios con poco experiencia y escasos recursos gerenciales, inflación en ascenso.

En la década del 80 la política económica se orientó a reducir la intervención del Estado y fundamentalmente a controlar la inflación que, desde 1975 era superior al 160 % anual. El comercio se abrió a la inversión extranjera y se permitió el giro al exterior de las utilidades empresarias. Esta política económica animó a las inversiones en el sector comercial, incluyendo las de capital extranjero.

En 1982 se instala la cadena internacional Carrefour marcando el inicio de la llegada de las cadenas internacionales de venta de alimentos a la Argentina.

---

existentes, tenían los mismos derechos que los capitales nacionales. Lo más relevante: no pagaban impuestos más elevados y podían enviar al exterior la totalidad de las ganancias obtenidas. La convocatoria al capital extranjero, sin embargo, no era completamente libre. Cada inversión debía ser evaluada por un organismo que dependía del presidente: la Secretaría de Relaciones Económicas y Sociales.

<sup>5</sup> El principal accionista era Nelson Rockefeller. En 1969, los locales de la cadena Norteamericana que se situaban en Buenos Aires, sufrirían una serie de atentados terroristas perpetrados con el motivo del arribo de dicho accionista a nuestro país, enviado por el presidente Richard Nixon. En un artículo publicado bajo el título “Aquellos Años: Memoria política y periodismo en la década del 70”, el autor Sergio Kisielewsky (Jul. 2021) contara: “el incendio de los Minimax en Capital y Provincia de Buenos Aires despertó la simpatía de los almaceneros pues con sus precios no podían competir con el gran supermercado patrimonio de Nelson Rockefeller”

La década de los noventa, nuevamente se aprecia un apogeo del sector, tanto por los ingresos de capitales y empresas extranjeras (por instalación directa o por compra de empresas ya establecidas) como por el desarrollo de emprendimientos nacionales<sup>6</sup>

En 1995 se da la entrada de Wal-Mart a la Argentina y en 1998 la del grupo francés Casino, al adquirir el control de la propiedad de la empresa Libertad. A ellos se le suman dos grupos argentinos: Coto y La Anónima. Empezaría entonces a resultar evidente un sector económico cada vez más concentrado.

Por otra parte se vieron en esa década dos motores, basados en distintos modelos: por un lado el de empresas ya radicas que ampliaron su cadena (abriendo nuevas bocas o comprando unidades pequeñas o medianas) y por el otro lado el que encaro las empresas extranjeras especializadas, ya sea por instalación de nuevos negocios o comprando cadenas que operaban en el país.

Desde entonces, los principales jugadores del sector han ido adquiriendo grandes cadenas (ej. Auchan que pasa a formar parte de Wal-Mart), lo que ha llevado que el sector se vea cada vez más estructurado, en pocas manos. Es así que existe hoy en la Argentina un núcleo reducido de empresas que tienen las cadenas de supermercados con mayor número de establecimientos, las mayores superficies comerciales y las más altas facturaciones.

Siete son las firmas que componen este núcleo: Carrefour, Cencosud, Coto, La Anónima, Nexus Partners, Wal-Mart y Casino. Estas, aunque reúnen sólo el 15% de las bocas totales del país, tienen la capacidad de vender el 58% del total alimentos y bebidas de la Argentina. Y sólo Carrefour, Cencosud y Coto representan el 70% del total de las ventas del sector en este rubro.

A los efectos de graficar con más claridad la composición del sector, exponemos a continuación un cuadro, que da cuenta de la participación de las grandes cadenas en superficie y porcentaje de ventas, en relación a ello:

---

<sup>6</sup> Reseña Histórica complementada por un informe de Santillán Miguel, publicada por FAECYS bajo el título "Relevamiento sobre supermercados en Argentina". Jun. 2011

	BOCAS TOTALES	PORCENTAJE DE BOCAS	M <sup>2</sup>	PORCENTAJE (sobre la superficie de venta total de los supermercados en Argentina)
<b>Cadenas Grandes</b>	1.345	15,5%	2.521.690 m <sup>2</sup>	55,7%
<b>Cadenas</b>	1.405	16,2%	851.844 m <sup>2</sup>	18,8%
<b>Uniboca</b>	1.234	14,2%	325.025 m <sup>2</sup>	7,2%
<b>Uniboca (China)</b>	4.688	54,1%	825.088 m <sup>2</sup>	18,2%
<b>Total</b>	<b>8.672</b>	<b>100%</b>	<b>4.523.647 m<sup>2</sup></b>	<b>100%</b>

Fuente: FAECyS

## 2.3 La inflación

A continuación exponemos en forma resumida las causas que origina la inflación, a los efectos de poder avanzar sobre la evaluación de las preguntas que forman parte de nuestro objetivo, y de esta forma llevar a cabo una respuesta integral, en vista de poder comprender el proceso y su peculiaridad que ha llevado a nuestro país a vivir varias décadas sumidas en dicho flagelo, pero acotando su incidencia en el papel ejercido por determinados agentes, que en nuestro estudio se refiere a los conocidos como “supermercados”.

En primer lugar definiremos al proceso inflacionario como el aumento continuo y sostenido del nivel general de precios de los bienes y servicios.

En tal sentido consideramos de utilidad recurrir a los elementos que desatan este proceso, que por lo visto posee las características de permanencia y continuidad, fenómeno que si bien evidentemente es de carácter mundial, en nuestro país presenta ciertas particularidades.

Pero, volviendo sobre nuestra introducción, nos preguntamos ¿cuáles son las causas por la que se vuelve visible este fenómeno? Claramente, se puede abordar el análisis considerando múltiples causas conforme los distintos enfoques y diagnóstico de los analistas. Pese a ello y a modo de apelar a su síntesis, podemos agrupar, el origen, en, en tres grandes conjuntos:

- **Inflación de demanda:** es decir exceso de demanda. Bajo esta visión Keynesiana (en alusión a su principal expositor J. M. Keynes, plasmada en su obra la Teoría General del empleo,

el interés y el dinero<sup>7</sup> y monetarista (como principal referente el Milton Friedman) están de acuerdo en considerar que la causa habitual de la inflación es el exceso de demanda. Los primeros ponen el foco en los componentes de la demanda agregada, mientras que los segundos ponen su atención en el crecimiento incontrolado de la cantidad de dinero en circulación, lo que en definitiva aumentara los recursos líquidos de los agentes y por consiguiente de todos los agentes de la demanda.

- **Inflación de costos:** Entendiendo que los costos de producción se componen de la retribución del factor trabajo (Salarios) y la retribución del capital (renta empresarial). Las teorías que explican la inflación por esta causa atribuyen la causa a la presión ejercida por los sindicatos y empresarios. También dentro de esta clasificación encontramos lo que se denomina inflación importada, originada por el aumento de los precios de los productos importados.

- **Inflación estructural:** Para los economistas latinoamericanos (entre los que se encuentra el Argentino Julio H. G. Olivera) que pregonan esta teoría, el fenómeno no es monetario sino el resultado de desequilibrios reales que se manifiestan en una subida general de los precios. Para corregir la inflación, proponen, no hay que atacar los síntomas, el aumento de la circulación monetaria, sino atacar la raíz del mal y corregir los desequilibrios entre grupos y clases sociales y entre las ciudades y el campo.

Pese a ello, en los últimos años, se ha ido forjando la idea de considerar una ampliación de la anterior clasificación e incluir lo que se conoce como Inflación de Organización/Monopolio que se origina cuando el crecimiento de los precios está originado/incidido por el poder que tienen ciertas empresas para aumentar el precio de ventas de sus productos siguiendo criterios particulares; por ejemplo, aumentar el beneficio.

## **2.4 Contexto y políticas económicas**

### **2.4.1 La divisa estadounidense**

---

<sup>7</sup> Keynes M, J “Teoría General del Empleo, el interés y el dinero”. Publicada en Febrero de 1936. Pretende analizar los factores que determina el crecimiento económico y las medidas que lo podrían incentivar, en especial el estímulo a la demanda global.

