



ieem.edu.uy



La incidencia regulatoria en los precios

Desde hace unos años que escuchamos, y decimos, que somos un país caro. ¿Por qué Uruguay es caro? ¿Qué influye en el precio de los productos? ¿Cómo podría cambiar esta realidad?



Leonardo Veiga
Profesor del IEEM

Uruguay es un país caro” se repite tanto que podría estar en el escudo nacional. Se suele agregar luego que la economía es demasiado pequeña para que los precios sean competitivos.

Es indudable que un mercado interno de reducidas dimensiones incide en las economías de escala y luego en los precios, pero esa no es toda la película. Aquí, como en todas partes del mundo, los aspectos regulatorios tienen cada vez más peso en la explicación de la competitividad de una economía. Veamos un estudio reciente que trata este fenómeno.

En diciembre de 2020 se difundió un informe de CPA Ferrere titulado “Estudio sobre formación de precios al consumo en Uruguay”, cuyos autores son Leticia Aguiar, Sebastián Fleitas, Agustín Marchesano, Gabriel Oddone e Ignacio Umpiérrez. Es un informe muy importante para comprender cómo las regulaciones inciden en el encarecimiento de productos de consumo masivo.

El informe concluye (página 2): “en un conjunto de bienes de consumo masivo Uruguay es relativamente más caro que Argentina, Brasil y Chile”. A partir del análisis realizado a efectos de identificar los factores explicativos exponen que este fenómeno “parece ser más evidente en bienes producidos en el resto del mundo, es decir, importados desde Uruguay. En contraste, al analizar diferencias de precios entre bienes para los cuales hay producción nacional no se encontraron diferencias significativas”.

Los autores explican las diferencias de precios en la existencia de contratos de representación exclusiva que productores del exterior otorgan a empresas nacionales— que en su enorme mayoría son filiales—. Estos contratos, en combinación con los requisitos sanitarios y de expedición de certificados de origen vigentes, son la explicación de los precios elevados.



C. DOS SANTOS

En los casos en los que encontraron diferencias significativas entre los precios de los supermercados uruguayos y los de la región (Argentina, Brasil y Chile) el común denominador es que había una sola empresa importadora, y también distribuidor exclusivo.

Para comercializar un producto en Uruguay es necesario el re-

● ● Precios elevados están en productos extranjeros con cuota alta de mercado

gistro bromatológico municipal. En la documentación requerida se incluye un dossier del producto con los datos técnicos que son suministrados exclusivamente por el fabricante (ej.: fórmula del producto o certificado de libre venta del producto en origen). En la medida que el productor solo suministra esa información a quien le concedió los derechos de exclusividad, ningún otro impor-

tador puede registrar el producto y, por lo tanto, queda impedido de importarlo. Por otra parte, las importaciones de Argentina, Brasil y Chile están, en principio, exoneradas del pago de aranceles de importación. Para gozar de esta exoneración hay que acreditar el origen. Y para obtener el certificado de origen es necesario que el productor final presente una declaración jurada —u otro instrumento equivalente— que contenga las características y componentes del producto y el proceso de su elaboración. En este punto, los importadores sin los derechos de exclusividad no contarán con la colaboración del productor extranjero, por lo que aun cuando pudieran resolver el problema del registro deberían pagar aranceles por los productos importados.

Para que estos mecanismos terminen subiendo los precios es necesario que la empresa posea poder de mercado. La ausencia de competencia genera márgenes

corporativos elevados y facilita el traslado de las presiones de costos de la cadena a los precios de venta.

Efectivamente, los precios elevados están en productos extranjeros con una cuota del mercado local cercana al 40 % —y, en muchos casos, aún más elevada—, entre los que se encuentran la mayonesa, la pasta de dientes, el enjuague bucal, el detergente para ropa, el shampoo, el desodorante y el café.

No parece razonable explicar la hegemonía que han logrado determinadas marcas solo por las características físicas o de desempeño de los productos, dado que en otros mercados, con una variedad de oferta comparable, no se da semejante concentración. Nuestra legislación garantiza a los distribuidores exclusivos que no tendrán el problema de que sus campañas de marketing “derramen” en un aumento de ventas de otros importadores del mismo producto.

A su vez, el productor y el importador son matriz y filial del mismo grupo, por lo cual los presupuestos de marketing y otros gastos e inversiones pueden definirse en forma global. La distribución exclusiva permite, asimismo, ahorros de costos logísticos gracias a economías de escala en el transporte y la distribución. La mayor participación de mercado permite presentar una mayor gama de marcas y especificaciones, lo que habilita a atender a segmentos más amplios de competidores. A esto seguramente se agregue una serie de aspectos vinculados al relacionamiento con los canales de comercialización.

● ● ¿Qué se puede hacer al respecto?

Los autores sugieren una serie de medidas, entre las que encuentro como más razonable la de modifi-

● ● Regulaciones hacen que extranjeros tengan ganancias extraordinarias

car los requisitos para el registro de productos y de expedición de certificados de origen, de forma que el productor extranjero no tenga el control de la importación al país.

Lo cierto es que las regulaciones que fueron pensadas para que los consumidores tuvieran acceso a mayor variedad de productos a bajo precio son al día de hoy el instrumento esencial para que un productor extranjero capture ganancias extraordinarias.

Este es solo un ejemplo de una jungla de regulaciones a través de las cuales los propósitos que se definen a nivel macro se pierden a nivel micro. Estas regulaciones casi nunca son casualidad y tienen por efecto beneficiar a un subsector de la población a expensas del bienestar general. A medida que la sociedad se vuelve más compleja, el peso de estas distorsiones aumenta y exigen un rol proactivo para comprender y evaluar estos fenómenos, no solo del gobierno, sino también de aquellas empresas que se ven perjudicadas. ●