

ESTADO ACTUAL Y TENDENCIAS DEL ABASTECIMIENTO URBANO DE ALIMENTOS EN VENEZUELA

Agustín Morales E.*
ESCUELA DE AGRONOMÍA, UCV

Resumen:

Este trabajo ha sido realizado con el propósito de analizar y explicar la actual situación y las perspectivas del abastecimiento urbano de alimentos en Venezuela como el resultado de la instalación de la llamada "Gran Distribución" y de la participación del Estado en este proceso.

A fin de lograr el propósito anunciado, su desarrollo se ajustó al siguiente esquema metodológico: en un primer momento, se discutió el instrumental teórico requerido para analizar la actual situación del abastecimiento urbano de alimentos; en un segundo momento se procedió a examinar la actual estructura y características de la distribución de alimentos configurada como consecuencia de la instauración de la llamada "Gran Distribución" y de la participación del Estado en este proceso y, tomando como fundamento la información y los antecedentes recopilados, así como la correspondiente verificación de las proposiciones realizadas hasta esta parte del trabajo; en un tercer momento, se logró vislumbrar las perspectivas y las implicaciones de este proceso.

Palabras claves: Venezuela, sector agroalimentario, gran distribución, Estado, abastecimiento alimentario.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el tema relacionado con la distribución urbana de alimentos, ha sido tratado desde diversas perspectivas. De los numerosos estudios realizados sobre esta materia, se destacan los ejecutados en la Universidad Central de Venezuela y en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA). El IESA, teniendo en cuenta que los principales problemas identificados en muchas cadenas o circuitos alimentarios se encuentran relacionados con los procesos de comercialización y el mercadeo, considera que la resolución de dichos problemas podría radicar en la utilización de un sistema de gerencia que unifique a fabricantes, intermediarios y detallistas en un solo equipo para servir eficientemente a los consumidores. Esta institución, al mismo tiempo que subrayaba el éxito logrado en el país por las empresas que han adoptado ese sistema de gerencia que en el idioma inglés se conoce como "Efficient Consumer Response", aseguraba que la extensión de ese sistema "a la gran mayoría del pueblo, consumidores pobres sin transporte que compran en las tiendas independientes

* Correo electrónico: moralesa@agr.ucv.ve

del vecindario, podría aumentar el surtido, reducir los precios y producir mejoras importantes en el nivel de vida de sus clientes" (Ireland, 2002, 273).

Desde una perspectiva distinta a la anterior, en la Unidad de Investigaciones Agroalimentarias de la Facultad de Agronomía de la Universidad Central de Venezuela (UNIAAL-UCV), desde 1993, se han venido ejecutando algunos proyectos (Morales, 1996) con el propósito de estudiar las transformaciones que vienen ocurriendo en el sistema de distribución urbana de alimentos como consecuencia de la constitución de la firma *Makro Comercializadora S.A.*; cuya creación, fue el resultado de la asociación entre SHV (empresa holandesa con participación importante del grupo alemán *Metro*) y el grupo venezolano denominado Empresas Polar. A fin de lograr ese propósito, los investigadores procedieron en un primer momento, a indagar acerca de los cambios que vienen ocurriendo en el sector agroalimentario de los países desarrollados, especialmente de aquellos aspectos que conciernen a la distribución de alimentos y a la conformación de la llamada "Gran Distribución", la cual puede entenderse como el conjunto de establecimientos de ventas de autoservicios cuya superficies abarcan más de 2.500 m², tales como los "hipermercados" y sus respectivas centrales de compra.

Luego de haber destacado el intenso proceso de internacionalización de la llamada "Gran Distribución" (Morales, 1996, 2001), en un segundo momento se dispusieron a reseñar la estructura y características de la distribución de alimentos que prevaleció en Venezuela hasta antes de la instauración de Makro Comercializadora S. A. y, tomando como fundamentos la información y los antecedentes recopilados, en un tercer momento optaron por estudiar las transformaciones que se suscitaron en la referida estructura logrando percibir las implicaciones desventajosas que este hecho venía ocasionando, no solamente a los agentes económicos localizados en la estructura de distribución, sino también a aquellos que se encuentran ubicados en el conjunto del "*Sistema Agroalimentario Venezolano*".

Teniendo en cuenta tales antecedentes, el propósito de este trabajo consiste en analizar y explicar la actual situación y las perspectivas del abastecimiento urbano de alimentos en Venezuela, como resultado de la instauración en el país de la llamada "Gran Distribución" y de la participación del Estado en este proceso.

A fin de lograr el propósito anunciado, el trabajo ha sido estructurado de la siguiente manera: tras esta introducción, se presenta el desarrollo de tres momentos. En el primero se discute el instrumental requerido para analizar la actual situación del abastecimiento urbano de alimentos; en un segundo momento se procede a verificar algunas proposiciones como las relacionadas con las transformaciones que venía mostrando el Sector Agroalimentario Venezolano hasta antes de la irrupción de Mercal en abril de 2003 y; en un tercer momento, se vislumbra las implicaciones del fenómeno analizado.

1. EL INSTRUMENTAL TEÓRICO REQUERIDO PARA EL ANÁLISIS

Todo proceso como el que será analizado, para que pueda ser interpretado correctamente, debería ser abordado mediante un sistema teórico coherente conformado por conceptos que permitan aprehender y explicar la realidad que se pretende estudiar.

