



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Sede Rosario-Campus Roca

Carrera: Contador Público

Trabajo Final de Carrera Título

***“Análisis del Programa Precios Cuidados como instrumento
antiinflacionario: Argentina (2013-2015)”***

Alumno: Bruno Tomás Pangaro brunopangaro@gmail.com

Profesores Orientadores:

- CP. Marcelo A. Pozzi
- Esp. Ps. Laura M. Berizzo

Agradecimientos

Agradecer a mi familia, amigos, compañeros y profesores por acompañarme en este LARGO recorrido.

Sin ninguno de ellos hubiera sido imposible haber llegado a esta meta, que ojalá no sea la última, y sea el comienzo de algo MUCHO MEJOR.

Resumen

El siguiente Trabajo de Investigación tiene como objetivo determinar la eficacia del programa de control de precios máximos llevado a cabo por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015) a partir del año 2014 bajo el nombre de Precios Cuidados. A lo largo de la historia hay poca evidencia a favor de estas políticas económicas que sustenten su eficacia en la economía si el objetivo es que los precios se contraigan.

El Instituto Nacional de Censos y Estadísticas, por ese entonces estaba intervenido y los argentinos por muchos años se privaron de conocer fehacientemente el Índice de Precio al Consumidor, que, según el organismo, arrojó para el 2013 una inflación del 11%; sin embargo, institutos de censos y estadísticas de otras provincias y consultoras privadas, daban cuenta de un índice cercano al 28% promedio.

En principio, la idea de la presidente Cristina Fernández de Kirchner, el ministro de economía Axel Kicillof, y, el secretario de comercio Augusto Costa, era fijar un precio máximo de equilibrio para calmar la inflación, sin embargo, no lograron su cometido. La intervención de los mercados que de por sí son ineficiente según la teoría económica, sumados a una expansión de la Base Monetaria mayor al 70%, hicieron que el IPC tuviera un acumulado en esos dos años del 61,36%, sin poder lograr la meta establecida.

Palabras Claves: Inflación – Control de Precios – Precios Máximos – Precios Cuidados – Política Económica.

Índice

Introducción	1
Capítulo I – Problematicación del Caso de Estudio.....	3
Capítulo II – Dinámica inflacionaria en Argentina.....	6
Conceptos de inflación y su distorsión en la economía	6
Teorías explicativas de la inflación.....	9
La inflación desde la demanda agregada: los enfoques monetario y keynesiano.....	9
La inflación desde la oferta agregada: la inflación de costos o estanflación	13
Capítulo III – Políticas económicas de controles de precios por parte del Estado	15
Nociones de políticas económicas	15
Política económica monetaria para reducir la inflación.....	16
Obstáculos a la eficiencia: Precios Mínimos y Precios Máximos	19
Precios Mínimos	19
Precios Máximos.....	20
Capítulo IV – Análisis del programa Precios Cuidados y su impacto en la inflación durante el período 2013-2015.....	24
Productos alcanzados y escala sancionatoria	24
Evolución del IPC durante los años 2013, 2014 y 2015	26
La inflación acumulada entre 2014 y 2015 fue del 61,36% si nos regimos con los datos recabados por la Dirección Provincial de Estadística y Censos San Luis	29
El rol de la Base Monetaria como factor inflacionario	29
Conclusión	32
Anexos	34
Anexo I -Productos y Escala Sancionatoria para el primer trimestre del Programa Precios Cuidados 2014	34
Anexo II - Modelos de Convenios con Supermercados.....	41
Referencias Bibliográficas	54

Introducción

El interés que genera un tema tan discutido por la sociedad argentina en su conjunto, y, sobre el cual todos los gobiernos han intentado darle una solución a este asunto, es el factor por el cual se decidió ahondar en la constitución de su génesis, las consecuencias que genera la inflación, y los instrumentos de políticas económicas que están al alcance para darle tratamiento. Aunque también cabe destacar que dicho tratamiento estará supeditado a dos factores a)- a la idea que se tenga sobre el origen de su causa, es decir, sobre que enfoque tiene puesta la mirada el burócrata, y b) a la ideología política del mismo, o sobre la escuela del pensamiento económico en la que tenga más simpatía. Estos dos puntos no son mutuamente excluyentes, y de ese conjunto se determinará un instrumento específico.

Una de las ancestrales políticas aplicadas para mitigar la inflación, es la implementación de controles de precios, imponiendo arbitrariamente un precio por debajo del de equilibrio, es decir, reducir artificialmente el precio de un bien y/o servicio muy por debajo de lo que exige el mercado. En Argentina, en los últimos dos años de la presidencia de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner y, por intermedio del ministro de economía, Axel Kicillof, llevó el nombre de Precios Cuidados. Luego fue continuado durante el quadrienio del Ing. Mauricio Macri (2015-2019), aunque con menor fuerza que con el kirchnerismo.

El problema de este trabajo de investigación radica en la inconsistencia entre las causas que genera la inflación, con su receta aplicada durante el período analizado (2013-2015). Dicha inconsistencia se debe específicamente a la aplicación de precios cuidados como instrumento antiinflacionario, lo cual, parecería un parche, más que un programa macroeconómico a largo plazo, consistente y que su efecto sea la eliminación del problema de raíz, y no de su consecuencia. Porque, si la consecuencia de la inflación es el aumento en el nivel de precios relativos, y su causa la excesiva emisión monetaria sin respaldo, ¿por qué todos los esfuerzos no están puestos en esto último?

Por todo lo dicho hasta el momento, el objetivo general de ese trabajo fue la determinación en la cual esta política económica adoptada en la etapa final del kirchnerismo desde la teoría y la realidad empírica, cumple con el propósito de acabar con la inflación o es un simple paliativo. Seguidamente, los objetivos específicos serán, a)- reconocer los problemas de más que generan los controles de precios y su distorsión en la economía y. b)- examinar esta política puesta en práctica en el período investigado.

La metodología adoptada en este trabajo de investigación será la revisión de literatura de aspectos económicos, políticos e históricos, acorde a los objetivos y del problema planteado con anterioridad. De este modo, el enfoque será cualitativo para poder entender un tema con tantas complejidades como lo es la inflación. Además, se consultarán fuentes históricas sobre la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC) para comprender *prima facie* el contexto económico y su necesidad por la cual se basó la urgencia de disminuir la inflación y por qué los controles de precios fueron el mecanismo llevado a cabo como política de estabilización. Por esto mismo, el tipo de esta investigación será correlacional, ya que se medirán dos variables, que como son la inflación y los controles de precios, en este caso, el programa Precios Cuidados.

La economía es una ciencia social con cambios constantes, y donde los contadores públicos están inmersos en ella, por eso la importancia del tema seleccionado. El contador convive con la inflación siempre que realiza su actividad profesional, ejemplos de esto son, el ajuste por inflación, las evaluaciones de proyectos, la determinación de la estructura de costos de una empresa, el armado de presupuestos, la liquidación de impuestos y tasas, entre otros quehaceres del contador. Cuando el gobierno deliberadamente implementa un programa de estas características, desvirtúa la contabilidad y finanzas de las empresas afectadas. Por este motivo, entendemos que el perfil de este profesional, debe tener un mayor alcance y competencias que permitan poder estudiar, investigar, construir escenarios futuros económicos, entre otros, para no naturalizar y aprender a convivir no solo con la inflación, sino también para responder mejor ante cualquier política económica.

Capítulo I – Problematización del Caso de Estudio

La inflación en la Argentina es sin dudas, una de las inquietudes que más ha preocupado a los distintos gobiernos, tanto democráticos como *de facto*. Junto a otras variables macroeconómicas como, por ejemplo, la cotización del dólar, el desempleo, o la distribución del ingreso, la inflación está a la orden del día en cualquier discusión económica de cómo resolverla, tanto en profesionales de las ciencias económicas como para ajenos a la misma, ya que afecta a todos en mayor o menor medidas.

Se ha asociado a la inflación como la causa de todos los males que acarrea Argentina durante décadas: desocupación, déficit, pobreza e indigencia, recesión y otros desencadenantes sociales que indirectamente, pueden ser generadas por la misma: inseguridad, paros de trabajadores, conflictos sociales, entre otros. No hay que olvidar que más allá de la rigurosidad científica que se le asocia a las ciencias económicas, no deja de ser también una ciencia social, de hecho, fue así como nació.

De las tantas políticas económicas que marcaron la presidencia de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner, el programa Precios Cuidados, fue sin dudas una de las más icónicas; que consiste básicamente en un control deliberado de precios por parte del Estado, fijando el mismo por debajo del punto de equilibrio de mercado. De esta manera, tanto la primera mandataria, como el Dr. Axel Kicillof, ministro de Economía en ese entonces, sostenían que estableciendo políticas de precios máximos la inflación iba a disminuir.

Durante el mandato del Dr. Néstor Kirchner, ya existían acuerdos de precios, pero carecía de un marco normativo, es por ello que Sama (2019), siguiendo esta misma línea, sostiene que en el gobierno predecesor al que se analizará, carecía además de esto, de un desarrollo doctrinario y jurisprudencial sobre los controles de precios. También, según el autor se desconocía si a estos programas, el Estado lo implementaba de manera coactivo o a través de un acuerdo bilateral. Es por eso que a finales del 2013 se implementó el programa de Precios Cuidados para que exista un basamento jurídico normativo sobre estas cuestiones.

En cuanto al objetivo primario de esta política económica que es disminuir inflación, Hernández (2021), asevera que los Precios Cuidados no lograron su cometido, y que solo las empresas más grandes pudieron respetar este control de precios y, además les representó un

caso de marketing positivo. Por otro lado, las demás empresas se vieron perjudicadas ya que les era imposible marcar los precios en un punto inferior a lo que exige el mercado.

Siguiendo la última idea del párrafo anterior, Leyva Rayón (2016), asegura que, si el precio que el Estado impone como tope está por debajo del precio de equilibrio, entonces habrá escases, lo que llevaría al mercado negro. La autora sitúa como ejemplo las políticas de control de precios en Venezuela durante la época chavista y como eso se tradujo en precios más altos y góndolas vacías en los supermercados.

La metodología aplicada en este trabajo de investigación, constará de una serie de recolección de datos históricos a partir de distintas fuentes cuantitativas que nos ayudará a comprender la situación en cuanto a variación de precios y el motivo que llevó a la Dra. Cristina Fernández de Kirchner para aplicar la política de Precios Cuidados durante sus dos últimos años al frente del Poder Ejecutivo. Cabe destacar que, tanto en el período analizado, como en los anteriores al frente del Ejecutivo Nacional, los servicios del Instituto Nacional de Censo y Estadística (INDEC), han sido poco confiable según la opinión pública del momento; por lo tanto, las fuentes de recolección de datos -además del INDEC- se realizará en base a organismos y consultoras que, a nuestra consideración, pueden brindar cierta razonabilidad a los efectos de la realización de este trabajo de investigación.

El objetivo general que guiará este trabajo de investigación será determinar si las políticas de precios máximos son factibles para disminuir la inflación, partiendo desde el período 2013-2015. Y los objetivos específicos serán evidenciar algunos de los problemas que desencadenan posteriormente en un aumento de la tasa de inflación con sus teorías respectivas y describir el caso de la implementación del programa Precios Cuidados durante el último bienio de la era kirchnerista.

Todos los problemas económicos deben ser motivo de observación, análisis, diagnóstico y, una eficiente solución fáctica y formal, dejando de lado cualquier ideología política que no logre alcanzar el desarrollo social. Caso contrario, Argentina y cualquier país que no logre solucionar sus problemas económicos, tampoco podrá hacerlos en los términos sociales. Y esto engloba todas aquellas fallas que sean un problema; en este trabajo de investigación llámese inflación.

Es imperativo investigar todo lo relativo a la inflación, ya que la Argentina convive con ella durante casi toda su historia, y fueron muy pocas las políticas económicas que han tenido éxitos para disminuirlas.

De todo lo mencionado surge el siguiente problema de investigación: **¿Pudo Argentina disminuir considerablemente la inflación a través de políticas de control de precios máximos durante el periodo analizado (2013-2015)?**

Capítulo II – Dinámica inflacionaria en Argentina

En este capítulo se abordarán algunas nociones acerca del significado de la palabra inflación, como así también algunas de las teorías explicativas que más aceptaciones han tenido a lo largo de la historia del pensamiento económico moderno, para poder luego, adentrarnos acerca de las variaciones de precios que ha tenido y tiene nuestro país para de esta manera, poder entender algunas de las políticas económicas de regulación de precios ortodoxas que veremos en los capítulos siguientes.

Conceptos de inflación y su distorsión en la economía

Blanchard (2012) define a la inflación como “una continua subida del nivel general de precios de la economía, llamado nivel de precios. La tasa de inflación es la tasa a la que sube el nivel de precios”, y, en contrapartida, el francés determina a su contracara, que es la deflación como “un descenso continuo del nivel de precios. Corresponde a una tasa de inflación negativa” (p.27.). La deflación alta generaría los mismos problemas que la inflación, para Blanchard, “plantearía muchos de los mismos problemas que una alta inflación, desde distorsiones hasta un aumento de la incertidumbre, incluso una baja tasa de deflación limita la capacidad de la política monetaria para influir en la producción” (p.30.)

Para poder comprenderlo mejor, a continuación, en la figura 1 (p.7) se puede visualizar de manera ejemplificadora lo que el economista ha teorizado.

Figura 1

Ejemplo de inflación y deflación



Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en este caso ficticio de la figura 1 (p.7), en los años donde el nivel de precios es igual o mayor a cero, corresponde a períodos inflacionarios. Y, el descenso del nivel de precios, podemos verlo en el año 2004 que está representado por valores negativos, eso es lo que se conoce como deflación. El mismo Blanchard asevera que la deflación es un fenómeno extraño, aunque no imposible. Por eso es válido al menos mencionarla.

La inflación es un asunto sumamente importante según su propia consideración, ya que el problema alude en que, una suba de la tasa de inflación, nunca será acompañada de una suba proporcional en los salarios; estos últimos siempre serán menores. La paridad entre la repentina suba de los precios de bienes y servicios directamente proporcional a los salarios (por ejemplo, la tasa de inflación sube 10% y los salarios 10%) es lo que se define como inflación pura. Pero la dicotomía que la realidad presenta, es lo que convierte a la inflación una gran preocupación.

¿Cuál es la mejor tasa de inflación? Ni una alta tasa de inflación, ni una tasa negativa como la deflación son síntomas de una sana economía. Según Blanchard, la mayoría de los economistas entendidos en los temas macroeconómicos, consideran que lo más sano es que la inflación sea baja y estable, y que se posicione entre un orden del 0% y el 3% (aunque no lo menciona, suponemos que hablan de una variación anual).

Suscribiendo bajo el mismo concepto de inflación visto anteriormente, Pérez Enrri (2016) la expresa como “un aumento en el nivel general de precios. No todos los precios de bienes y servicios se incrementan en la misma proporción; unos se adelantan y otros se atrasan.

Por lo tanto, hay modificaciones en los precios relativos. La tasa de inflación es la tasa de incremento en el nivel general de precios” (p.140). El autor agrega el concepto de precios relativos, y lo define como el precio de aquel bien o servicio que puede ser comparado con otros, por ejemplo:

1kg de carne = 5kg de pan o 1 televisor = 60 horas de trabajo. Claramente, la inflación distorsiona la economía, y hace que haya ganadores y perdedores. De acuerdo al primer ejemplo ilustrativo de Pérez Enrri, ahora propone el supuesto en que si en vez de ser 1 a 5 la relación de precios relativos entre la carne y el pan, y, pasa de 1 a 7, entonces el productor de carne es quien se beneficia por esta variación de precios, ya que, por cada kilo de carne, obtendría 2kg más de pan. Este sector “ganador” se beneficia porque su posición mejoró con respecto con quien se lo compara.