La ley de convertibilidad (23.928) estuvo vigente desde marzo de 1991 hasta su derogación el 6 de enero 2002. Bajo el gobierno de Eduardo Duhalde y a cargo del Ministro de Economía, Remes Lenicov, se diseñó el plan que contemplaba la devaluación de la moneda nacional. En febrero de 2002 se decidió convertir compulsivamente a pesos los depósitos bancarios en moneda extranjera, a una tasa de \$1,4 por dólar. Adicionalmente, se instauró el denominado "corralón", por el cual los depósitos a plazo constituidos hasta fines de 2001, incluyendo los pesificados y los originalmente pactados en pesos, fueron transformados en depósitos de plazo extendido, con vencimientos parciales que llegaban hasta 2005.

En abril el 2002 tomaba la posta en Economía, Roberto Lavagna e instaura un nuevo modelo económico basado en la flotación administrada. En dicho año la devaluación de la moneda nacional fue del 240%, dando así inicio a un periodo (y que abarca nuestro horizonte de estudio) caracterizado por constantes tensiones sobre la moneda local. Por lo tanto, desde la salida del 1 a 1 hasta diciembre del 2020, la devaluación ha sido del 10.700%<sup>8</sup>

Resulta oportuno exponer en el marco del análisis, la incidencia que podría tener la devaluación en los precios de las góndolas de los supermercados. Esto no solo como consecuencia del encarecimiento lógico a causa del incremento de precios que reciben de las empresas productores/productores, sino también como efecto en la búsqueda de mantener su tasa de ganancia en moneda foránea, aplicando subas que no guarda relación con el incremento de costos. La devaluación, entre otros efectos, contribuye a disparar la puja por los precios relativos entre los sectores concentrados de la comercialización.

En el marco de lo que denominamos las políticas económicas, plantearemos algunas, cuya influencia podrían incidir en la apropiación de renta extraordinaria:

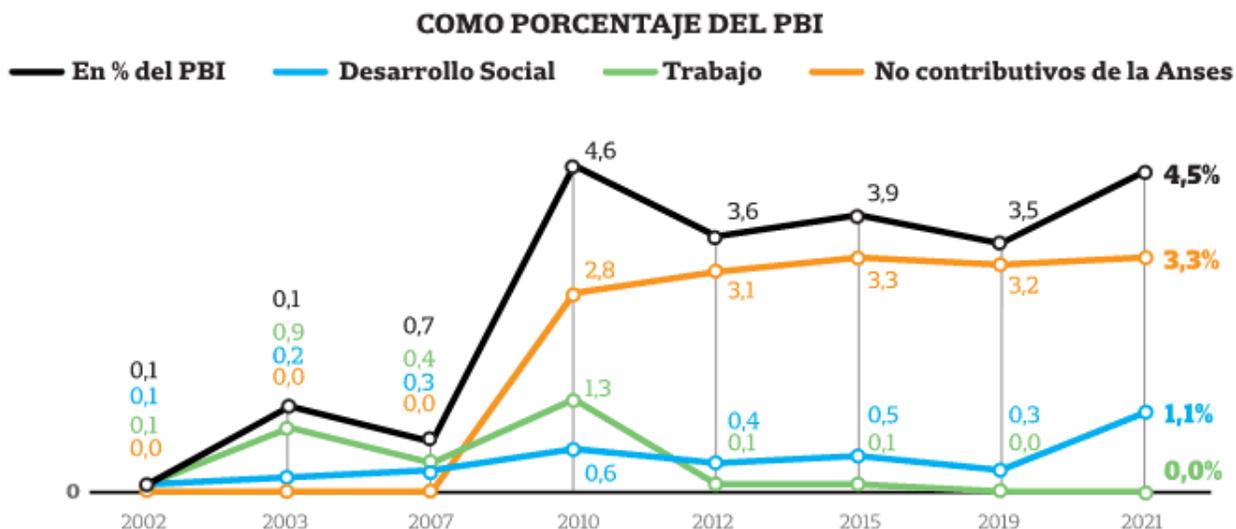
#### **2.4.2 Planes y programas sociales.**

Rafael Rofman, director de Protección Social del Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (Cippec), brinda una caracterización de lo que podría llamarse un “plan social”. En tal sentido manifiesta: “se suele llamar así a los programas que implican transferencias de dinero a cambio de una contraprestación”

---

<sup>8</sup> Se toma el Tipo de cambio oficial, publicado por el Banco Central de la República Argentina en cada una de las fechas citadas.

Si bien los primeros programas datan de los años 1997/99 (Programa Trabajar), su proliferación se dio con el estallido de la crisis de 2001, dado que aquella asistencia contaba con aprox. 650 mil beneficiarios y en 2002 ya eran aprox. 1.6 millones (jefes y jefas de hogar). A la fecha de la elaboración de este trabajo ya alcanzan los 12 millones de personas y paso de destinarse el 0.1% del PBI al 4.5%. A continuación exponemos un gráfico que aporta claridad a lo expuesto:



Fuente: IDESA

La idea de introducir ello en nuestro análisis, parte de la premisa que según la encuesta (Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018) publicada por el Indec en noviembre de 2019, el gasto de los hogares en alimentos y bebidas no alcohólicas, representó el 23% del total (promedio), aunque en hogares de muy bajos ingresos el porcentaje se eleva al 36% y al 29% en los de segmentos bajos.

En síntesis, mayoritariamente los planes como la asignación universal por hijo o tarjeta Alimentar, son destinados primordialmente a consumos de alimentos y efectuados en su gran mayoría en supermercados.

### 2.4.3 Regulaciones y liberalizaciones

En el lapso temporal que nos compete, han acontecido medidas tendientes a la regulación de precios y otras vinculadas con la liberación.

Estas medidas no son nuevas, Perón ya había dispuesto hace 70 años atrás un plan de congelamiento y control de precios, mediante la creación de la Comisión Nacional de Precios y salarios.

Luego fue el turno de Alfonsín en el marco del plan Austral y más cercano en el tiempo y con la salida de Lavagna del Gobierno de Nestor Kirchner, en 2006, se buscó avanzar en un acuerdo de precios. Tal vez el más pragmático fue el que dispuso en 2013, el ex secretario de Comercio, Guillermo Moreno. En esa oportunidad el funcionario convocó a los supermercadistas y dispuso el freno a los aumentos en diversas categorías de consumo masivo por unos meses.

El gobierno de Mauricio Macri también apostó por los controles de precios. Fue en 2019, en un contexto de recesión, aceleración inflacionaria, devaluación de la moneda y el acercamiento de las elecciones. En abril, entre otras medidas, el Gobierno dispuso el congelamiento de 60 productos alimenticios por siete meses.

En el medio de estas estrategias, se establecieron programas específicos, como el que lanzado por el entonces Ministro de Economía Axel Kicillof allá por finales de 2013 y que recibió el nombre de precios cuidados. Se trataba de un acuerdo voluntario de precios con representantes de las principales cadenas de supermercados y proveedores de la Argentina las cuales se comprometieron a vender al consumidor final los productos a un precio único y constante acordado con el Estado nacional. Entró en vigencia el 1 de enero de 2014 e incluyendo una canasta básica de 302 productos comercializados en todo el territorio argentino. Con matices. El programa se mantuvo vigente en los gobiernos de Mauricio Macri y de Alberto Fernández, aunque el peso relativo del mismo fue variando en importancia.

También se vieron en este periodo, medidas tendientes a la administración del comercio. En tal sentido se pueden observar limitaciones a las importaciones, en especial, aplicadas por la secretaria de comercio en el periodo 2006-2011, pero también liberación de las mismas en el período 2015-2017 y 2019-2020, estos últimos bajo dos signos, que política y económicamente parecían contrapuestos.

Las consideraciones de estas variables tampoco resulta menor para nuestro análisis, pues las cadenas de supermercados en parte fueron los principales destinatarios de estas medidas y en parte como actores secundarios por los beneficios derivados de las restricciones/liberaciones.

