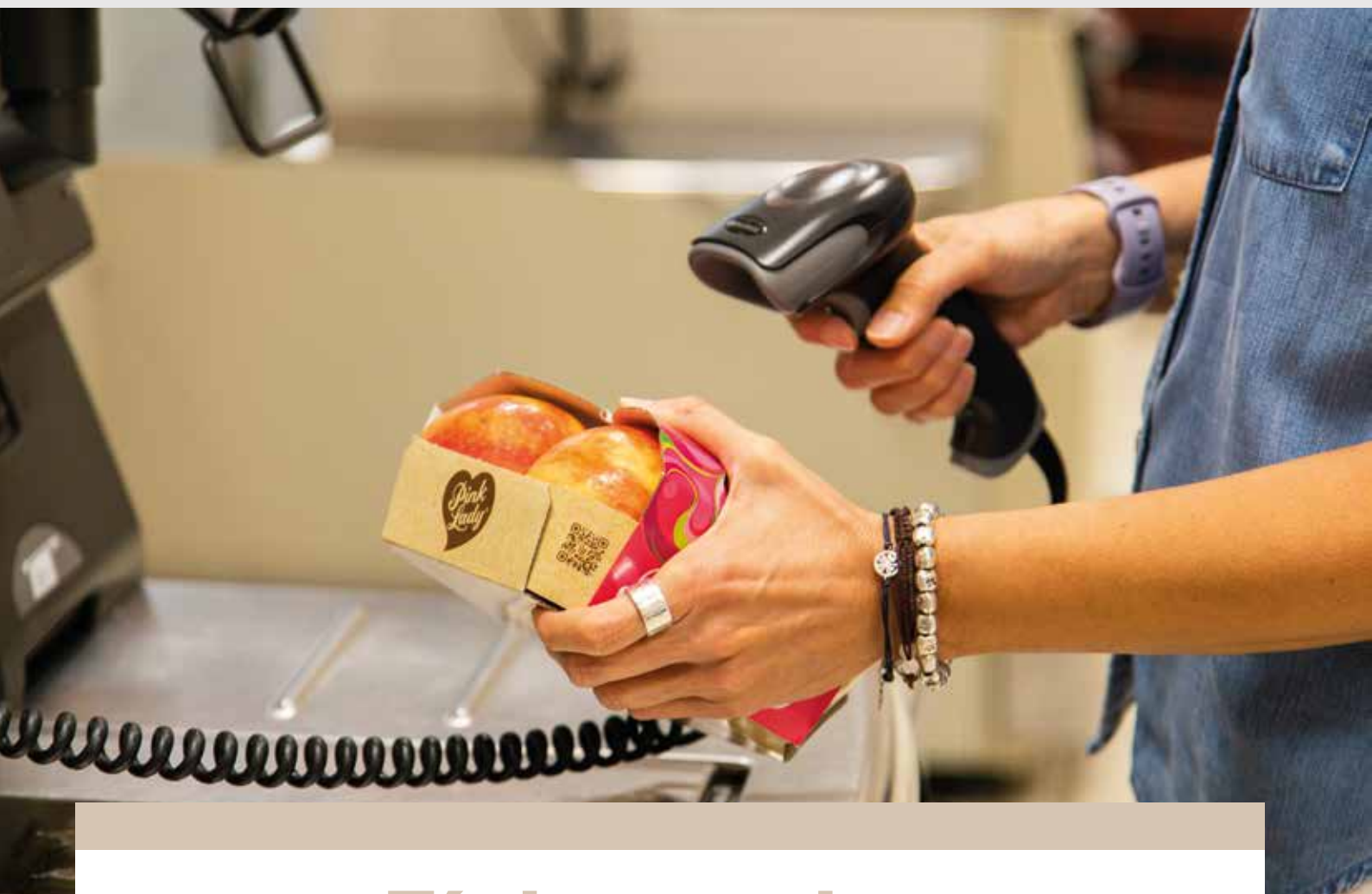




Tópicos y mitos en el comercio

♦ Javier Casares Ripol

Catedrático de Economía Aplicada. Universidad Complutense de Madrid.

