

Los precios en el supermercado: una comparación entre México y Estados Unidos

Rami Schwartz

México está carísimo, como lumbre.

No sé, apreciable lector, si alcance usted a comprender la trascendencia de la frase anterior; lo que es un hecho es que debido a ello, su nivel de vida y el de su familia ha disminuido sensiblemente en los últimos

años, y a menos que se ponga remedio a esto, millones de mexicanos están condenados a pasar de la clase media a la pobreza, de la pobreza a la miseria y de la miseria a la marginación, mientras unos cuantos pasan de la riqueza a la opulencia y de ésta a las listas de los millonarios de Forbes.

El sencillo ejercicio que da pie a este estudio tiene el mérito de desnudar la política económica, monetaria y fiscal, de los últimos tres gobiernos de este país y demostrar su peligrosidad. Es un ejercicio de la vida real que muestra la cotidiana injusticia económica en la que viven millones de mexicanos y ofrece las soluciones para remediar muchos de estos males.

Desafortunadamente las conclusiones no son nada halagüeñas pues no ha existido, no existe, ni existirá por parte de este gobierno, los que le precedieron ni los que le sigan, la voluntad de actuar a fondo y quebrar los intereses creados que en gran medida han provocado esta hecatombe.

Con ustedes, apreciables lectores, la versión 2002 del Índice Big Mac...

Metodología

Desde hace ocho años, Mexico.com ha venido realizando un comparativo de precios entre México y Estados Unidos. El estudio consiste en ir al supermercado en ambos países y adquirir productos que son idénticos y que se fabrican tanto en México como en Estados Unidos, por ejemplo, una lata de Coca Cola. En ambos lados de la frontera son la misma empresa (The Coca Cola Company) que producen el mismo producto, con la misma fórmula, el mismo empaque, contenido, control de calidad, la misma publicidad y promoción, etc. En resumen, productos idénticos fabricados por filiales de empresas extranjeras en nuestro país.

Se analizan una serie de productos "idénticos" entre los que figuran el queso Filadelfia de Kraft, el desodorante Speed Stick de Mennen, el alimento para bebé de Gerber, el Jugo V-8 de Campbell's y los Corn Flakes de Kellogg's. Además se analizaron algunos productos que en teoría deberían ser idénticos o cuando menos similares, como la gasolina sin plomo o el servicio telefónico.

Se dejaron fuera los precios de productos como el arroz, los frijoles, la carne, el huevo o la leche. Los que hayan viajado a Estados Unidos y hayan tenido la oportunidad de consumir o hasta cocinar estos productos no nos dejarán mentir. Uno prepara un arroz en Estados Unidos y no sale ni un grano quebrado, en México, no sale uno entero. El frijol en México hay que limpiarlo pues las bolsas están plagadas de piedras mientras que en Estados Unidos se puede hasta demandar a empresas que empaquen piedras en las bolsas de frijol. En Estados Unidos con dos huevos se hace un omelette, en México se necesitan quebrar por lo menos tres huevitos. La leche de Estados Unidos es de mucho mejor calidad que los litros de 950 mililitros de agua de horchata que venden las empresas lecheras mexicanas. Y que decir de la carne, el pollo, las verduras ... Por ende estos productos, de muy distinta calidad, no se pueden comparar y fueron dejados al margen del estudio.

Por las mismas razones se dejaron al margen servicios tales como el transporte público, el agua potable o las carreteras. Es cierto, el transporte público es mucho más costoso en el país vecino pero no hay

comparación entre un autobús de pasajeros en una ciudad de Estados Unidos -que tiene hasta mecanismos electrónicos para que aborden y bajen personas en sillas de ruedas- con los microbuses mexicanos que parecen máquinas para mandar a todos sus pasajeros a pasar el resto de sus días en sillas de ruedas; el servicio de agua es mucho más caro en Estados Unidos pero se puede tomar agua de la llave lo que es impensable en México; en materia de carreteras, es posible cruzar Estados Unidos de este a oeste y de norte a sur en superautopistas de excelente calidad sin pagar un centavo y sin riesgo a ser asaltado, mientras que en México tenemos pésimas autopistas, mal trazadas, mal atendidas y además son las más caras del mundo. Por todo ello se analizaron sólo productos idénticos que se producen en ambos lados de la frontera.

