

HIPERMERCADOS

Una sociedad salvaje y un modelo para pocos

Cr. Luis Lafferriere - Docente universitario y director del proyecto de extensión "Por una nueva economía, humana y sustentable" UNER.

Nuevamente aparecen amenazas en el horizonte paranaense, ante la eventual apertura de un nuevo hipermercado de la cadena Changomás, de propiedad de la firma norteamericana Wal Mart (una de las empresas de mayor facturación del mundo). Amenazas que tienen que ver con el fuerte impacto negativo que genera sobre la sociedad, y de los múltiples perjuicios de todo orden que acarrea (económico, social, ambiental, etc.)

Llama la atención la inexplicable inacción de las autoridades gubernamentales entrerrianas, ante un fenómeno suficientemente conocido y estudiado, no sólo en el país y en el mundo, sino también en nuestra propia provincia. Es de destacar que la fuerte desregulación de la actividad comercial minorista que se inició en la década de los años '90 de la mano del modelo neoliberal, benefició abiertamente a los sectores económicos más poderosos (en especial de origen externo), y abrió el camino para el tránsito hacia una sociedad más desigual, excluyente y salvaje.

Abrir un hipermercado tiene consecuencias conocidas, la mayoría de ellas negativas desde el punto de vista de los sectores mayoritarios de la sociedad, aunque a veces logra un impacto inicial engañoso sobre sectores de la población poco informados, donde existen expectativas de acceso a mejores precios en los productos de consumo familiar. Sectores que guiados por una visión microeconómica y cortoplacista, sufren el espejismo de poder comprar productos "más baratos", agrupados en un mismo lugar y en horarios más amplios; pero ignoran los efectos posteriores, que pueden incluso llegar a afectarlos directamente con la pérdida de su propia fuente laboral, y de modo indirecto con una economía mucho más débil y dependiente, y una sociedad más desigual e insegura para todos.

Desde la década del '90 se han realizado estudios sobre el impacto de la radicación de hipermercados en diferentes localidades, y hay una coincidencia general (en aquellos que surgen de investigaciones independientes de la influencia de intereses particulares) acerca de las denominadas "externalidades negativas" sobre la comunidad donde se establecen. Las externalidades se refieren a efectos que provoca la actividad sobre el resto de la sociedad, que no son asumidos por la empresa que los provoca sino que deben afrontar otros sectores.

¿Qué consecuencias genera la apertura de un hipermercado?

Uno de los primeros efectos tiene que ver con el desvío de la demanda de bienes de consumo por parte de sectores significativos de la población, que canalizan su poder de compra desde comercios tradicionales hacia el nuevo hipermercado. Efecto que a su vez va a generar otros impactos negativos en cadena que de a poco irán afectando al resto de la economía local y de la sociedad en su conjunto.

De varios estudios realizados, se desprende la conclusión de que este desvío de la demanda hacia el hipermercado provoca un cierre masivo de pequeñas y micro empresas de la localidad donde se radica (estimado según el tamaño del hiper, en varios cientos de negocios afectados, considerando no sólo a los almacenes tradicionales, despensas de barrios, comercios minoristas, etc, sino también muchas actividades que son a su vez proveedoras de diversos bienes y servicios a los que cierran -y que van cayendo luego por efecto dominó-).

Se puede señalar, por ejemplo, un estudio de hace más de diez años, que explicaba que por cada puesto de trabajo que se creaba en un supermercado, entre 4 a 6 empresarios minoristas debían cerrar perdiendo su fuente de ingresos. Claro que hoy esa relación es mucho más elevada, por la fuerte racionalización e incorporación de tecnologías (que logran atender mayores superficies con menor cantidad de empleados), lo que lleva a un mayor impacto negativo sobre los pequeños negocios existentes en la actualidad.