## **2.5 La postura de los referentes del sector y funcionarios de la administración pública en este periodo**

Para ello recurrimos a la cámara que nuclea a los supermercados a través de su presidente, donde en varias oportunidades, han desligado su responsabilidad en materia de formación de precios, argumentando: que “La inflación responde a políticas monetarias, fiscales y cambiarias. Y cuando ya es alta opera la inercia. Es, en el fondo, una cuestión de coordinación entre decisiones individuales de ajustes de precios y salarios; menospreciar eso empuja al fracaso”, (Benjamín Blanch, 2016)

Del otro lado, no parece tan claro, las explicaciones provenientes de la Cámara, toda vez que en reiteradas oportunidades distintos funcionarios, pusieron en el centro de la escena a los supermercados. En tal sentido el ex secretario de comercio Guillermo Moreno manifiesta (marzo 2018):

“Si bien consideraba que había que acordar con los fabricantes de productos (de hecho desde la Secretaría de Comercio efectuaba un seguimiento de lo que llamada la lista de productos “populares, medios y premium” otorgando aumento selectivos en función del segmento), ponía especial énfasis en los márgenes que le atribuían a los productos las cadenas”.

Prueba de ello es lo que manifestó entre otros Víctor Fera, Propietario de Maxiconsumo (2016) “Moreno te llamaba y te decía ‘porqué está tan caro este precio, hay que bajarlo”. Por su parte también ha denunciado que sus productos por ser más económicos que el resto, no ingresaban a las grandes cadenas de hipermercados, en un claro ejemplo de cómo se manejaban para conservar su posicionamiento y rentabilidad.

No debemos olvidar que tanto en el Gobierno Kirchnerista como en el de Cambiemos, se ha apelado a un esquema de control de precios en Supermercados. En línea con ello, la Diputada Elisa Carrió impulsó en el congreso un proyecto (Ley de góndolas<sup>9</sup>), que buscaba evitar los casos de abuso de posición dominante en los que pudieran incurrir los supermercados. A la vez se pretendió garantizar la transparencia en el funcionamiento de los canales de distribución mayorista y minorista, ampliando la oferta competitiva de productos alimenticios.

---

<sup>9</sup> El 20 de noviembre de 2019, la diputada Elisa Carrió defendió el proyecto de ley de góndolas que se trató en la Cámara de Diputados: “Esta ley de góndolas viene a preservar a los productores y a los consumidores, que son los que se funden”. “Este es un proyecto que presentamos hace unos años junto con el de Defensa de la Competencia, porque el problema que tenemos es la intermediación”

En exposiciones publicas la legisladora (Julio 2017) se pronunció en tal sentido, sobre las promociones en los supermercados: "El abuso con el precio de los alimentos es enorme" "No compren en supermercados, salvo que haya descuentos, porque están poniendo precios que son terriblemente superiores a lo que realmente valen"

María Eugenia Vidal (Mayo 2018), también ha sido crítica al reclamar "No trasladen a precios aumentos que no sean necesarios, sino que sean justos frente a la estructura de costos, sobre todo en aquellos rubros cuya mercadería no tiene componentes valuados en dólares"

Es factible pensar que la posición de los funcionarios, encierren la necesidad de ubicar la responsabilidad en el otro, para ocultar su ineficiencia en materia de inflación, pero resulta más difícil comprender por qué bajo condiciones con inflación con clara tendencia a la baja y en especial cuando se produce el crecimiento de la demanda, los agentes que ocupan nuestro análisis, incrementen los precios.

## **2.6 Sostenibilidad**

Como hemos dejado trascender, un tema relativamente nuevo pero que rápidamente ha tomado particular notoriedad, es el de la Sostenibilidad

Pese a ello, podría surgir la duda respecto a qué relación tiene ella, con el rol de los supermercados en la formación de precios.

Una primera aproximación que podría explicarlo, pues luego lo expondremos con mayor profundidad al hablar de las propuestas de intervención, es que no parecería coherente que estas grandes cadenas que en su mayoría cuentan con su casa matriz en el exterior (Europa, USA o Chile) y que adhieren al pacto de desarrollo sostenible fijado por la ONU, tenga una filial (en este caso argentina) que desarrolle prácticas contrarias con los ODS que se ha obligado a respetar.

A continuación exponemos algunos ejemplos que dan cuenta de lo que se menciona en el párrafo precedente.

En el caso de Carrefour se ha enrolado ya hace varios años a la carrera por la sostenibilidad. La cadena de supermercados, que se unió al Fashion Pact en agosto de 2019, se ha marcado varios objetivos para mejorar en materia medioambiental para los próximos diez años.

La empresa francesa quiere conseguir utilizar materias primas 100% sostenibles y trazables en todos los productos de su marca Tex para 2030. Carrefour se ha comprometido, además, a

garantizar su transparencia y a reducir el impacto medioambiental en su cadena de suministro, además de promover e integrar el uso de materiales reciclados para la fabricación de sus productos.

También ha adoptado la técnica del *dope dyed* para reducir el consumo de agua, energía y sustancias químicas.

Por su parte el conglomerado Chileno Jumbo, expone en su reporte de sostenibilidad dos directrices claras respecto del tema que nos ocupa: Una relativa a la calidad de Vida y la otra el Abastecimiento Consciente<sup>10</sup>.

Respecto del primero expone taxativamente “En jumbo nos hemos propuesto velar por la calidad de vida de nuestros colaboradores, nuestros clientes y nuestra comunidad, estableciendo acciones y compromisos orientados a su bienestar, bajo una perspectiva de cercanía y calidad”

Bajo el pilar Abastecimiento Consciente se agrupan ocho compromisos, orientados a fortalecer la relación que sostiene con sus proveedores y consumidores, mediante la incorporación y visibilizarían de una serie de atributos que les permitirán acreditar procesos de producción y adquisición sostenibles.

Exponemos estos ejemplos que dan cuenta de la clara declaración de principios que los supermercados y que sin duda confrontan con algunas de las prácticas controvertidas que sus filiales desarrollan en el país.

En conclusión, en algún momento los compromisos que se asumen de cara a una agenda sostenible con vista en 2030, hará necesario que las casas matrices revisen el desarrollo de sus actividades a nivel local. No parece una estrategia sana de largo plazo, la maximización de beneficios a cualquier precio, en un mundo que cada vez más pone el acento en el compromiso con la comunidad y la importancia de las acciones sociales.

La vinculación circular que impone la sostenibilidad marca las relaciones entre los actores de toda la cadena de valor, por lo que las practicas que no se ajusten a ello, impondrán limitaciones, implicando exclusiones o caída de rentabilidad por reducción del negocio.

---

<sup>10</sup> Reporte de Sostenibilidad de Jumbo-Cencosud. Año 2016.

### **3. Diagnostico**

El proceso inflacionario en la Argentina no es nuevo y ha pasado por diferentes estadios, en función del impacto que ha tenido a lo largo de las últimas décadas. En tal sentido ha transitado desde marcas históricas a nivel mundial (ha convivido con una inflación del 100% por mas de 18 años entre 1975 y 1991) a niveles cercanos a 0, durante el periodo de la convertibilidad, para volver a desmadrarse al abandonar tal paridad, a partir del 2002. Desde entonces nuestro país atraviesa un fenómeno que se caracteriza como de inflación crónica, con riesgo a la espiralización, conforme a lo observado en los últimos años.

Por otra parte y más allá de discusiones económicas en torno a la causa de la inflación, existe un amplio consenso en considerar, que para el periodo que nos ocupa, su origen no tiene una sola explicación y que se lo puede caracterizar como un fenómeno de multicausalidad. Es desde este enfoque que resulta crucial el papel que ha desempeñado los actores que ejecutan prácticas oligopólicas, que haciéndose valer de su grado de concentración, imponen condiciones y márgenes de utilidad, que terminan por consolidar el fenómeno de la conformación de precios. Dentro de estos actores y entro otros, ubicamos a las grandes cadenas de supermercados.