Cabe señalar que el estudio no es perfecto pues los precios no siempre se han obtenido de los mismos supermercados ni en las mismas épocas del año. Tampoco se ha contemplado medir los precios de lista, sino que en ocasiones, cuando hay ofertas, se toman los precios rebajados. Esto se debe a dos razones: tampoco todas las señoras van siempre a la misma tienda, y cuando hay productos en oferta pagan el precio más bajo, o sea, el estudio de Mexico.com está más apegado a la realidad de las personas. En segundo lugar, la falta de rigor científico se debe a la falta de presupuesto de Mexico.com que aprovecha los viajes de sus ejecutivos para realizar el estudio y no siempre éstos son a la misma ciudad.

Es pertinente aclarar esto pues no faltarán miembros de la tecnoburocracia en el poder que intenten descalificar el estudio con base en su metodología y falta de rigor científico. Sin embargo los resultados son tan abrumadores, la evidencia es tan clara, que ni el más estricto rigor científico hubiese sido capaz de descarrilar sus conclusiones ni desacreditar las recomendaciones que de él derivan. En otras palabras, no hace falta un médico forense ni un biólogo con doctorado para declarar muerta a una mosca embarrada en la pared.

El Índice Big Mac 2002

El diferencial de precios entre México y Estados Unidos nunca había sido tan abismal como ahora. Desde 1993, cuando se realizó la primera medición de precios en ambos lados de la frontera, no se daba una situación como la actual.

La canasta de productos que elegimos para el 2002 costó 38.76% más en México que en Estados Unidos. Esto es, sin lugar a dudas, una locura.

La primera tabla contiene todos los productos que son idénticos o casi idénticos en México y Estados Unidos. Entre las empresas que los fabrican se encuentran Kraft General Foods, R. J. R. Nabisco, Anderson Clayton, Procter & Gamble, The Coca Cola Company, Gerber, Campbell's, Kellogg's, Johnson & Johnson, etc. Y los productos son los que semana a semana millones de mexicanos consumen: queso amarillo, pasta dental, refrescos de sabores, galletas, sopas, alimento para bebés, cereales...

La canasta de 37 productos costó 58.64 dólares en la ciudad de Filadelfia en Estados Unidos y 732.07 pesos en Gigante Mixcoac, en la ciudad de México. A un tipo de cambio de 9 pesos, vigente en los días en que se realizó el estudio, la canasta en Estados Unidos costó 527.60 o 205 pesos menos que en México. Visto desde el punto de vista de un americano que viene a México, comprar dichos productos le cuesta 38.76% más caro, mientras que visto desde el punto de vista de un mexicano se ahorra 27.9% si compra del otro lado. En otras palabras, las señoras de Laredo, Monterrey, Cd. Juárez o Tijuana (y otras ciudades fronterizas) se ahorran casi 30% al hacer sus compras de supermercado en Estados Unidos, mientras que las señoras que viven en San Diego, El Paso, San Antonio o McAllen, pagarían 40% más si hicieran su despensa en México, lo cual obviamente no sucede.

Hay productos cuyo diferencial es exagerado en todos sentidos. El limpiador de vidrios marca Windex de 956 mililitros (1 quart) cuesta 2.64 dólares (todos los impuestos incluidos) en Estados Unidos y 38.90 pesos en México, un diferencial de 63.76%. La gasolina sin plomo cuesta 32 centavos por litro en Estados Unidos y 5.69 pesos en México, el doble de precio. De 37 productos que componen la canasta

del Índice Big Mac 2002, sólo seis resultaron más baratos en México, los Corn Flakes de Kellogg's, la leche evaporada Carnation, las galletas saladas de Nabisco, el limpiador de pino Pinol de Allen, el Maestro Limpio y los pañuelos Kleenex de 90. El resto de los productos es mucho más barato en Estados Unidos.

