

I) El diagnóstico

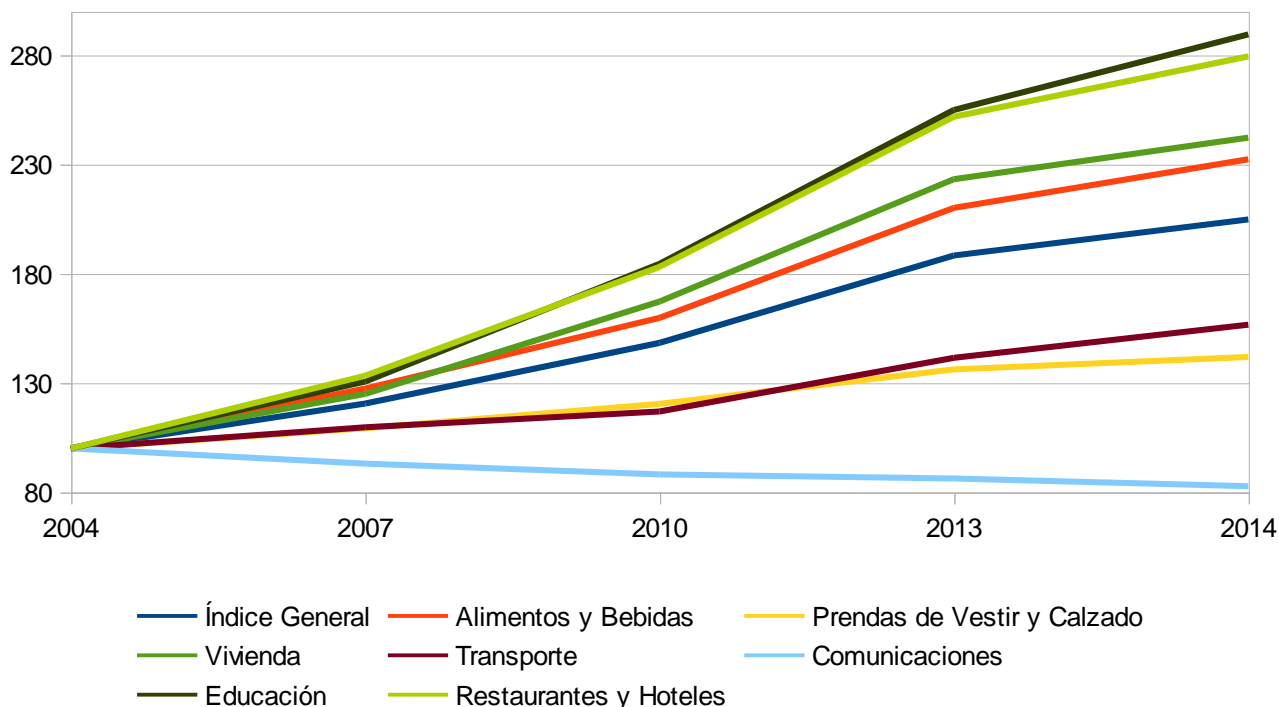
Durante el año 2015 la inflación medida a través de la evolución del IPC ha venido creciendo mes a mes respecto al año anterior. Esta tendencia de enero a agosto se ha revertido en setiembre donde la inflación 2015 ha sido menor que 2014.

En términos anualizada ha pasado de 8,02% en enero de 2015 a 9,14% en setiembre de 2015 (0,78 puntos porcentuales más que la anualizada en setiembre de 2014).

Por otra parte hace ya muchos años que los rubros que aumentan más por encima de la medida han sido los de alimentos (en particular frutas, verduras y carne) y vivienda, ambos claves en la canasta familiar de la clase trabajadora, como muestra el gráfico siguiente.

INFLACION POR RUBROS

2004 -- 2014



El gobierno para el sector privado ha planteado una pauta salarial a tres años con desindexación del salario respecto a la inflación, que prevé ajustes nominales descendentes y un correctivo al final del segundo año. Además incluyó un “gatillo” para adelantar los ajustes en caso de una inflación anual de 12%, 2 puntos superior al gatillo de convenios anteriores.

El mensaje presupuestal y las propuestas de ajuste nominales descendentes las ha hecho bajo la hipótesis de un descenso de la inflación de 8% a 5,5% en 2019.

