

El grupo Walmart (Más X Menos, Pali, Maxibodegas, Hipermás y Hortifrutti) se ha convertido en un gigante que controla alrededor del 50% del mercado detallista. De cada 10 "diarios" que se venden en Costa Rica 5 se compran en Walmart. Esto le da un poder excesivo que le permite, hoy en día, hacer lo que quiere con nuestros productores agrícolas, pecuarios y agroindustriales, porque tiene el control de los consumidores.



Ronald Solís Bolaños*

Este poder sobre el mercado les ha hecho perder la perspectiva sobre los equilibrios en nuestro país y, no conformes con lo que representan, tienen una clara estrategia de eliminar la competencia y acabar con las pulperías, "minisupers" y hasta las ferias del agricultor (productores). Basta con observar sus anuncios publicitarios (La Nación, página 48 A, 5-11-2011).

Su poder les permite, ante la inexistente regulación del Estado cos-

tarricense -política que sí existe en otros países desarrollados como Estados Unidos, pero que no imitamos- abusar de nuestros productores agrícolas, industriales y agroindustriales, fijando, por ejemplo, precios bajos, condiciones de

pago inadecuadas e imponiendo, en muchos casos, su marca.

Imposición de marca quiere decir

Plan fiscal=Walmart feliz

que un fabricante produce bajo la marca del supermercado a un precio inferior, siendo competencia para sí mismo.

Esta modalidad permite al supermercado cambiar en cualquier momento de fabricante porque son los dueños de la marca. Además, al ser propietarios del supermercado y tener la exclusividad de la marca, pueden colocar sus productos estratégicamente y hacer promociones. ¡Competencia desleal!

Ejemplos para evaluar las conse-

cuencias del plan fiscal que se discute en la Asamblea Legislativa hay muchos. Walmart, por ejemplo, le pidió a Dos Pinos producir leche con su marca Sabemás, obviamente a un precio más bajo. La cooperativa no estuvo de acuerdo, entonces Walmart hizo un convenio con Parmalat de Nicaragua para importar a Costa Rica leche con marca Sabemás, producida o triangulada, Dios lo sabrá, en Nicaragua.

¿Qué pasa con el plan fiscal? Por formar parte de la canasta básica, el

litro de leche importado de Nicaragua no paga el 14% de IVA, pero la leche producida en Costa Rica sí lo paga. Veamos. El impuesto que pagará el empaque (la caja) representará más de €30. Eso significa que cuando el consumidor llegue a comprar leche a un supermercado de Walmart se va a encontrar con que la leche de Nicaragua mantiene el precio, pero la producida en Costa Rica costará, por lo menos, €30 más por litro. ¿A que no adivina cuál leche compraría el consumidor? ¿A que no adivina cuál productor venderá su leche?

* La situación descrita con la leche se repite en todos los productos agrí-

colas de canasta básica que se puedan importar industrializados o procesados, y que también producimos los costarricenses.

Cadenas como Walmart se han convertido en el principal importador de alimentos y estarán felices de saber que tienen un nuevo aliado para acabar con la competencia y también con los productores nacionales. Esos nuevos aliados serían los diputados y políticos que apoyen este plan fiscal así como está. Las consecuencias más serias para el consumidor vendrán después.

*Diputado 2006 - 2010.

ronaldsolis@ice.co.cr

Plano de desarrollo (1) Defensa económica (1)
Impuestos (2)