Resumen: Este artículo pretende ofrecer una visión global del comercio, en cuanto actividad esencial que produce servicios, y de algunos temas adyacentes como la estabilidad de precios, desde una perspectiva rigurosa que permita desvelar algunos errores frecuentes, desmostando tópicos y mitos. Asimismo, como uno de los grandes problemas en el análisis moderno de las diversas actividades económicas y sociales el hecho de que este objetivo se aborde de una forma superficial y sin un conocimiento profundo de los temas tratados.

Palabras clave: Comercio, distribución, tópicos, inflación, economía.

Sócrates señala que “Quién pervierte el lenguaje, pervierte la Polis”. Lázaro Carreter, ya en el siglo XX, pone de manifiesto que el lenguaje es la piel del alma del individuo. Pues bien, sobre el mundo de la distribución comercial, especialmente de productos básicos de alimentación, llueven piedras por la continua utilización de palabras no habitadas, de términos inapropiados y de tópicos y mitos.

Todos estos aspectos configuran cascaras terminológicas que nos llevan a los suburbios del desconocimiento y de la oscuridad conceptual. Remedando a Gerónimo Feyjoó, escritor preclaro del siglo XVIII, se puede recordar su magnífica obra *Discursos varios en todo género de materias para desengaño de errores comunes*. Limitémonos humildemente a intentar imitarle como desveladores de errores y supersticiones en el campo del comercio.

Ante esta situación parece conveniente evitar el cloroformo del halago y la sumisión para intentar recordar algunas cuestiones básicas sobre el papel del comercio en el desenvolvimiento económico y social y sobre algunas penosas realidades que se vinculan con el sector en relación, sobre todo, con los objetivos de estabilidad de precios y de bienestar.

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL. FUNCIONES Y SERVICIOS

La distribución comercial se desenvuelve mediante dos clases de funciones (Casares et alii, 2022). En primer lugar, surgen las de manipulación y distribución física que permiten el flujo de los bienes entre producción y consumo. En segundo término, destacan las funciones de intermediación comercial que permiten la realización de las funciones comerciales. Todas estas funciones resultan imprescindibles para generar una cadena de valor que permita que los productos se trasladen de donde son menos necesarios hasta donde son más necesarios para la población.

Este planteamiento general se concreta en una serie de cometidos funcionales específicos que son materiales (embalaje, transporte, almacenamiento), transaccionales (transmitir los flujos de información), económicos (arbitraje y especulación, entendidas estas palabras en su sentido prístino, espaciales y temporales (el producto dónde y cuándo se requiere) y sociales (aportación muy relevante en términos de empleo). Todas estas funciones son imprescindibles y pueden ser realizadas por los propios productores, por intermediarios especializados, por agrupaciones de consumidores o por los agentes que se quiera citar. Pero la incorporación de valor al producto es innegable.

En definitiva, la distribución comercial es productiva. Produce servicios. Los productos valen más al incorporar diversos servicios en el marco funcional señalado. La existencia del aparato productivo no emana del afán de lucro y especulación de algunos agentes poderosos, sino que es consecuencia de la necesidad de crear utilidades espaciales, temporales y económicas en relación con los bienes.

LAS ÓRBITAS DE LOS SERVICIOS COMERCIALES

Los principales servicios comerciales se desenvuelven en las siguientes órbitas:

- Transporte. Movimiento físico de mercancías desde las zonas de producción o almacenamiento a las zonas de demanda.
- Almacenamiento. Constitución de depósitos de mercancías que permitan abastecer regularmente la demanda
- Clasificación. Establecimiento de lotes según calidad o tamaño.
- Normalización. Establecimiento de especificaciones uniformes de calidad.
- Envase, embalaje, presentación. Actividades básicas para conservar y presentar los productos.
- Información sobre precios, cantidades y calidades. La publicidad y promoción de las ventas son los elementos fundamentales.
- Financiación del proceso comercial. La asunción de riesgos es inherente al funcionamiento del sistema distributivo.



El ejercicio del poder en las relaciones empresariales, proscrito recalcitrante en los análisis económicos convencionales, puede afectar de forma valetudinaria al desenvolvimiento de los mercados. El poder siempre es relativo y puede tener manifestaciones coercitivas si los miembros dominantes de los canales de producción y distribución pueden establecer sanciones o castigos a los subordinados que no cumplan sus condiciones

Todos estos servicios, y sus derivados, tienen que favorecer a los productores y distribuidores. No todos los agricultores, ganaderos, pescadores, fabricantes... pueden desarrollar su red de distribución propia. La especialización funcional debe aligerar costes e incrementar la rentabilidad de todos los eslabones de la cadena. Todos los operadores deben beneficiarse de la misma. En caso contrario, los fallos del mercado deben identificarse y corregirse mediante medidas de defensa de la competencia, normas sobre transparencia en el mercado, desenvolvimiento de los operadores públicos (piénsese en la red Mercasa), apoyos públicos al poder compensador de productores y consumidores...