En cuanto a las consecuencias perjudiciales de la inflación, señala una multiplicidad de acontecimientos que son realmente nocivos y que tales efectos son alcanzados por la mayoría de los agentes económicos. Aunque primero, advierte que los precios ya de por sí son señales que permiten a estos agentes su modo de comportamiento, por ejemplo, a los consumidores les indica la cantidad de bienes y servicios a consumir, y a los productores la cantidad de bienes y servicios a producir. Ahora, en un mercado con inflación persistente, rompe esta previsibilidad y sus planes pasan a ser inútiles para tomar cualquier decisión que los beneficie. Al ser ineficaces cualquiera de sus planes, la inversión para mejorar su producción será menor, la combinación de factores de la producción requerirá más ingenio, se reduce la confianza en el país haciendo que haya fuga de capitales, entre otros. Pérez Enrri acaba manifestando que “se acentúan las desigualdades porque produce transferencias de ingreso sistemático, a veces, aleatorias. Los empresarios dedican más tiempo a la especulación – que genera mayores beneficios – que a la producción” (p.145.).

Hazlitt (2021) al preguntarse qué es la inflación, sostiene acerca de la misma que “la inflación, siempre y en todas partes, es producida por el aumento del dinero en circulación y del crédito. En realidad, la inflación es el aumento del dinero en circulación y del crédito” (p.7.), y lo interesante, es que el autor define a la inflación no por su concepto, sino por causa. El filósofo libertario defiende su postura acerca del término inflación, argumentando que en un principio esta palabra era utilizada para referirse a la cantidad de dinero que estaba inflado, o sea, que el dinero circulante era más que lo que la economía requería. El autor concluye sosteniendo que “emplearla para significar un “alza de los precios” es desviar la atención de la verdadera causa de la inflación y de la verdadera forma de remediarla” (p.8.).

Teorías explicativas de la inflación

A lo largo de la historia del pensamiento económico se han aceptado algunas teorías que explican el motivo de la inflación. Tenemos al menos dos grandes grupos; por un lado, la más conocida es la teoría explicativa desde el lado de la demanda agregada, donde a su vez se destacan la Monetarista y la Keynesiana. En segundo orden desde el lado de la oferta agregada, conocida también como la inflación en los costos.

La inflación desde la demanda agregada: los enfoques monetario y keynesiano

Primero es necesario entender el concepto y componentes de la demanda agregada. De Gregorio (2007) representa a esta como:

$$Y = C + I + G + XN$$

Donde, Y es el PBI, que a su vez podemos inferir que es igual a la oferta agregada. C , es el consumo de los hogares, I , son las inversiones, G son los gastos del Estado (siempre que sean de bienes y servicios, por ejemplo, defensa y educación), y XN las exportaciones netas, que, el autor la muestra de manera más clara de la siguiente manera:

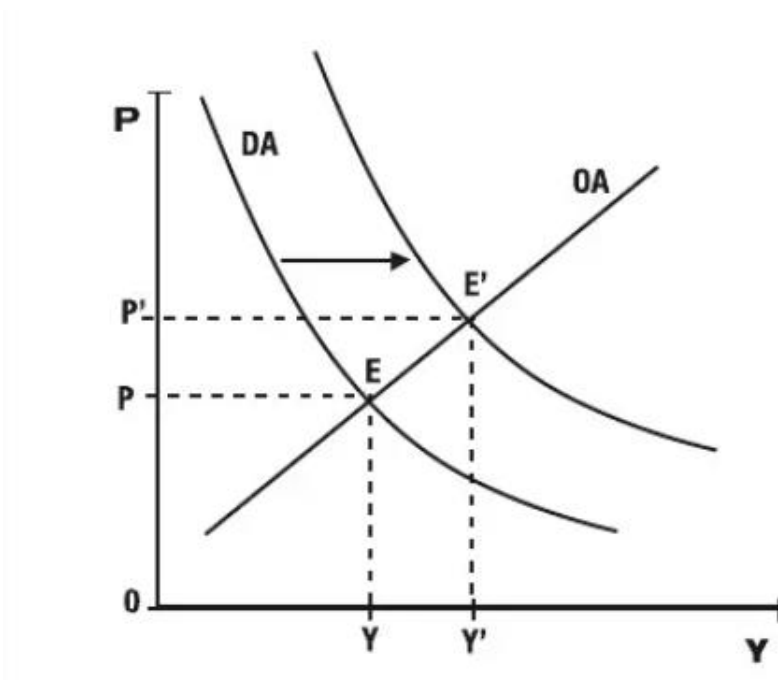
$$XN = X - M$$

Donde X son las exportaciones, y M las importaciones; de la diferencia de estas, surgen las exportaciones netas.

En este sentido, nuevamente citando a Pérez Enrri (2016), explica que “si la demanda agregada aumenta muy rápido y la capacidad productiva de la economía se rezaga, se produce una inflación de demanda que eleva los precios, para de esta manera, conseguir que la demanda y la oferta agregada de equilibren” (p.140.).

Figura 2

Aumento de la demanda agregada



Fuente: Pérez Enrí (2016), Introducción a la economía

En la figura 2 (p.10) se puede observar como un aumento en la demanda agregada, aumentan los precios, ya que la oferta agregada se mantiene constante y no acompaña ese aumento.

De este escenario surgen entonces, dos teorías. La primera es el enfoque monetario. Y el autor la representa a través de la siguiente ecuación de la teoría cuantitativa del dinero:

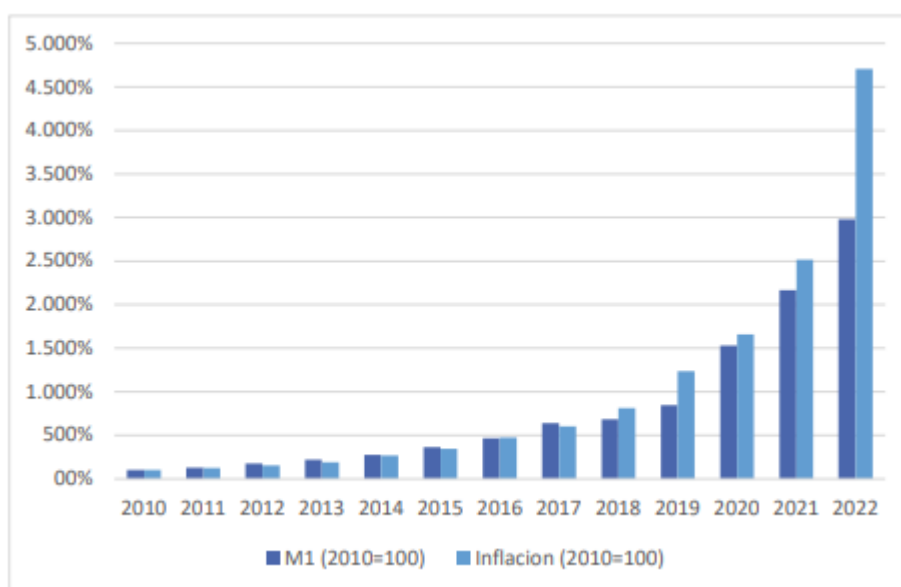
$$M.V = P.T$$

Donde M es la cantidad de dinero, V es la velocidad del dinero, P el nivel medio de precios, y T son el volumen de las transacciones. Cuando aumenta M , también aumenta P para compensar la igualdad en la ecuación. Debido a esto, ante un cambio en la política monetaria, inevitablemente habrá un cambio en los precios, en este caso, si aumenta la emisión, aumenta la inflación. Sobre esta postura monetarista, el autor expresa que la consecuencia de las variaciones de los precios, son producto por un cambio de la base monetaria, ejemplo de esto puede ser el déficit fiscal cuando el mismo es financiado con emisión monetaria, esta política expansiva “presionará los precios porque la demanda agregada se elevará por encima de la disponibilidad de bienes” (p.142.). En resumen, la demanda agregada se elevará por el incremento de la oferta monetaria, esto, según los monetaristas, aumentaría el nivel de precios.

Volviendo a Hazlitt (2021), asevera que el aumento de la tasa de inflación se genera cuando el dinero en poder del público aumenta, y, en consecuencia, la población comienza a gastar ese dinero en el mercado de bienes y servicios. Para que no ocurra un desenfreno inflacionario ante la excesiva emisión monetaria, será necesario que desde la oferta aumenten sus bienes y servicios en la misma proporción en la cual son demandadas. Es por este motivo que los economistas que comparten esta postura sostienen que la demanda agregada aumenta por la emisión monetaria sin ningún respaldo, y, por lo tanto, eso es lo que genera mayor inflación.

Figura 3

Emisión de dinero e inflación en el período 2010-2022



Fuente: UADE (2022)

En el gráfico de la figura 3 (p.11) elaborado por la Universidad Argentina de la Empresa, en su informe de junio del 2022, muestra la correlación entre la emisión monetaria y la inflación; aunque, en el mismo informe advierten que en el periodo 2018-2019 la emisión se redujo en un 2,6% y un 0,5% del PBI, sin embargo, la inflación alcanzó 34,2% y 52,7% respectivamente, esto se debe a que no tiene un efecto inmediato sobre el nivel general de precios. Esto se puede visualizar a partir del 2020, dónde la emisión volvió a incrementarse en un 4,2% del PBI, arrojando una inflación del 51,7%, y los subsiguientes efectos inflacionarios

se verán reflejado a finales del 2022 con una inflación estimada, según el informe, de entre 75% y 80%.

En contrapartida al enfoque monetarista dentro de la explicación de la inflación desde la demanda agregada, tenemos al enfoque keynesiano, llamado así gracias al economista británico lord John Maynard Keynes, que tuvo una gran influencia en el pensamiento económico del siglo XX, y, además, fue quien formuló y acuñó los términos de oferta y demanda agregada en su obra cumbre: Teoría general del empleo, el interés y el dinero, de 1936. Keynes, rechaza la idea que la inflación se debe a un incremento de la oferta monetaria (M) como hemos visto anteriormente.

Pérez Enrí (2016), sobre este enfoque, explica que no hay una relación directa o proporcional entre el nivel de precios (P) y la oferta monetaria (M). Cualquiera de los componentes de la demanda agregada podría ser la generadora de un aumento por encima de la oferta agregada. Pero no se debe a un incremento de la base monetaria, sino por un aumento autónomo de la demanda agregada, que podría ser, por ejemplo, la inversión, donde el mismo Keynes (1966) afirma que “cuando se alcanza la plena ocupación, cualquier intento de aumentar la inversión pondrá en movimiento una mayor tendencia de los precios a subir sin limitación, independientemente de la propensión marginal a consumir, esto es, nos encontramos frente a un estado de inflación verdadera” (p.112.). Aquí el británico explica como a través de un aumento de uno de los componentes de la demanda global o agregada, causa una suba en la tasa de inflación.

El mismo autor, considera que el crecimiento de la demanda agregada genera inflación cuando la producción no puede satisfacer la demanda efectiva, entonces aumentarían los costos para poder hacerle frente; esta situación, según Keynes, presenta un escenario de inflación auténtica. Y, por supuesto, rechaza la idea de los clásicos, de que el aumento en la cantidad de dinero es inflacionista.

En conclusión, ambas posturas están de acuerdo con que el aumento del nivel general de precios se debe a un aumento en la demanda agregada por encima de la oferta agregada, pero, con la salvedad que los monetaristas consideran que es el aumento de la oferta monetaria, y la keynesiana que con cualquier componente de la demanda agregada en pleno empleo por encima de lo que esa economía puede ofrecer, habrá inflación.

La inflación desde la oferta agregada: la inflación de costos o estanflación

Para muchos economistas e historiadores, la crisis del petróleo de 1973, representa el acontecimiento que dio origen a esta nueva explicación acerca del origen inflacionario. Dicho suceso nació a partir del 6 de octubre de 1973, en el Día de Yom Kippur o Día de la Reconciliación de los Judíos, cuando el Estado de Israel entró en guerra con la mayoría de los países árabes. Tal como lo describe Pipkin (2015), a raíz de este conflicto bélico, los países árabes miembros de la OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo) se colusionaron para reducir la oferta de petróleo, y, el mismo aumentó en más de 300%. Todos sus derivados se vieron afectados. Idéntica situación se replicó obviamente en el transporte y en los precios de los bienes y servicios que se encarecieron al ser complementarios. Sólo algunas empresas y con ayuda de sus respectivos gobiernos pudieron incorporar nuevas tecnologías y aumentar salarios a medida que iban teniendo mejores beneficios. Pero, en definitiva, esta crisis puso sobre la mesa el problema en los aumentos de los costos, en este caso el del petróleo.

En efecto, como lo expresa un informe de la CEPAL (2009), el petróleo y sus derivados son utilizados en cada uno de los procesos productivos, entonces, un aumento o descenso de los precios de este combustible, hará que los costos para las empresas sean cada vez más altos, esta situación hace que los hogares de menores ingresos se vean perjudicados. En el mismo, ponen de manifiesto que existe una relación positiva entre los precios del petróleo y el IPC, al contrario de lo que sucede con el PBI, que es negativa. Por lo tanto, un aumento en los costos de este combustible fósil, afecta la producción e incide directa e indirectamente en la inflación. Así como vimos con el petróleo, esto mismo pueden pasar con los demás costos de los factores de la producción de una economía; de allí su importancia.

Esta sea quizá, una de las explicaciones más sencillas para poder comprender el origen de la inflación. Pérez Enrri (2016) define a esta como aquella que es “provocada por una perturbación de oferta, se produce cuando los precios y salarios suben antes de que una economía alcance una situación de pleno empleo” (p.143.).

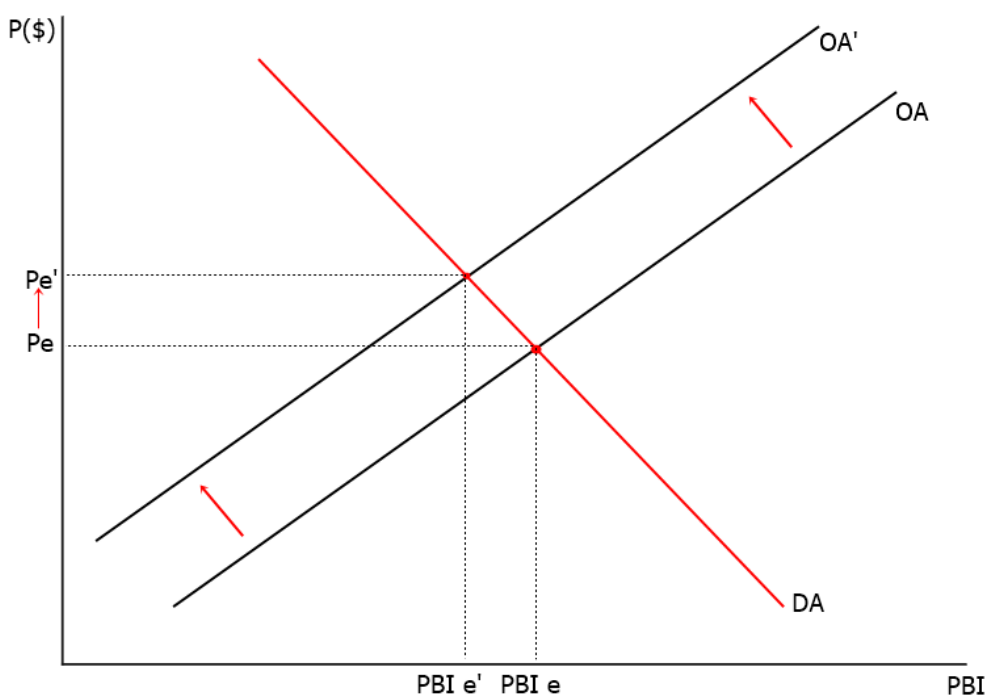
Siguiendo la idea del autor, la clave de esta postura es entender la estructura de costos de las empresas que integran la oferta. Es el típico caso de los aumentos salariales, donde el productor tendrá que subir el precio de los bienes y servicios, o sea, traslada su costo a la demanda. Otro de los sucesos que nutre a esta teoría, es la del aumento en el tipo de cambio. En época de devaluación, la oferta tendrá barreras más altas para importar insumos que luego

serán manufacturas, porque necesitará más moneda local para comprar quizá la misma cantidad, este costo también será trasladado a la demanda, lo que generará un aumento generalizado en los bienes y servicios de una economía.