Teniendo en cuenta la referida premisa, se considera que el principal elemento a ser revisado, en un primer momento, es el relativo al concepto de *estructura* debido a las significativas transformaciones que se han venido operando dentro del "*Sistema Agroalimentario Venezolano*" (SAV); por lo tanto, éste y otros conceptos, no pueden mantenerse inmutables. En efecto, se considera que estamos asistiendo a un cambio en esa *estructura* debido a que el *núcleo* que la define y la distingue de otras estructuras, viene acusando una significativa mutación. Este, que en la mayoría de los *Complejos Sectoriales* (Trajtemberg, 1977; Vigorito, 1978; Morales, 2000) se configuró alrededor de la *industria agroalimentaria* y del cual se irradiaron decisiones que garantizaron y aseguraron la reproducción de esos *complejos*, viene perdiendo paulatinamente esta capacidad. Esta última se ha venido localizando alrededor de la *Gran Distribución* (G. D.), la cual empieza a mostrar su hegemonía y a revelar su capacidad de organizar la dinámica del conjunto del denominado "*Sistema Agroalimentario*". En estas condiciones, el funcionamiento de este *núcleo* tendría repercusiones significativas para la evolución de todo el conjunto de *etapas* (producción agrícola, transformación agroindustrial, comercialización/distribución, y consumo) que conforman los referidos *complejos* que operan en Venezuela puesto que existen buenas razones para considerar que de ese nuevo *núcleo*, se irradiarían decisiones que garantizarían y asegurarían la reproducción de las bases económicas y sociales de esos *complejos*. Esa capacidad de la *Gran Distribución* para asegurar la reproducción de esos *complejos* devendría de su independencia económica, tecnológica y de su suficiencia para ejercer un condicionamiento relativo sobre las *etapas productivas* que conforman los referidos *complejos agroindustriales*.

A un mayor nivel de concreción, se puede afirmar que tales fueron, en síntesis, las transformaciones que venía mostrando la etapa de comercialización/distribución de alimentos en Venezuela hasta antes de la irrupción de Mercal en abril de 2003, aspecto que será tratado con mayor detenimiento más adelante.

Ya para concluir con esta parte dedicada a los planteamientos teóricos que orientaron la realización de este trabajo, se procede a reseñar algunas referencias relativas a las consecuencias que se derivan de cuatro de los supuestos básicos sobre los cuales descansa la denominada Economía Neoinstitucional: los *costos de transacción* (Coase, 1937, 1994; Williamson, 1975, 1985); la *racionalidad limitada* (Simón, 1986), la *información asimétrica* (Akerlof, 1970; Aguiar,

1996; Morales, 1998) y el *comportamiento oportunista*, los cuales determinan que la delimitación y la protección de los derechos de propiedad sean muy costosos, sobre todo cuando los referidos derechos no pueden ser plenamente establecidos debido, entre otros factores, al menor grado de desarrollo institucional dentro del cual se realizan las transacciones, es decir del *Estado* y de las organizaciones económicas cuya función es reducir los referidos costos. Si los agentes económicos actuaran sólo guiados por sus propios intereses, vale decir, sin restricciones institucionales, realizarían sus intercambios a costos muy elevados, el conflicto entre ellos se exacerbaría hasta límites insospechados y las posibilidades para la *cooperación* se verían constreñidas.

Los anteriores señalamientos permiten mencionar algunas consideraciones preliminares respecto al rol de las *instituciones* en el crecimiento económico y, sobre todo, al papel de las *organizaciones* como agentes del cambio institucional (North, 1984, 1989 y 1993) y, adicionalmente, señalar el valor del análisis histórico del cambio institucional, el cual permitiría entender que tales cambios tienen repercusiones sobre el proceso de decisión relacionado con los precios, la inversión, la producción, los inventarios, el empleo, la tecnología, la creación de nuevos tipos de empresas, la reestructuración de las empresas y, yendo más allá, sobre toda la organización de la economía.

2. VERIFICACIÓN DE LAS PROPOSICIONES

Se inicia esta parte, señalando que los hechos a los cuales se hará referencia a continuación, se enmarcaron dentro de un contexto internacional caracterizado por la ocurrencia de profundos cambios en la esfera económica en general y en el Sector Agroalimentario, en particular. Los cambios respecto al Sector Agroalimentario se relacionaron con los patrones de consumo, con la flexibilización de la producción agroindustrial y con las transformaciones en la etapa de comercialización/distribución y de la expansión de la llamada Gran Distribución (Jhan, 1991; Rodríguez-Zúñiga y Soria, 1992; Morales, 1995; Caldentey y Morales, 1996 (a, b); Mariani y Viganó, 2002). Tales cambios repercutieron sobre el conjunto de la economía nacional y se tradujeron en la adopción de un programa de ajustes de corte "ortodoxo" a partir de 1989, y ocurrieron en medio de un intenso proceso de internacionalización de los mercados financieros y de globalización de la producción que se concretaron en fuertes presiones en favor de la liberalización de las políticas gubernamentales. En ese nuevo escenario, las políticas de liberalización económica puestas en práctica por el gobierno venezolano ocasionaron profundas transformaciones en todos los niveles significativos de su economía, y un fuerte impacto sobre el sector agroalimentario (Morales, 1993), particularmente, en la estructura de distribución urbana de alimentos (Morales, 1998).