Como hemos manifestado, el comportamiento y la gestión del negocio de la cadena de supermercados no es un problema que se presenta solo en nuestro país, sino que se produce en todo los mercados que se encuentra dominados por el sistema capitalista, donde las estrategias comerciales de concentración horizontal y vertical, en conjunto de la imposición de márgenes de ganancias elevados, han contribuido a afectar el poder adquisitivo de la población en general, pero de los sectores más rezagas en particular. Lo que diferencia el accionar de estos actores en nuestro país y en el resto de los países a nivel global, es el margen de ganancias que se exhiben en aquellos, donde la utilidad promedio ronda el 10% y en nuestro país, obtienen ganancias brutas superiores al 50%.

Por otra parte, debemos destacar que la estrategia de expansión de las empresas concentradas no estuvo impulsada por esfuerzos y riesgos de inversión o ganancias de productividad, sino más bien a su capacidad oligopólica en la formación de precios, traccionado desde su posición en el proceso inflacionario que tuvo lugar en la posconvertibilidad.

Ya hemos expuesto, que un núcleo pequeño de empresas, controla gran parte del mercado de venta minorista de productos básicos (Carrefour, Cencosud, Coto, La Anónima, Walmart) y en su conjunto explican aprox. el 60% del total alimentos y bebidas de la Argentina.

En función de ello, ¿por qué decimos que este control amplio del mercado les ha permitido transformarse en actores indiscutidos en la formación de precios?. Tres motivos: 1) Poseen gran capacidad de compra y por tanto pueden establecer condiciones de venta a su beneficio, 2) Se han erigidos como productoras de bienes determinando incluso los tipos y precios de los productos que ponen en el punto de venta y 3) se van desplegando en canales de proximidad y algunos también en los canales mayoristas.

Podríamos apelar a un análisis con datos extraídos del INDEC para entender la incidencia del incremento de los precios de alimentos y bebidas dentro del índice general de precios. Es decir, si comprendemos que la mayoría de alimentos y bebidas que consume la población, son vendidos por las grandes cadenas de supermercados, la medición en la variación de precios de dichos productos que realiza el organismo estatal y su relación con la variación de precios en general, nos ayudara a comprender el peso específico y por añadidura, verificar el rol en la formación de precios.

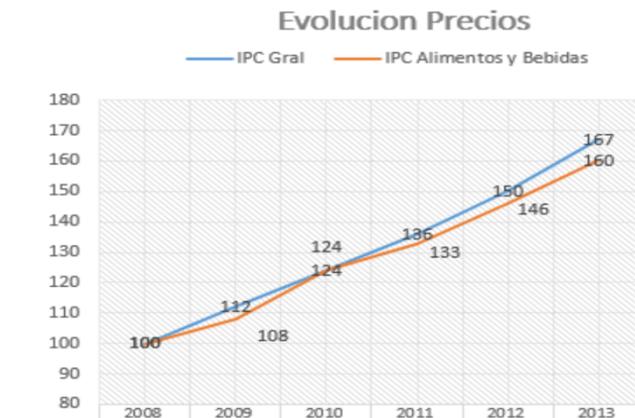
A continuación exponemos los gráficos que abarcan dos periodos dentro del horizonte temporal que propone este trabajo: 2008-2013 y 2016-2020.

La elección de estos periodos no resulta arbitraria, sino que se ha buscado dar cobertura a todo el periodo y a la vez contemplar gobiernos de diferentes signos políticos. Ello nos asegura entonces, la posibilidad de apreciar el comportamiento de los precios, ante medidas económicas opuestas que se han adoptado en las diferentes gestiones: Cristina Fernández, Mauricio Macri y Alberto Fernández.

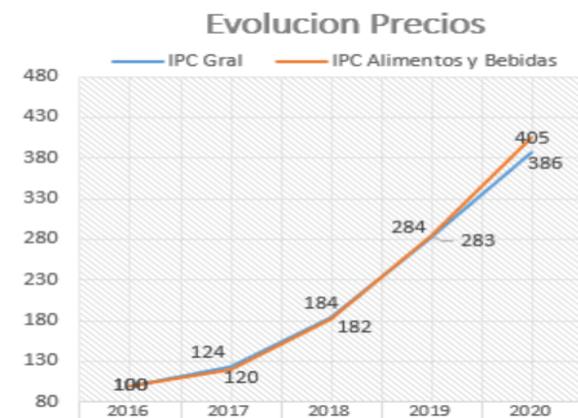
Grafico 1: Evolución del IPC Nivel General y del IPC de Alimentos y bebidas - Valor índice año 2008 = 100

Grafico 2: Evolución del IPC Nivel General y del IPC de Alimentos y bebidas - Valor índice año 2016 = 100

**Grafico 1**



**Grafico 2**



Fuente: Elaboración propia en base datos publicado por el INDEC

Conforme se puede observar en los gráficos que se exponen a en forma precedente, la tendencia que registran los precios de alimentos y bebidas resulta análoga a la evolución del índice general de precios. Para destacar la incidencia que han tenido ciertos productos en la canasta básica que consumen los argentinos, y a modo de ejemplo, exponemos un relevamiento que ha hecho el periódico Infobae (publicado en septiembre de 2015). En el mismo se detalla la evolución de los precios de 15 artículos para el periodo 2003-2015.

Previo a continuar es menester aclarar que el diario en cuestión parte de la hipótesis que los datos que publicaba el INDEC, no eran reales y que se encontraban manipulados, por lo que advierte que el incremento de precios en general está muy lejos de la inflación de dos dígitos que se registraban por aquellos años. Pese a ello, el relevamiento nos es de utilidad pues nos permite advertir el precio de venta que exhibían los supermercados en relación al mercado primario.

Tal vez el caso más representativo es el de la carne. En mayo de 2003 el Supermercado Coto ofrecía como oferta el kilo de asado (uno de los más económicos) a \$4, mientras que el kilo vivo en Liners se comercializaba a 1.83 (Dato de la Sec. De Agricultura y Pesca). En 2015 la misma cadena lo comercializaba a \$77, mientras que en Liniers el precio de referencia era de \$17. Es decir, mientras en el mercado primario el incremento fue del 828% el supermercado de Origen local, acrecentó el precio un 1.827%. Otro ejemplo emblemático es el caso de la leche, donde en 2003 se conseguía en las grandes cadenas de supermercados a \$ 1.40, pero el precio del litro al productor se pagaba a \$0.42 centavos. En 2015 el precio en las mismas se elevó a \$12, mientras productor percibía \$2.94. Mientras el productor registró un incremento del 600%, las cadenas en promedio lo hicieron en 757%

Estos dos ejemplos nos permiten observar con claridad, no solo que el incremento de los precios se encuentra por encima del incremento de costo que registra el productor, sino que el margen de utilidad que reciben los supermercados incide fuertemente en la formación de precios.

En relación a esto último y recurriendo a un informe publicado por FAECYS<sup>11</sup> (2016), donde se indaga sobre la inflación y la formación de precios, se publican precios comparativos entre diciembre de 2015 y enero de 2016, destacando las siguientes variaciones:

Producto	Precios en \$		
	2015	2016	Variación
Azucar	10,5	13,9	40%
Harina	6,9	11	60%
Lechuga	20	37	85%
Manzana	14	34,9	135%
Pollo	24	35	46%
Vacio	90	170	89%

Para el mismo periodo las frutas y verduras exhibían variaciones de precios en torno al 100% y las carnes con incrementos por encima al 100%.

Queda por preguntarnos entonces si tales incrementos guardan relación con el incremento del índice de precios en general o si al menos las principales paritarias acompañaron tales crecimientos.

En relación a lo primero, el 2016 cerró con una inflación del 36% (según el INDEC) y las paritarias de los principales gremios se ubicaron en torno al 30/38%.

¿Pero que fue entonces lo que provoco tales incrementos?: la obsesión por el dólar. Entre junio y diciembre de 2015 el dólar informal paso de \$12.76 a 15, con picos de 16 durante el periodo electoral de las PASO<sup>12</sup>, a lo que se adicionaba que conforme se asentaba el nuevo Gobierno, las expectativas devaluatorias se acrecentaban porque el propio ministro de Economía, Alfonso Prat Gay, sostenía que los precios en nuestro país ya se encontraban en dichos niveles y no al tipo de cambio oficial, que se ubica en \$10.

