

Me cago en la ley de la oferta y la demanda

miércoles, 08 de mayo de 2019

Una ley no tan universal. La ley de la oferta y la demanda es una verdad a medias. Una verdad técnica que no siempre funciona y no siempre es aplicable cuando se trata de transacciones económicas, esencialmente porque es un principio teórico que está desconectado de los seres humanos sobre los que se aplica.

Marco Magnanelli *

Este principio no tiene en cuenta gran parte de la economía del mundo, la "economía minorista", la "economía PyMe". Es más, me arriesgaría a decir que la ley de oferta y demanda en la economía de las PyMe funciona totalmente a la inversa de su formulación original.

¿Qué dice este principio? En términos generales: Si sube la demanda el precio sube, si baja la demanda el precio baja, o su equivalente, si sube la oferta el precio baja, si baja la oferta el precio sube.

¿Y cuándo funciona?... Y... funciona en el mercado macro, en mercados integrados, principalmente en los mercados financieros y en sus derivados, el gran mercado de las materias primas llamadas commodities, en donde se tiene el stock de las cosas más o menos estudiado, estimado, conocido, por ejemplo el stock de petróleo, oro, carne, granos y los mismos se negocian en un mercado mundial al que todos acuden de manera directa a la compulsa de precios.

Tomemos como ejemplo la soja. Se conoce con bastante exactitud la existencia y los volúmenes estimados de las próximas cosechas, en un contexto de demanda estable si por alguna razón hay más soja de la estimada -por una súper cosecha, por ejemplo- su precio bajará. Si ocurre lo contrario, por ejemplo, por una catástrofe ambiental o sequía que afecte a una zona productora su valor subirá. También ocurre si los compradores pierden el interés por la soja o si repentinamente los mismos compradores tienen un interés por comprar más o si se suman más compradores al mercado... pero... ¿por qué esta ley funciona así en ese contexto? Básicamente por la codicia del hombre quién es origen de la ley y que es el sujeto de acción económica, donde el valor de las cosas no está determinado específicamente e unívocamente por sus costos de producción sino por un valor relativo a la capacidad de vender o comprar dicho bien. De esta manera el dueño de la cosa venderá al mundo su producto en un mercado, en una subasta mundial, donde compradores y vendedores pujan por un precio. Los primeros por bajarlo y los segundos por subirlo. Si bien es determinante en muchos aspectos de la fijación de precios, no se evalúan en estos mercados los costos de producción de la cosa, importa otro aspecto, la subjetividad de la lucha en la maximización de la ganancia. Termina siendo en definitiva una puja humana sujeta a los vaivenes psicológicos más que a condiciones de evaluación directa de costos o márgenes. Ciertamente, producir una tonelada de soja en Argentina cuesta lo mismo aún si en el otro lado del mundo un tsunami arrasa todos los sembrados chinos y en esa circunstancia, créanme, la soja Argentina pasará a valer mucho más, independientemente del margen que se proyectado o de los costos a los que hayas estado sometido en el acto productivo.

Los mercados financieros, las empresas multinacionales o los grandes mercados de commodities son los que están sujetos en general a estas leyes de la Oferta y la Demanda, operan en mercados de stock conocido o con demandas estudiadas, donde la oferta de la cosa es a granel en un pool común y entran en pugna con valores bastante bien definidos.

¿Ocurre esto en el mercado PyMe?... digamos... un empresario pyme ¿qué hace cuando tiene mayor o menor demanda de su producto o servicio? ¿opera de la misma manera la ley de oferta y demanda? ¿se aplica la misma lógica de los libros? Como empresario pyme déjenme decirles que yo creo que no, de ninguna manera. Es más, me animo a decir que opera a la inversa.

Una empresa pyme es "ineficiente" por naturaleza comparada con grandes empresas o multinacionales. Por diferentes motivos las pymes argentinas tienen un 40% menos de productividad que las empresas grandes. Y esta brecha puede llegar al 70% en algunos sectores. Tienen menor eficiencia por hora hombre y capital invertido. Veremos que este punto es crucial en el desarrollo de estos conceptos.

Una empresa PyMe no opera sobre los mercados concentrados de commodities sino que está determinada por ellos en cuanto al costo de sus materias primas, como transformadores de dicha materia, la oferta de sus productos no se

consolida en un mercado global sino en un mercado interno atomizado, sectorizado y además poseen una estructura doble de costos fijos y variables, que dependen muchas veces del nivel de producción. Pero lo que más pesa muchas veces sobre la vida del sector PyMe en relación a sus ingresos y su baja productividad son los costos invariables. Esos costos fijos no pueden ajustarse al nivel de la demanda porque están allí independientemente de ella. De esta forma los costos que afronta una pyme son en general los mismos que afrontan las personas que constituyen la demanda.

