





Los supermercados y el derecho a la alimentación

35

FREDDY ORDÓÑEZ

ABOGADO CANDIDATO A MAGÍSTER EN DERECHO
PROFUNDIZACIÓN EN DERECHOS HUMANOS Y DIH

A principios del mes de febrero, el ministro de Agricultura, Aurelio Iragorri, señaló que los supermercados son responsables -junto con los intermediarios- de la carestía de los alimentos. El ministro se quejó del precio pagado por los supermercados a los productores y del precio final al consumidor, al manifestar que "aquí le sacan el jugo al campesino y le exprimen la billetera al consumidor".

Posteriormente el ministro, después de un llamado de atención del presidente Juan Manuel Santos, matizó sus declaraciones contra los supermercados y se centró en los "indeterminados" intermediarios. El debate quedó superado por el escándalo mediático que le siguió. Pero cuán ciertas serán las afirmaciones del ministro, qué tanto dinero ganan las grandes cadenas de distribución de alimentos, cuánto poder tienen sobre lo que comemos y qué tan relacionadas están con el ejercicio del derecho a la alimentación.

La producción y la comercialización de alimentos operan en cada uno de sus tramos con las premisas de búsqueda del máximo beneficio, optimización de costos y explotación de la mano de obra. Así, los sistemas agroalimentarios están cada vez más concentrados en empresas nacionales o multinacionales que generan enormes dividendos en el recorrido de los alimentos del campo al plato.

La producción y la comercialización de alimentos operan en cada uno de sus tramos con las premisas de búsqueda del máximo beneficio, optimización de costos y explotación de la mano de obra. Así, los sistemas agroalimentarios están cada vez más concentrados en empresas nacionales o multinacionales que generan enormes dividendos en el recorrido de los alimentos *del campo al plato*. Este modo de producción y comercialización de alimentos configura desde 1990 lo que Philip McMichael ha llamado el *régimen alimentario corporativo*. Parte de estas megacorporaciones de la alimentación son las cadenas de supermercados.

El profesor universitario Raj Patel, en *Obe­sos y famélicos*, señala cómo las grandes superficies y los supermercados facturaron 3,5 billones de dólares en 2004¹. El gigante mundial de los supermercados, Wal-Mart, aparece en el número 1 del listado que publica anualmente la revista *Fortune 500* de las 500 compañías estadounidenses que registraron mayores ventas en el 2015 a escala mundial y en el número 1 de *Global 500*. En este último listado figuran también dentro de las 100 primeras posiciones ha sido las minoristas, tales como CVS Health (30), Costco (52), Kroger (54), Tesco (62), Carrefour (64) y Metro (97). En Colombia el gigante de los supermercados es Éxito, compañía que en el año 2014 tuvo ingresos superiores a los diez billones de pesos. Esta empresa, mediante compra total o parcial de otras compañías, se ha consolidado como una *multilatina* del sector de *retail*, con 2.779 puntos de venta en cuatro países. Claro está, también contamos con la presencia en el país de Cencosud (desde 2012), Olímpica², La 14 y Price Smart, entre otros.

- 1 Raj Patel, *Obe­sos y famélicos. Globalización, hambre y negocios en el nuevo sistema alimentario mundial*. Buenos Aires: Marea, 2008, p. 18.
- 2 Los fundadores y dueños de la cadena de Almacenes Olímpica son los Char, reconocida familia de empresarios y políticos de la costa caribe. Actualmente, Alejandro Char Chaljub es el alcalde de Barranquilla y está vinculado a Cambio Radical,



Coordinadora Guerrillera Simón Bolívar: Manuel Marulanda y Alfonso Cano de las FARC junto a Manuel Pérez del ELN.

Diana Saldarriaga dice en su libro *El mercado de alimentos: las tiendas de descuento alemanas - los supermercados colombianos*, que los supermercados en Colombia tienen establecidos márgenes de contribución entre 30 y 40 %, y en el caso de productos importados los consumidores pagan entre 80 y 120 % más sobre el precio FOB de importación. La autora manifiesta que el margen de productividad en un hipermercado alemán es máximo el 12 %, mientras que en Colombia llega al 20 %; esto se debe a que en el país "la estrategia de los supermercados es maximizar las ganancias, es decir, el precio que mayor utilidad genere"³.

partido del vicepresidente Germán Vargas Lleras. Circularon rumores de que fue esta familia la que le reclamó al presidente Santos por los comentarios del ministro de Agricultura.

- 3 Diana Patricia Saldarriaga Farfán, *El mercado de alimentos: las tiendas de descuento alemanas - los supermercados colombianos*. Bogotá: Facultad de Administración, Universidad de los Andes, 2004.

Ahora bien, los supermercados ejercen un gran poder sobre nuestra alimentación. Así, Wal-Mart obtiene un 55% de sus ingresos de la venta de víveres, porcentaje que también percibió el Éxito por alimentos en el 2015. Por su parte, Carrefour concentra el 23,7 % de la distribución de alimentos en España, esto es, prácticamente controla uno de cada cuatro alimentos que se compran en ese país; en Francia se destaca el hecho de que, junto con otras cuatro empresas, controla el 90 % de la comercialización de productos alimenticios. La concentración y el dominio en la distribución de alimentos permiten a los supermercados (así como a intermediarios y agentes mayoristas) un fuerte control de la alimentación, estableciendo precios finales al consumidor y el valor que hay que pagar a los productores de alimentos, pero también les permite determinar qué alimentos llegan finalmente a la mesa. De esta manera, hay una suerte de "reloj de arena" en la estructura del sistema agroalimentario, donde el poder lo tiene el sector más estrecho, redu-

La concentración y el dominio en la distribución de alimentos permiten a los supermercados (así como a intermediarios y agentes mayoristas) un fuerte control de la alimentación, estableciendo precios finales al consumidor y el valor que hay que pagar a los productores de alimentos, pero también les permite determinar qué alimentos llegan finalmente a la mesa. De esta manera, hay una suerte de “reloj de arena” en la estructura del sistema agroalimentario, donde el poder lo tiene el sector más estrecho, reducido grupo del que forman parte las grandes cadenas de distribución de alimentos.

cido grupo del que forman parte las grandes cadenas de distribución de alimentos⁴.

En este orden de ideas, los supermercados están fuertemente relacionados con el ejercicio del derecho a la alimentación, no sólo de los consumidores finales sino también de los productores. Como lo señala Olivier de Schutter, relator especial sobre el derecho a la alimentación (2008-2014), la posición dominante del comprador puede tener consecuencias sobre las estructuras económicas y sociales, y en última instancia, en los medios de vida, la sostenibilidad y los derechos de agricultores y consumidores, incluidos los derechos a un nivel de vida digno, al trabajo, al desarrollo y a la alimentación adecuada. Por ello, sostiene en su informe final que se requieren políticas públicas dirigidas a ampliar las opciones para que los pequeños agricultores vendan sus productos a un precio decente, y recomienda a los estados apoyar la diversificación continua de los canales de comercialización y distribución de alimentos, regular las cláusulas de los contratos entre productores y grandes compradores, usar la ley de competencia con el propósito de combatir la excesiva concentración en el sector agroalimentario, así como generar instancias que permitan la discusión sobre la justeza de las cadenas alimentarias entre los productores, procesadores, minoristas y consumidores, todo esto como parte de las obligaciones internacionales que se demandan del Estado para la realización del derecho a la alimentación adecuada.

4 Véase: Bill Vorley, *Food, Inc. Corporate concentration from farm to consumer*. London: UK Food Group, 2003.