En efecto, la estructura de la distribución urbana de alimentos prevaleciente hasta la mencionada fecha, empezó a sufrir un cambio muy importante a partir de la fundación de la firma comercial venezolana denominada *BJ's Mayoristas* y con la apertura del primer local de *Makro Comercializadora S.A.* en el año 1992 en la ciudad de Caracas. Esta última empresa surgió el 18.05.90 como resultado de la asociación de Empresas Polar con la empresa holandesa conocida con las siglas *SHV*, asociación que dio lugar a *Makro Automercados Mayoristas S.A.* Posteriormente, según el Acta Constitutiva localizada en el Registro Mercantil del Distrito Federal y Estado Miranda (UCV, Facultad de Agronomía, 1994), el 18 de marzo de 1992 se decidió denominar a dicha empresa como *Makro comercializadora S.A.*, cuyos objetivos entre otros son: "importar, exportar, consignar, distribuir, comprar, vender y comercializar..." una serie de productos, dentro de ellos, productos alimenticios" ¿Qué factores pudieron haber determinado que Empresas Polar haya optado por incursionar directamente en la rama de la distribución de alimentos? Sin lugar a dudas, los condicionamientos propios del proceso de apertura económica referido anteriormente, la intensificación de la estrategia de diversificación e integración emprendida por esta empresa¹ y, probablemente, los cuestionamientos por parte de una de las más importantes cadenas de distribución para expender las mercancías producidas por las *Empresas Polar* (en adelante, *Polar*), así como la tardanza manifiesta para cancelar a las referidas empresas el monto de los productos adquiridos por parte de otra notable cadena de distribución de alimentos, o el propio grado de desarrollo a cual ha arribado; y, sobre todo, la drástica retracción de los niveles de consumo que ocurrió a partir de la aplicación de las políticas de ajuste macroeconómico (Morales y Montilla, 1991)²; entre otros

¹ A las principales líneas de producción (harina Pan y cerveza), se añadió la producción de arroz, pastas, aceites, alimentos para animales, aves y helados.

² A partir de 1989 se empezó a manifestar una alarmante disminución del consumo de alimentos. De acuerdo con los cálculos de la Cámara Venezolana de Industria de Alimentos (CAVIDEA) en base a los datos del Banco Central de Venezuela (BCV), los asalariados tuvieron acceso, en 1989, al 40 % de los alimentos en relación a lo que podían adquirir en 1968. El desmantelamiento progresivo del sistema de control de precios, así como el fenómeno inflacionario presente en el conjunto de la economía, provocaron en los sucesivos años un incremento sustancial del precio de los alimentos, los cuales no pudieron ser compensados con el incremento de los salarios. Por otra parte, el índice de precios correspondientes a los alimentos (salvo algunos meses) se continuó mostrando por encima del índice general de precios y los porcentajes de pobreza señalaban cifras extremadamente preocupantes. En esas condiciones, acceder a un segmento del mercado tenía que considerarse crucial.

factores, podrían haber determinado que *Polar*³ decidiera conformar su propia estructura de distribución.

Teniendo en cuenta esas circunstancias, se considera que existen razones suficientes como para considerar que *Polar*, a fin de preservar (y por qué no incrementar) sus correspondientes cuotas de mercado y/o para enfrentarse en mejores condiciones a la competencia, se vio en la necesidad de diseñar una estrategia competitiva que le permitiera una adecuada cobertura del mercado y la mejor manera de lograr este propósito consistía no sólo en vincularse directamente a los consumidores, sino que para hacer más eficiente esta vinculación, era necesario introducir al respectivo sistema de distribución los progresos tecnológicos en materia de logística y de gestión de los flujos de circulación. Esta estrategia coincidió con la estrategia de internacionalización iniciada por *METRO*, empresa que había empezado a expandir sus actividades tanto dentro como fuera de Europa (Green, 1993, 25).

De esa forma, la presencia de *Makro*, empresa distribuidora que introdujo el sistema denominado "cash & carry" y que posee muchas de las peculiaridades que caracterizan a los llamados hipermercados en Europa, significó una transformación muy importante en el sistema de distribución urbana de alimentos debido a que constituye una vinculación directa entre *Polar* (y otras industrias agroalimentarias cuyos productos distribuye) y los consumidores o "clientes"⁴, logrando consecuentemente disminuir el número de intermediarios. Tal cambio revistió singular importancia en circunstancias en las cuales, en menos de un año, inauguró 3 establecimientos (La Yaguara, Valencia y Maracaibo) que sumados al inaugurado en La Urbina y trece establecimientos más, conforman en la actualidad un número significativo como para considerar que los mismos forman parte de un acelerado proceso de transformación de la estructura de distribución urbana de alimentos.

Posteriormente, *CATIVEN*, consorcio integrado por el grupo *CASINO* de Francia (con el 50,1% del paquete accionario), *ÉXITO-CADENALCO* de Colombia (con el 28% de ese paquete) y *Empresas Polar* de Venezuela (con el 22%), asumió el control total de operaciones de *Supermaxy's*. En su primera etapa, la cual tuvo lugar en 1995, el consorcio, solamente con la presencia de *Makro*, adquirió los

³ Según el ranking de las 100 empresas más importantes del país respecto a sus ventas, *Polar* ocupaba el puesto No. 3 después de *Petróleos de Venezuela* y la *Corporación de Guayana*.