Por lo tanto, está claro, que la abrupta aceleración de los precios, tuvieron que ver más con prácticas especulativas que con una causa vinculada a la inflación o suba de costos. Más aún y convalidando en nuestro análisis, que parte de insumos utilizados en la producción podrían vincularse con insumos importados (fertilizantes), las subas observadas en la góndola se explican

---

<sup>11</sup> Federación Argentina de empleados de comercio y servicios

<sup>12</sup> Elecciones Primarias Abiertas Simultaneas y Obligatoria (Ley 26.571)

mejor por un claro posicionamiento en moneda extranjera de las grandes cadenas de supermercados, que trataron en ese breve periodo, maximizar sus utilidades y realizarlas en dólares.

Para arrojar más claridad sobre este aspecto, en el mismo trabajo se confecciono el índice relacionado con el promedio de remarcación (margen bruto) de las principales cadenas, para lo cual se tomó el costo de 26 productos (Higiene, almacén, Carnes, verduras y frutas, y fiambrería) y se los comparo con el precio en góndola, arribando a la conclusión que Coto remarca en un 70%, Carrefour en un 77% y Jumbo en un 91%.

Otro aspecto que se podría analizar para comprender como funciona la formación de precios y la incidencia de las grandes cadenas de supermercados en tal proceso, es lo denominado Cadena de Valor. A tal efecto tomaremos el ejemplo de la leche para demostrar la participación y rentabilidad del sector comercial.

En tal sentido, es dable indicar que a lo largo de los años, la cadena de valor ha sufrido variaciones cualitativas en lo que se refiere a la participación de cada uno de los actores en su conformación. E por ello, que tomaremos dos periodos, dentro de nuestro horizonte temporal.

En 2016 la participación del productor era del 28% mientras que en 2020 fue del 36%. En tanto y en lo que respecta al sector comercial, la incidencia se ha mantenido en torno al 20/21%. En virtud de ello las fluctuaciones se han dado en el sector estado (impuestos) e industrial.

Más allá de ello, lo que nos interesa profundizar, es cuál es la ganancia de los supermercados en dicha cadena. En 2016 con un precio final en góndola de \$14, la ganancia neta ha estado en torno al 21% mientras que en 2020 con un precio de \$80, la utilidad se ubicó en el 17%. (Fuente: Observatorio de la cadena Láctea Argentina-OCLA).

Ahora, ¿ tales márgenes de rentabilidad son acordes o resultan desmedidos? A nivel mundial y tomando un trabajo realizado por La Federación Argentinas de Empleados de Comercio y Servicios (FAECYS), da cuenta que la rentabilidad de las cadenas de supermercados se encuentra en torno al 6/9%, mientras que para el caso de la leche en particular, la misma es del 6%.(Españá-Caso testigo Corte Ingles)

Otro ejemplo que se puede citar, considerando la relevancia por punto de venta, es el de la Carne. En tal sentido, las grandes cadenas de supermercados, son las responsables de la comercialización del 60% de la carne que se consume en CABA.

En 2014 y según datos de mercado, los datos de costos y rentabilidad son los siguientes:

	Precios en \$
<b>Novillo</b>	<b>x Kg</b>
Kilo vivo	15
Costo Media RES	22
Costo Gondola	24
Precio Final Gongola	76
Margen Bruto	215%

En 2016:

	Precios en \$
<b>Novillo</b>	<b>x Kg</b>
Kilo vivo	26,1
Costo Media RES	57
Costo Gondola	63
Precio Final Gongola	115
Margen Bruto	83%

Está claro que los márgenes de utilidad parecen estar alejados de cualquier lógica empresarial del mundo capitalista. En este caso, se verifica las acciones, por la cual estos grandes conglomerados (con su poder económico) compran barato y venden caro. En el caso del grupo local Coto, ostenta el primer puesto en compras en el mercado de Liniers. En 2020 ha adquirido un total de 135.320 cabezas lo que equivalió al 10% del total comercializado por dicho mercado. Esta posición dominante no solo le permite realizar maniobras de comercialización que aventajan a competidores de menor envergadura, sino que también le posibilitan convalidar precios por encima de lo habitual, para valerse de lotes significativos de hacienda. Tales acciones han llevado a los diferentes gobiernos a poner la lupa en dichos movimientos, para evitar abruptas fluctuaciones en el mercado primario, con las implicancias que ello supone en los comercios minoristas de barrio.

## 4. Propuesta de intervención

No caben dudas respecto de la importancia y significatividad del sector supermercadista en la Economía Nacional y su preponderancia como actor económico clave. Ello se puede observar no solo en la dinámica de crecimiento que ha influido en las formas de comercialización sino también en lo que respecta a la demanda de empleo y en el papel que adoptan, en el proceso de conformación de precios.

Por otra parte y dada su condición de negocio destinado al mercado interno, es inexorable su vinculación con los vaivenes que muestra la macroeconomía nacional, por los que en ciclos expansivos el paralelismo con los satisfactorios márgenes de rentabilidad, suele confirmarse. En este punto me gustaría poner énfasis, pues muchas veces tal dinamismo de la economía doméstica, suele ser impulsado por medidas adoptadas por el Gobierno, contribuyendo a una clara externalidad positiva.

A su vez no se debe perder de vista el posicionamiento que ostentan estos actores al ser un eslabón central en la provisión de productos básicos para la población en su conjunto, por lo que su accionar debería ser objeto de análisis e intervención.

Por lo tanto, las formas de intervención que los distintos organismos gubernamentales podrían adoptar, son numerosas y diversas.

Antes de profundizar al respecto, deberíamos centrarnos en un aspecto que resulta crucial, a los efectos de evitar el incentivo a la especulación: La inflación.

Si aceptamos que el problema inflacionario tiene un alto grado de componente estructural y por caso tiene como una de sus causas principales el comportamiento de los actores concentrados, difícilmente se consiga contener el proceso inflacionario (estructural) con intervenciones de corto plazo (coyunturales), porque el sector concentrado ha mostrado que aun sin relación con aumentos de costos, las compañías oligopólicas aumentan sus precios y por tanto es esperable que éstos sean trasladados a la cadena de valor que tales firmas dominan. Esto último, en detrimento fundamentalmente de sus pequeños y medianos proveedores y/o clientes, con el consecuente recrudecimiento de la concentración del ingreso sectorial y la manifestación de tendencias a la centralización del capital a favor de los oligopolios dominantes.

Dicho ello, la propuesta de intervención para poder atacar estas prácticas oligopólicas, abusivas y distorsivas, resulta integral y contempla varias aristas: 1) el rol del Estado y las políticas

que contribuyen con tal fenómeno. 2) la legislación vigente y los órganos de supervisión y control 3) Control de precios o participación activa a través de empresas testigos y 4) Exponer los compromisos asumidos en materia de sostenibilidad y su accionar

#### **4.1 El rol del Estado**

Si bien compartimos la visión que la inflación en nuestro país tiene un alto componente de ser estructural, muchas veces las prácticas que lleva a cabo el Estado, contribuye con el fenómeno.

Un claro ejemplo de ello es la suba de tributos por encima o a niveles inflacionarios. Está claro que resulta necesario adecuar el poder adquisitivo de las cargas impositivas pero hacerlos a niveles similares a la inflación no hace más que agravar el fenómeno. En todo caso y justamente allí, debería estar el esfuerzo en la gestión para poder reducir costos innecesarios, irracionales o superfluos y poder compensar de esta forma, la suba de impuestos.

Otro aspecto relacionado con la incidencia del estado, es la política que se ha aplicado en la última década en materia de subsidios y que ha trascendido a gobiernos de diversos signos políticos

¿Resulta razonable subsidiar el consumo de energía a todos los contribuyentes por igual? Además, es una medida que contribuye a la emisión y su correlato con la inflación. En este punto, no nos centraremos en lo estrictamente cuantificable de cuanto de la emisión monetaria se traslada a precios, pero sí está claro que ante distintos escenarios, la emisión desmedida contribuye al fenómeno.