¿Y qué factores hacen variar la demanda que opera sobre las pymes? Claramente no son factores de producción, ni climáticos, ni otros factores que se desplieguen en los mercados mundiales de las commodities. La variación de la demanda de los servicios y productos de las pymes están determinadas casi totalmente por el “ingreso” y el poder de compra de las personas. Que en Argentina está en gran medida regulado por el Estado y en definitiva constituye el 90% de la demanda que opera sobre las PyMe, salvo las PyMEs B2B que en definitiva, como ya veremos, están también sujetas a las mismas fuerzas que operan sobre la población general. La expansión o retracción del ingreso o el poder de compra es lo que constituye y modela la demanda que opera sobre las pymes. Es lo que llamamos “El mercado interno” que constituye el vehículo por el cual el movimiento económico moviliza los ingresos en la población.

Si es que hablamos de las PyMe o del empresariado PyMe, dicho sea de paso es el que configura más del 70% de la mano de obra registrada y otro tanto del movimiento económico. Entonces, más allá de las modas o cuestiones puntuales sobre productos o servicios particulares, las variaciones de la demanda se dan principalmente por dos factores, uno es la variación de precios y otro es la variación del salario. Pero como ya dijimos, estos factores son los que operan también de manera DIRECTA sobre las pymes lo cual configura un circuito de retroalimentación sistémica.

Volviendo al origen, una pyme tiene costos fijos que son determinantes y un ingreso por debajo de éstos la vuelve inviable. Entonces, en un contexto como el actual, hay una fuerte restricción de la demanda, porque “las personas” ven restringido su poder de compra tanto por la devaluación del peso y su traducción (muchas veces desmedida) en inflación, por los efectos de la dolarización de los insumos productivos y las commodities, el aumento del costo de los servicios que transfirió hacia otros sectores de la economía el excedente líquido que era destinado al consumo interno y el estancamiento de los salarios.

¿Y qué puede hacer el empresario pyme en un contexto de reducción de la demanda por caída del poder de compra o de los ingresos de sus demandantes? Sus costos fijos pueden ajustarse u optimizarse solo hasta un punto en el cual es imposible operar la empresa. Pensemos en una empresa que esté al límite de sus costos operativos, como lo están gran parte de las pymes de nuestro país. Entonces en ese escenario y ante la restricción de la demanda solamente hay dos caminos posibles.

No pensemos en la opción de bajar los precios y aumentar la producción, entendamos que “LA DEMANDA ESTÁ RESTRINGIDA” y que los precios de venta ya están ajustados al límite de su margen mínimo de ganancia y que la demanda no puede ser estimulada. Digámoslo en palabras llanas: no se puede vender más porque la gente NO compra porque no tiene plata.

Entonces la pyme solo tiene dos caminos: uno es la reducción de sus costos ajustando el personal y redistribuyendo tareas, donde muchas veces el mismo empresario es quién toma mayores responsabilidades en su propia empresa por la misma o menor retribución o ganancia que ya tenía. O por otro lado, si la restricción de la demanda hace que los ingresos estén al límite de ser sobrepasados por los costos.

El otro camino es, paradójicamente, subir los precios de su cosa o servicio para poder paliar la baja de ingresos derivados de la retracción de la demanda y así poder balancear la baja de ventas por la pérdida de poder adquisitivo de sus demandantes, esperando además que el aumento de los ingresos derivados del aumento de precios de su producto o servicio no será morigerado por la reducción de la clientela por ese mismo aumento. Entonces, vemos así que una baja de la demanda inducida en los clientes por disminución planificada de su poder adquisitivo en un punto determinado lleva al aumento de precios.

Este es el error puntual que se cometió, ignorar el poder y las particularidades del mercado interno Argentino igualandolo a un mercado de commodities internacional e intentando aplicarle las mismas reglas ortodoxas esperando resultados que no se dieron.

Algo falló estrepitosamente ya que se restringió la demanda y se “enfrió” de manera planificada el mercado interno esperando

que las mágicas leyes del mercado operen para contener la inflación y el desconocimiento supino de ésta dinámica nos lleva hoy al peor de los escenarios: recesión económica con inflación. La estanflación es de las peores cosas que pueden pasarle a la economía de un país.

¿Qué es lo que está pasando que hay estanflación? El punto es que se genera una espiral creciente inflacionaria en el mercado interno, donde las pymes (el 70% de la economía) ajustan sus costos al máximo y aún así no pueden sostener sus sistemas económicos y operativos por la baja de la demanda y retroalimentan la espiral inflacionaria, auto fagocitándose sin otra salida.

¿Y a qué lleva esto? Primero, a que el nivel de ajuste de precios restringe más la demanda, a que la baja de poder adquisitivo promedio sea alimentado por los sucesivos ajustes de personal hasta que la pyme no puede soportar el pago de sueldos y servicios y el empresario quiebra cerrando la empresa. Esto lleva a otro efecto secundario ya que se tiende a la monopolización u oligopolización de todos los sectores productivos. Se empuja hacia la concentración de la economía pasando de una economía PyMe atomizada y capilarizada socialmente y el traspaso de la cuota de mercado que hoy tienen las pymes en su rubro hacia manos del sector de las grandes empresas que en general son más eficientes en términos económicos y pueden aguantar hasta un punto mayor la disminución planificada de la demanda. Esto afecta seriamente la distribución de la renta ya que recordemos que la brecha productiva o eficiencia por unidad de producto o servicio es en promedio 40% más bajo en una PyMe que en una gran empresa.