⁴ Cliente de *Makro* es aquella persona natural o jurídica, institución, sociedad civil o de hecho, comerciante, profesional, firma personal, etc., la cual se encuentra inserta o codificada como cliente en los registros computarizados de la empresa. Además, *Makro* se reserva el derecho de fijar un máximo y un mínimo de compras por cliente y por día.

supermercados *CADA* y las tiendas *Maxy's* y de esta forma, emprendió un programa bastante agresivo de modernización de los establecimientos los cuales empezaron a denominarse *CADA 2000*. Sin embargo, las fuertes pérdidas que arrojaron los referidos establecimientos, determinaron la cesación de operaciones de muchos de ellos en todo el país. Dentro de ese contexto, en junio de 2000, el grupo *CASINO* entró a formar parte del consorcio e hizo un importante aporte de capital por el orden de 100 millones de dólares (UCV, Facultad de Agronomía, 2000). Una de las primeras acciones que emprendió este consorcio consistió en adquirir por un monto de 40 millones de dólares los locales que pertenecieron a *Construcentro* (que fuera patrimonio del grupo *Corimón*) para instalar (a partir de 2001) los hipermercados que se empezaron a denominar *ÉXITO* (UCV, Facultad de Agronomía, 2001).

La estructura de la distribución urbana de alimentos hasta antes de la presencia de *Mercal C. A.*, quedaría incompleta sin una referencia a los hechos que se presentan a continuación:

- (a) Las adquisiciones de los supermercados *Victoria* y *Tía* por parte de las cadenas *El Patio* y *Plaza's*; la suspensión de actividades de algunas cadenas como *Sorocaima* y *La Sagrada Familia*; la transformación del supermercado *Fin de Siglo* en un hipermercado; el funcionamiento en el Zulia del hipermercado denominado *Viveres de Cándido*.
- (b) La apertura de los siguientes "hipermercados": *El Nuevo Mercado de Petare, C.A.*; *Euromercado C. A.*; *Hipermercado Lhau, C. A.*; *Merkapark, C. A.*; *Plan Suárez*; *Rattan de Margarita*; *Hipermercado Santo Tomé* e *Hiperjumbo*.

Antes de presentar una mayor información respecto a la disminución del número de abastos, supermercados independientes y cadenas de supermercados, se considera oportuno señalar que las cualidades y la forma de funcionamiento de los hipermercados que vienen mostrando un acelerado crecimiento, hacen que ello constituya una significativa transformación, así como una extraordinaria innovación en el funcionamiento del sistema de comercialización en Venezuela; entre otros aspectos, por el tipo de consumidor que ha captado (con vehículo propio y un poder de compra de mediano a alto, así como a pequeños detallistas que sufraguen sus correspondientes costos de transporte), la oferta abundante y variada, la disponibilidad de amplios estacionamientos, la extensión de los horarios de atención al público, la distribución personalizada de propaganda a través del correo; y, principalmente, por la incorporación de distintas formas de organización y de tratamiento electrónico de la información, que les ha permitido poner en práctica una eficiente gestión de los flujos de circulación y un alto grado de optimización en el manejo de los stocks, así como de las correspondientes operaciones de logística; ventajas que, con toda seguridad, se deben haber traducido en una *disminución significativa de sus costos*. Estos atributos, los cuales han sido logrados

mediante la incorporación de la informática y de algunos instrumentos como el código de barras, permiten una eficiente y apreciable rapidez en la rotación de las mercancías y, consecuentemente, el control de uno de los principales factores de disminución de sus costos totales. A este respecto resulta pertinente comentar, el hecho relevante que en las principales empresas alimentarias europeas, la mitad de los costos totales está conformado por el costo de "stockeo" y un tercio por el de transporte. En consecuencia, una forma organizada que logre reducir ostensiblemente los stocks representa para las compañías que hayan logrado tal propósito, el control de uno de los principales factores de disminución de los costos totales.

Señaladas las particularidades de los referidos establecimientos, a continuación se presenta en el Cuadro 1, la información que permite verificar cuantitativamente y con mayor precisión este proceso relativo a la disminución del número de abastos, supermercados, cadenas de supermercados y al incremento significativo del número de hipermercados.

Cuadro 1. Transformaciones cuantitativas y variaciones porcentuales observadas en el sistema de distribución urbana de alimentos en el periodo 1990-2002

<i>Distribuidores</i>	<i>Años</i>			<i>Variación % 2002/1990</i>
	<i>1990</i>	<i>1995</i>	<i>2002</i>	
Abastos	55.966	37.941	38.927	-30,0
Supermercados independientes	1.362	1.441	1.025	-25,0
Cadenas de supermercados	234	265	200	-14,5
Hipermercados		12	25	+108,0

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la información proveniente de la empresa Datos (UCV, Facultad de Agronomía, 2003).

En la medida en que se manifestaba ese proceso de desarrollo de la G. D. y el poder de mercado de las referidas empresas se incrementaba, no sólo la mayoría de los detallistas estaban siendo paulatinamente sustituidos, sino que el conjunto de agentes económicos que participan dentro del sector agroalimentario empezaban a soportar las consecuencias de este proceso. En tales circunstancias, no resultaba difícil prever que la concentración iba a proseguir su curso vertiginoso.