Por otra parte y si bien algunas medidas expansivas suelen generar un efecto dinamizador en la economía, debido al comportamiento de ciertos actores, terminan por exacerbar la escalada de precios. Existen varios ejemplos pero citaremos el caso del ahora 12<sup>13</sup>. En tal sentido el esfuerzo fiscal que realiza el estado para subsidiar la tasa de financiamiento en la adquisición de determinados productos, terminan por generar prácticas especulativas o bien por qué se cobran sobre tasas o por que se aplican sobre precios para acceder al beneficio.

Finalmente y para concluir este acápite citare el ejemplo de las asignaciones familiares y planes sociales.

---

<sup>13</sup> Es un programa para realizar compras financiadas en 3, 6, 10, 12, 18, 24 y 30 cuotas fijas mensuales con tarjeta de crédito a una tasa subsidiada por el Estado Nacional.

Resulta sumamente evidente que en un amplio porcentaje, tal contribución, se utilizan para adquirir bienes de consumo y en las grandes cadenas de supermercados. El Estado, asegurándoles a tales actores un flujo de fondos constante y permanente, debería establecer su posición dominante para generar mejores condiciones de acceso a determinados productos.

Sin dudas todos los ejemplos que hemos dados podrían abordarse desde otra dinámica y funcionamiento, poniéndose foco en la inflación. El estado debería evitar darle a los actores mencionados, elementos que justifiquen la especulación.

#### **4.2 La Legislación vigente y los órganos de supervisión y control**

Para citar solo un ejemplo, nos centraremos en la Ley 27.442, sancionada el 15/05/2018 y que se refieren a Ley de Defensa de la Competencia.

En su artículo I sostiene: “Están prohibidos los acuerdos entre competidores, las concentraciones económicas, los actos o conductas, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado....”

En el artículo V se expone que se entiende por posición dominante: “A los efectos de esta ley se entiende que una o más personas goza de posición dominante cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o en una o varias partes del mundo o, cuando sin ser única, no está expuesta a una competencia sustancial o, cuando por el grado de integración vertical u horizontal está en condiciones de determinar la viabilidad económica de un competidor participante en el mercado, en perjuicio de éstos”

Y en el Artículo VIII se subraya un aspecto central a las concentraciones: “Se prohíben las concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar un perjuicio para el interés económico general”

Como podemos apreciar y con tan solo una muestra, se observa que existe legislación vigente que permitiría a los organismos de control del estado, regular la concentración desmedida o las prácticas desleales de comercialización/producción.

Tal vez, lo que resulta necesario en tal sentido, sería dotar de un mayor empoderamiento a tales organismos, como es el caso de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor o que el estado adquiriera un papel con mayor protagonismo a la hora de impulsar un mercado con prácticas comerciales más equitativas.

Resulta vital en línea con ello, el rol de la Secretaria de Comercio y la supervisión, en especial, de la ley 24.420 (Defensa del Consumidor). En forma recurrente los supermercados se encuentran al límite del cumplimiento de los artículos IV y VII. El primero se refiere a la información al consumidor: “El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización...”.

Con la entrada en vigencia de los diferentes acuerdos de precios entre las cadenas de supermercados y el Gobierno Nacional, resulta vital la exposición clara de los precios de tales productos, obligación que no siempre es cumplida por estos proveedores.

Otro aspecto vulnerado es el relativo a la oferta de tales productos y que se encuentra regulado en el artículo VII: “La oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados, obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones...”

Resulta recurrente en el periodo bajo análisis, la imposición por parte de tal Secretaria de cuantiosas multas, lo cual pareciera no generar el efecto deseado, pues las prácticas descritas vuelven a repetirse.

Tal vez es la habitualidad de tales medidas, lo que haga perder el efecto buscado y se deba recurrir a otras medidas, como es el caso de la clausura, cuya aplicación práctica ha sido de muy excepcional recurrencia.

#### **4.3 Regulación de precios o intervención a través de empresas testigos**

No resultaría desacertado, al menos a esta altura, cuestionar la efectividad de los distintos planes encarados por los diversos gobiernos en materia de regulación o control de precios.

En primer lugar y porque de acuerdo a lo expuesto en los párrafos precedentes, pareciera que la necesidad de imponer sanciones por diversos organismos estatales, conlleva a pensar que tales planes no cumplen con los objetivos fijados.

En segundo lugar, porque los resultados en materia de reducción de la inflación en tales establecimientos, no resultan satisfactorios, pues los precios siguen en ascenso.

Por todo ello, resulta más que necesario evaluar otras alternativas para poder contrarrestar estas prácticas. La propuesta para ello sería la utilización de una empresa con participación mayoritaria estatal, que interactúe activamente en la comercialización de productos de la canasta básica.

Podría tomarse como ejemplo a YPF, donde el estado mantiene una participación mayoritaria en torno al 51% y el resto se mantiene en oferta pública, con participación de capital privado.

Lo que resulta discutible en tal sentido es si la sociedad que se propone para competir con las cadenas de supermercados, adopta las mismas políticas que la petrolera, donde en los últimos años ha operado más como una empresa que busca maximizar las utilidades, que como una empresa testigo en busca de soberanía petrolera y normalización de precios.

También sería propicio analizar cuál sería el mix óptimo entre capital estatal y privado, pues como dijimos, el propósito sería el de ser una sociedad rentable pero con foco en la comercialización de productos a precios razonables.

Otra ventaja que podría reducir los costos, es que dado la magnitud de tal sociedad, se ubicaría en otra posición para poder negociar con otros grupos concentrados (Por ejemplo, las alimenticias Arcor/Molinos).

Por otra parte se podría evaluar a través de la integración vertical (entre empresas con participación estatal) la reducción de costos. Tal sería de la Logística, donde con un acuerdo con YPF, pueda acceder a condiciones más beneficiosas para el aprovisionamiento de combustible.

Las prácticas administradas en materia de comercio exterior también podrían ayudar a la hora de reducir costos. En tal sentido, se utiliza el concepto de administradas, porque la importación desmedida podría afectar la balanza comercial y necesidad de divisas.

Finalmente, tal iniciativa no solo colaboraría con el objetivo de la reducción de la inflación sino que presentaría otras consideraciones positivas, como es el caso de la generación de empleo y la mejora de indicadores sociales (Ej. pobreza e indigencia)

#### **4.4 La Sostenibilidad: una luz al final del túnel**

Como hemos manifestado en los acápites anteriores el concepto integral de sostenibilidad ha tomados en los últimos años una importancia inusitada.

Las sociedades comerciales, los organismos de contralor y los inversores le daban una sustancial relevancia a la integridad y veracidad de la información contable, económica y financiera. En virtud de ella se tomaban decisiones de cualquier índole. Con la firma del Acuerdo de Paris en 2015, eso ya no resulta suficiente. Las compañías ya no solo reportan datos económicos y financieros sino que priorizan la confección de un reporte integrado, el cual incluye la gestión de la sostenibilidad.

De hecho, decisiones de inversión o gestión, ya no solo tienen en cuenta los aspectos cuantitativos y cualitativos que suponían los reportes financieros sino que se basan y empiezan a tomar relevancia, aquellos enmarcados bajo los factores ESG, por sus siglas en inglés Environmental, Social & Governance<sup>14</sup>. Es decir las compañías deberán velar ahora por el cumplimiento de un marco más amplio, que incluya las acciones con el medio ambiente, las acciones sociales y las que implica el apego a ello por parte de la alta gerencia.

Así como los estados contables eran auditados para dotar a los mismos de una mayor credibilidad y veracidad, también son pasibles de auditoria los compromisos de las sociedades en el marco de la gestión de dichos factores.

La sostenibilidad es un concepto transversal, pues importa no solo a los accionistas e inversores, sino también a proveedores y clientes.

Cada vez más, los consumidores y en especial los más jóvenes, exigen que las compañías de las que adquieren sus productos o servicios, tengan una fuerte conciencia sostenible. Incluso, según diversos estudios, están dispuestos a pagar más por productos sostenibles o de sociedades que cumplan con dichos compromisos.