El efecto en cadena no se detiene allí, sino que en muchos casos los negocios afectados que deben cerrar no son sólo de emprendedores unipersonales o de actividades cuentapropistas, sino que está involucrado un numeroso plantel de personal en relación de dependencia y trabajadores familiares, por lo que se provoca un "efecto desempleo" mucho más dramático aún, lo que se estima en una cifra superior al millar de puestos de trabajo perdidos por cada nuevo hiper radicado en una localidad. En concreto, esto significa expulsión del "mercado laboral" para varios cientos de familias (y miles de personas), que dejan de percibir un ingreso y son arrojados a la absoluta marginalidad, en una economía de mercado que sólo reconoce las necesidades de quienes tiene poder adquisitivo.

Pero el efecto desplazamiento de la demanda de bienes de consumo hacia el hipermercado, tiene otros impactos negativos. Por ejemplo, el conjunto de productores locales y de la zona que proveen habitualmente al comercio minorista, que se verá desplazado, ya que en general no es un cliente natural de la gran cadena de supermercados (que tiene una política de compras concentrada a nivel nacional, que se define en su casa matriz). Consideramos acá a los productores de frutas y verduras de la región, a las pequeñas manufacturas casi artesanales, a las fábricas de productos alimenticios, etc.

En este nuevo efecto negativo que estamos considerando, el riesgo para los pequeños productores de la región es perder el mercado de los comerciantes minoristas locales, o (en el "mejor" de los casos) sufrir un fuerte ajuste hacia abajo en los precios que perciban de parte del comprador monopólico y otras condiciones abusivas que les imponen. En el impacto que sufre este sector económico y social, debemos considerar entonces un mayor número de desempleados, con el doble efecto económico (destrucción de actividades productivas) y social (más personas desocupadas y familias sin ingresos).

También se puede mencionar otra preocupante consecuencia sobre la economía local y provincial que se produce con la apertura del hipermercado. El fuerte peso en las ventas de esta gran empresa, significa que una parte importante del poder adquisitivo (y del dinero en circulación en el sistema económico local) va a parar a las cajas registradoras hiper

mercadistas, y desde allí se suben al camión de caudales, que trasladará esos recursos monetarios constantes y sonantes fuera de nuestra provincia. Eso significa que el efecto multiplicador que tiene normalmente la demanda sobre la actividad económica, en este caso se transforma en un "multiplicador negativo" ya que gran parte del dinero existente desaparece de la región cuando ingresa a las arcas del hipermercado. Es el llamado efecto "desertización" que "seca" de recursos líquidos a la localidad donde funciona.

Lamentablemente el impacto negativo no termina allí. No hay que olvidar que el aporte tributario de los hipermercados que vienen de fuera de la provincia (con presencia en varios lugares del país), es sustancialmente inferior en relación a los impuestos que deben pagar las empresas de la región. Eso sucede porque los mismos no tributan en función de sus ventas, ni en la provincia ni en la municipalidad. Por lo dispuesto en el Convenio Multilateral, parte de los tributos lo declaran y abonan en el distrito donde se ubica la sede central de sus negocios a nivel nacional (más comúnmente en Capital Federal). Esto tiene una doble consecuencia negativa: es una forma de competencia desleal en perjuicio de las empresas de la provincia (que deben tributar proporcionalmente mucho más que el hipermercado); y le quita valiosísimos y necesarios recursos a las finanzas municipales y provinciales, lo que afecta negativamente a la prestación de sus servicios a la comunidad en su conjunto. También agrava el ya comentado efecto "desertización", puesto que son recursos líquidos que pagan los consumidores que compran en el hiper y se van de la provincia.

En relación al aparente efecto positivo sobre los precios, también existen estudios que muestran que las diferencias con los precios del comercio tradicional no son tan significativas. Pero además, hay otro factor que hace que los clientes habituales de los hipermercados terminen gastando más en sus compras que lo que gastan en el comercio tradicional. Es el factor de las "compras por impulso", que lleva a realizar adquisiciones de productos que no iban a hacerse ni eran considerados necesarios, pero que por la propia naturaleza irracional de los consumidores, terminan comprando y gastando mucho más.