El ejercicio del poder en las relaciones empresariales, proscrito recalcitrante en los análisis económicos convencionales, puede afectar de forma valetudinaria al desenvolvimiento de los mercados. El poder siempre es relativo y puede tener manifestaciones coercitivas si los miembros dominantes de los canales de producción y distribución pueden establecer sanciones o castigos a los subordinados que no cumplan sus condiciones.

A título de ejemplo, se puede señalar que unos fabricantes poderosos pueden establecer condiciones onerosas a los distribuidores o incluso retirarles el abastecimiento. *Sensu contrario*, si los distribuidores son los capitanes del canal pueden cambiar de proveedores o dominar los precios, descuentos... Las marcas de fabricante y de distribuidor se convierten en un elemento crucial para el establecimiento del poder en los canales.

Las desviaciones espurias del poder, en su caso dan lugar a la formación de monopolios y cárteles, a las restricciones y prohibiciones al libre comercio, a las limitaciones a la venta de algunos productos y al desarrollo de prácticas restrictivas de la competencia (Casares, 2020). En definitiva, surgen fallos del mercado que pueden justificar la intervención pública en el mismo.

EL COMERCIO COMO ACTIVIDAD HUMANA IMPRESCINDIBLE

Boulding (1969) señala que el problema de gran número de actividades económicas es que carecen de una ética de lo heroico. Mojando su pluma en ácido sulfúrico escribe que "existe un amplio sentir según el cual el comercio es algo sucio y los comerciantes son tipos de algún modo indeseables..." La concepción del heroísmo se circunscribe a otras actividades como las estrellas de cine, los presentadores de televisión, los políticos de moda, los deportistas de élite..."

Sin embargo, como se ha señalado en el apartado anterior, la función comercial es imprescindible y el reto es que se desarrolle con eficacia y con el logro de un equilibrio razonable entre todos los que operan en mercado. De hecho, las funciones comerciales pueden ser asumidas total o parcialmente por productores o consumidores.

Algunas apreciaciones metodológicas pueden ayudar a entender porque resulta fácil imputar al comercio el papel de villano del drama.

1. Los análisis usuales se erigen, en muchas ocasiones, en discursos propagadores de ideologías. Como señala la economista Joan Robinson, se apoyan las consideraciones con "un pie en hipótesis no verificadas y el otro en eslóganes inverificables".
2. El predominio de hechos misteriosos en el comercio puede terminar por aproximarnos a un "anarquismo metodológico a la Feyerabend". Resumiendo, se puede afirmar que la ciencia es mucho más irracional que su imagen metodológica y que los cánones del método científico son continuamente incumplidos. Como señala Samuelson: "los hechos sociales no se comportan como partículas de H₂O". La aproximación de la ciencia económica al arte -economía artística- puede ayudar a interpretar muchos fenómenos complejos e ininteligibles con la literatura económica convencional.
3. La interrelación entre rigor científico y realidad es escurridiza y permeable. Es importante disminuir la importancia relativa de los juicios de valor. Los comentarios hueros y los tópicos



MÁXIMA CALIDAD, *sabor inconfundible*



El secreto para ofrecer kiwis de calidad excepcional radica en el Sistema Zespri™, asegurando condiciones óptimas para el crecimiento de los deliciosos kiwis Zespri™. Gracias a este compromiso, los consumidores pueden disfrutar de estas deliciosas frutas en cualquier momento del día.

Descubre más en [ZESPRI.COM](https://www.zespri.com)

Síguenos en:    

desvencijados sobre el papel de los comerciantes como especuladores y generadores de males económicos deben someterse al análisis riguroso de los datos y aportaciones en la cadena de valor.

4. Resulta curioso resaltar que la comercialización del dinero y las actividades comerciales internacionales alcanzan posiciones de mayor prestigio social y mediático. Los exportadores, los vendedores de servicios turísticos, los proveedores de servicios financieros, etc., se desenvuelven con holgura en la consideración pública sin verse sometidos a continuas diatribas sobre su función social y económica.