Para concluir sobre esta visión de que la inflación es originada desde la oferta agregada, en el siguiente gráfico de la figura 4 (p.14) se resume lo investigado en las líneas anteriores. En primer lugar, tenemos una oferta agregada que equilibra el PBI con un precio determinado. Ahora, como la inflación según este punto de vista se explica por un aumento en los costos, esto genera una perturbación en la oferta agregada, su curva se contraerá hacia la izquierda estableciéndose un nuevo punto de equilibrio de mercado, que, esta vez, hace que el PBI también se contraiga a la izquierda y el precio suba. Esta nueva situación es generadora de inflación según los teóricos.

Figura 4

Inflación desde la oferta agregada por el aumento de los costos



Fuente: producción propia a partir de la teoría recabada en Pérez Enrri (2016) y conclusión a título personal sobre informe de la CEPAL (2009)

Capítulo III – Políticas económicas de controles de precios por parte del Estado

El siguiente capítulo tiene por objetivo teorizar concretamente acerca de la regulación del mercado por parte del Estado, y más precisamente sobre los precios. Pero primero es importante introducir algunos conceptos que explique la existencia de la intervención del estado en la economía y algunas de las acepciones que ha tenido la misma de acuerdo a la ideología de esas doctrinas.

Nociones de políticas económicas

El economista español Cuadrado Roura (2010), define explícitamente a la política económica como “la aplicación de determinadas medidas que realizan las autoridades para conseguir determinados fines” (p.19.). Este autor también destaca los componentes de la política económica, que son: la acción deliberada, ya que cuando se habla de autoridad, está refiriéndose en realidad al gobierno, en cualquiera de sus niveles (en un país Federal como Argentina sería el nacional, provincial y municipal) y a las decisiones que toman en virtud de su poder de imperio. El segundo componente son los fines u objetivos deseados; hay que destacar que los fines son genéricos, mientras que los objetivos son puntuales y que cuando este objetivo es cuantificable, se convierte en una meta. Y, por último, el componente que menciona este prolífero autor, son los medios o instrumentos necesarios para alcanzar los fines, objetivos o metas.

Mochón y Beker (2007), definen a la política económica como “la forma concreta en que el sector público interviene en la actividad económica” (p.224), y distinguen entre dos tipos de políticas económicas, que pueden ser: microeconómicas, y, macroeconómicas. Para estos economistas, la microeconómica, es en la cual el Estado interviene de manera concreta sobre ciertas actividades con el fin de sanear las fallas del mercado. A su vez, señalan que dentro de la misma se pueden ser de tipo social como la entrega de subsidios a un determinado sector que podría ser por ejemplo una actividad económica como en el transporte o social para personas desocupadas; puede ser también a partir de impuestos para desalentar una determinada actividad. La macroeconómica, hace referencia a nivel más estructural, y al uso de las dos grandes políticas económicas, que son la política monetaria y la política fiscal.

Desde el punto de vista de académico de Figueras (2022), la política económica es el “conjunto de las distintas formas de intervención del sector público en la actividad económica” (p.25.). También sigue la misma línea de Roura en cuanto al fin de las políticas económicas en cuanto a su enfoque tradicional. Cree que el mismo está supeditado al uso de instrumentos o herramientas al alcance del gobierno para llevar adelante políticas económicas con el fin de lograr objetivos económicos. Entre esos instrumentos el autor menciona:

- Gasto público
- Presión impositiva
- Tipo de interés
- Oferta monetaria
- Entre otros.

Sobre el final de su obra, el economista efectúa un análisis particularizado de cada una de las políticas económicas existentes, entre ellas:

- Política cambiaria
- Política comercial
- Política de estabilización
- Política fiscal
- Política de ingresos o de rentas
- Política monetaria
- Política de precios
- Política regional

Aunque para este trabajo final solo nos concentraremos en la política de precios, que la concreta teóricamente como una política estatal que “apunta a fijar controles sobre los mismos, por lo común inoperantes y con efectos contraproducentes en el largo plazo”, y sigue, “suele tener por propósito verdadero “calmar las expectativas” inflacionarias en marcos de gran inestabilidad” (p.409,410.).

Política económica monetaria para reducir la inflación

Sin dudas, es innegable que es imposible teorizar acerca del origen de la inflación y sus consecuencias sin mencionar a la política económica, ya sea en menor o mayor profundidad, ya que esta, como se ha ido observando, repercute directamente en la inflación.

La política monetaria según Cuadrado Roura (2010) es una política económica instrumental, ya que como hemos visto al comienzo de este capítulo, estos son los medios para

lograr los objetivos de política económica que estaría deseando alcanzar el gobierno. Los Bancos Centrales tendrán un rol sumamente importante para lograrlos.

Define a la política monetaria como una “acción consciente emprendidas por las autoridades monetarias, o la inacción deliberada, para cambiar la cantidad, la disponibilidad o el costo de dinero, con objetivo de contribuir a lograr algunos de los objetivos”, y resume “controlar la cantidad de dinero que existe en la economía” (p.288).

Para reducir la inflación a través de esta política, habría que hacer uso de la política monetaria directa. En primer lugar, hay que entender que las expectativas juegan un papel fundamental, y es el Banco Central es responsable de brindar confianza a los agentes económicos, para que puedan tomar decisiones financieras sin generar expectativas inflacionarias. Para eso es necesario la eficiente utilización de indicadores e instrumentos para llegar al objetivo final. Algunas de las recomendaciones básicas son:

- Que las políticas monetarias sean predecibles
- Que los bancos centrales sean autónomos; donde los mercados financieros, trabajadores, empresarios y cualquier agente tenga expectativas positivas. Según él, “esta credibilidad permite crear expectativas de inflación a la baja”

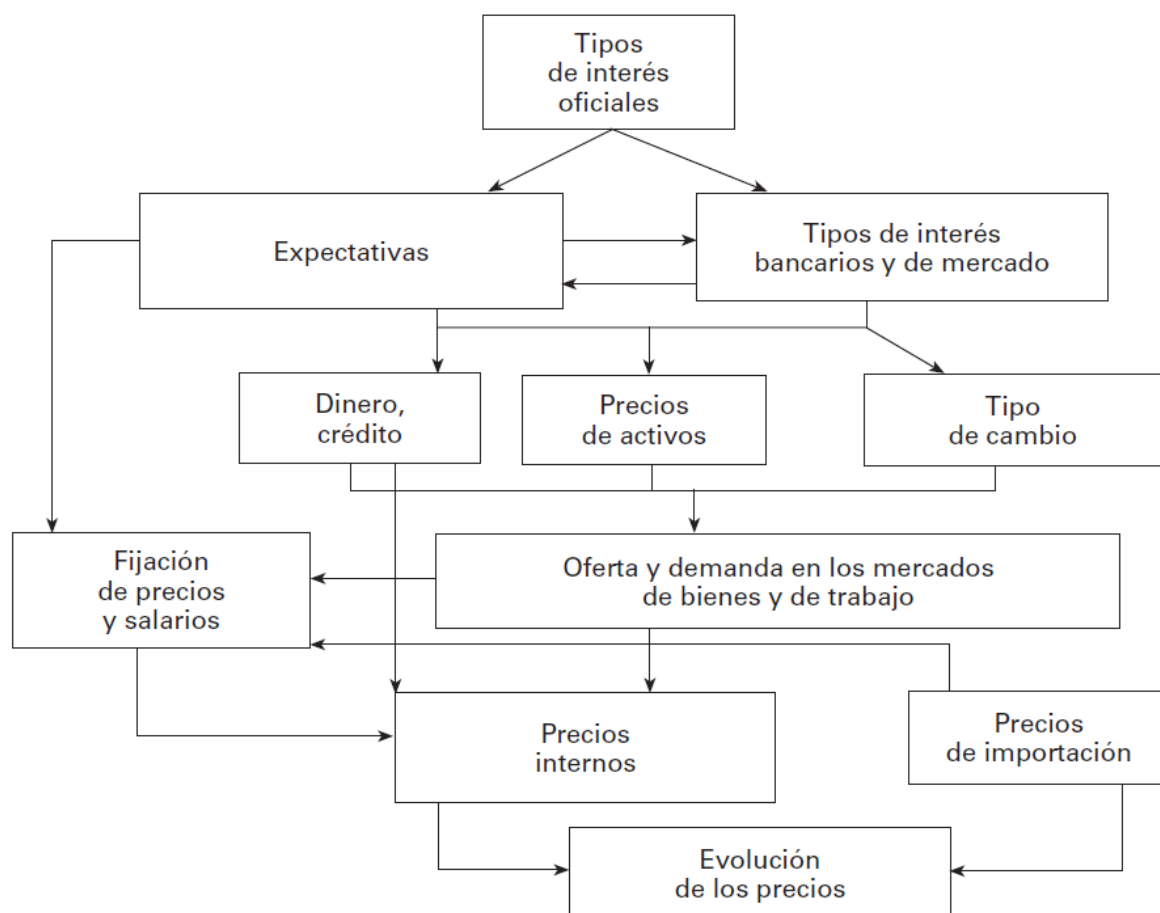
Entonces, un banco central autónomo, y predecible, propiciaría el escenario perfecto para reducir la inflación.

El esquema básico del funcionamiento de la política monetaria de control directo sobre el objetivo de la inflación para Cuadrado Roura (2010), estarían reunidos en los siguientes puntos:

- Que el Banco Central brinde información clara y precisa sobre la elaboración del IPC, de tal modo que sea totalmente entendible para el público.
- Tener en cuenta los retardos que puedan llegar a ocurrir; para esto, es imperativo que haya previsiones y que sean construidas de acuerdo a indicadores cualitativos y cuantitativos.
- El tipo de interés, que se explica en el cuadro de la figura 5 (p.18). Para el economista, “los cambios en los tipos de interés de los mercados a corto y largo plazo, influyen en los precios de los activos y, por lo tanto, en la financiación del consumo y de la inversión de las familias y de las empresas, y en el ahorro” (p.305).

Figura 5

Ilustración del mecanismo de transmisión desde los tipos de interés hasta los precios.



Fuente: Cuadrado Roura, J. (2010). *Política Económica. Elaboración, objetivos e instrumentos*. 4ta. Edición. Madrid: McGraw Hill Education sobre el Banco Central Europeo

También podríamos agregar a esta receta algo de política fiscal contractiva a corto plazo. En el mismo material menciona las siguientes pautas en la p. 326:

- Reducción del gasto real del Estado en bienes y servicios
- Reducción del gasto en transferencias
- Aumento de los impuestos
- Combinación de los tres medios anteriores conjuntamente o de sólo uno de ellos.

Obstáculos a la eficiencia: Precios Mínimos y Precios Máximos

A continuación, se describen teóricamente dos de las intervenciones del Estado en la economía en cuanto a política de precios, que muchos autores la llaman “obstáculos a la eficiencia”, ya que de esta las curvas de la oferta y la demanda sufren fluctuaciones sin poder mantener su punto de equilibrio. Las principales son: impuestos; subsidios; precios mínimos y precios máximos. Siendo estas dos últimas las que se abordaran.

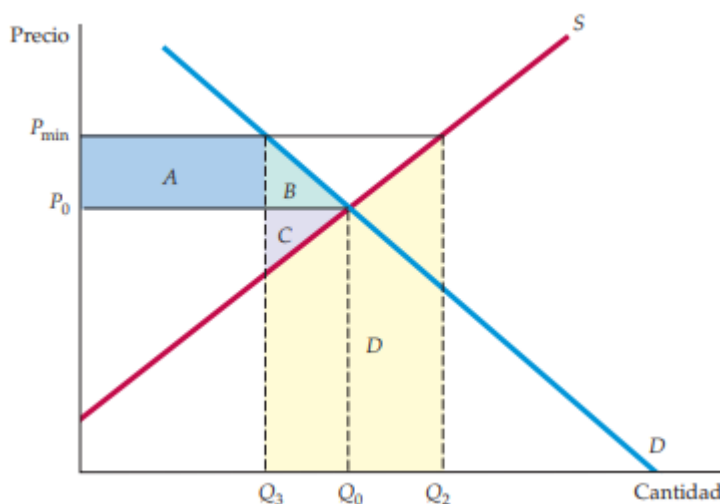
Precios Mínimos

En algunos casos, el objetivo de política económica puede ser el de elevar los precios por encima del punto de equilibrio de mercado, de esto se trata los precios mínimos.

Para Pindyck y Rubinfeld (2009), esta política acarrea pérdidas de excedentes tanto en los productores como en los consumidores.

Figura 6

Precios Mínimos en un mercado competitivo



Fuente: Pindyck, R., y Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. 7ma. Edición. Madrid: Pearson.

La primera consecuencia para los consumidores es que, debido a la deliberada política económica de control de precios, los bienes que consumen aumentan, y es reflejado en el rectángulo A de la figura 6 (p.19); desde luego, como se puede observar en el punto que une la curva de oferta (s) con la del precio mínimo establecido, la demanda disminuye, habiendo en

esta nueva situación un exceso de oferta. Y como tal se muestra en el triángulo B, los consumidores abandonan el mercado, ya que no estarían dispuestos a pagar un precio mayor. Tanto en A como en B, la demanda pierde excedente.

En cuanto a la oferta, los productores ahora estarían vendiendo sus bienes a un precio más elevado, esto se refleja en el rectángulo A, pero como aumento de excedente. Sin embargo, en el triángulo C, se evidencia que las ventas han disminuido y muchos abandonaron el mercado. Pero una de las irreparables consecuencias para los productores es que ahora tendrán que incurrir por un costo, lo cual, debido a la contracción de la demanda, no podrán enfrenarlo, como se puede ver en el trapecioide D de la figura 5 (p.19). En esta cuestión, los autores subrayan que “este tipo de intervención del Estado puede reducir los beneficios de los productores debido al costo del exceso de producción” (p.363).

Precios Máximos

En contrapartida a los precios mínimos, están los precios máximos, que es la política económica la cual le da sentido a este trabajo de investigación, ya que el programa de Precios Cuidados, es en realidad, el establecimiento de un precio inferior al del punto de equilibrio. La idea de Precios Cuidados (o el programa de precios máximos que sea) es que los bienes y servicios sean más económicos para el público, sin embargo, trae asociado algunos problemas estructurales.

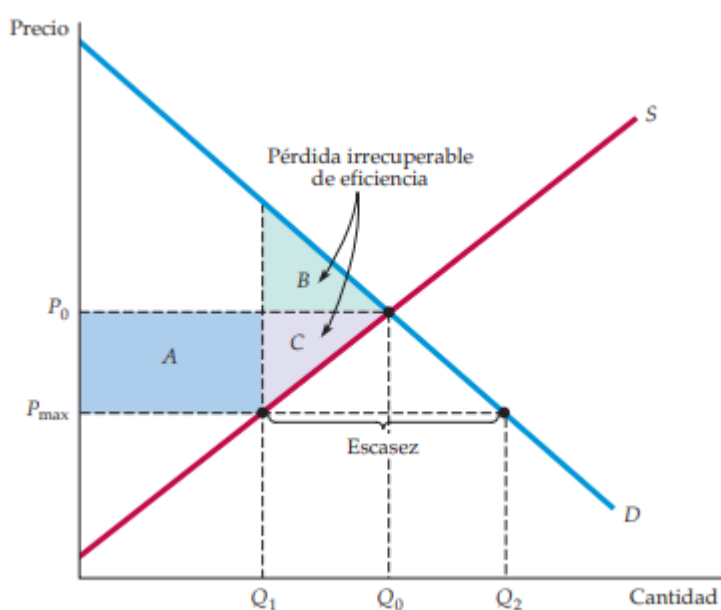
De nuevo con Pindyck y Rubinfeld (2009), a propósito de esta especie de control de precio, consideran que “el gobierno prohíbe a los productores cobrar un precio superior al precio máximo, que es inferior al que equilibra el mercado”, y terminan “ese precio máximo, al reducir la producción y aumentar la cantidad demandada, provoca escasez (un exceso de demanda)” (p.352). De hecho, sobre este tema, en el gráfico de la figura 5, extraído de la obra, podemos observar dicha escasez en los puntos que van de Q_1 a Q_2 , ya que, entre esa zona, la unión de la curva de demanda con la del precio máximo (Q_2) es ahora mayor a Q_1 que es el punto que surge de la unión de la curva de oferta con la del precio máximo establecido por el gobierno. Entonces, en esta nueva situación, al ser mayor la demanda que la oferta, habrá escasez de la misma.