El Índice Big Mac 1993-2002

Como lo señalábamos al principio, Mexico.com ha venido realizando este estudio desde hace ocho años. En aquel entonces una lata de Coca Cola costaba 1.30 pesos, hoy cuesta 4.50, más del triple. En ese mismo año, la lata de Coca Cola costaba 33 centavos de dólar en Estados Unidos y hoy, ocho años después, cuesta 35 centavos de dólar. El consomé de res de Campbell's costaba 3.90 en 1994, hoy cuesta 9.60 pesos, casi el triple. En Estados Unidos costaba .79 centavos de dólar y hoy cuesta .77 centavos, es decir, dos centavos menos.

En la primera tabla es posible consultar los precios de los productos año con año y concluir que es que es un mito pensar que en México se ha detenido la inflación. Tan sólo entre junio de 2001 y abril de 2002, la canasta original de 17 productos aumentó 8.05% mientras que en Estados Unidos bajó 7% debido a la recesión y a que bajaron precios como el de la gasolina y otras materias primas.

La gasolina sin plomo costaba 1.34 en 1994 y ahora cuesta 5.69, una aumento de 325% mayor que el de casi cualquier otro producto, lo cual ilustra dos cosas: la primera es que el gobierno se sirve con la cuchara grande y se despacha los mayores aumentos, y la segunda es que no importa lo que suceda con el precio del petróleo, en México la gasolina siempre costará más. Mientras, en Estados Unidos la gasolina pasó de 28 centavos en 1994 a 41 centavos el año pasado para caer en este 2002 a 32 centavos. Por ende, es un mito que México sea una economía de mercado y que los precios estén sujetos a la ley de la oferta y la demanda.

Finalmente, todos los precios en México han aumentado, al menos, 50% de 1997 a la fecha. El aderezo para ensaladas Wishbone pasó de 6.95 a 14.20, la gasolina de 2.96 a 5.69, el desodorante Speed Stick de 14.50 a 21.50. El dólar fue la única mercancía que casi mantuvo su precio, al pasar de 8 pesos en marzo de 1997 a 9 pesos en el periodo.

Es un mito pues que se haya detenido la inflación. Por el contrario, nunca, como de 96 a la fecha, habían subido tanto los precios en términos de dólares. La inflación en dólares que tiene Mexico hoy es la más alta en la historia del país y es por ello que México ha perdido toda su competitividad, por eso se desploma el turismo receptivo, mientras se dispara el número de mexicanos que viajan a Estados Unidos, por ello ha dejado de crecer la inversión productiva y se ha disparado la especulativa. México se ha vuelto carísimo, sin duda uno de los países más caros del mundo.

El poder de compra

Si bien México ya es casi 50% más caro que Estados Unidos, los mexicanos, o al menos la mayoría, ganamos, si bien nos va, la cuarta parte de lo que ganan nuestras contrapartes estadounidenses. No solo en términos absolutos los precios son más elevados, en términos relativos las cifras rayan en lo ridículo.

De acuerdo con el Departamento del Trabajo de Estados Unidos, el salario promedio en la industria manufacturera estadounidense es de 14.33 dólares la hora, mientras que de acuerdo con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social en México es de 320 pesos al día (como 4.44 dólares la hora).

De la misma manera que dos latas de Coca Cola son productos idénticos, el trabajo que realizan dos choferes de Coca Cola también es idéntico. Tienen que tomar su camioncito cargado de refrescos y hacer su recorrido, deteniéndose en todos los establecimientos que consumen el producto para resurtirlos. Toman un papelito, escriben el número de cajas o latas que entregan, las descargan del camioncito y recaban la firma de recibido del encargado del establecimiento. Son también idénticas las labores de los operadores de la maquinaria que tapa y etiqueta las botellas de aderezo Wishbone o de quienes rellenan

de elotes las latas de Del Monte. Pues por hacer trabajos idénticos, el norteamericano gana, en promedio, tres veces más que su contraparte mexicano.

