

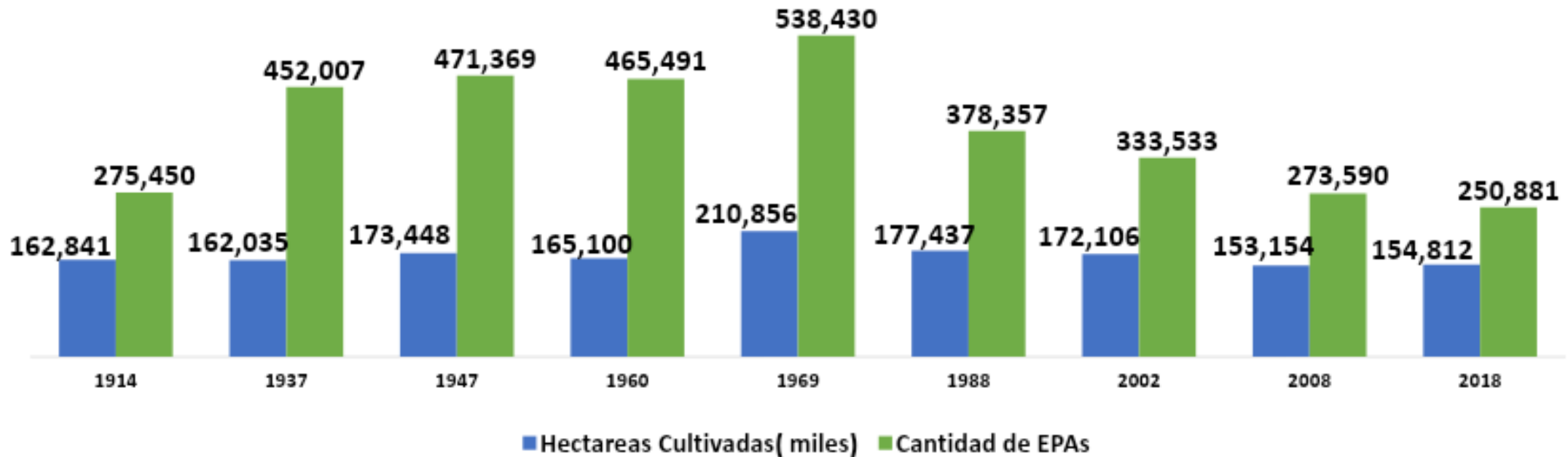


**EMPRESA NACIONAL DE
ALIMENTOS**

CONCENTRACIÓN DE LA TIERRA

- Entre 2002 y 2018 desapareció el 25,5 por ciento de las explotaciones agropecuarias. Y si se compara con el censo de 1988, **en sólo treinta años desapareció el 41,5 por ciento de las chacras.**
- Sin embargo, esa disminución de las UPA'S (Unidades productivas agropecuarias) no se condice con la cantidad de las Hectáreas explotadas.