A las certificaciones de calidad que surgieron en la década del 90, se le adiciona las certificaciones relativas a las sostenibilidad. Las compañías buscan estas certificaciones para

---

<sup>14</sup> Los criterios ESG se refieren a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo que se tienen en cuenta a la hora de invertir en una empresa. Aunque su origen se remonta a varias décadas atrás, en los últimos años se han convertido en la referencia de la inversión socialmente responsable (ISR).

agregar valor a la gestión empresarial y dar mayor veracidad de su compromiso con los factores ESG.

Según una encuesta de PEFC Internacional, más de la mitad de los consumidores (54%) considera que las etiquetas de certificación son la prueba más segura de que se han tenido en cuenta las recomendaciones ambientales y de desarrollo sostenible.

En tal sentido los supermercados que buscan medir y gestionar el triple impacto, establecen entre otras acciones dentro de sus locaciones, góndolas que reúnen productos de Empresas B.<sup>15</sup>

En Europa, los supermercados han empezado a certificar el bienestar animal de la carne, con el fin de asegurar la calidad de sus productos.

Por su parte la firma Alemana Lidl Supermercados se comprometió en 2019 con los más de 3.5 millones de clientes que pasan semanalmente por sus locales españoles a ofrecer productos saludables a la par que los sostenibles. En 2017 había recibido la certificación de Energía Verde, que acredita que toda la energía que contrata en sus tiendas, centros logísticos y oficinas proviene de origen renovable.

Estos ejemplos nos sirven para trazar la estrategia que se podría aplicar a nivel doméstico, donde mediante protocolos de auditoría, sería factible detectar prácticas desleales con los compromisos sociales asumidos. Es decir que lo efectivamente expuesto en los reportes integrados, sea la fuente de contrastación con las prácticas en materia de fijación de precios, para poder establecer sanciones al infringir los compromisos asumidos.

Esta acción requiere de una función alternativa a la secretaria de Comercio y de Defensa de la Competencia, a la vez que podría involucrar informes a la casa matriz donde el impacto reputacional sería exponencial.

Finalmente y dado la característica de modelo circular que involucra a toda la cadena de valor (proveedor-cliente-bancos), el compromiso no solo influye sobre los consumidores sino sobre toda dicha cadena, lo que podría provocar por ejemplo, la reducción de asistencia por parte de bancos o proveedores.

---

<sup>15</sup> Las empresas certificadas B sitúan un propósito socio ambiental en el centro de su modelo de negocio y asumen un compromiso con la mejora continua. Así, su plan de desarrollo pasa de la lógica de mitigar los impactos negativos a una nueva lógica de generar impactos positivos en las personas y el planeta. Actualmente hay más de 824 Empresas B Certificadas en Latinoamérica y el Caribe de las cuales 166 son argentinas.

Por lo tanto, los mayores márgenes de utilidad por el desarrollo de las prácticas ya comentadas, podrían verse compensadas por los mayores costos provenientes de un incremento costo de fondeo o servicios/productos más onerosos por parte de los proveedores.

## 5. Conclusiones

La contribución de las grandes cadenas de supermercados en la espiralización o profundización de la inflación, en especial en los productos de la cesta básica, resulta innegable.

Ello es producto y como vimos a lo largo del presente documento, por que tales cadenas son las principales fuentes de abastecimientos de la población en general, es decir que se han convertido en los principales proveedores de las ventas de tales productos.

Esta posición dominante, no es el único elemento que explica tal incidencia y por lo tanto entendemos que el proceso de formación y fijación de precios, tiene una composición multicausal.

En tal sentido, la combinación de factores tales como la posición hegemónica, la concentración, la verticalización del negocio y la necesidad de dolarizar rentabilidad, contribuyen a nuestra visión centrada en la multiplicidad de elementos.

Es cierto que en el resto de los países donde se desempeñan estas compañías, también registran rasgos de concentración, incluso más agresiva que la registrada en nuestro país y sin embargo en dichos países la inflación no es un problema y se sitúa en valores normales, por debajo del 5%.

Lo dicho anteriormente, se fundamenta en primer lugar, limitando la comparación entre países y estableciendo de forma errónea un paralelismo, pues en dichos países, el comportamiento de dichas cadenas no se coincide con el que emplean en nuestro país. En segundo lugar el simple hecho de la concentración, no puede explicar por sí sola, la política de fijación de precio. Pero tampoco podría explicarse en otros países, como si ocurre localmente, asistir a promociones en los productos comercializados donde exista una reducción de precio en torno al 80%. En tal sentido, nadie podría suponer que al efectuar dichas promociones el/los supermercados afrontarían el costo de tales rebajas.

No es menor el dato objetivo, conforme el artículo publicado en el portal Punto de equilibrio (Vínculo entre la inflación y los monopolios. 2017) donde las tres principales cadenas retails, ostentan más del 50% de las ventas de Argentina, pese a lo cual y en otros países de Latinoamérica, la concentración es igual o superior que la registrada en nuestro. Sin embargo en Colombia (62%), México (76%) Perú (81%), la inflación no supera el 5% anual. En Europa la concentración es aún mayor a la registrada en la Región con un indicador de Inflación promedio en torno al 2%.

Con esto queremos ejemplificar que el análisis es mucho más complejo y no se puede establecer un paralelismo con otros países en materia de inflación, máxime si consideramos que “ciertas recetas” aplicadas con éxito en otros países, fracasaron rotundamente en el nuestro.

Como es posible explicar que ante distintos escenarios económicos y en lapso de tiempo que nos ocupa en el presente estudio y que a su vez encierra distintos signos políticos, no se ha podido controlar el aumento de precios en estas grandes cadenas.

Si tomamos diversos relevamientos privados, la mayoría coincide en informar que durante el periodo 2003/2020, la inflación acumulada en supermercados se aproxima al 1000%.

También resulta llamativa la dispersión de precios entre distintas cadenas e incluso en pequeños comercios de barrio o los denominados Super Chinos, donde los mismos productos se ofrecen en estos comercios, al precio promocionado con descuentos por las grandes cadenas.

Esta situación, ha puesto nuevamente de moda los comercios barriales, recuperando el terreno que habían perdido en la década de 1990 a la vez que las ha obligado a reestructurar sus negocios, por la drástica caída de ventas y la pesada estructura de costos fijos, que únicamente puede ser mitigada por el incremento de los volúmenes.

Por lo tanto y a modo de síntesis, resulta sumamente clarificador para responder nuestros cuestionamientos, el aporte de Mario Rapoport, (2010) en un artículo referido al revisionismo de la inflación en la Historia Argentina, donde manifiesta:

Sin duda, las tendencias del sistema capitalista mundial a la concentración y centralización del capital agravan factores estructurales de la economía argentina. El tipo de competencia oligopólica al interior de los mercados de bienes y servicios afecta la tasa de inflación, especialmente en épocas de demanda creciente. Cuando las ventas están en manos de muy pocas empresas –monopolios u oligopolios- éstas tienden a mantener los precios elevados y las cantidades limitadas (p.12). En tal sentido, el historiador, cita a Joan Robinson (1973), quien expresa:

*“Si las empresas tienen una política de competencia y si ellas disminuyen sus precios de manera de vender más, las tasas de salarios reales y la utilización de las capacidades existentes estarán a un nivel más alto que si esas empresas siguen con sus políticas monopolistas y procuran mantener, o incluso aumentar, sus márgenes brutos.”*

En línea con lo introducido en los párrafos precedentes y asociados con cuestiones estructurales, el papel central que ejerce el dólar en la economía doméstica, también resulta irrefutable.

Bajo esta consideración, existe un trabajo de los autores Mariana Luzzi y Ariel Wilki que bajo el título “El dólar, historia de una moneda nacional” explican acabadamente por qué dicha moneda se ha transformado en un elemento central en la toma de decisiones de los diversos actores económicos de nuestro país.

En tal sentido, los escritores reconocen que tradicionalmente existen dos posturas respecto de la preferencia por el dólar: 1) las visiones economicistas (refugio de valor contra la inflación y protección del patrimonio) y 2) las culturalistas (comprar dólares en ciertas coyunturas, independientemente si es rentable o no, lo que se traduce en algo casi irracional de índole cultura). Pues bien, en el trabajo mencionado se plantea otra lectura: “el dólar constituye de por sí un medio para actuar...” “..Detecta un problema a la vez que señala una estrategia para la solución...”