Como resultado de lo anterior, el chofer de Coca Cola en Estados Unidos se puede comprar 43.42 latas de refresco con el sueldo que gana cada hora, mientras que el chofer de Coca Cola en México, por realizar el mismo trabajo puede comprar sólo 8.89 latas del mismo refresco, es decir, 80% menos producto. En términos reales, el poder adquisitivo del chofer mexicano es 80% inferior que el del chofer en Estados Unidos. El trabajador en la refinería de Pemex puede comprar 7 litros de gasolina con una hora de su trabajo mientras que el de la empresa Shell, en Nueva Jersey puede comprar 44 litros, 85% más. En promedio el poder adquisitivo de los trabajadores Mexicanos Del Índice Big Mac 2002, vis a vis sus similares en Estados Unidos es 77% inferior.

No es sólo que los productos en México sean más caros, si no que los salarios en México son muy inferiores, lo que arroja como resultado un poder de compra paupérrimo. Simple y sencillamente los mexicanos se gastan todo su ingreso en unos cuantos productos, mientras que los estadounidenses gastan sólo una fracción en sus necesidades básicas y les sobra mucho ingreso para consumir en otras cosas y activar así otras industrias. Y esto explica por qué en México no hay mercado interno; porque tenemos salarios de tercer mundo y pagamos precios de primer mundo.

El cuadro de "Análisis del poder de compra" se ilustra el abismo que existe entre el poder de compra de los trabajadores mexicanos y de los estadounidenses, tomando como referencia el salario promedio de la industria manufacturera en ambos países y los precios de los productos derivados del análisis Big Mac 2002.

Explicación al fenómeno

La gran pregunta es ¿por qué? ¿Por qué en México los salarios son tan inferiores y los precios son tan superiores? ¿Será, como lo afirman los exportadores, porque el peso está sobrevaluado? ¿Será, como afirman los productores, porque sus costos son mayores? ¿Será, como afirman los del prd porque los empresarios se están sirviendo con la cuchara grande? ¿Será por la enorme burocracia y gobierno ineficiente que tenemos que cargar a costas todos los mexicanos?

Lo cierto es una combinación de todas las anteriores y algunos factores más que trataremos de enumerar a continuación.

Los grandes ganadores de todo este desbarajuste estructural son los monopolios. Pemex que puede cobrar lo que quiera por la gasolina pues no existe alternativa, la Comisión Federal de Electricidad que se despacha sus tarifas con la cuchara grande, Teléfonos de México, el monopolio de la telefonía en México, las concesionarias y operadoras de las carreteras de cuota que son las más caras del mundo, las aerolíneas que monopolizan las rutas más jugosas y se aprovechan cobrando lo que quieren. En tanto, el gobierno de la República no decida romper estos monopolios, las estructuras de costos del país seguirán haciendo de México uno de los países más caros e ineficientes del mundo, y los consumidores, más de 100 millones de mexicanos, seguirán pagando las consecuencias.

Pero las empresas en México no sólo tienen que pagar los costos exorbitantes que les imponen los monopolios, sino pagar por servicios como seguridad privada, seguros contra el robo de sus mercancías en carreteras y otros, imputables a la ineficiencia gubernamental. En otras palabras, en Estados Unidos las empresas pagan impuestos y reciben a cambio servicios; en México pagan tasas mayores y no reciben nada sino que tienen que realizar pagos adicionales.

No contento con su ineficiencia, el Estado mantiene una política monetaria vanidosa que ya se conoce en el mundo como el "machismo" monetario mexicano consistente en fortalecer al peso más allá de toda lógica. Dicho "machismo" lo combina con otra política de Estado igualmente fantástica, el "agachismo" comercial. Ambas están llevando a la quiebra a miles de empresas en todo el país.

Un tipo de cambio tan estúpidamente sobrevaluado, unas aduanas podridas en corrupción hasta la médula y una política de Estado en materia comercial altamente permisiva en un contexto de mercados internacionales inundados de mercancías, han provocado un alud de importaciones baratas, saldos, mercancía reetiquetada o burdo contrabando que está dando al traste con el aparato productivo nacional.