En esas circunstancias y dentro del marco del denominado "Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, el 16 de abril de 2003 se fundó *MERCAL C.A.* con el propósito de efectuar el mercadeo y la comercialización (mediante puntos de comercio fijos y móviles), al mayor y al detal, de productos alimenticios y otros de primera necesidad, a precios "solidarios" con el fin de mantener abastecida a la población de escasos recursos económicos.

En sus inicios la atención de esta empresa estuvo dirigida a doce estados (Zulia, Carabobo, Miranda, Anzoátegui, Barinas, Monagas, Sucre, Aragua, Lara, Táchira, Bolívar y el Distrito Capital (municipio Libertador), los cuales concentran el 77% de la población del país y en donde habita un 32% de la población en condiciones de pobreza extrema. Posteriormente, los planes contemplaban extender esta atención a las demás regiones del país (Lizalsado, 2004).

A fin de asegurar la oferta permanente de productos (alimenticios y no alimenticios) nacionales e importados, a precios altamente competitivos para la población de más bajos recursos, MERCAL desde sus inicios se abasteció de la Corporación CASA S. A., empresa del Estado cuyas funciones, entre otras, son: a) la prestación de servicios para la comercialización y distribución de materia prima y de insumos para la producción agrícola y agroindustrial, sean éstos de origen nacional o extranjero y b) garantizar el abastecimiento estable y permanente de productos de la cesta alimentaria a fin de contribuir con la seguridad alimentaria del país.

La corporación CASA para poder atender los requerimientos de MERCAL optó por importar los productos requeridos de Brasil, Nueva Zelanda, España, Italia, Cuba y Colombia.

Con los alimentos adquiridos por CASA en el mercado interno e internacional, MERCAL se proponía satisfacer, a través de 80 centros de acopio, 300 módulos tipo I, 600 módulos tipo II, 6.000 bodegas asociadas y 200 bodegas móviles, los requerimientos de una cifra cercana a ocho (8) millones de consumidores quienes verían cubiertos el 60%, 70% y 47% de los requerimientos calóricos, proteicos y de lípidos, respectivamente (Lizalsado, 2004). Una referencia acerca de la magnitud de las ventas realizadas por esta empresa puede ser extraída de la entrevista periodística realizada al Ciudadano Presidente de MERCAL en el mes de Julio de 2004 (cit. por Lizalsado, 2004). En esa ocasión éste manifestó: "en la actualidad Mercal promedia una venta de 2,5 millones de kilos de alimentos diarios para toda la población venezolana, en una red que difiere de acuerdo al tipo de expendio que se instaló en todo el país" y a continuación anunció que al concluir el año 2004, MERCAL debería estar atendiendo a 10 millones de personas.

De esa forma y con esas características, MERCAL hace su aparición en un contexto caracterizado, además, por un acelerado incremento del precio de los alimentos, fenómeno que se empezó a observar en el año 2003 una vez finalizado el llamado "paro empresarial".

Continuando con la verificación de las proposiciones y teniendo en cuenta los aspectos señalados en la parte correspondiente al contexto dentro del cual

emergió *Mercal*, a continuación destacamos algunos hechos a nuestro juicio trascendentes. Estos fueron ampliamente divulgados por diferentes medios de comunicación y forman parte del soporte documental del *Proyecto Sistema Agroalimentario Venezolano* que se ejecuta en la Unidad de Investigaciones agroalimentarias de la UCV, (UCV, Facultad de Agronomía, 2004, 2005).

- a Las declaraciones del Director de una de las más importantes firmas encuestadoras del país (*Datanálisis*) quien afirmaba que “*Mercal* es en la práctica la misión más *exitosa* (subrayado nuestro) del Gobierno. Llegó justo cuando el poder adquisitivo cayó tan fuertemente que la población más pobre necesitaba un sitio *cerca* (subrayado nuestro) de casa que vendiera alimentos básicos a precios muy baratos, porque ni siquiera les alcanzaba para pagar el *transporte* (subrayado nuestro). Pero después de un año era necesario romper el mito de la *calidad* y *para eso era necesario contar con los productos fabricados por empresas que los consumidores conozcan* (subrayado nuestro). Eso es lo que estamos viendo” e, inmediatamente revelaba que el “65% de los consultados en todo el país aprueba esta misión”, y volvía a reiterar “que una misión del Gobierno toque a casi la mitad de la población es un *éxito* (subrayado nuestro) sin precedentes”.
- b Las cifras aportadas por la Cámara Venezolana de la Industria de Alimentos (CAVIDEA), según las cuales *Mercal* vende el 30% de las toneladas de alimentos que las empresas del gremio producen en el país.
- c La respuesta que una fuente vinculada a *Empresas Polar* diera a la siguiente pregunta: “¿Cuándo veremos la harina de maíz de Polar en los anaqueles de *Mercal*?, “*Tan pronto como el Gobierno quiera*”. Por nuestra parte señalamos que a través de *Makro* (en la cual *Empresas Polar* posee una importante participación accionaria), un significativo número de detallistas (asumiendo los costos de transporte) se venían abastecimiento de los productos que a su vez eran ofrecidos en venta en sus respectivas “bodegas” y “abastos”.
- d Finalmente las declaraciones del Presidente de *Mercal* vertidas en ocasión de las reuniones que en febrero de 2005, mantuvo con representantes de las *empresas pequeñas y medianas* productoras de una amplia diversidad de alimentos, las cuales fueron formuladas en los siguientes términos: “Están presentando sus ofertas los nuevos proveedores y los que ya tienen presencia en *Mercal* *deben volver a cotizar* (subrayado nuestro) sus productos y así ampliar la cartera de *Mercal*”; para añadir seguidamente: “Uno de los aspectos es impulsar a los pequeños y medianos productores, *tanto regionales como locales* (subrayado nuestro)”. Queremos realizar un mecanismo de compra más *transparente* (subrayado nuestro), enmarcado en la política del Ministerio de Alimentación. *También queremos cumplir con la meta fijada para este año de incrementar las ventas en 2.000 toneladas, adicional a las 4.000 toneladas que vendemos* (subrayado nuestro).