En los últimos meses frente a esa preocupación el gobierno ha desarrollado un acuerdo de carácter voluntario con las empresas de venta de alimentos para congelar por un espacio muy reducido de dos meses ciertos precios, ya finalizado y no renovado hasta ahora. Por ende la situación está lejos de resolverse.

Por otra parte las previsiones hacia el futuro no son buenas de no mediar medidas. En primer lugar por las propias expectativas de los agentes económicos que antes una crecida inflacionaria tienden a reproducir esos comportamientos y prevenirse de aumentos de costos con remarcación de precios. En segundo lugar porque la desaceleración económica tiende a fortalecer los comportamientos inflacionarios de los empresarios. En un contexto de muy alto crecimiento, lo que importa es la masa de ganancia (y no tanto la tasa) debido a que el volumen de ventas permite acumular masas importantes de ganancia, aún con tasas menores. En cambio en contextos de más bajo crecimiento, la masa de ganancias se reduce y pasa a tener relevancia la tasa de ganancia y sobre ella se actúa con aumentos de precios.

Es claro que la aceleración de la inflación afecta fundamentalmente a los sectores de ingresos fijos es decir asalariados y jubilados que deben esperar un tiempo para ajustar sus ingresos mientras los precios suben a diario.

II) El marco teórico

La teoría económica ha ensayado diferentes explicaciones para la inflación. Las visiones liberales y neoliberales centran su explicación en el lado de la demanda y la asocian a déficits fiscales y necesidades de emisión de dinero para financiarlos y a aumentos de salarios, tanto por la demanda como por los costos. La solución que se desprende de estas interpretaciones en primer lugar es que es necesario bajar el gasto público como medida de freno a la inflación. Sin embargo lo que muestran los datos en Uruguay es que en los últimos años el Gasto público creció por debajo del gasto privado y por ende no hay evidencia que el gasto público haya sido el responsable del crecimiento de la demanda. Por lo tanto una rebaja del mismo no tendría prácticamente efecto en la inflación, aunque seguramente sí implicaría sacrificar importantes logros sociales y de desarrollo del país.

Si ahora vamos a la teoría de la inflación de costos, más asociadas a las visiones keynesianas de la economía, vemos que el énfasis está en que los incrementos de precios se pueden deber a un incremento de costos que enfrentan los empresarios, los cuales trasladan a sus precios de ventas. Dentro de los factores que pueden explicar los incrementos de costos hay uno que es

el citado por los sectores empresariales y ciertos marcos teóricos que es el de los salarios. Básicamente la idea aquí es que los salarios son un importante costo de producción. Si éstos se incrementan de forma sostenida, eso va a generar que los costos de producción también se incrementen, lo que va a llevara a los empresarios a incrementar los precios (“traslado a precios”). En rigor para que esto se cumpla no solo tiene que suceder que se incrementen los salarios, sino que los mismos se incrementen más que la productividad del trabajo y aún en ese caso es discutible su traslado a precios. Entonces, ¿qué ha sucedido en Uruguay? Según estudios del Instituto de economía de la UDELAR en los 90, a pesar de que la productividad del trabajo creció fuertemente, los salarios estuvieron planchados, por lo cual hubo un fuerte crecimiento de los márgenes de los empresarios, lo que es esperable en un mercado de trabajo completamente desregulado como el que existió en esa época. Finalmente desde entonces, los salarios han crecido a la par de la productividad, incluso algo por encima, aunque levemente. Es decir, desde que gobierna el FA todas las ganancias de productividad logradas en las empresas (y algo más) van a aumentos de salarios de los trabajadores. Sin embargo no parece estar dándose en términos generales, una situación donde los salarios crezcan tan por encima de la productividad que se transformen en una presión de costos. No parece ser esa la causa de la inflación. Por eso la idea de que el problema de la inflación es por la indexación salarial y su impacto en la espiral de precios y salarios no tiene evidencia empírica.

Finalmente existe un desarrollo teórico basada en la obra de Michal Kalecki en donde el tema de la formación de precios está vinculado a las condiciones de creciente oligopolización de los mercados tanto industriales como comerciales (es decir a lo largo de la cadena de valor) y por ende la variable clave es el margen de ganancia (mark up) que permite, aplicado sobre los costos variables, cubrir los costos fijos de las empresas y sus ganancias. Y la clave de este esquema es que cuanto mayor sea el grado de monopolio y mayores las barreras a la entrada de nuevas empresas al sector, mayor es la capacidad de imponer determinados porcentajes de ganancias sobre sus costos. Desde que Kalecki escribió su obra (es contemporáneo de Keynes) el proceso de oligopolización en toda la cadena de valor ha crecido y se ha mundializado, por lo cual las capacidades de las empresas de fijar su mark up ha crecido.