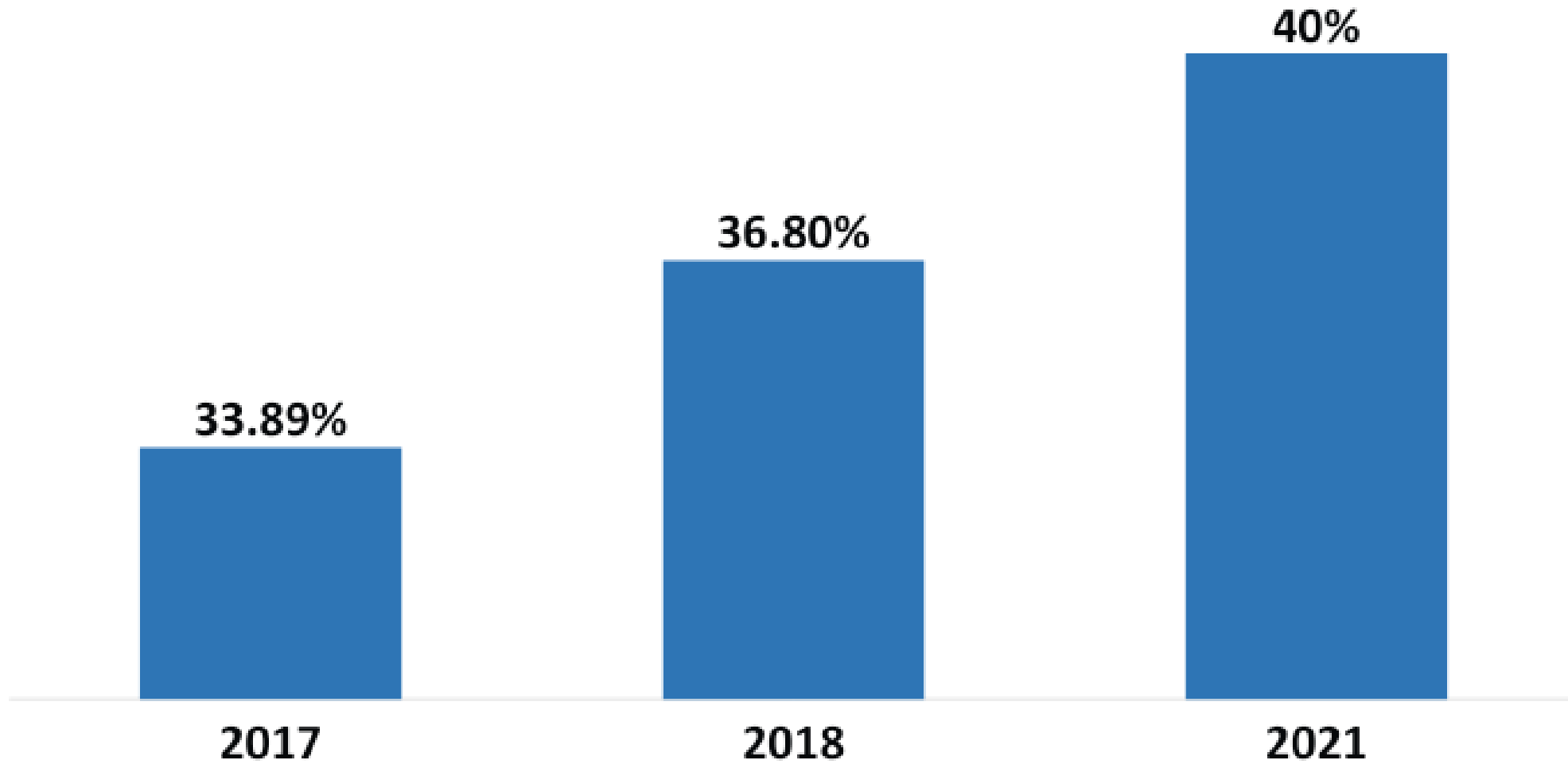
RELACIÓN DE UNIDADES PRODUCTIVAS AGROPECUARIAS (UPA'S) CON LA CANTIDAD DE TIERRA UTILIZADA (MILES DE HECTAREAS)



- Las grandes explotaciones absorbieron a las pequeñas.
- Según el Censo Nacional Agropecuario que se realiza en la Argentina desde 1914 la relación de tierra cultivada y cantidad de Upa`s (unidades productivas agrícolas) **nunca estuvo más concentrada que a día de hoy.**
- **Hoy el 1% de las más de 250.000 explotaciones registradas maneja casi el 40% de las tierras productivas del país.**



EL 1% CONTROLA CADA VEZ MAS % DEL TOTAL DE LA TIERRA PRODUCTIVA

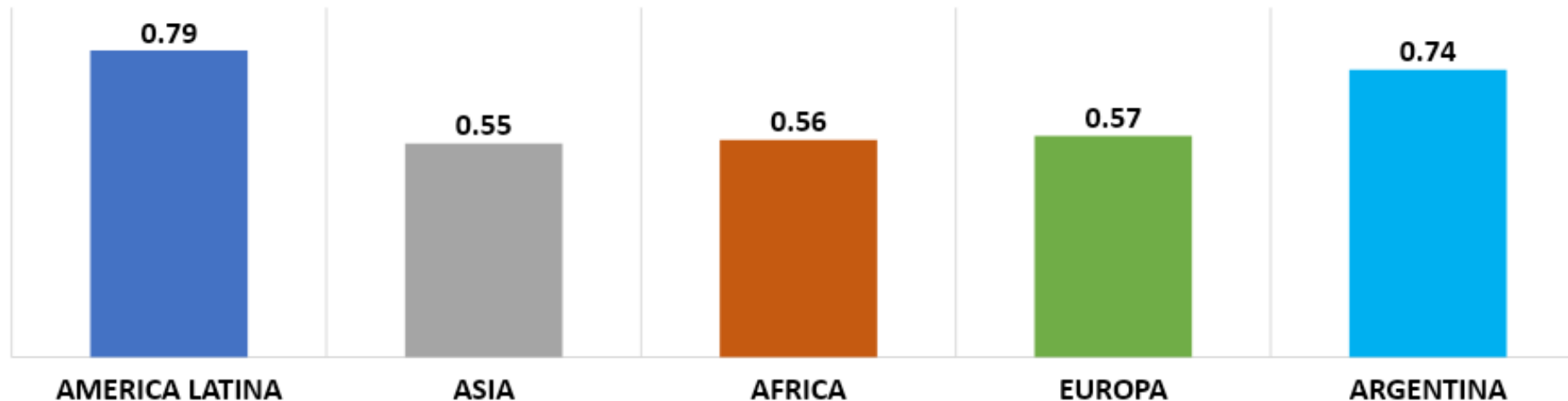


AMERICA LATINA MAS DESIGUAL QUE EL RESTO DE LAS REGIONES

América Latina es la región del mundo más desigual en cuanto a la distribución de la tierra.