Aquí entonces la ley de oferta y demanda en las PyMes opera a la inversa. A menor demanda, mayor precio (hasta que todo vuela por el aire).

¿Y qué pasa si hay exceso de demanda, si hay “plata en la calle de las PyMe”? En un contexto en el cual el mercado interno es incentivado y el poder de compra de las personas crece o se recompone, y con un mercado PyMe diverso, la pyme puede abastecer la demanda creciente logrando mayor ingresos pudiendo estabilizar sus costos y sus márgenes de ganancia. Entonces ocurre lo contrario a la situación anterior. Un empresario que produce un bien o servicio en el mercado interno puede que llegue a aumentar su precio por una demanda creciente, pero hasta cierto punto determinado ya que en general el mercado PyMe se acerca más al ideal de la competencia perfecta por existencia de muchos jugadores. Por lo tanto, el proceso de aumento de precio no opera de forma indefinida, más que nada mediada por la competencia surgida de la atomización del mercado pyme y existencia de mayores jugadores en cada rubro. Quien, por ejemplo, brinda un servicio no subirá su precio todo lo que pueda ante un aumento de la demanda (como ocurre en los mercados de commodities), sino todo lo contrario. Si un empresario pyme ve colocado en el mercado el 100% de su producción y obtiene el máximo de su margen de ganancia posible puede en general tomar decisiones que lleven a aumentar su nivel de producción para satisfacer la demanda creciente en un contexto de competencia de precios con otras empresas de su rubro y ante una rentabilidad maximizada puede tomar la decisión de bajar los precios de su producto o servicio volcando al precio a modo de “subsidio” parte de las propias ganancias de la empresa para hacerlo más competitivo puesto que sus costos fijos operativos estarán cubiertos con creces.

Aquí también es “al verde”, en un contexto en el cual el mercado interno está sano, es incentivado y el poder de compra de las personas aumenta se ingresa en una espiral PYME que tiende a ser deflacionaria. Qué loco no!. Ello contribuye a aumentar el poder de compra de las personas. Quiero decir... si la PyMe tiene rentabilidad puede bajar sus precios. Y la rentabilidad se obtiene solamente si la demanda es importante y crece. Entonces, en las Pymes, la mayor demanda puede dar lugar a menores precios.

Sí, yo sé que es difícil de creer porque va en contra de la lógica general, pero lo he vivido en mi empresa: mayores márgenes y volúmenes de venta permiten ajuste de precios a la baja, y menores márgenes y menores ventas obligan a un aumento de precios para cubrir costos hasta que la pyme “revienta”.

Por todo esto creo que es un gran error intentar reducir la inflación Argentina realizando ajustes que tengan por objetivo reducir la demanda en el sector pyme. El resultado inmediato de esto es la destrucción de empresas, de capilaridad del dinero y de los puestos de trabajo, lo cual genera una espiral negativa que se retroalimenta.

Entonces, no nos pidan a las pymes que ayudemos a controlar la inflación en un contexto de restricción de la demanda interna a consecuencia de la disminución planificada del poder adquisitivo de nuestros clientes. No nos pidan que adecuemos los precios de la oferta para acomodarnos a la demanda decreciente. Porque el mercado pyme no es una subasta mundial, porque la parte más importante del mercado pyme son las personas, la gente que, en general, busca satisfacer sus necesidades básicas y no puja por precios ante un stock determinado de una materia prima o producto

(dentro de ciertos rangos). No nos pidan a las pymes controlar la inflación porque NO PODEMOS, ya que sufrimos los mismos males que las personas que demandan nuestros productos y servicios.

¿Qué hace falta para mejorar la situación de las PyMe en este contexto? Principalmente, incentivar el mercado interno por todos los medios posibles. Pero además hace falta una reforma tributaria donde se mida la carga impositiva de forma gradual creciente según el volumen de facturación, donde los impuestos no sean fijos sino en una escala adecuada a los ingresos de cada pyme, porque ciertamente los costos fijos son determinantes en la creación y la sobrevivencia de las empresas PyMe y su análisis detallado, y el impacto de los impuestos sobre los costos fijos son un factor determinante de su éxito o fracaso en los contextos de crisis.

Controlen los monopolios, ya sea con leyes o con incentivo de la competencia y sostenimiento o creación de PyMe. El Estado debe tomar éste trabajo en serio, subsidiando la creación de nuevas empresas si es necesario, la desconcentración económica en un contexto de demanda firme lleva a la baja de los precios. Luchen contra la concentración económica. Sostengan financieramente a las empresas nacientes y las PyMe haremos nuestro trabajo. El objetivo de las políticas de gobierno debería ser la atomización del mercado productivo.

* (Pte. Cámara de Comercio, Turismo, Industria y Producción de Viedma)