También es muy relativo el posible efecto favorable que tendría sobre los precios, por el mayor peso de los hipermercados en el control del comercio minorista. Sucede que por cada nueva boca que abre la cadena, mayor es su poder sobre varios sectores productivos que comercializan con la misma (ya sea hacia atrás o hacia adelante). Eso les da la posibilidad de imponer precios más bajos a sus proveedores, y precios más elevados a los clientes (en relación a sus costos).

Esta circunstancia es lo que explica que en muchos productos alimenticios, los productores reciben un valor insignificante por su producción, pero el mismo producto llega a la góndola a un precio varias veces superior, que es lo que debe abonar el consumidor al final de la cadena. En definitiva, la mayor parte del excedente generado por el trabajo en cada uno de los complejos agroalimentarios, termina concentrado en muy pocas manos, consolidando una sociedad abiertamente desigual en términos de distribución del ingreso y la riqueza.

Esto pone sobre el tapete otra grave cuestión social, que es la creciente marginalidad y pobreza, que junto a las grandes desigualdades distributivas constituye una de las fuentes generadoras de mayor inseguridad y de existencias de delitos, que afectan de manera cada vez más preocupante a toda la población. Está estudiado a nivel nacional y mundial la íntima relación que existen entre la grave situación social de marginalidad y desigualdad, con el mayor número de delitos por habitante. Pasa tanto en países como Brasil o Paraguay, como en el propio centro del poder mundial capitalista como son los Estados Unidos. En cambio, en sociedades más equitativas y sin tantas diferencias sociales, los índices de delincuencia son sustancialmente menores, como en Francia, Alemania o los Países Bajos (donde también tienen estrictas regulaciones para la apertura de grandes superficies comerciales).

En síntesis, estamos hablando de un tema que por sus fuertes y múltiples consecuencias merece un amplio debate en nuestra comunidad, antes de que el peso de los hechos consumados impida tomar una decisión razonable en beneficio del conjunto.

Es necesario poner en consideración todas las externalidades involucradas en la posible apertura de un nuevo hipermercado en nuestra ciudad, para que seamos conciente de que lo que está en juego es de vital importancia para las y los paranaenses. No es sólo un mega emprendimiento que dará empleo a docenas de personas, y permitirá ir a comprar una variedad mayor de productos con menores precios. Son también los cientos de micros y pequeñas empresas de la región que deberán cerrar sus puertas. Son también los miles de puestos de trabajo que desaparecerán para una variedad de actividades. Son también los numerosos clientes que perderán los productores de la zona, y la fuerte caída de sus ventas que deberán soportar. Son también los importantes recursos monetarios que se irán del circuito local y provincial, afectando negativamente el potencial multiplicador de la actividad económica. Son también los menores ingresos que significarán para las arcas del municipio y la provincia, por tributos que no se pagarán en nuestro territorio (y por lo tanto, muchos servicios de salud, educación, justicia, seguridad, alimentación, vivienda, etc, que no podrán prestar). Es también la consiguiente destrucción de un tejido económico y social diversificado y desconcentrado, a favor de la mayor rentabilidad y una enorme concentración en manos de una gran empresa extranjera, que no tiene ningún vínculo con el presente y el futuro de esta localidad.

Ya vivimos los argentinos lamentables experiencias similares, con el dólar barato de Martínez de Hoz (durante la última dictadura) y de Menem-Cavallo (en los años '90), cuando la compra de bienes importados a precios muy reducidos hacían pensar en la posibilidad de una sociedad que viviera del consumo y destruyera su propia producción y fuente generadora de trabajo.

En resumen, es la opción entre seguir construyendo una sociedad salvaje, con beneficios para muy pocos; o decidirnos de una vez por todas a comenzar a transitar otro camino, más civilizado y que nos permita a todos vivir mejor y con dignidad. La opción entre el espejismo de creer que vamos a estar mejor porque logramos cierta comodidad y precios algo más reducidos; pero poniendo en peligro la situación de la gran mayoría, renunciando a un horizonte de largo plazo que implique una sociedad sustentable que valga la pena ser vivida.