

EL FANTASMA DE LA COLUSIÓN SIEMPRE AMENAZA LAS CELEBRACIONES

Por qué los alimentos podrían subir de precio para Fiestas Patrias

Se acerca una nueva celebración nacional y siempre hay expectativa por saber cómo se comportarán los precios -y los vendedores- de los principales productos que se consumen. Si bien puede haber fluctuación por la oferta y la demanda, también hay preocupación por alguna posible colusión de oferentes

ROBERTO RIVASS. Ovalle

Empanadas, terremotos y asados... ya se acercan las Fiestas Patrias y las familias ya se imaginan saboreando lo que distingue a esta fiesta, pero también presupuestan lo que podrían gastar para la celebración.

Los alimentos e ingredientes utilizados en cada tradicional preparación pueden aumentar o bajar de precio desde ahora hasta que se baile el primer pie de cueca, dependiendo de que tanto se pueda "negociar" cada transacción y cuál sería el margen de solitud de cada producto.

Actualmente el kilo de carne de los cortes sobrecostilla y abastero, utilizados popularmente en los asados, están actualmente en algunos supermercados en 7.990 pesos el kilo, mientras en el portal de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Odepa, aparece en 9.123 el kilo.

Aunque los cortes más costosos -lomo vetado y el filete- han reflejado una pequeña contracción, casi imperceptible, en su precio de la última semana, se mantienen entre los 14.500 y los 15.800 pesos por kilo.

Con respecto a las carnes blancas, la pechuga de pavo sin hueso tendrá una rebaja de hasta un 28% de su precio en los anaqueles de los supermercados, mientras que la de pollo deshuesada en las carnicerías tendrá una rebaja de hasta 12%.

TERREMOTO ESTABLE

No puede haber celebración nacional sin el tradicional Terremoto, por ello es indispensable monitorear los precios de sus ingredientes. En portales de supermercados nacionales, el Vino Pipeño en presentación de litro y medio de rondaría los 4200-5200 pesos, dependiendo del negocio, aunque algunos lo ofrecen hasta en 3700 pesos destacando su oferta.

En tanto el litro de helado de piña puede costar entre 2500 y 3500 pesos dependiendo de la marca y el negocio; y la botella de 900cc de Granadina se puede ofertar entre 5600 y 5900 pesos.



EL DÍA

La variación de precios, más allá de los índices de inflación, serían normales de cara a cada celebración.

A 30 días de las fiestas, estos precios podrían variar dependiendo según como soplen los vientos del mercado.

BAJO EL MICROSCOPIO

La variación de precios, más allá de los índices de inflación, serían normales de cara a cada celebración. El profesor de economía y académico de la Facultad de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas de la Universidad de La Serena, Orlando Robles, explica que esta situación es previsible y normal, ya que los precios están sujetos a ciertos "rituales" culturales.

"Cada vez que se acercan estos rituales, nos llevan a incrementar sustancialmente el consumo de ciertos productos, y acá hablamos primordialmente de lo que es el ámbito de la demanda como fuerza de mercado. Esto no ocurre obviamente solo en Fiestas Patrias, esto pasa en época de Semana Santa, el Día del Niño, Halloween que ha sido una importación cultural externa pero que también tiene sus rituales, y claro la Navidad que es de las más grandes y celebradas. Tenemos rituales que por

parte de nuestra cultura, nos llevan a demandar productos, y por eso tendemos a ver un aumento transitorio de esos productos", apuntó el especialista.

Explicó que el precio de los productos aumenta en concordancia con que ese incremento de demanda, también tiene una preparación por parte de la oferta, que intenta satisfacer la demanda pero que en algunas ocasiones queda corta y que también debe incluir algunos movimientos logísticos para prepararse para cada fecha, ya que también existe una expectativa por parte de los oferentes a poder cobrar un mejor precio por estos productos.

"Todo eso también depende desde la perspectiva de la oferta, sobre qué tanta competencia tenemos ofertando productos. Por ejemplo si el kilo de carne lo tienes a \$10.000 y de repente aparece alguna empresa grande o un supermercado con una oferta de que el kilo de carne va a estar a \$5000, evidentemente va a tener un estrés de demanda. Acá el tema está en que -por ejemplo- competir por precios en épocas festivas, si es que el mercado está con una demanda relativamente leve, no conviene

competir por precios, así que los oferentes se preparan e intentan tener un abastecimiento suficiente para satisfacer la demanda, pero también hay una cierta especulación por cuál es el precio que puedes cobrar a tus potenciales clientes, sin que se te vayan esos clientes".

LO ÉTICO

Consultado el especialista sobre hasta qué punto un aumento puede ser ético o legal, señaló que estas situaciones son algo transitorias y que nadie "va a morir" por no comerse un asado en Fiestas Patrias.

"Si vamos a la perspectiva ética, esto se cruza con algo que tenemos en nuestra Constitución que es la libertad de precios. Tú puedes cobrar por este tipo de productos y en realidad no podríamos reclamar usura, porque acá no existe eso. El que tenga la posibilidad y la capacidad adquisitiva y valore el producto, va a intentar acceder al él. Cuando hablamos de la regulación del mercado podemos replicar una frase que puede ser hasta desafortunada, que es cuando decimos que el mercado se regula solo. Si tú dejas al mercado actuar, es decir a la oferta y a la demanda libremente, efectivamente se van a regular. El tema está en que no siempre van a lograr los mejores resultados. Tú puedes cobrar lo que se te antoje, pero si cobras muy caro en relación a tus competidores, no te van a comprar tu producto, y tomando en cuenta que es una fecha puntual, tampoco puedes arriesgar mucho, ese producto que se puede vender, o que dentro de dos semanas ya no va a conseguir venta".

Sin embargo, el especialista sí puso bajo la lupa un aspecto ético del mercado.

"La perspectiva ética aplicaría en casos en los que los actores que ofrecen los productos se coluden, porque allí sí estaríamos hablando de una falta ética brutal, que es lo que ha pasado en algunos momentos con productos muy puntuales, que estaban dominados por parte de algunos empresarios y supermercados. Eso evidentemente de concertar precios para que no exista competencia y que los distintos oferentes tomen acuerdos para tomar un mayor de precio posible al consumidor, sí que no es ético ni legal", puntualizó el especialista.