Siguiendo la misma línea, Cuadrado Roura (2010), expresa que “en términos económicos, el control de precios puede provocar una reducción de la cantidad ofrecida del bien o servicio y una disminución del precio pagado por los beneficiarios” (p.261,262). De este modo, asevera que algunos se benefician porque pagan un precio bajo, pero también, están

aquellos que se quedaron sin acceso a ese bien o servicio (en su libro lo ejemplifica con el alquiler de viviendas), cuya consecuencia será la aparición de un mercado paralelo, donde culmina con lo siguiente, “en casos de control de precios, puede aparecer un <<mercado negro>> derivado de una demanda insatisfecha” (p.262).

Figura 7

Precios Máximos en un mercado competitivo



Fuente: Pindyck, R., y Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. 7ma. Edición. Madrid: Pearson.

No obstante, más allá de la escasez, esta intervención trae consigo tres cambios para nada alentadores en la economía si el objetivo y/o meta del gobierno es disminuir la inflación y aumentar la actividad. Que para Pindyck y Rubinfeld son estos tres: 1) cambio del excedente del consumidor; 2) cambio del excedente del productor, y 3) pérdida irrecuperable de eficiencia.

- 1) Aquí los autores distinguen dos tipos de consumidores; los que se han beneficiado y los que han sido desplazados del mercado. El sector beneficiado son los que pueden adquirir el bien a un precio menor, por lo tanto, se ubican en el rectángulo del sector A, que significa un aumento del excedente del consumidor. Sin embargo, aquellos que no pueden gozar este beneficio debido a la contracción de la oferta, no

alcanza a todo el público, entonces, pierden excedente, encontrándose en el triángulo B.

- 2) En este caso, también pueden distinguirse dos grupos. El primero es el de los productores que siguen en el mercado, y el segundo los que lo han abandonado debido a la imposibilidad de ofrecer sus bienes y/o servicios a un precio menor de lo que exige el mercado. Los que permanecen también pierden excedente, ubicándolos en el sector A. En el triángulo C se encuentran los productores que tuvieron que abandonar el mercado y los que aún lo hacen, pero a pérdidas, por eso es el excedente de la producción total. En definitiva, lo que puede continuar en el mercado se ve perjudicado por estas políticas económicas, y el que no, se ha ido.
- 3) En este último podríamos decir que confluyen ambos. Es a lo que estos economistas definen como una “pérdida neta de excedente total” y está conformada por los triángulos B y C. Teniendo en cuenta ambos excedentes donde:

$A - B$ es la variación del excedente del consumidor; $-A - C$ es la variación del excedente del productor y donde la variación total es $(A - B) + (-A - C)$, despejando ambos términos, la pérdida irrecuperable de eficiencia es $-B - C$. Es aquí donde los catedráticos sostienen que “esta pérdida irrecuperable de eficiencia es una ineficiencia causada por los controles de los precios; la reducción del excedente del productor es superior al aumento del excedente del consumidor” (p.354).

Sobre ambas especies de control de precios, Schuettinger y Butler (1979), creen que una incorrecta hipótesis acerca del origen del problema de la inflación, trae aparejado políticas económicas como los controles de precios y salarios que para ambos es “penosa e ineficaz” (p.185). Aquí la teoría monetaria cobra sentido, ya que es el gobierno el principal culpable del aumento de la tasa de inflación cuando gasta por encima de la recaudación fiscal para mantener programas públicos, aumentos de salarios de empleados de este sector, aumento de los mismos en la planta, entre otros. De este modo, aumenta la circulación del dinero por la excesiva emisión monetaria (como ya lo hemos visto en el capítulo II). Consideran que, al largo plazo, aumenta el desempleo, y las empresas se ven más agobiadas, el mercado pierde noción de los precios y las expectativas que hay, es que la inflación irá en aumento.

En conclusión, según el planteo de Schuettinger y Butler (1979) acerca de las que ellos consideran como “políticas tradicionales”, no pudieron contener la inflación porque “el

problema no radica en que las empresas aumenten deliberadamente sus precios, sino en que no estén en condiciones de adaptarse a una situación monetaria que ellos no crearon” (p.187).

Continuando con el rol del gobierno, Samuelson (p.79.) “ocasionalmente, los gobiernos interfieren con el funcionamiento de los mercados competitivos mediante la fijación de límites máximos o mínimos sobre los precios. En tales situaciones, la cantidad ofrecida no tiene ya que ser igual a la cantidad demandada; los precios máximos provocan un exceso de oferta. En ocasiones, la interferencia puede elevar los ingresos de un grupo particular, como en el caso de los agricultores o de los trabajadores no capacitados. Es frecuente que se produzcan distorsiones e ineficacias” (p.79).

Capítulo IV – Análisis del programa Precios Cuidados y su impacto en la inflación durante el período 2013-2015

Dada la creciente preocupación del Gobierno kirchnerista por el aumento de la inflación, el ministro de economía, Axel Kicillof junto a secretario de comercio, Augusto Costa, anuncian para diciembre de 2013 el Programa de Precios Cuidados, que sería en definitiva un plan para contener la inflación mediante la aplicación de precios máximos en cadenas de supermercados y en una serie de productos ponderados según la necesidad de los mismos por parte de la población.

Productos alcanzados y escala sancionatoria

A continuación, se detallan uno por uno los productos afectados para el primer trimestre del año 2014 con sus respectivas escalas sancionatoria, regulada por la Resolución 20/ 2014, apoyándose dicha resolución en el decreto original del Programa Precios Cuidados, en la Ley 24.240 de Derecho al Consumidor y leyes similares, y en la Constitución Nacional Argentina, más específicamente en su Art. 42, que reza:

Artículo 42.- *Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.*

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.

Constitución Nacional Argentina

De la misma escala sancionatoria, podemos encontrar la lista de aquellos productos alcanzados para el primer trimestre del año 2014, que va desde enero a abril de ese mismo año. Estos productos están clasificados por productos, marcas, proveedor, cantidad y unidades. Pero también fueron ponderados según su necesidad, en base a la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares, que determinó que productos son de: alto impacto en los gastos, de mediano impacto en los gastos, y de moderado impacto en los gastos.

Cada uno de estos tres últimos grupos contaban con un total de 65 para el primero, y 64 productos para los dos restantes (193 productos totales en la lista), cuya sumatoria no podía exceder una cierta cantidad de sanción pecuniaria. Es decir, para productos de alto impacto en los gastos, en total, la sanción era de \$2.500.000, segregados por productos era de \$38.462. En los productos de mediano impacto en los gastos, la sanción total era de \$1.500.000, y por productos de \$23.438; mientras que, para los productos de mediano impacto en los gastos, la máxima sanción a percibir era por un valor de \$1.000.000, siendo por productos \$15.625. En la tabla de la figura 8 (p.25) se resume más fácilmente.

Figura 8

Escala sancionatoria 1er trimestre año 2014

Productos de	Cantidad de productos	Sanción por productos (en ARS)	Sanción total por categorías (en ARS)
Alto impacto en los gastos	65	\$38.462	\$2.500.000
Mediano impacto en los gastos	64	\$23.438	\$1.500.000
Moderado impacto en los gastos	64	\$15.625	\$1.000.000
TOTAL DE PRODUCTOS	193		

Fuente: elaboración propia a partir de la Resolución 20/ 2014

La sanción era aplicable en caso de que los supermercados restringieran la oferta de los productos alcanzados en el acuerdo de precio, o que no respetasen el precio máximo estipulado. Para ello, el Estado Nacional realizaba controles aleatorios.

Algunos de los productos que podemos mencionar por categoría son:

- Productos de alto impacto: Pan, galletitas, leche, tapa de asado, papa, pañales, huevos, azúcar, harina, queso cremoso, yerba, vino, cebolla, etc.
- Productos de mediano impacto: papel higiénico, aceite, jabón en polvo, facturas, galletitas de agua, salchicha, hamburguesa de carne, helado, cerveza rubia, jugos en polvo, toallas femeninas, manteca, desodorante, manzana, etc.

- Productos de moderado impacto: pan rallado, soda, alcohol étílico, cacao en polvo, tapa de tarta, crema de leche, fósforos, yogurt con cereales, esponja para lavar los platos, postre niño, cuaderno escolar, café molido, jamón cocido, tostadas etc.

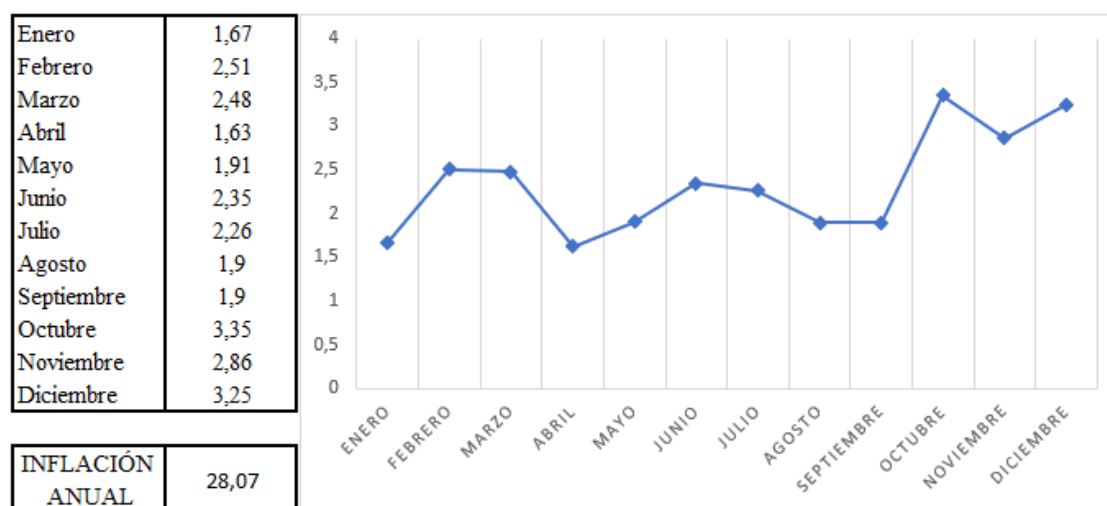
En el Anexo I de este trabajo se puede visualizar la lista completa de los productos junto a sus respectivas sanciones.

Evolución del IPC durante los años 2013, 2014 y 2015

A partir de los datos recabados por la Provincia de San Luis¹, se puede observar que la inflación del año 2013 fue del 28,07%, tal porcentaje en la variación de precios, fue la que llevó al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner a idear un plan para poder reducirla. Fue así que, junto a su ministro de economía, Axel Kicillof, lanzaron en diciembre de ese mismo año el programa de control de precios llamado Precios Cuidados, que entraría en vigor a partir de enero del 2014.

Figura 9

Evolución IPC del año 2013 en %



Fuente: elaboración propia a partir de los datos arrojados por la Provincia de San Luis

El último bienio de la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner estuvo signado por el problema de la inflación. Los datos del INDEC no eran confiables, no se ajustaban a la

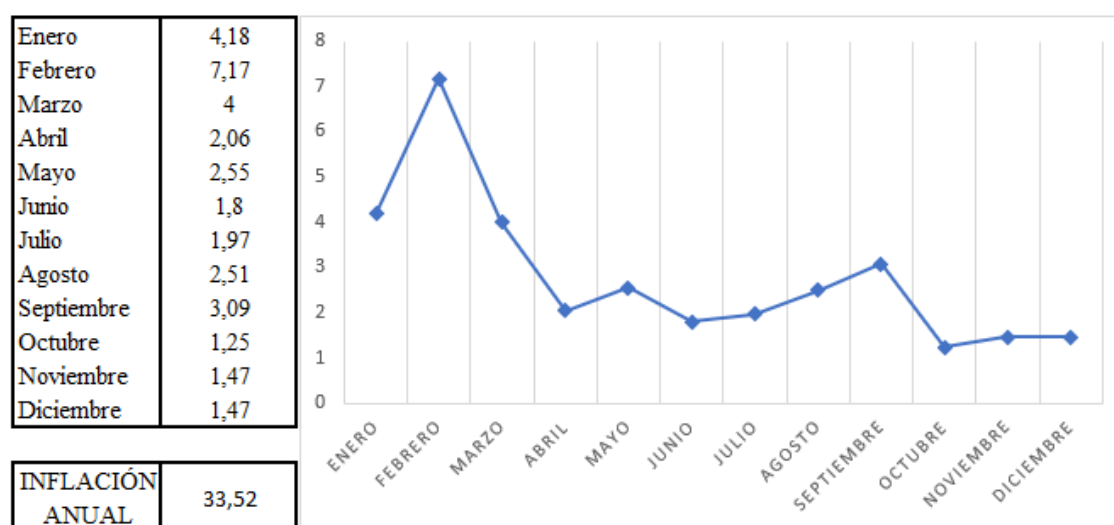
¹ En esos años se tomaba como referencias los datos de la Dirección de Censos y Estadísticas de la Provincia de San Luis, ya que arrojaba valores más altos y ajustados a la realidad.

realidad ya que eran irrisorios, como por ejemplo un IPC del 11% para el 2013. Aun así, el gobierno tenía conocimiento de la dimensión del problema, ya que por algo decidieron implementar esta política económica con el objetivo de mantener la estabilidad en los precios de bienes y servicios.

A continuación, en el gráfico de la figura 10 (p.27), se muestra la variación del IPC para el primer año calendario completo de esta política de precios.

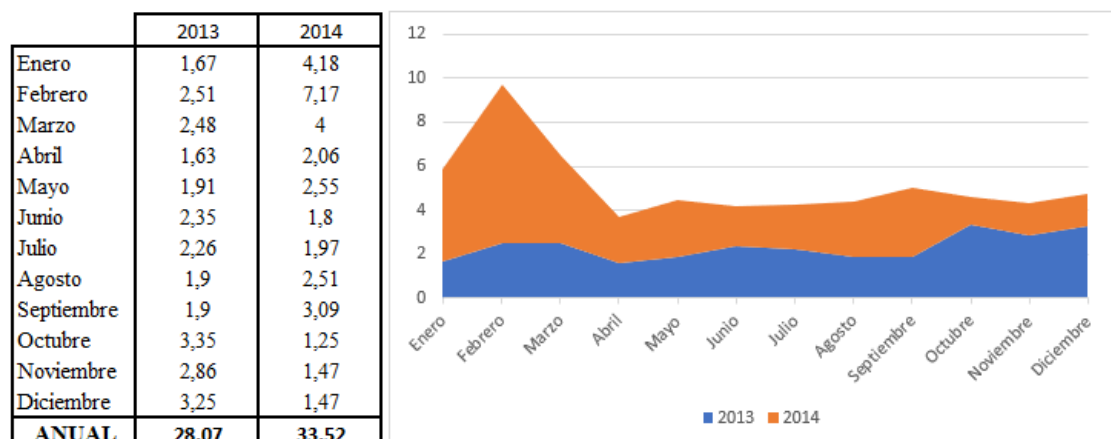
Figura 10

Evolución IPC del año 2014 en %



Fuente: elaboración propia a partir de los datos arrojados por la Provincia de San Luis

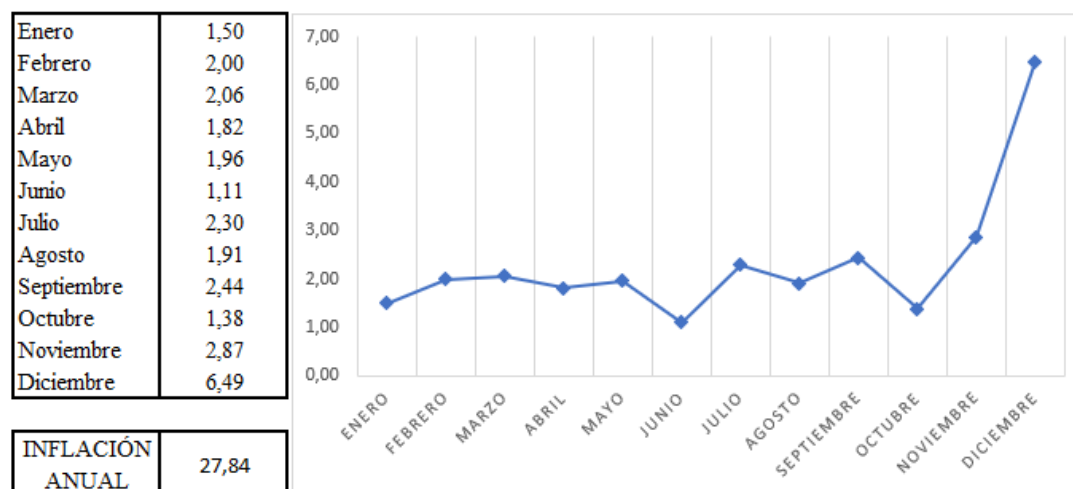
Salvo el último trimestre del 2014 donde la serie se muestra estable, el resto del año tuvo un desequilibrio muy intenso. Los controles de precios no hicieron más que triplicar la inflación si comparamos algunos meses del 2014 con respecto a los del 2013.