Estos y otros hechos permiten que Mercal C. A. pueda ser considerada y calificada, como un fenómeno y que su substantividad, produjo un cambio significativo y una nueva dimensión de la estructura de la distribución urbana de alimentos que se venía configurando en el país, hasta la fecha de la fundación de esa empresa del Estado (que como se tiene adelantado, estuvo caracterizada por la presencia significativa de la *Gran Distribución*).

La captación de un importante segmento del mercado por parte de Mercal (debido a sus enormes recursos financieros, la posibilidad de ofertar a los consumidores productos alimenticios a precios bajos, a la "competencia desleal", a la posibilidad de adquirir bienes de procedencia extranjera en condiciones favorables, a la estructura organizacional que sustenta esta empresa del Estado y, por supuesto, al impetuoso desarrollo mostrado hasta la fecha) permite asentir que se encuentra en óptimas condiciones para dirimir sus posibilidades en la arena de la *competencia*. De ese modo Mercal estaría en condiciones de compartir la capacidad de ordenar progresivamente (*si las circunstancias lo permiten*), la dinámica del sector agroalimentario del país; en otras palabras, constituirse en parte importante del *Núcleo* del cual se irradiarían decisiones que garantizarían y asegurarían la reproducción de las bases económicas y sociales de los diversos *Complejos* que conforman el Sector Agroalimentario Venezolano.

2.1 Las implicaciones del fenómeno estudiado

En esta parte nos proponemos formular un razonamiento deductivo que permita desentrañar las repercusiones que pudieran derivarse del fenómeno estudiado. Esa tarea será emprendida teniendo en consideración dos escenarios: El primero, se relaciona con la imposibilidad del Estado para continuar apoyando esta iniciativa (por razones fiscales o de otra índole); sobre todo, si durante el lapso de su funcionamiento, no lograra controlar el *oportunismo* que, presumiblemente, esté prevaleciendo debido a la elevada densidad de las transacciones y; por lo tanto, no consiga consolidar su situación financiera y asegurar su supervivencia. De ocurrir este escenario, habrían tenido absoluta razón quienes sostienen que la existencia de esta empresa es solamente posible por el apoyo financiero del Estado y, por lo tanto, cuando este apoyo se haga insostenible, cesarán sus operaciones y, probablemente, ocurrirá una situación semejante a la que caracterizó a las operaciones realizadas por *CORPOMERCADEO* (Morales, 1992).

El segundo de los escenarios, será tratado (obviamente a un alto nivel de abstracción) seguidamente:

Empezamos admitiendo que desde la aprobación y aplicación de la nueva *Carta Magna*, es posible percibir transformaciones, todavía embrionarias (y no por

ello intrascendentes), en la dotación de los recursos, en las relaciones entre los agentes económicos, en los encadenamientos inter e intrasectoriales, en los acuerdos entre el sector público y privado, en la conformación de nuevos tipos de empresas, en las formas de hacer negocios y, como se tiene adelantado, en las transformaciones en el conjunto de la economía que se manifiestan en modificaciones en el intercambio en las elecciones y en la conducta que cotidianamente toman los agentes económicos, así como también en el desempeño de los mercados, para citar sólo algunas de ellas.

Esbozada esa premisa, se recalca que la creación y el funcionamiento de Mercal C. A se sustenta en los artículos 226 y 305 de la *Constitución* de la República, en concordancia con los artículos 101 de la Ley Orgánica de la Administración Pública, 155 de la Ley de Tierras y Desarrollo agrario y, 1, 11 y 14 de la Ley de Mercadeo Agrícola; por lo tanto, mientras las reservas internacionales se mantengan altas; permanezca en vigencia el control cambiario; no exista en perspectiva posibilidades de una drástica devaluación; la tasa de cambio se muestre conveniente para los propósitos del Gobierno; se manifieste igualmente una liquidez alta y las tasas de interés acusen una tasa inferior a la inflación; la pervivencia de esta empresa estaría por demás asegurada. En esas condiciones, empezaría a mostrar, ahora con mayor vigor, su capacidad de ordenar y jerarquizar progresivamente (como se tiene adelantado), la dinámica de todo el sector agroalimentario del país; constituyéndose de este modo en parte importante del *Núcleo* del cual se irradiarían decisiones que garantizarían y asegurarían la reproducción de las bases económicas y sociales de los diversos *Complejos* que conforman el Sector Agroalimentario Venezolano. De ese modo también asistiríamos a una modificación de las relaciones de *poder* que se vinieron estableciendo como consecuencia de la conformación de la llamada G.D hasta antes de la fecha de la fundación de *Mercal*. Por esta razón, la relevancia económica y el poder de los diferentes agentes socioeconómicos que operan dentro del Sector Agroalimentario, tenderían a reconfigurarse y asistiríamos a un reordenamiento de las relaciones sociales y a una transformación significativa en las correspondientes *estructuras de poder*.