Por lo tanto, “la socialización del dólar, brinda a las personas unas herramientas y un instrumental crítico que les permite orientarse y moverse en contextos inestables”.

También se afirma que el dólar es una institución política argentina, donde las relaciones y apuestas políticas se ven condicionadas por la evolución del dólar, así como las apuestas en el mercado cambiario, se ven influenciadas por las expectativas políticas.

Contemplando estas consideraciones, a las cuales adhiero, se concluye en este aspecto que la divisa norteamericana ejerce un papel central en la toma de decisiones de los distintos actores que operan en nuestro país y que por tanto lo constituye en un rasgo inigualable e incomparable, respecto de la toma de decisiones en otras latitudes.

En virtud de ello, se puede trazar un paralelismo entre su evolución y la rentabilización de los márgenes de rentabilidad determinados grupos económicos, donde ya no importa si son de origen nacional o extranjero, pues el posicionamiento en tal divisa y como ya vimos, escapa al origen del capital.

Otro punto relevante de nuestro enfoque de multicausalidad, es la conformación societaria de tales grupos, centrados en la verticalización de sus negocios. Podemos inferir que al abarcar toda la cadena de valor, los márgenes de rentabilidad de cada uno de sus eslabones, tienen a acrecentarse por encima de lo razonable.

Tales estrategias le han permitido extender su influencia hacia las actividades mayoristas y de fabricación, controlando todo el proceso y utilizando muchas veces prácticas empresariales cuestionables. Su poder de compra les ha permitido desarrollar condiciones comerciales abusivas.

Ejemplo de ello, es la imposición de condiciones a pequeños productores o empresas para poder formar parte de sus góndolas. Tales condiciones van desde la extensión de plazos de pago, hasta la exigencia de entrega de mercadería “gratis” o al costo.

A su vez, las cadenas de supermercados, tienen por lo general sus propios arreglos y contratos para la compra directa a proveedores y agricultores, por lo que los requisitos para su introducción se incrementan.

A modo de síntesis, es dable puntualizar que sin dudas el comportamiento de las grandes cadenas de supermercado ha contribuido, en el periodo bajo análisis, al fenómeno inflacionario. No solo porque deviene del despliegue de una estrategia de remarcación de precios muchas veces especulativa, sino porque también se apoyan en el poder que ejercen a través de la concentración y verticalización del negocio, obteniendo márgenes extraordinarios en los diferentes eslabones de la cadena de valor.

Pese a ello, el estado no es inerte a esta situación. Tiene y debe intervenir para hacer cumplir la legislación vigente, pero también aplicando medidas innovadoras, como podría ser la participación estatal, a través de una sociedad, en la comercialización de productos masivos.

Los planes para controlar o fijar precios máximos, han sido solo paliativos, pero de ninguna manera han resuelto el problema y muchas veces han carecido de legitimidad o de tenue cumplimiento.

Sin dudas, existen factores estructurales que afectan la toma de decisiones (por ej. el dólar) que también requieren intervención y tratamiento por parte del estado, aunque está claro que este aspecto es el más complejo de resolución, todas vez que mantiene décadas de exposición en el subconsciente de los argentinos.

En el presente trabajo se acoge la idea de multicausalidad de inflación, pero convencidos que los grandes grupos económicos que ejercen concentración, mantienen un alto grado de contribución dentro de tal multiplicidad de factores.

Por último, entendemos que la irrupción de los factores asociados a la sostenibilidad, en especial aquellos vinculados con las acciones sociales y la necesidad de alinear las prácticas empresariales al cumplimiento de ODS, podrían suponer un cambio en las vías de gestionar el negocio, donde la maximización de rentabilidad a cualquier costo, encuentre barreras asociadas con los costos derivados de la pérdida de mercado o simplemente por imposición de metas con el fin de dar cumplimiento al acuerdo de Paris.

No debemos perder de vista que con mayor frecuencia se percibe en los estudios de mercado, que los consumidores ponen especial énfasis en el cumplimiento de los factores ESG y están dispuesto a desechar el consumo de productos o servicios que no se adapten a ello. También se percibe con mayor tenacidad, las medidas emanadas de las distintas autoridades de aplicación y de los países miembros que han firmado aquel acuerdo, para dar cumplimiento a la agenda 2030, por lo que resultaría inevitable un cambio de paradigma, en lo que respecta a la concentración y especulación desmedida.

Las cadenas de supermercados Europeas ya empezaron a transitar ese camino en el viejo continente. Veremos si serán capaces de replicar la misma estrategia en nuestro país.

## Referencias Bibliográficas

- Blanchard, O y Enri Perez, D. (2000). Macroeconomía “Teoría y Política económica con aplicación a América latina”. Perú: Ed. Prentice Hall
- Braun, M y Llach, L. (2006). Macroeconomía Argentina. Argentina: Ed. Alfaomega.
- Bulat, T. (06/06/2017). Cuál es el vínculo entre la inflación y los monopolios. Recuperado de [http// www. Elpuntodeequilibrio.com](http://www.Elpuntodeequilibrio.com)
- Chelala, S. (2014). La Era de la Inflación, Política económica de las crisis argentina. Argentina: Ed. B
- Chitarroni, H. (2014). Antagonismos Sociales e Inflación en la Argentina. Argentina: Ed. Fabro.
- Gelblung, S. (23/03/2018). Entrevista al ex Sec. De Comercio: Moreno, R. sobre su relación con los monopolios. Argentina: Crónica Televisión.
- Longobardi, M (2017). Entrevista a la Diputada Carrio, E. sobre el rol de los supermercados. Argentina: Radio Mitre
- Luzzi Mariana/Wilkis Ariel. (2019) El Dólar, Historia de una moneda Argentina (1930-2019). Argentina: Ed. Critica.
- Perez A. (2022). Estudio del mercado argentino de autoservicios, mayoristas y supermercados. Claves Consultora.
- Rapoport, M. (25/5/2010). Una revisión histórica de la Inflación Argentina y sus causas. Recuperado de <http://www.marioraport.com.ar>
- Santellan M. (2016). Informe sobre inflación y formación de precios. FAECYS. Recuperado de [http// www. Faecys.org.ar](http://www.Faecys.org.ar)
- Santellan M. (2011). Informe sobre relevamiento de supermercados en la Argentina. FAECYS. Recuperado de [http// www. Faecys.org.ar](http://www.Faecys.org.ar)

### Páginas WEB consultadas

- [http// www. indec.gob.ar](http://www.indec.gob.ar)
- [http// www. bcra.gob.ar](http://www.bcra.gob.ar)
- [http// www.argentina.gob.ar/economia/comercio/secretaria-de-comercio](http://www.argentina.gob.ar/economia/comercio/secretaria-de-comercio)

<b>Solicitud de aprobación de PROYECTO DE TRABAJO FINAL DE</b>	Código de la Especialización
Nombre y apellido del alumno Pablo Damian Sobrado	Tipo y N° de documento de identidad 27.508.550
Año de ingreso a la Especialización - Ciclo	2008

Título del Trabajo Final (preliminar)

**Supermercados y su contribución a la inflación para el periodo 2003/2018**

Conformidad del profesional propuesto como Tutor de Trabajo Final

He revisado el proyecto y acepto la postulación como Tutor comprometiéndome a dirigir las tareas del alumno orientadas a elaborar su Trabajo Final de Especialización.

Firma del Tutor de Trabajo Final .....

Aclaración.....

**Datos de contacto del postulante a Tutor**

Correo electrónico	Teléfonos
--------------------	-----------

Se adjunta a este formulario:

- Proyecto de Trabajo Final de Especialización
- CV del postulante a Tutor de Trabajo Final (si no fuera docente de la Especialización)

Fecha	Firma del alumno
-------	------------------

**Para uso exclusivo de la Dirección de la Especialización**

Se solicita a la EEP elevar al Consejo Directivo de la FCE el pedido de aprobación de tema de Trabajo Final y designación de Tutor/a propuesto/a.