Figura 11*Comparativa de la evolución IPC en %. Años 2013-2014*

Fuente: elaboración propia a partir de los datos arrojados por la Provincia de San Luis

Como se puede observar en el último gráfico realizado a los efectos de comparar el nivel de precios de 2013 con respecto al año 2014 que corresponde al primer año de la política de Precios Cuidados, la inflación no ha disminuido, tampoco se ha mantenido estable, sino que aumentó en un 19,42%.

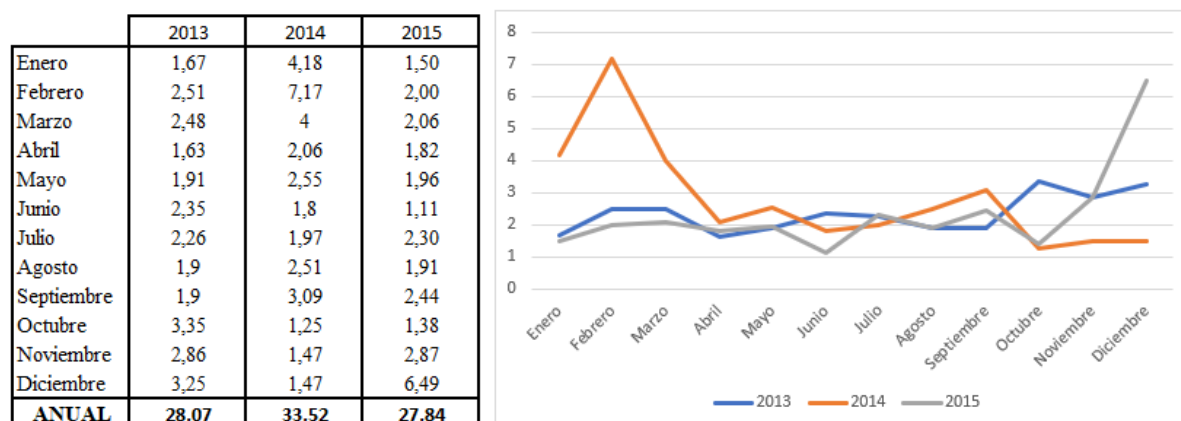
Para el final del 2015, la inflación ha disminuido si se la compara con la del 2014, sin embargo, no tanto como hubiera deseado el gobierno, es más, se mantuvo apenas un 0,23% por debajo del acumulado del 2013; muy malos datos teniendo en cuenta que pasaron dos años desde 2013 a 2015 y no se pudo reducir más que eso.

Figura 12*Evolución IPC del año 2015 en %*

Fuente: elaboración propia a partir de los datos arrojados por la Provincia de San Luis

Figura 13

Comparativa de la evolución IPC en %. Años 2013-2014 -2015



Fuente: elaboración propia a partir de los datos arrojados por la Provincia de San Luis

Como lo demuestra el gráfico de la figura 13 (p.29), los controles de precios a partir del programa Precios Cuidados, no logró disminuir la inflación considerablemente de la manera deseada por el gobierno respecto al 2013, solo lo hizo en un 0,82%, muy poco como para justificar un programa de política económica de semejante tamaño.

La inflación acumulada entre 2014 y 2015 fue del 61,36% si nos regimos con los datos recabados por la Dirección Provincial de Estadística y Censos San Luis

El rol de la Base Monetaria como factor inflacionario

El sitio web estadisticasbcra.com² expresa que la “Base Monetaria está constituida por el dinero legal en circulación (billetes y monedas), más las reservas de bancos en el Banco Central. La Base Monetaria es controlada por el Banco Central y constituye su principal vía para controlar la oferta monetaria. Otra vía para definir la base monetaria es que constituyen los pasivos monetarios del Banco Central”.

² Según indica su página “Estadísticas BCRA es un sitio Independiente (No afiliado con el BCRA, ni con el gobierno argentino, ni con ningún partido o movimiento político, ni con ningún medio de comunicación de ningún tipo), que compila los datos publicados diariamente por el Banco Central de la República Argentina y produce una serie de Reportes y Gráficos a partir de indicadores claves. El objetivo del sitio es acercar a la población los datos que publica el BCRA y sus variaciones temporales de manera clara y precisa. Si quiere saber más sobre las fuentes que se usan en el sitio, visite Fuentes. El listado de todos los reportes publicados puede accederse aquí”.

Figura 14

Base Monetaria al cierre de cada año bajo análisis

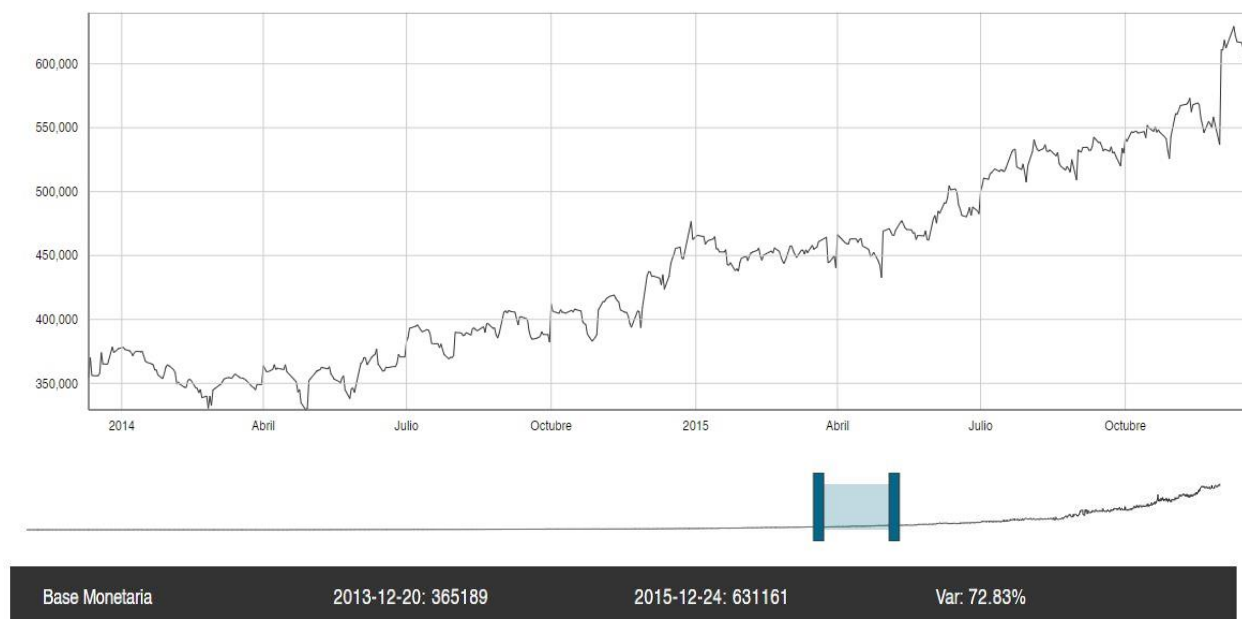
Base Monetaria en millones de pesos	
26/12/2013	378.259
30/12/2014	462.564
24/12/2015	631.161

Fuente: elaboración propia a partir de los datos arrojados por estadisticasbcra.com

El gráfico a continuación, muestra la evolución de la Base Monetaria desde finales del año 2013 hasta finales del año 2015 (donde entraría también algunos días de la presidencia de Mauricio Macri). Todos los datos están expresados en millones de pesos, y su evolución es muy poco alentadora si el fin es disminuir la inflación al largo plazo.

Figura 15

Evolución de la Base Monetaria – 2013-2014-2015



Fuente: estadisticasbcra.com

La variación porcentual según este sitio no oficial del BCRA, pero que reúne información de todos los informes de mismo, fue del 72,83%, lo que equivaldría un aumento porcentual del 11,47% con respecto a la inflación de esos mismos periodos. El gráfico de la figura 15 (p.30) muestra como la Base Monetaria está en constante aumento en tan solo dos años, y, sabiendo como se ha explicado anteriormente según las teorías explicativas, este es un escenario propicio para que el nivel de precios aumente, ya que la oferta de dinero aumenta más que la producción de bienes y servicios, esto provocaría que la demanda aumente considerablemente y no puedan satisfacer sus necesidades. Y a todo esto, se le suma el Programa de Precios Cuidados, que restringe la oferta para satisfacer esa demanda que está en constante aumento.

Conclusión

Quedó en evidencia que los controles de precios no solo son ineficaces por sí mismo para subsanar las fallas de mercado, sino que, además, si son acompañadas de políticas monetarias expansivas, sin dudas genera un alto impacto inflacionario. El gobierno al avizorar que sus políticas no están funcionando, consideran que no bastaron lo suficiente. Entonces, lo siguiente será una ampliación de esta política de precios máximos; que fue lo que en realidad sucedió, comenzaron con 193 bienes en el primer trimestre de 2014 para luego aumentar el espectro y acapara mayores bienes alcanzados, proveedores y comercios. Esto marca un círculo vicioso cada vez más incómodo, que lo único que genera es mayor inflación, y que encima es soportado por las familias y las empresas.

Vimos en este trabajo de investigación que una de las causas probables, viene por un aumento de la demanda agregada, más específicamente en la Teoría Monetaria de la misma. Un aumento en la Base Monetaria, la demanda de bienes aumenta, pero no aumenta en el mismo sentido la oferta de esos bienes. Si a esto le sumamos los controles de precios ya mencionados (precios mínimos y máximos) ya se convierte en un cóctel tóxico para la economía, ya que ambas son decisiones perjudiciales para estabilizar los precios en el mercado.

Siguiendo esta postura, lo más lógico sería en un principio suprimir cualquier intento de controles de precios, al mismo tiempo que se tomen medidas de política monetaria contractiva, con un Banco Central independiente, y a independiente me refiero no solo a que tome sus propias decisiones como órgano autárquico, sino que no financie al Tesoro vía emisión. Y ese es otro punto importante, el Ministerio de Economía, a su vez, debe ser capaz de reducir el déficit fiscal que provoca para que no sienta la necesidad de ser financiado por el BCRA. Además, la misma cartera económica debe ser categórico a la hora de aumentar el gasto público para políticas de asistencialismo innecesario o proselitista que cumpla los caprichos del gobierno nacional de turno.

Entendiendo la teoría, podemos entender la realidad económica, y nos damos cuenta que los Precios Cuidados, son en realidad un manotazo de ahogado cuando la situación inflacionaria se va de la mano. Pero también son una herramienta para el Ejecutivo para “venderlo” como un programa cuyo fin es cuidar los bolsillos de los argentinos. Por eso es peligroso cuando las ideologías partidarias son confundidas con las decisiones que se deben tomar para el desarrollo de un país.

En este sentido podemos concluir que la inflación surge cuando el dinero crece más rápido que la producción. Que esta no es el aumento de precios, sino un aumento del dinero en circulación sin respaldo alguno, y que cualquier intento artificial de querer controlarlos no solamente son en vano, sino que también hacen que los mismos aumenten más de lo esperado, obstaculizando la eficiencia de los mercados.

Anexos

Anexo I -Productos y Escala Sancionatoria para el primer trimestre del Programa Precios Cuidados 2014

Secretaría de Comercio Interior
SECRETARIA DE COMERCIO

Resolución 20/2014

Programa Precios Cuidados. Apruébase escala sancionatoria.

Bs. As., 14/2/2014

VISTO el Expediente N° S01:0031128/2014 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, la Ley N° 24.240, la Resolución N° 2 del 3 de enero de 2014 de la SECRETARIA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que el Artículo 42 de la CONSTITUCION NACIONAL establece que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno; agregando que las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

Que la Ley N° 24.240 tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social; como así también considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo.

Que proveedor, en los términos de la citada norma y sus modificatorias, es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley.

Que según el Artículo 3° de la Ley N° 24.240, la relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario, y se integra normativamente con las Leyes Nros. 25.156 de Defensa de la Competencia y 22.802 de Lealtad Comercial.

Que la SECRETARIA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS viene implementando un sistema de administración de precios para productos de

consumo masivo, con el objeto de asegurar su abastecimiento con precios ciertos y transparentes.

Que esta política resulta consistente con los lineamientos seguidos por el Gobierno Nacional referidos a un crecimiento económico con inclusión social, fortalecimiento del mercado interno, protección del empleo, reindustrialización del aparato productivo y distribución equitativa del ingreso.

Que para ello se ha seleccionado una canasta de productos representativa del gasto en alimentos y bebidas, perfumería, librería, higiene y limpieza, para lograr la fijación de precios de referencia que den certidumbre a los consumidores y resguarden su poder adquisitivo.

Que para asegurar la sustentabilidad del esquema de administración de precios se conformó un acuerdo estructural con las principales empresas del sector supermercadista y con los proveedores de productos de la canasta, con el objeto de abordar toda la cadena de valor y considerar las variaciones de sus estructuras de costos.

Que con dicho objetivo se dictó la Resolución N° 2 del 3 de enero de 2014 de la SECRETARIA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, donde fueron aprobados los Convenios a ser suscriptos por las empresas de supermercados y las empresas proveedoras de productos de consumo masivo.

Que en dichos Convenios se estipuló que las partes cumplirán las obligaciones emergentes de los Convenios bajo los principios de buena fe, máxima colaboración y transparencia, en el marco de la normativa vigente.

Que frente a los derechos y obligaciones previstos en los Convenios suscriptos y dada la oferta que se configura en los mismos, resulta de aplicación la Ley N° 24.240, en tanto norma de orden público y aplicable en todo el Territorio Nacional.

Que la SECRETARIA DE COMERCIO resulta Autoridad de Aplicación de la Ley N° 24.240, con facultades para proponer el dictado de la reglamentación de esta ley y elaborar políticas tendientes a la defensa del consumidor o usuario a favor de un consumo sustentable con protección del medio ambiente e intervenir en su instrumentación mediante el dictado de las resoluciones pertinentes.

Que ante el eventual incumplimiento de las empresas de supermercados en ofrecer para su venta los productos incluidos en la canasta acordada en los Convenios suscriptos con la SECRETARIA DE COMERCIO, en razón de presentarse faltantes injustificados en los locales de comercialización a consumidores finales, tal conducta encuadra en una infracción a la obligación de mantenimiento de la oferta dirigida a potenciales consumidores indeterminados, realizada tanto por las propias empresas de supermercados como por el ESTADO NACIONAL a través de la difusión y publicidad del programa Precios Cuidados.

Que este tipo infraccional, previsto en el Artículo 7° de la Ley N° 24.240, es pasible de la sanción estipulada en el Artículo 47, inciso b) de la misma ley.

Que en virtud de sus facultades reglamentarias antes expuestas y a fin de implementar un esquema sancionatorio objetivo y uniforme la SECRETARIA DE COMERCIO entiende necesario fijar por la presente medida una escala que determine el quantum básico de la sanción

a imponer por incumplimiento de oferta de los productos de la canasta comprendidos en el Convenio suscrito oportunamente con dicho organismo por las empresas de supermercados.