Por razones de espacio no estamos en condiciones de emitir consideraciones relativas a las posibilidades de ordenar y jerarquizar el conjunto de etapas que conforman los principales complejos agroindustriales (producción agrícola, comercio exterior, comercio interno, industria agroalimentaria y consumo); en su lugar, dedicaremos los últimos párrafos a las implicaciones sobre la distribución urbana de alimentos.

El impetuoso crecimiento y el hecho de que las bodegas móviles muestren una altísima penetración en los lugares más apartados y hayan logrado "subir los cerros" a fin de aproximarse a los consumidores (y exista en perspectiva la

posibilidad de proveer de créditos para contar con espacios más amplios en los lugares de expendio de estos alimentos y adquirir equipos de refrigeración) significa para los beneficiarios de la "Misión", en la práctica, una disminución significativa del precio de compra debido a que esos consumidores, no sólo encontrarán productos a precios más atractivos, sino que sus *costos de transacción* se habrán reducido significativamente.

En estas condiciones su expansión será cada vez mayor por que habrá logrado atraer cada vez más clientela y consecuentemente, tenderá a restar a sus "competidores" (dentro de ellos a las propias empresas procesadoras de alimentos y aquellas que han logrado conformar lo que hemos venido denominando la *Gran Distribución*) un segmento del mercado cada vez mayor. Estos a fin de no continuar perdiendo su acceso al mercado, se verían obligados a negociar con *Mercal* por que sencillamente, "no pueden darse el lujo de no vender a *Mercal* en estos días", para expresar este hecho con las mismas palabras de una reconocida investigadora del IESA (UCV, Facultad de Agronomía, 2004).

Si, como se tiene anunciado, los mecanismos de compra implementados por *Mercal* se llegasen a ajustar a los principios de economía, transparencia, honestidad, eficiencia, igualdad, competencia y publicidad que deben regir todos los procedimientos licitatorios, el *riesgo* y la *incertidumbre* económica disminuiría y, consecuentemente, los *costos de transacción* de los "competidores" y de las pequeñas y medianas empresas productoras de alimentos, también disminuirían por las siguientes razones: a) se facilitaría la difusión y se abarataría la información; b) se estimularía la vigilancia y el cumplimiento a bajo costo de los contratos y derechos de propiedad y; c) se facilitaría las soluciones a posibles controversias relativas a los contratos y derechos de propiedad, entre otros. La reducción de los costos de transacción estimularía, además, la inversión, el ahorro, el trabajo, la innovación tecnológica y, en general, la organización de acciones colectivas complejas. Esto último por que con las compras gubernamentales se abriría un espacio a la producción nacional dentro de un nuevo esquema que podría implicar "el desarrollo de relaciones interindustriales regidas por un sistema de solidaridad, explicitado en reglas de juego específicas, establecidas en forma contractual" (Green y Rocha Dos Santos, 1992), parecido al que se viene observando en numerosas partes del "mundo desarrollado". Un anuncio de Makro difundido por la prensa el 01.06.2003 mediante el cual ofrecía a productores medianos y pequeños de un sinnúmero de artículos su "canal de distribución", asegurando que constituye la "alternativa más eficiente y económica para atender más de 200.000 clientes comerciales mensualmente" (UCV, Facultad de Agronomía, 1993); podría estar apuntando en esta dirección.

Al disminuir los costos de transacción para los consumidores, para los "competidores" y para las pequeñas y medianas empresas alimentarias, las posibili-

dades de acceder a precios más ventajosos por parte de los consumidores, resulta un hecho fácil de predecir. Este suceso que podría ser calificado como la configuración de un "círculo virtuoso", permitiría a los consumidores de bajos ingresos (quienes destinan un elevado porcentaje de sus ingresos a la adquisición de alimentos) destinar esa parte "ahorrada" a la satisfacción de otras necesidades urgentes y, consecuentemente, un estímulo para la producción de los bienes o servicios requeridos para satisfacer esas necesidades básicas.

Del análisis realizado se puede colegir que el *mercado* no constituiría el único mecanismo asignador de recursos, sino las "instituciones" y especialmente las estructuras de poder que organizan a los mercados, y los mercados (en una relación dialéctica), a su vez, ayudarían a preservar esas estructuras. También podría desprenderse esta otra deducción: que para situar a los agentes económicos en un ambiente más cooperativo se requiere de "instituciones" que en su accionar fortalezcan al mismo tiempo el *mercado* y el *Estado*, demostrándose de este modo el falso antagonismo entre estas dos instancias.