El llevar a extremos el "machismo" monetario, tarde o temprano reeditará en grandes ganancias para los especuladores, pues tarde o temprano tendrá que venir una devaluación. Esto también lo demuestra el Índice Big Mac, pues en 1994, cuando México era 12% más caro que Estados Unidos, vino el error de diciembre; tres años después, cuando México volvió a ponerse muy caro, sobrevino la crisis rusa y el peso se devaluó a 10.40, lo que normalizó una vez más la situación. Pero desde hace cuatro años el peso no modifica sustancialmente su cotización frente al dólar y poco a poco aquellos que han visto crecer como espuma sus capitales en pesos los van a querer ver en billete verde.

Como siempre, los grandes perdedores...

Las consecuencias más funestas del machismo monetario, del agachismo comercial y de la ineficiencia gubernamental las paga la población. Tan sólo en 2001 se perdieron y se dejaron de generar un millón de empleos. El aumento de los precios que según el Índice Big Mac 2002 fue de 8%, siguió superando los aumentos salariales. Los millones de parientes de los indocumentados que mandan remesas cada día cobran menos por los dólares que les llegan del exterior. El producto del trabajo de millones de obreros apenas les alcanza para consumir lo básico y muchos no pueden comprar los productos que ellos mismos producen.

¿Qué explicación tendrán para este fenómeno nuestros destacados economistas en el gobierno? Probablemente ninguna, pues han optado por sujetar el destino de millones de mexicanos a una sola ecuación, la de oferta y demanda de divisas. Mientras la oferta de divisas sea mayor que la demanda y no hayan presiones sobre el peso, no les importa que el nivel de vida de millones de mexicanos se desintegre.

Recomendaciones

Aunque parezca muy complicada, existe una solución a la problemática planteada y ésta radica en la combinación de diversas medidas de política económica que hagan de la economía de los mexicanos un sistema más racional y no la locura en la que se ha convertido.

Por ello se recomiendan cinco medidas concretas:

- 1) Hay que destrozarse a los monopolios, sobre todo los de servicios e insumos básicos como la gasolina, el teléfono, la electricidad y las vías de comunicación.
- 2) El gobierno debe hacer más con menos, debe hacerse muy eficiente y hacer que los impuestos trabajen para que las empresas no incurran en costos adicionales y reflejarlos en el precio de sus productos.
- 3) Hay que iniciar un deslizamiento de la moneda o ajustar la paridad a un nivel más real que de un respiro a los exportadores y los fabricantes que atienden el mercado interno.
- 4) Combatir la piratería y el contrabando, desmantelar la actual estructura de aduanas e impedir la entrada de mercancía de dudosa calidad y procedencia.
- 5) Y finalmente los empresarios deben aprender a operar con márgenes menores de utilidades pues en teoría ha disminuido el riesgo-país y el costo de oportunidad reflejado en las tasas de interés.

En otras palabras, se debe aumentar el poder adquisitivo de la población mediante una combinación de

reducción de precios y ajuste cambiario. Para que las empresas puedan reducir sus costos hay que combatir en serio la monopolización de la economía, la ineficiencia gubernamental y ello debe repercutir favorablemente en los costos de nuestras empresas. Adicionalmente se requiere de un tipo de cambio más real, y aunque no se está sugiriendo una devaluación de la moneda como muchos lo solicitan, pues esto desataría una vez más las fuerzas de devaluación, altas tasas de interés e inflación (que entre paréntesis ha comprobado a través de la historia que esa no es la solución), sí se puede planear un deslizamiento que lleve al tipo de cambio a once pesos, al final del 2003, cuando se lleve a cabo la siguiente ronda de desgravación del tlc y se estrena China en la omc.

Conclusiones

Por desgracia nada de lo anterior va a suceder porque no existe la voluntad política de hacerlo. El gobierno no va a acabar nunca con los monopolios pues es juez y parte, es el mayor beneficiario y quien se sirve con la cuchara más grande. Jamás va a renunciar a sus vaquitas lecheras Pemex y la cfe.

El gobierno tampoco tiene la voluntad política de acabar con el contrabando y la introducción de mercancía ilegal pues, aunque no lo reconozcan, es parte de su política de combate a la inflación.

Tampoco tiene la voluntad política de enfrentarse a los grandes monopolios privados como Telmex.

Por todo ello el panorama es muy sombrío y desalentador. Tal es la conclusión del análisis Big Mac 2002 de Mexico.com