En Uruguay los mercados en especial los de alimentos son altamente oligopólicos, en algunos casos con más concentración en la fase primaria, otros en la fase industrial, otros en la fase comercial. Es decir que el problema central está en la formación de los precios, sobre las que inciden el tipo de cambio por un lado y el margen de ganancia que establecen diferentes empresas que forman parte de la cadena de valor. Si el producto es importado son el margen sobre la importación y el margen del comerciante. Si el producto es nacional el margen del productor primario (si es agro o agroindustrial), el margen del industrial y el margen del comerciante.

III) La propuesta

La propuesta se refiere a que se establezca un sistema de protección de precios que incluya productos básicos de la canasta familiar, en particular centrado en alimentos y productos de higiene (no incluimos en esta propuesta primera el tema de los alquileres ya que su lógica es diferente) y un sistema que garantice su cumplimiento.

Proponemos un sistema que tenga entre sus ejes:

- 1) Acuerdos con un plazo más largo de funcionamiento (por ejemplo un año renovable cada vez).
- 2) El acuerdo es voluntario para cadenas de comercialización, importadores y productores, pero una vez que se acuerda, como cualquier convenio obliga a las partes a su cumplimiento. El estímulo a acordar está basado en el hecho de que tener precios convenidos es un factor de atracción de clientes que además comprarán otros productos.
- 3) Un conjunto de bienes seleccionados en función de su impacto en el consumo y amplio en su cobertura.

Los acuerdos buscan dar precios de referencia. Por lo tanto, es importante que los productos elegidos para la canasta sean representativos para los consumidores, de modo que puedan otorgar señales sobre cuáles son los precios razonables a pagar, no solo en dicho producto sino también en aquellos sustitutos cercanos.

Si tomamos los rubros que, a 4 dígitos, tienen mayor peso en la ponderación del consumo (excluidos las tarifas públicas que ya tienen regulación estatal, la cuota de salud por lo mismo y los alquileres por las razones mencionadas más arriba) tenemos: carnes, pan, cereales, frutas, verduras, aguas y otras gaseosas, leche, queso y huevos, café y azúcar. La propuesta trabaja entonces sobre estos grandes rubros. Evidentemente una mayor desagregación de los mismos es necesario a la hora de definir el conjunto de bienes a ser incluidos y sus marcas, pero en todo caso eso es parte del proceso de trabajo que se inicie.

Finalmente a medida que avance el proceso es necesario incluir necesidades específicas como por ejemplo productos para celíacos, productos light, etc.

- 4) Para dar garantía de calidad, de accesibilidad, de visibilidad y de variedad, en dichos productos se deben fijar criterios de presencia en góndolas principales y compartirlas con productos con precios no acordados.
- 5) Tiene que contener un sistema de ajuste de precios durante la vigencia de los acuerdos que de certezas a su evolución. Dicho ajuste deberá tomar en cuenta la evolución de los costos de los insumos con los que se producen los bienes de la canasta.

- 6) Un acuerdo que incorpore a productores (o importadores) y los comerciantes, de manera de especificar el precio final de comercialización al consumidor final en el caso de minoristas y el precio al por mayor cuando se trata de mayoristas y el precio de producción cuando se trata de productores. De esta forma se logra un enfoque de cadena de valor, donde no solo se hace responsable al eslabón comercial por el abastecimiento de los productos, sino que se compromete también a los proveedores. Estos acuerdos pueden desarrollarse con diferentes gremiales empresariales o grupos de empresas que estén dispuestas a realizarlo cuando no sea posible con el sector en su conjunto
- 7) Creación de mecanismos idóneos por parte de las autoridades para el control del cumplimiento de los acuerdos y con facultades sancionatorias antes eventuales incumplimientos sin razones debidas.
- 8) Realizar una campaña masiva de difusión pública con los productos, las empresas que participan y los precios acordados, de manera que sea la población toda la que ejerza el necesario control social del cumplimiento de los acuerdos logrados y sea en última instancia el fiel de la balanza para el mantenimiento en el tiempo de este mecanismo.