Finalmente, nos permitimos manifestar que las transformaciones y tendencias examinadas en la última parte de este trabajo, ponen de relieve la conveniencia de tomar en cuenta marcos conceptuales y analíticos para poder interpretar con algo más de rigurosidad, los fenómenos que como éste vienen aconteciendo en el país, como por ejemplo la interpretación del fenómeno *Merca* a la luz de la Teoría Económica Neoinstitucional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar, F. (1996), "Teoría de la decisión bajo incertidumbre", *Proposiciones para una interpretación de las nuevas realidades del Sistema Agroalimentario*, Caldentey, P. y Morales A, (Comp)Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, España.
- Akerlof, G. A. (1970), "The market for "lemons": quality uncertainty and The market mechanism", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, 488-500, Cambridge, Massachusetts.
- Caldentey, P. y Morales A. (1996a), "Interpretación de los cambios experimentados por el Sistema Agroalimentario Europeo", *Revista de Fomento Social*, Vol. 51, No 204, Córdoba, España.
- (1996b), "Transformación y reestructuración del Sistema Agroalimentario: Necesidad de una nueva lectura de la realidad", *Proposiciones para una nueva interpretación de las nuevas realidades del Sistema Agroalimentario*, Caldentey, P. y Morales A., Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, España.

- Coase, R. H. (1937), "The nature of firm", *Económica*. N. S. 4, (traducción al español en Coase, R. H. (1994), *La empresa, el mercado y la Ley*, 386-405, Alianza Editorial, Madrid).
- Green, R. et al (1993), *La distribución alimentaria en Europa*, INRA, Département E.S.R., Laboratoire d'Economie Industrielle et Agro-Alimentaire, (Mayo), Paris.
- Green, R. y Rocha Dos Santos, R. (1992), "Economía de red y reestructuración del sector agroalimentario", *Desarrollo Económico, Revista de Ciencias Sociales*, Vol. 32, No. 128, Buenos Aires.
- Ireland, J. (2002), "Respuesta eficiente al consumidor: una guía para el usuario", *Agronegocios en Venezuela*, Machado-Allison, C., Ediciones IESA, Caracas.
- Jhan, H-H. (1991), "Ajustes estratégicos de las empresas agroalimentarias", *Revista de Estudios Agro-sociales*, No. 157, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, (Marzo), Madrid.
- Lizalsado, V. (2004), *Mercado de Alimentos Mercal C. A.*, Universidad Central de Venezuela, Facultad de Medicina, Escuela de Nutrición y Dietética, Postgrado en Planificación Alimentaria y Nutricional, Cátedra Sistemas Agroalimentarios, Caracas.
- Mariani, A. y Viganó, E. (2002), *Il Sistema Agroalimentare dell'Unione Europea*, Carocci editore, (novembre), Roma.
- Morales, A. (2000), "Los principales enfoques teóricos y metodológicos formulados para analizar el "sistema agroalimentario", *Agroalimentaria*, No. 10, Mérida.
- (1998), "El Neoinstitucionalismo y la Cuestión Agroalimentaria en Venezuela", *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, Vol. IV, No. 1, FACES-UCV, Caracas.
- (1996), "Transformaciones en el sistema de distribución urbana de alimentos: El caso Venezolano", *Cuadernos del CENDES*, No 32, Año 13, segunda época (mayo-agosto), Caracas.
- (1995), "El sector agroalimentario venezolano en el marco de los procesos de apertura e integración económica", *Indicadores Socioeconómicos*, número 9, (enero), Caracas.
- (1993), "Efectos de las medidas de ajuste económico sobre el sector agro-alimentario venezolano", *Latinoamericana Agraria hacia el siglo XXI*, SÉPALES, Quito.
- (1992), "Estado, Importación de Alimentos y Desarrollo Agrícola, el caso venezolano 1970-1982", *Tierra Firme*, Año 10, Vol. X, No. 39, (julio-septiembre), 277-296, Caracas.
- Morales, A. y Montilla, J. J. (1991), "Impacto de las medidas de ajuste económico sobre el consumo de carnes en Venezuela", *Cuadernos del CENDES*, No. 15/16, Caracas.

- North, D. (1984), *Estructura y cambio en la historia económica*, Alianza Editorial, Madrid.
- (1989), "Institutions and economic growth: an historical interpretation", *World Development*, No. 17, 1319-1333, Exeter, Gran Bretaña.
- (1993), *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, Fondo de Cultura Económica, México.
- (1996), "Estructurando instituciones para el desarrollo económico", *Revista del Banco Central de Venezuela*, Vol. 10, Caracas.
- Simon, H. A. (1984), "De la racionalidad sustantiva a la procesal", *Filosofía y teoría económica*, Hahn y Hollis (comp), Fondo de Cultura Económica, 130-171, México.
- Rodriguez-Zuñiga, M. y Soria, R. (1992), "La articulación de las diferentes etapas del sistema agroalimentario: Situación y perspectivas", *El sistema agroalimentario ante el Mercado Único Europeo*, Ediciones NEREA S.A., Madrid.
- Trajtemberg, R. (1977), Un enfoque sectorial para el estudio de la penetración transnacional en América Latina. México: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales. D.E./d.f (Septiembre).
- Universidad Central de Venezuela, Facultad de Agronomía, Unidad de Investigaciones Agroalimentarias (varios años): Soporte documental del Proyecto: "Sistema Agroalimentario Venezolano", Maracay.
- Vigorito, R. (1978), *Criterios metodológicos para el Estudio de los Complejos Agroindustriales*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México.
- Williamson; O. (1975), "Market and hierarchies", The Free Press, Nueva York.
- (1985), "The economic institutions of capitalism, Firm, Market, Relation Contracting". The Free Press, MacMillan, Nueva York.