Que en pos de tal objetivo, se estipula el monto base de sanción por incumplimiento de oferta conforme se detallará en el Anexo que forma parte integrante de la presente resolución.

Que para arribar a tales montos se ha tomado en consideración el impacto de cada producto en el gasto total por hogares que se encuentran en los deciles 1, 2 y 3 de la distribución, en base a los datos contenidos en la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares.

Que, en este sentido, el mecanismo instrumentado busca mensurar y cuantificar de un modo razonable el perjuicio resultante de la infracción al consumidor, atendiendo a la importancia que el producto cuya oferta se incumple genera en sus gastos corrientes.

Que con este mecanismo se dividieron TRES (3) grupos de productos que son considerados de alto, mediano y moderado impacto en los gastos, respectivamente.

Que tomando ello en cuenta se previó que el tope de la sanción contemplado en la Ley N° 24.240, esto es PESOS CINCO MILLONES (\$ 5.000.000), era representativo del incumplimiento de oferta para el total de productos de la canasta.

Que a partir de esta línea de base se asignó un monto de PESOS DOS MILLONES QUINIENTOS MIL (\$ 2.500.000) para el primer grupo de productos de alto impacto en los gastos; PESOS UN MILLON QUINIENTOS MIL (\$ 1.500.000) para el segundo grupo de productos de mediano impacto en los gastos y PESOS UN MILLON (\$ 1.000.000) para el tercer grupo de productos con moderado impacto en los gastos.

Que realizadas las divisiones de los montos asignados a cada grupo por el total de productos que los mismos tienen se obtuvo un monto de sanción de PESOS TREINTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y DOS (\$ 38.462) para cada incumplimiento de oferta de los productos del primer grupo, un monto de PESOS VEINTITRES MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y OCHO (\$ 23.438) para cada incumplimiento de oferta de los productos del segundo grupo y un monto de PESOS QUINCE MIL SEISCIENTOS VEINTICINCO (\$ 15.625) para cada incumplimiento de oferta de los productos del tercer grupo.

Que se deja constancia que la escala punitiva reglamentada por la presente resolución no contempla las restantes circunstancias relevantes para la imposición de las sanciones de la Ley N° 24.240, que se enumeran en el Artículo 49 de dicha norma y que serán consideradas individualmente en los actos sancionatorios respectivos.

Que por último es menester advertir que la eventual incorporación de productos a la canasta acordada con la SECRETARIA DE COMERCIO no alterará la presente escala, en pos de una implementación equitativa y uniforme de la misma, en la medida en que los montos por eventuales incumplimientos de oferta por estos nuevos productos se fijarán asimilando los mismos a los ya existentes en función de sus características, cualidades y unidad de medida.

Que la Dirección de Legales del Area de Comercio Interior dependiente de la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, ha tomado la intervención que le compete.

Que, la presente medida se dicta en virtud de las facultades previstas en el Artículo 43, inciso a) de la Ley N° 24.240.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

Artículo 1° — Apruébase la escala sancionatoria de base prevista para eventuales incumplimientos de oferta de los productos de la canasta del programa Precios Cuidados, conforme el Artículo 7° de la Ley N° 24.240, por parte de las empresas de supermercados signatarias de los Convenios aprobados mediante la Resolución N° 2 del 3 de enero de 2014 de la SECRETARIA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, que se acompaña en el Anexo que forma parte integrante de la presente medida.

Art. 2° — Déjase constancia que para la fijación del monto base de sanción para eventuales incumplimientos de oferta de productos que se incorporen a la canasta del programa Precios Cuidados en lo sucesivo se determinará el quantum del producto detallado en el Anexo de la presente resolución que sea asimilable, tomando en consideración sus características, cualidades y unidad de medida.

Art. 3° — Déjase constancia que la escala sancionatoria de base no incluye aquellas circunstancias señaladas en el Artículo 49 de la Ley N° 24.240 para la graduación de la multa, las que serán consideradas en cada caso en concreto al momento de dictarse el acto sancionatorio respectivo.

Art. 4° — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. — Augusto Costa.

CODIGO EAN empresa	PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	CANT.	U	Sanción (\$)
x kg	PAN MIGNON	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
7791813421528	GASEOSA LIMA LIMÓN	SEVEN UP	CERVEC Y MALTERIA QUILMES SA	1,5	LT	38.462
7790895000430	GASEOSA COLA	COCA COLA	COCA COLA	1,5	LT	38.462
7790639001983	GASEOSA COLA	CUNNINGTON	PRODEA	1,5	LT	38.462
7790639001662	GASEOSA LIMA LIMÓN	CUNNINGTON	PRODEA	1,5	LT	38.462
x kg	CARNE PICADA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
NC	POLLO ENTERO FRESCO-CONGELADO	TODAS LAS MARCAS	CENTRO DE EMPRESAS DE PROCE	1	KG	38.462
NC	POLLO CONGELADO	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
x kg	MARUCHA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
x kg	TAPA DE ASADO	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
7793940490002	LECHE COMUN ENTERA ULTRAPASTE	LA SERENÍSIMA	MASTELLONE	1	LT	38.462
7790080032383	LECHE COMUN ENTERA	SANCOR	SANCOR	1	LT	38.462
7791110001874	FIDEOS SECOS TIPO GUISEOS	MANERA	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	500	GR	38.462
7790070317674	FIDEOS SECOS TIPO TALLARÍN	FAVORITA	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	500	GR	38.462
7794910056617	FIDEOS SECOS TIPO GUISEOS	PASTAS CANALE	TERRABUSI-KRAFT MONDELEZ	500	GR	38.462
7794910056600	FIDEOS SECOS TIPO TALLARÍN	PASTAS CANALE	TERRABUSI-KRAFT MONDELEZ	500	GR	38.462
x kg	PAPA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
7790250041665	PAÑALES DESCARTABLES PARA BEBE	BABY SEC	PAPELERA DEL PLATA	36	UN	38.462
7790250041658	PAÑALES DESCARTABLES PARA BEBE	BABY SEC	PAPELERA DEL PLATA	36	UN	38.462
7790250041672	PAÑALES DESCARTABLES PARA BEBE	BABY SEC	PAPELERA DEL PLATA	30	UN	38.462
7790250041689	PAÑALES DESCARTABLES PARA BEBE	BABY SEC	PAPELERA DEL PLATA	24	UN	38.462
7790250041696	PAÑALES DESCARTABLES PARA BEBE	BABY SEC	PAPELERA DEL PLATA	24	UN	38.462
7506309847108	PAÑALES DESCARTABLES PARA BEBE	PAMPERS BABYSAN	PROCTER AND GAMBLE	44	UN	38.462
x kg	TAPA DE NALGA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
7792335000321	HUEVOS	AVICOPER	NUESTRA HUELLA	6	UN	38.462
NC	HUEVOS	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	6	UN	38.462
x kg	HUESO CON CARNE	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
7790990992340	JABON BLANCO EN POLVO	ZORRO	ALICORP ARGENTINA S.C.A.	400	GR	38.462
7790990992067	JABON BLANCO EN POLVO	ZORRO	ALICORP ARGENTINA S.C.A.	800	GR	38.462
7790990992333	JABON BLANCO EN POLVO	ZORRO	ALICORP ARGENTINA S.C.A.	400	GR	38.462
7791905001621	JABON EN POLVO PARA LAVARROPA	QUERUBÍN	GRUPO QUERUCLOR	800	GR	38.462
7791905001652	JABON EN POLVO PARA LAVARROPA	QUERUBÍN	GRUPO QUERUCLOR	800	GR	38.462
7590002012239	JABON EN POLVO PARA LAVARROPA	ACE	PROCTER AND GAMBLE	800	GR	38.462
7792878000017	AZUCAR BLANCA	DOMINO	LEDESMA	1	KG	38.462
7792540000017	AZUCAR BLANCA	LEDESMA	LEDESMA	1	KG	38.462
7791100000481	AZUCAR BLANCA	CHANGO	TABACAL AGROINDUSTRIA	1	KG	38.462
7790740528843	CREMA DE ENJUAGUE O ACONDICION	PLUSBELLE	ALICORP ARGENTINA S.C.A.	1	LT	38.462
7790740528836	SHAMPOO	PLUSBELLE	ALICORP ARGENTINA S.C.A.	1	LT	38.462
7791880000053	ARROZ	GALLO	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	500	GR	38.462
NC	QUESO CREMOSO	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
7792180001528	HARINA DE TRIGO COMUN 000	CAÑUELAS	MOLINOS CAÑUELAS	1	KG	38.462
7790070506924	HARINA DE TRIGO 0000	BLANCAFLOR	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	1	KG	38.462
7790070507235	HARINA DE TRIGO COMUN 000	FAVORITA	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	1	KG	38.462
7790387014167	YERBA MATE CON PALO	UNIÓN	ESTABLECIMIENTO LAS MARIAS S.	500	GR	38.462
7792710000014	YERBA MATE CON PALO	AMANDA	LA CACHUERA SA	1	KG	38.462
7790272001098	ACEITE	CADA DIA	AGD	1500	CC	38.462
7790272004594	ACEITE	CADA DIA	AGD	900	CC	38.462
7794519003029	ACEITE	EL RELICAIRO	GERMAIZ	1500	CC	38.462
7790070228406	ACEITE	IDEAL	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	1500	CC	38.462
7790070228550	ACEITE	IDEAL	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	900	CC	38.462
7798156490419	ACEITE	BELLA FLOR	NIEUW WERELD	900	CC	38.462
7797470005491	ACEITE	MAROLIO	VICENTIN	900	CC	38.462
7790088001176	TOMATE PERITA	ALCO	ALCO CANALE	400	GR	38.462
7790580567903	TOMATE PERITA	ARCOR	ARCOR	400	GR	38.462
7791540045196	VINO COMUN TINTO	FACUNDO	PEÑAFLO	1	LT	38.462
7790036046327	VINO COMUN TINTO	UVITA	RPB	1	LT	38.462
7791120031564	ARROZ	MOLINOS ALA	ADECO AGRO	500	GR	38.462
x kg	CEBOLLA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
x kg	CUADRADA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	38.462
7790040177505	GALLETITAS DULCES	VOCACIÓN	ARCOR	465	GR	38.462
7722300829087	GALLETITAS DULCES	BOCA DE DAMA	TERRABUSI-KRAFT MONDELEZ	160	GR	38.462
7722300742676	GALLETITAS DULCES	LINCOLN	TERRABUSI-KRAFT MONDELEZ	153	GR	38.462
7791290008564	DETERGENTE LIQUIDO PARA VAJILLA	ALA	UNILEVER	750	ML	38.462
7793940963001	LECHE EN POLVO ENTERA	LA SERENÍSIMA	MASTELLONE	200	GR	38.462
7613034020956	LECHE EN POLVO ENTERA	NIDO	NESTLÉ ARGENTINA	400	GR	38.462

CODIGO EAN empresa	PRODUCTO	MARCA	PROVEEDOR	CANT.	U	Sanción (\$)
7791070005103	PAPEL HIGIENICO HOJA SIMPLE	CAMPANITA	CELULOSA CAM	320	MTRS	23.438
7790250019046	PAPEL HIGIENICO HOJA SIMPLE	HIGIENOL	PAPELERA DEL	50	MTRS	23.438
7792798007219	CERVEZA RUBIA	QUILMES BAJO CERO	CERVEC Y MALT	970	ML	23.438
7790425001692	CERVEZA RUBIA	BIECKERT	GRUPO CCU	970	ML	23.438
7790132098459	LAVANDINA	AYUDÍN	CLOROX ARGEN	1	LT	23.438
7791905002512	LAVANDINA CONCENTRADA	QUERUBÍN	GRUPO QUERU	1	LT	23.438
7790740503048	DESODORANTE	PLUSBELLE	ALICORP ARGEN	113	GR	23.438
77924841	DESODORANTE FEMENINO	REXONA	UNILEVER	50	ML	23.438
77941923	DESODORANTE MASCULINO	REXONA	UNILEVER	50	ML	23.438
7790990586402	JABON DE TOCADOR	LIMOL	ALICORP ARGEN	3	UN	23.438
7791293023427	JABON DE TOCADOR	SUAVE	UNILEVER	3	UN	23.438
x kg	TOMATE REDONDO	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	KG	23.438
7791615000112	ACEITE	ZANONI	AFA	1500	CC	23.438
7791615000426	ACEITE	ZANONI	AFA	900	CC	23.438
7790272001005	ACEITE	Natura	AGD	900	CC	23.438
7794870000293	ACEITE	ALSAMAR	BUNGE	900	CC	23.438
7794519001421/7794519002022	ACEITE	CORAZON / GERSOL	GERMAIZ	1500	CC	23.438
7792180001641	ACEITE	CAÑUELAS	MOLINOS CAÑU	900	CC	23.438
7792180001665	ACEITE	CAÑUELAS	MOLINOS CAÑU	1500	CC	23.438
7790060023684	ACEITE	COCINERO	MOLINOS RÍO D	1500	CC	23.438
7790070012050	ACEITE	COCINERO	MOLINOS RÍO D	900	CC	23.438
7796039001608	ACEITE	LEG TIMO	NIDERA	1500	CC	23.438
7796039001639	ACEITE	LEG TIMO	NIDERA	900	CC	23.438
7793065000117	ACEITE	COSTA DEL SOL	Tanoni	900	CC	23.438
7790315000477	JUGOS EN POLVO	SER	AGUAS DANONE DE AR		GR	23.438
7790315058324	JUGOS EN POLVO	SER	AGUAS DANONE DE AR		GR	23.438
7798062540581	JUGOS EN POLVO	SER	AGUAS DANONE DE AR		GR	23.438
7798062540659	JUGOS EN POLVO	SER	AGUAS DANONE DE AR		GR	23.438
7790315000415	JUGOS EN POLVO	SER	AGUAS DANONE DE AR		GR	23.438
7790580986001	JUGOS EN POLVO	ARCOR	ARCOR	25	GR	23.438
x kg	MANZANA	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	KG	23.438
7793100130052	PASTA DENTAL	ODOL	COLGATE PALM	90	GR	23.438
7793100120060	PASTA DENTAL	KOLYNOS	COLGATE PALM	90	GR	23.438
x kg	FACTURAS	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	UN	23.438
7790895064289	JUGO CONCENTRADO	CARIOCA	COCA COLA	1,5	LT	23.438
7790036115122	JUGO CONCENTRADO	MOCORETÁ	RPB	1,5	LT	23.438
x kg	ZAPALLO	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	KG	23.438
x kg	LECHUGA	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	KG	23.438
7790040333901	GALLETITAS DE AGUA	MEDIA TARDE	ARCOR	110	GR	23.438
7722300829742	GALLETITAS DE AGUA	EXPRESS CLASICAS PA	TERRABUSI-KRA	120	GR	23.438
7790360000132	SALCHICHAS TIPO VIENA CON PIEL	SWIFT	JBS	6	UN	23.438
7790360000132	SALCHICHAS TIPO VIENA CON PIEL	PATY VIENA	QUICKFOOD	6	UN	23.438
7790770000517	TOALLAS FEMENINAS	CALIPSO	ALGODONERA	8	UN	23.438
7790250096788	TOALLAS FEMENINAS NORMAL CON ALAS	LADY SOFT	PAPELERA DEL	8	UN	23.438
x kg	ZANAHORIA	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	KG	23.438
7790360966841	MEDALLON CARNE VACUNA CONGELADA	SWIFT	JBS	4	UN	23.438
7790360966810	HAMBURGUESAS DE CARNE TRADICIONALES	PATY	QUICKFOOD	4	UN	23.438
7790742112408	MANTECA	LA SERENÍSIMA	MASTELLONE	200	GR	23.438
7794820000601	MANTECA	MILKAUT	MILKAUT	200	GR	23.438
7790990572221	JABON EN PAN	ZORRO	ALICORP ARGEN	150	GR	23.438
7791762181122	REPUESTO DE 96 HOJAS N°3	GLORIA	LEDESMA	96	HOJAS	23.438
7791762181320	REPUESTO DE 96 HOJAS N°3	GLORIA	LEDESMA	96	HOJAS	23.438
7790130000614	MAYONESA	MENOYO	MENOYO S.A.	500	CC	23.438
7794000958685	MAYONESA COMÚN	RI-K MAY DOYP	UNILEVER	485	GR	23.438
NC	AJÍ MORRÓN FRESCO	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	KG	23.438
7613033184406	HELADO	TORPEDO	NESTLÉ ARGEN	63	GR	23.438
7792170007196	HARINA DE MAIZ (POLENTA)	MAGICA	PEPSICO	500	GR	23.438
7790387010305	TE COMÚN	TARAGÜÍ	ESTABLECIMIEN	25	UN	23.438
7790170914759	TE COMÚN	LA MORENITA	LA VIRGINIA	25	UN	23.438
7793913000146	QUESO RALLADO	TREGAR	GARCÍA HNOS.	120	GR	23.438
7793940705007	QUESO RALLADO	LA SERENÍSIMA	MASTELLONE	120	GR	23.438
x kg	ROAST BEEF	SIN MARCA (SUPERM	SUPERMERCAD	1	KG	23.438
7791130004503	LIMPIADOR MULTIUSO	PROCENEX	RECKITT BENCK	500	ML	23.438
7790520155245	LIMPIADOR DESENGRASANTE	MR. MÚSCULO	S.C. JOHNSON Y	500	ML	23.438