NOTAS, EN ESCORZO, SOBRE LA INFLACIÓN Y LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La inflación es como la pasta de dientes. Una vez que se saca del tubo es muy difícil reintegrarla a su posición inicial. Ahora bien, es muy importante señalar que la inflación es un cambio en el nivel general de precios y no un cambio en los precios relativos. Cuando el tópico usual señala ante una subida del precio de las fresas que estamos en un proceso inflacionista, hay que acudir como debeladores de errores y supersticiones señalando que esto no es así porque pueden haber bajado los melocotones o las mandarinas. Lo importante es el precio de *todos los artículos y servicios en términos de dinero*.

El análisis económico actual tiende a distanciarse de la realidad con consecuencias gravemente valedudinarias sobre la interpretación de los hechos. Como señala Mark Blaug (1998), el gran problema es que no se estudian los problemas reales. Parafraseando el título de un popular musical británico: “No Realidad, por favor. Somos economistas”.



Por otra parte, hay que señalar que la inflación puede ser de demanda o de costes o de una combinación de ambos factores (que nos acerca a una inflación estructural con efectos perversos sobre el desenvolvimiento económico).

Si la inflación es de demanda se produce un exceso de esta sobre la oferta en los correspondientes mercados de bienes y servicios. La explicación clásica se sustenta en que las alzas generalizadas de precios radican en el exceso de dinero. La teo-

La inflación es como la pasta de dientes. Una vez que se saca del tubo es muy difícil reintegrarla a su posición inicial. Ahora bien, es muy importante señalar que la inflación es un cambio en el nivel general de precios y no un cambio en los precios relativos. Cuando el tópico usual señala ante una subida del precio de las fresas que estamos en un proceso inflacionista, hay que acudir como debeladores de errores y supersticiones señalando que esto no es así porque pueden haber bajado los melocotones o las mandarinas. Lo importante es el precio de *todos los artículos y servicios en términos de dinero*

ría cuantitativa del dinero plantea la neutralidad monetaria. Las variables monetarias no tienen influencia sobre las variables reales. Los aumentos en la oferta monetaria no producen variaciones en la producción y el empleo. Solo generan alzas de precios.

La versión moderna del monetarismo hinc sus raíces en estas concepciones y plantea que la inflación es esencialmente un fenómeno monetario. El monetarismo 2 o teoría de las expectativas racionales plantea que la curva de Phillips es vertical incluso a corto plazo.

La explicación keynesiana se apoya en la idea de que los salarios no son flexibles a la baja ni los mercados reales se ajustan automáticamente. Los aumentos de la demanda agregada por encima de la capacidad productiva generan brechas inflacionarias (Cuadrado et alii, 2023). La curva de Phillips plantea un conflicto básico entre inflación y desempleo.

Desde el punto de vista de la política económica, para los monetaristas las acciones antiinflacionistas de los gobiernos son estériles y lo que hay que hacer es controlar la cantidad de dinero. Desde la perspectiva keynesiana, la política económica discrecional tiene sentido mediante la manipulación de la demanda agregada.

Ahora bien, si la inflación se vincula con la vía de la oferta, el panorama interpretativo cambia sustancialmente. La inflación tiene su origen en perturbaciones en la oferta. Se producen alzas autónomas de los costes de producción. Estos movimientos

hincan sus raíces en los salarios, en los márgenes de beneficios, en los precios de los productos importados, en la elevación de los precios administrados, en los impuestos... Pueden aparecer shocks macroeconómicos de oferta con consecuencias devastadoras sobre las economías como se ha podido constatar en las últimas décadas.

Las subidas de los precios de los productos energéticos o de otras materias primas básicas, los problemas logísticos, derivados de la pandemia, por ejemplo, los aumentos de los costes laborales... suelen erigirse en los directores de orquesta de las espirales inflacionistas modernas. Se pueden producir situaciones en las que coexisten las disminuciones de la producción real con el aumento simultáneo del nivel de precios.

En este contexto, es fácil que las autoridades monetarias recurran a la acomodación monetaria que impulse la demanda agregada y minimice los costes de producción.