PRODUCTO	MARCA	PROVEDOR	CANT.	U	Sanción (\$)
LIMPIADOR	CIF	UNILEVER	375	GR	15.625
PAN RALLADO COMUN	MAMÁ COCINA	MOLINOS CAÑUELAS	500	GR	15.625
PAN RALLADO COMUN	PREFERIDO	MOLINOS RÍO DE LA PLATA	500	GR	15.625
CUADERNO ESCOLAR 16x21	GLORIA	LEDESMA	48	HOJAS	15.625
CUADERNO ESCOLAR 16x21 FORRADO UNIVERSO	GLORIA	LEDESMA	48	HOJAS	15.625
DULCE DE LECHE	LA SERENÍSIMA	MASTELLONE	400	GR	15.625
DULCE DE LECHE	ILOLAY	SUCESORES DE ALFREDO WILLINER	400	GR	15.625
CALDO	MAGGI	NESTLÉ ARGENTINA	114	GR	15.625
CALDO	WILDE	UNILEVER	114	GR	15.625
JUGO SIN DILUIR	CEPITA	COCA COLA	1	LT	15.625
JUGO SIN DILUIR	BAGGIO	RPB	200	ML	15.625
BATATA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	15.625
SAL FINA	DOS ANCLAS	CIA.INTRODUCTORA BS.AS.	500	GR	15.625
SAL FINA	CELUSAL	INDUSTRIAS QUIMICAS Y MINERAS TIMBO S.A.	500	GR	15.625
TAPAS PARA EMPANADAS	LA SALTEÑA	GENERAL MILLS	20	UN	15.625
SODA	SIERRA DE LOS PADRES	NUTRECO ALIMENTOS S.A./ BEBIDAS NIGUIL	2,25	LT	15.625
ALCOHOL ETILICO	MF	FRADEALCO	500	CC	15.625
CAFÉ MOLIDO	LA MORENITA	LA VIRGINIA	250	GR	15.625
TOSTADAS	BIMBO	CIA. DE ALIMENTOS FARGO S.A.	150	GR	15.625
MERMELADA DE DURAZNO	CANALE	ALCO CANALE	454	GR	15.625
MERMELADA DE CIRUELA	ARCOR	ARCOR	454	GR	15.625
ALGODÓN	ESTRELLA	GRUPO VICENTIN - ALGODONERA AVELLANEDA	75	GR	15.625
POSTRE NIÑO	DANONINO	DANONE	161	GR	15.625
POSTRE NIÑO	SHIMY	SANCOR	120	GR	15.625
POSTRE NIÑO	SHIMY	SANCOR	120	GR	15.625
POSTRE NIÑO	SHIMY	SANCOR	120	GR	15.625
POSTRE NIÑO	SHIMY	SANCOR	120	GR	15.625
POSTRE NIÑO	SHIMY	SANCOR	120	GR	15.625
QUESO CREMA ENTERO	MENDICRIM	SANCOR	300	GR	15.625
JAMÓN COCIDO	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	15.625
CACAO EN POLVO	TODDY	PEPSICO	180	GR	15.625
TAPA DE TARTA	MENDÍA	CASAMEN	400	GR	15.625
TAPA DE TARTA DE HOJALDRE	LA SALTEÑA	GENERAL MILLS	230	GR	15.625
LECHE COMUN DESCREMADA LIQUIDA	LA SERENÍSIMA	MASTELLONE	1	LT	15.625
LECHE COMUN DESCREMADA LIQUIDA	SANCOR	SANCOR	1	LT	15.625
CREMA DE LECHE	MILKAUT	MILKAUT	200	CM3	15.625
CREMA UAT	SANCOR	SANCOR	250	CC	15.625
FOSFOROS	RANCHERA	COMPANÍA GENERAL DE FOSFOROS SUDAMERICANA S.A.	220	UN	15.625
ARVEJAS	ALCO	ALCO CANALE	350	GR	15.625
ARVEJAS	NOEL	ARCOR	300	GR	15.625
YOGUR SER CON CEREALES MUESLI	SER	DANONE	174	GR	15.625
ESPONJA PARA LAVAR PLATOS	MORTIMER	CLOROX ARGENTINA S.A.	1	UN	15.625
PERA	SIN MARCA (SUPERMERCADO)	SUPERMERCADO	1	KG	15.625
LENTEJAS SECAS REMOJADAS	LA CAMPAGNOLA	ARCOR	300	GR	15.625
LENTEJAS SECAS REMOJADAS	INALPA	INALPA	350	GR	15.625
DULCE DE BATATA	CANALE	ALCO CANALE	700	GR	15.625
PAN LACTAL BLANCO	LACTAL	CIA. DE ALIMENTOS FARGO S.A.	380	GR	15.625
POROTOS	ARCOR	ARCOR	350	GR	15.625
PURE DE TOMATE	ALCO	ALCO CANALE	520	GR	15.625
PURE DE TOMATE	ARCOR	ARCOR	520	GR	15.625
SAL GRUESA	DOS ANCLAS	CIA.INTRODUCTORA BS.AS.	1	KG	15.625
SAL GRUESA	CELUSAL	INDUSTRIAS QUIMICAS Y MINERAS TIMBO S.A.	1	KG	15.625
VINAGRE	DOS ANCLAS	CIA.INTRODUCTORA BS.AS.	500	ML	15.625
VINAGRE	MENOYO	MENOYO S.A.	500	ML	15.625
ATUN AL NATURAL	LA CAMPAGNOLA	ARCOR	170	GR	15.625
ATUN AL NATURAL	GÓMES DA COSTA	GDC ARGENTINA GRUPO CALVO	170	GR	15.625
LECHE ENTERA LARGA VIDA	MILKAUT	MILKAUT	1	LT	15.625
LECHE ENTERA LARGA VIDA U A T	VERÓNICA	VERÓNICA S.A.	1	LT	15.625
POLVO DE LAVADO	GRANBY	UNILEVER	800	GR	15.625
AUTOBRILLO	SUIZA	CERA SUIZA	900	CC	15.625
AUTOBRILLO	SUIZA	CERA SUIZA	900	CC	15.625
AUTOBRILLO	SUIZA	CERA SUIZA	900	CC	15.625
PRESERVATIVOS	PRIME	BUHLSA	1	UN	15.625
PRESERVATIVOS S.P.	TULIPAN	KOPELCO	1	UN	15.625

Anexo II - Modelos de Convenios con Supermercados

Resolución 2/2014 – Secretaría de Comercio. Administración de Precios. Aprobación de Modelos de Convenios con supermercados.

Visto el Expediente N° S01:0001003/2014 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que el Artículo 42 de la CONSTITUCION NACIONAL establece que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno; agregando que las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

Que la Ley N° 24240 tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social; como así también considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo.

Que asimismo, y en los términos de la citada norma, proveedor es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios.

Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley.

Que según el Artículo 3 de la Ley N° 24240, la relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario, y se integra normativamente con las Leyes Nros. 25156 de Defensa de la Competencia, y 22802 de Lealtad Comercial.

Que el Secretario de Comercio, en su carácter de Autoridad de Aplicación de las leyes enumeradas en el punto 7, apartado XV de la Planilla Anexa al Artículo 2 del Decreto N° 2.136 del 12 de diciembre de 2013, modificatorio del Decreto N° 357 del 21 de febrero de 2002, es competente para entender en todo lo relativo a su aplicación, dictando las normas complementarias y/o aclaratorias y celebrando todos los actos que se requieran para la debida implementación de las mismas.

Que asimismo, y conforme el punto 12, del apartado citado en el considerando anterior, el Secretario de Comercio es competente para evaluar, controlar, efectuar propuestas y dictar medidas tendientes a mejorar la organización de los mercados de bienes y servicios tanto públicos como privados, con el objeto de favorecer la transparencia y el armónico desarrollo de los mismos en función del interés público, en el ámbito de su competencia.

Que en este marco general, la SECRETARIA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS tiene la misión de asegurar la consistencia entre la política económica de crecimiento con inclusión social, que se ha venido desarrollando desde el año 2003, con las condiciones de abastecimiento, precio y calidad de los bienes y servicios comercializados en el mercado interno, con el objetivo fundamental de mejorar las condiciones de vida del Pueblo Argentino.

Que en este sentido, la administración de precios es un eslabón más de las diversas políticas que el Gobierno Nacional implementa para promover el desarrollo social y productivo y la reindustrialización, a fin de fortalecer el mercado interno, impulsar la generación de empleo, la inversión, la sustitución de importaciones, la mejora genuina de la competitividad y la distribución equitativa del ingreso.

Que la instrumentación del esquema de administración de precios requiere de un acuerdo estructural con las grandes cadenas de supermercados nacionales y regionales y sus principales proveedores, a partir del cual se establecerá una canasta de productos de consumo masivo para la cual regirá un precio homogéneo en cada región del país.

Que este acuerdo responde a una visión amplia de la formación de precios y requiere de un análisis dinámico de las cadenas de valor, considerando las estructuras de costos de sus distintos eslabones.

Que mediante revisiones periódicas y el diálogo permanente con los actores de las distintas cadenas se atenderán las variaciones justificadas de costos y los cambios objetivos en las condiciones de abastecimiento.

Que la modalidad de administración de precios propende a una distribución justa del excedente a lo largo de dichas cadenas y la protección de sus actores más débiles, así como también asegura el acceso de los trabajadores a los bienes y servicios de consumo básico.

Que en el corto plazo, la política de administración de precios apunta a dar señales concretas en materia de expectativas de variación de precios y poder adquisitivo de los salarios, brindando valores de referencia transparentes, ciertos y previsibles de los distintos productos de consumo masivo.

En el mediano plazo, a su vez, permitirá avanzar en medidas que incrementen el grado de competitividad de cada cadena de valor a partir del mayor conocimiento de sus características propias y de los mecanismos de apropiación del excedente.

Que para ello resulta necesaria la aprobación de los modelos de Convenio a ser suscriptos con las cadenas de supermercados y las empresas proveedoras, de acuerdo con el marco legal señalado precedentemente.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS ha tomado la intervención que le compete.

Que, la presente medida se dicta en virtud de las competencias y objetivos asignados en la Planilla Anexa al Artículo 2 del Decreto N° 2.136/2013, especialmente en lo referido al carácter de Autoridad de Aplicación de las leyes enumeradas en el punto 7, apartado XV de la misma.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

Artículo 1.- Apruébanse los modelos de Convenio para ser suscriptos con las empresas de supermercados y las empresas proveedoras de productos de consumo masivo, que como Anexos I y II, que con CUATRO (4) hojas cada uno respectivamente, se acompañan y forman parte de la presente resolución.

Artículo 2.- Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese.-

Augusto Costa.

ANEXO I

CONVENIO DE COMPROMISO DE PRECIO FINAL DE VENTA AL CONSUMIDOR POR PARTE DE LAS EMPRESAS DE SUPERMERCADOS

El Estado Nacional, representado en este acto por el Señor Secretario de Comercio, Lic. Augusto Costa y la Empresa de Supermercados. (en adelante “la Empresa de Supermercados”), representada por el Sr., en su carácter de .según lo acredita con la copia de poder acompañado que declara bajo juramento estar vigente y con plenas facultades para suscribir el presente “Convenio de Compromiso de Precio Final de Venta al Consumidor” (en adelante el “Convenio”), acuerdan por un período de 12 meses a contar desde el de enero de 2014 los siguientes términos y condiciones:

CONSIDERANDO:

Que el artículo 42 de la Constitución Nacional establece que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno; agregando que las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

Que la Ley 24240 tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social; como así también considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de

consumo (cfr. Ley 26.361).

Que proveedor, en los términos de la citada norma, es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley (cfr. Ley 26.361).

Que según el artículo 3 de la Ley 24240, la relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario, y se integra normativamente con las Leyes Nros. 25156 de Defensa de la Competencia, y 22802 de Lealtad Comercial.

Que el Secretario de Comercio, de conformidad con los objetivos y competencias asignados en el Decreto 2136/2013, ha expresado el interés en arribar a un acuerdo integral con obligaciones recíprocas, en conjunto con Empresas Proveedoras y Empresas de Supermercados, para la venta al público de productos de consumo masivo, en condiciones previsibles, ciertas y transparentes de precio y calidad.

Que la Empresa de Supermercados ha aceptado asumir las obligaciones emergentes de este Convenio para apoyar y facilitar la concreción de las políticas y objetivos antes enunciados.

Que ambas partes convienen en que los compromisos de mantenimiento de precios de venta al consumidor requieren de una revisión periódica que tome en cuenta la evolución de las condiciones de producción, distribución y comercialización de los productos incluidos en el Convenio, a fin de establecer un equilibrio que, por un lado, asegure una rentabilidad razonable a las empresas y, al mismo tiempo, permita sostener el poder adquisitivo de la población y el acceso de todos los sectores a dichos productos.

Por ello, las partes acuerdan:

CLAUSULA PRIMERA. OBJETO.

La Empresa de Supermercados se compromete a vender al consumidor final los productos que se enumeran en el Anexo I de este Convenio, considerando los productos que a la fecha se encuentran dados de alta para la comercialización en cada local de venta, de acuerdo a las unidades de peso y de medida y códigos de barras allí establecidos, a un precio final, único y constante acordado con el Estado Nacional, para el área del Gran Buenos Aires (1).

El Estado Nacional y la Empresa de Supermercados acordarán en lo sucesivo la ampliación del presente Convenio para el resto del territorio del País mediante una Addenda a suscribirse por ambas partes.

El Estado Nacional y la Empresa de Supermercados podrán incorporar nuevos productos no incluidos en el Anexo I, los cuales quedarán sujetos al régimen de publicidad, difusión y compromiso de precios dispuestos por el presente Convenio, durante el plazo de su vigencia.

CLAUSULA SEGUNDA. ALCANCE DEL CONVENIO. La Empresa de Supermercados se compromete a vender al consumidor final de forma constante e ininterrumpida la totalidad de los productos que se enumeran en el Anexo I de este Convenio, conforme lo estipulado en la CLAUSULA PRIMERA y de acuerdo a las unidades de peso y de medida y códigos de barras allí establecidos, en todos sus locales de venta operados en el área del Gran Buenos Aires.

Las partes dejan constancia que el compromiso de venta referido se orienta al consumo familiar de los productos incluidos en el Anexo I. Cualquier restricción al número de productos de venta por consumidor requerido por la Empresa de Supermercados deberá ser previamente autorizado por la Secretaría de Comercio.

Las partes acuerdan que la obligación de venta al consumidor de los productos enumerados en el Anexo I no podrá estar sujeta a la compra-venta de otros productos o a cualquier condición no prevista en el presente Convenio.

CLAUSULA TERCERA. PRECIOS DE VENTA.

La Empresa de Supermercados y el Estado Nacional acuerdan la venta al consumidor final de los productos que se enumeran en el Anexo I de este Convenio, a un precio final, único y constante a partir del. de enero de 2014, de acuerdo al listado que como Anexo II se acompaña a la presente, sujeto a la revisión enunciada en la cláusula siguiente.

CLAUSULA CUARTA. REVISION TRIMESTRAL. El Estado Nacional y la Empresa de Supermercados acuerdan que el listado de precios del Anexo II estará sujeto a una revisión periódica trimestral convenida en base a la evolución de las condiciones de producción, comercialización y distribución de los productos que lo componen. La Secretaría de Comercio notificará con una antelación de 10 días previos a la finalización de cada trimestre a la Empresa de Supermercados la convocatoria con esta finalidad.

Para el caso de tratarse de la venta a consumidor final de cortes de carne, frutas, verduras y panificaciones realizadas por la Empresa de Supermercados las partes acuerdan una revisión por un período menor, no inferior a un mes de año calendario, a solicitud de la Empresa de Supermercados.

Las partes acuerdan que las revisiones aludidas tendrán en cuenta el impacto en la estructura de costos de la variación de: los precios de venta de los proveedores, costos salariales de distribución y comercialización de los productos, valores de energía y combustible, cargas tributarias y tasas.

CLAUSULA QUINTA. FALTA DE PROVISION.

En el caso de presentarse la falta de provisión suficiente de alguno de los productos enumerados en el Anexo I que tornen de imposible cumplimiento la obligación de venta al consumidor por parte de la Empresa de Supermercados, esta última notificará de forma inmediata y fehaciente a la Secretaría de Comercio por los medios que la misma disponga.

La Secretaría de Comercio analizará las circunstancias informadas, encontrándose facultada para disponer medidas de prueba, y de existir causa justificada podrá eximir a la Empresa de Supermercados de las obligaciones emergentes de este Convenio respecto al producto comunicado, para una determinada zona de venta durante un período cierto de tiempo.

CLAUSULA SEXTA. MODIFICACION. En caso de persistir en el tiempo las razones de fuerza mayor o de hechos de terceros que tornen de imposible cumplimiento la producción y

provisión a la Empresa de Supermercados de alguno de los productos enumerados en el Anexo I, el Estado Nacional y la Empresa acordarán su reemplazo, bajo las disposiciones del presente Convenio, por otro producto de similares características y uso para consumo. La Secretaría de Comercio notificará a la Empresa de Supermercados una convocatoria con esta finalidad, previo acuerdo con la Empresa Proveedora respectiva.

CLAUSULA SEPTIMA. DIFUSION. El Estado Nacional se compromete a difundir por los Medios de Comunicación Públicos el listado de productos detallados en el Anexo I de este Convenio, así como también los precios de venta al consumidor acordados y los puntos de venta de la Empresa de Supermercados.

CLAUSULA OCTAVA. PUBLICIDAD COMERCIAL. La Empresa de Supermercados se compromete a exhibir y consignar de forma cierta, clara y detallada en sus puntos de venta los productos enumerados en el Anexo I y los precios establecidos en el Anexo II, así como las posteriores revisiones de acuerdo a lo previsto en la CLAUSULA CUARTA, debiendo informarse que se trata de mercadería alcanzada por el presente Convenio. Asimismo, la Empresa se compromete a colaborar con el Estado Nacional en todas aquellas modalidades de difusión del presente Convenio en sus puntos de venta.

CLAUSULA NOVENA. DEBER DE INFORMACION.

La Empresa de Supermercados se compromete a informar de modo oportuno y fehaciente a la Secretaría de Comercio de todo nuevo lanzamiento al mercado de productos propios y promociones de nuevos productos, con similares características a los consignados en el Anexo I de este Convenio.

CLAUSULA DECIMA. DEBERES DE LAS PARTES. Las partes se comprometen a dar completo e irrestricto cumplimiento a las obligaciones emergentes de este Convenio bajo los principios de buena fe, máxima colaboración y transparencia, en el marco de la normativa vigente y sujeto a la vigencia y cumplimiento de los Convenios suscriptos por el Estado Nacional con las Empresas Proveedoras de los productos enumerados en el Anexo I.

En prueba de conformidad, a los. días del mes de enero de 2014, se firma el presente Convenio, en dos copias, de un mismo tenor y efecto.

(1) Conforme la denominación del INDEC el Gran Buenos Aires abarca la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los siguientes Partidos de la Provincia de Buenos Aires: Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Esteban Echeverría, Ezeiza, Florencio Varela, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, Lanús, Lomas de Zamora, Malvinas Argentinas, Merlo, Moreno, Morón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, Tigre, Tres de Febrero y Vicente López.

ANEXO II

CONVENIO DE COMPROMISO DE PRECIO FINAL DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA PROVEEDORA A LOS SUPERMERCADOS

El Estado Nacional, representado en este acto por el Señor Secretario de Comercio, Lic. Augusto Costa y la Empresa .(en adelante “Empresa Proveedora”), representada por el Sr. .en su carácter de ., según lo acredita con la copia de poder acompañado que declara bajo juramento estar vigente y con plenas facultades para suscribir el presente “Convenio de Compromiso de Precio Final de Comercialización a Supermercados”, en adelante el “Convenio”, acuerdan por un período de DOCE (12) meses a contar desde el. de enero de 2014, según los siguientes términos y condiciones:

CONSIDERANDO:

Que el artículo 42 de la Constitución Nacional establece que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno; agregando que las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

Que la Ley 24240 tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo, familiar o social; como así también considera asimismo consumidor o usuario a quien, sin ser parte de una relación de

consumo, como consecuencia o en ocasión de ella adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, y a quien de cualquier manera está expuesto a una relación de consumo (cfr. Ley 26.361).

Que proveedor, en los términos de la citada norma, es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley (cfr. Ley 26.361).

Que según el artículo 3 de la Ley 24240, la relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario, y se integra normativamente con las Leyes Nros. 25156 de Defensa de la Competencia, y 22802 de Lealtad Comercial.

Que el Secretario de Comercio, de conformidad con los objetivos y competencias asignados en el Decreto 2136/2013, ha expresado el interés en arribar a un acuerdo con obligaciones recíprocas, en conjunto con Empresas Proveedoras de productos de consumo masivo, para el abastecimiento y comercialización de las Empresas de Supermercados, en condiciones previsibles, ciertas y transparentes de precio y calidad.

Que la Empresa Proveedora ha aceptado asumir las obligaciones emergentes de este Convenio para facilitar la concreción de las políticas y objetivos antes enunciados.

Que ambas partes convienen en que los compromisos de mantenimiento de precios requieren de una revisión periódica que tome en cuenta la evolución de las condiciones de producción y distribución de los productos incluidos en el convenio.

Por ello, las partes acuerdan:

CLAUSULA PRIMERA. OBJETO.

La Empresa Proveedora se compromete a comercializar el/los producto/s que se enumera/n en el Anexo I Convenio, de acuerdo a las unidades de peso y de medida y los códigos de barras allí establecidos, a las Empresas de Supermercados incluidas en el Anexo II, a un precio neto final y único de factura de salida de fábrica acordado con el Estado Nacional para el área del Gran Buenos Aires (1).

El Estado Nacional y la Empresa Proveedora acordarán en lo sucesivo la ampliación del presente Convenio para el resto del territorio del País mediante una Addenda a suscribirse por ambas partes.

Asimismo, las partes podrán acordar la incorporación de nuevas Empresas de Supermercados no incluidas en el Anexo II bajo los mismos términos y condiciones previstos en este Convenio.

CLAUSULA SEGUNDA. ALCANCE DEL CONVENIO. La Empresa Proveedora se compromete a asegurar el normal abastecimiento y la comercialización de la totalidad de los productos que se enumeran en el Anexo I del Convenio, de acuerdo a las unidades de peso y de medida allí establecidas, a ser entregados a las Empresas de Supermercados indicadas en el Anexo II en todos los centros de distribución por ellas operados en el área del Gran Buenos Aires. Todo ello manteniendo la cadena logística comúnmente utilizada para asegurar el abastecimiento en el área de aplicación del presente Convenio.

Las partes dejan constancia que la obligación de comercialización de los productos enumerados en el Anexo I no podrá estar sujeta a la compra-venta de otros productos o a cualquier condición no prevista en el presente Convenio.

El Estado Nacional y la Empresa Proveedora podrán acordar la incorporación de nuevos productos no incluidos en el Anexo I, los cuales quedarán sujetos al régimen de publicidad y difusión y al compromiso de precios aquí dispuestos por el plazo de vigencia del Convenio.

CLAUSULA TERCERA. COMERCIALIZACION.

La Empresa Proveedora y el Estado Nacional acuerdan la comercialización a las Empresas de Supermercados indicadas en el Anexo II de los productos que se enumeran en el Anexo I, a un precio neto final y único de factura de salida de fábrica en el área del Gran Buenos Aires, a partir del. de enero de 2014, de acuerdo al listado que como Anexo III se acompaña a la presente, sujeto a la revisión enunciada en la cláusula siguiente.

CLAUSULA CUARTA. REVISION TRIMESTRAL. La Empresa Proveedora y el Estado Nacional acuerdan que el listado de precios del Anexo III estará sujeto a una revisión periódica trimestral acordada en base a la evolución de las condiciones de producción y distribución de los productos que lo componen.

Las partes acuerdan que la revisión aludida tendrá en cuenta el impacto en la estructura de costos de la variación de: los valores de materias primas en moneda nacional e insumos productivos, costos salariales de la cadena de producción y distribución de los productos, valor de la energía, valor del combustible, cargas tributarias y tasas.

La Secretaría de Comercio notificará con una antelación de DIEZ (10) días previos a la finalización de cada trimestre a la Empresa Proveedora la convocatoria con esta finalidad.

CLAUSULA QUINTA. FUERZA MAYOR. En el caso de existir razones de caso fortuito o fuerza mayor debidamente justificada que tornen de imposible cumplimiento la producción y provisión de alguno de los productos enumerados en el Anexo I (cfr. arts. 513 y 514 del Código Civil), o que excedan la capacidad productiva de la Empresa Proveedora, esta ultima notificará de forma inmediata y fehaciente a la Secretaría de Comercio por los medios que la misma disponga.

La Secretaría de Comercio analizará las circunstancias informadas, encontrándose facultada para disponer medidas de prueba, y de existir causa justificada podrá eximir a la Empresa Proveedora de los compromisos emergentes de este Convenio, respecto al producto comunicado, por un área determinada y un período cierto de tiempo.

CLAUSULA SEXTA. MODIFICACION.

En caso de persistir las razones de fuerza mayor que tornen de imposible cumplimiento la producción y provisión de alguno de los productos enumerados en el Anexo I la Secretaría de Comercio y la Empresa Proveedora acordarán su reemplazo, bajo las disposiciones del presente Convenio, por otro producto de similares características, considerando precio, calidad y uso para consumo. La Secretaría de Comercio notificará a la Empresa Proveedora una convocatoria con esta finalidad.

CLAUSULA SEPTIMA. DIFUSION. El Estado Nacional se compromete a difundir por los Medios de Comunicación Públicos el listado de productos detallados en el Anexo I, así como también los precios de venta al consumidor acordados y los puntos de venta de las Empresas de Supermercados.

CLAUSULA OCTAVA. CARACTER RESERVADO. El Estado Nacional acuerda otorgar al listado de precios obrante en el Anexo III el carácter reservado y confidencial.

CLAUSULA NOVENA. DEBER DE INFORMACION. La Empresa Proveedorora se obliga a informar de modo oportuno y fehaciente a la Secretaría de Comercio todo nuevo lanzamiento al mercado de productos con características similares a los consignados en el Anexo I de este Convenio, así como toda información que la Secretaría de Comercio le solicite en relación al presente Convenio.

CLAUSULA DECIMA. INDICACION DE PRECIOS. La Empresa Proveedorora se obliga a consignar el precio de salida de fábrica acordado en la factura de venta a los Supermercados indicados en el Anexo II.

CLAUSULA DECIMO PRIMERA. DEBERES DE LAS PARTES. Las partes se comprometen a dar completo e irrestricto cumplimiento a las obligaciones emergentes de este Convenio bajo los principios de buena fe, máxima colaboración y transparencia, en el marco de la normativa vigente.

En prueba de conformidad, a los días del mes de enero de 2014, se firma el presente Convenio, en dos copias, de un mismo tenor y efecto.

(1) Conforme la denominación del INDEC el Gran Buenos Aires abarca la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los siguientes Partidos de la Provincia de Buenos Aires: Almirante Brown, Avellaneda, Berazategui, Esteban Echeverría, Ezeiza, Florencio Varela, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, Lanús, Lomas de Zamora, Malvinas Argentinas, Merlo, Moreno, Morón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, Tigre, Tres de Febrero y Vicente López.

Referencias Bibliográficas

Blanchard, O. (2012). *Macroeconomía*. 5ta. Edición. Madrid: Pearson.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2009). *La crisis de los precios del petróleo y su impacto en los países centroamericanos*.
<https://bit.ly/2KNETgJ>

Cuadrado Roura, J. (2010). *Política Económica. Elaboración, objetivos e instrumentos*. 4ta. Edición. Madrid: McGraw Hill Education.

De Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía. Teoría y Políticas*. 1era. Edición. Santiago de Chile: Pearson.

Ekelund Jr., R.B. y Hebert, R. (2006). *Historia de la teoría económica y de su método*. 3ra. Edición. México: McGraw Hill Education.

Ferrer, A. (2004). *La economía argentina. Desde sus orígenes hasta principios del siglo XXI*. 3era. Edición. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Figueras, A.J. (2022). *Lecturas de Política Económica y Economía Argentina. Más de dos siglos de debates*. 1era. Edición. Córdoba: Editorial UBP, Libro Digital PDF.

Hazlitt, H. (2021). *Lo que debemos saber sobre la inflación*. Edición Especial. San Isidro: Unión Editorial Argentina.

Hernández Osorio, B. (2021). *Los ineficaces controles de precios*. [Tesis de Grado, Universidad Juan Agustín Maza]. Repositorio Institucional – Universidad Juan Agustín Maza.

Instituto de Economía de la UADE (2022). *Informe sobre la emisión monetaria en Argentina. Junio de 2022 – Resultados de investigación*. <https://bit.ly/3Chdpx7>.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2022). ¿Cómo usar un índice de precios? Preguntas Frecuentes. 1era. Edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: libro digital, PDF. Enlace: <http://bitly.ws/Dokq>

Keynes, J.M. (1965). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. 7ma. Edición. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Leyva Rayón, E. (17 de febrero de 2016). *Controles de precios: precios mínimos y precios máximos*. Contexto UDLAP. <https://bit.ly/3Rex98Q>.

Maas, P. y Castillo, J.E. (2005). *Economía*. 1era. Edición. Buenos Aires: Aique Grupo Editor.

Mochón, F. y Beker, V. (2007). *Economía. Elementos de micro y macroeconomía*. 3ra. Edición. Bogotá: McGraw Hill Education.

Pérez Enri, D. (2016). *Introducción a la Economía. La economía como un todo y para todos*. 2da. Edición. Buenos Aires: Alfaomega.

Pipkin, D. (2015). *Historia mundial contemporánea*. 1era. Edición. Buenos aires: Presidencia de la Nación – Ministerio de Educación <https://bit.ly/3rknP8E>

- Pindyck, R., y Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. 7ma. Edición. Madrid: Pearson.
- Schuettinger, R. y Butler, E.F. (1979). *4000 años de control de precios y salarios*. 1era. Edición. Buenos Aires: Editorial Atlántida.
- Sama, J. F. (2019). *Naturaleza jurídica del programa Precios Cuidados: la regulación económica mediante acuerdos de precios. Estudio sobre los conciertos administrativos en el derecho comparado y su recepción en Argentina* [Tesis de Maestría, Universidad Austral]. Repositorio Institucional – Universidad Austral.
- Samuelson, P. A. y Nordhaus W. D. (2010). *Economía*. 19na. Edición. McGraw Hill Education.
- Smith, A. (2019). *La riqueza de las naciones*. 9na. Reimpresión. Madrid: Alianza editorial.
- Villegas, H.B. (2016). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario*. 10ma. Edición. Buenos Aires: Astrea Editorial.