LA SUELA DE ZAPATO Y EL CAMBIO DE MENÚ

Por otra parte, pueden darse situaciones en las que se pierden todos los controles y la inflación se convierte en una pieza consustancial al desenvolvimiento económico de un país. Los componentes de costes y de demanda se entrelazan y tejen una urdimbre espesa en la que las espirales de crecimiento de los precios y de las rentas salariales y no salariales son imparables.

En este caso, se puede hablar de inflación estructural y las dificultades para frenarla se acrecientan considerablemente. En los países latinoamericanos, muy afectados históricamente por esta situación, se suele hablar, con terminología algo prosaica pero contundente, de *costes de suela de zapato* y de *cambio de menú*. La inflación con *suela de zapato* se refiere al continuo movimiento de los poseedores de cualquier clase de zapatos para desplazarse continuamente a los bancos para depositar sus ingresos. Con un tipo de interés diario del veinte por ciento no se puede tener el dinero atesorado en casa ni en la empresa ni un solo día. La inflación por *cambio del coste del menú* se refiere a que en estas situaciones el precio del menú del día en los restaurantes varía todos los días. La evolución de la demanda y de los costes genera esta modificación constante de los precios.

En definitiva, el gran problema es que los diagnósticos inadecuados generan políticas poco apropiadas que no consiguen generar los necesarios



procesos de freno de la inflación. Lo primero es diagnosticar la etiología de la inflación para no limitarse al establecimiento de fáciles medidas sobre los tipos de interés sin actuar sobre la competencia en los mercados, la productividad, los conflictos sociales, la disminución de costes...

En similar línea de argumentación, hay que recordar la distinción entre desinflación y deflación. La desinflación supone frenar la subida de los precios. Es decir, seguimos en situaciones inflacionistas, pero logramos frenar algo su impacto. Si la inflación interanual está en el 7 por ciento y conseguimos bajarla al 4 por ciento estamos generando un proceso de desinflación.

La deflación supone la caída del nivel general de precios. Si los precios caen en un determinado año en un 3 por ciento estamos inmersos en la deflación. En los años posteriores a la crisis económica iniciada en 2008 hubo procesos deflacionistas en muchos países occidentales, incluyendo España. Actualmente (finales de 2023), en un contexto de repunte generalizado de la inflación en toda Eu-

ropa, los Países Bajos se desenvuelven en órbitas deflacionistas.

La confusión terminológica sobre estos términos ha terminado por derivar en confusión en las pautas de elaboración de medidas de política económica para corregir los desajustes. Si queremos generar desinflación no podemos desarrollar medidas de expansión de la demanda agregada que pueden ser convenientes en contextos deflacionistas...

NOTAS FINALES

La actividad comercial constituye una relevante forma de argamasa social y económica. Sin embargo, el conocimiento y reconocimiento público de la misma es escaso y nimbado de negras nubes de errores, tópicos y supersticiones.

Este artículo pretende cincelar una visión del comercio, y de algunos temas adyacentes como la estabilidad de precios, desde una perspectiva rigurosa que permita debelar algunos errores frecuentes. Uno de los grandes problemas en el análisis moderno de las diversas actividades económicas y sociales es que se realiza de una forma superficial y sin un conocimiento profundo de los temas tratados.

Se puede recordar a este respecto el relato apócrifo de la conversación entre un poeta y un amigo con el que pasea. Se acercan al borde un estanque y el poeta pregunta a su amigo: "¿Cómo se llaman esas flores amarillas tan bonitas?". El amigo le contesta: "Nenúfares. Los que citas continuamente en tus poemas". Sería deseable que las flores amarillas del comercio, y sus aledaños, se reconozcan pronto como nenúfares. ■

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blaug, M. (1998): "Disturbing Currents in Modern Economics". *Challenge*, May/ Jun, 41, 3, pg.11.
- Boulding, K. (1969): "Economics as a moral science", *American Economic Review*, March
- Casares, J. (2020): *La sociedad vulnerable. Prohibido envejecer*. Editorial Círculo Rojo.
- Casares, J. et alii (2022): *Distribución comercial*. Civitas. Quinta edición.
- Cuadrado, J.R. et alii (2023): *Política económica. Elaboración, objetivos e instrumentos*. McGraw-Hill, séptima edición.
- Feyjoó, Gerónimo (1785): *Discursos varios en todo género de materias para desengaño de errores comunes*. Imprenta de Benito Cosculluela, Pamplona. Hay edición digital