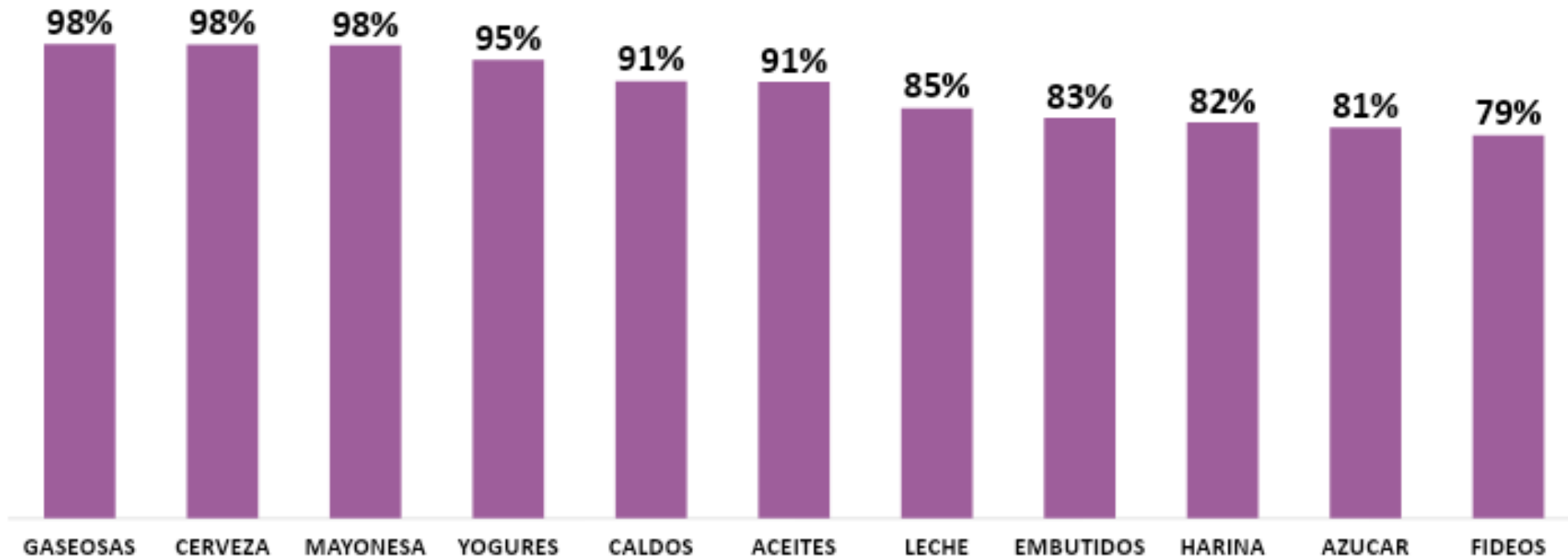
El coeficiente de Gini para la tierra -un indicador entre 0 y 1 donde 1 representa la máxima desigualdad- es de 0,79 para el conjunto de la región, siendo 0,85 en América del Sur y 0,75 en América Central. Se trata de niveles de concentración muy superiores a los observados en Europa (0,57), África (0,56) o Asia (0,55).

DISTRIBUCIÓN DE LA TIERRA (COFICIENTE DE GINI)



MONOPOLIOS EN RUBROS ALIMENTICIOS

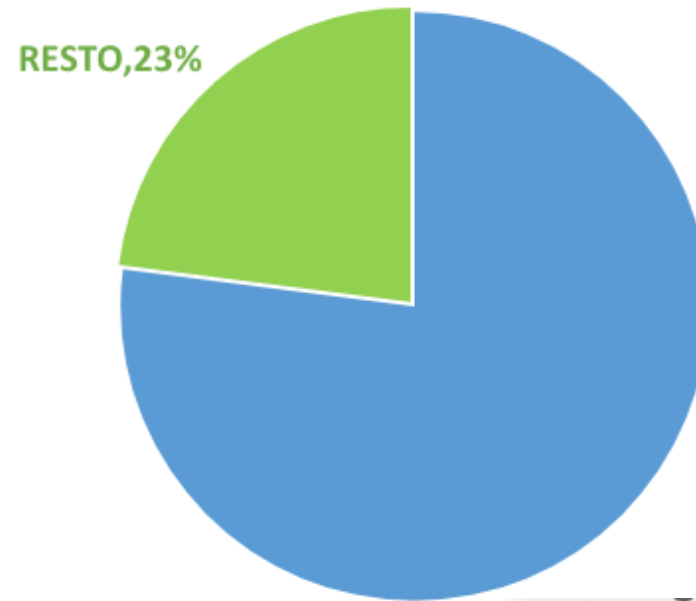
CONCENTRACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS DE AL MENOS 3 EMPRESAS POR PRODUCTO



FUENTE: CEPA



MASTELLONE CONTROLLA EL 77% DEL MERCADO DE LA LECHE



MOLINOS CONCENTRA EL 79% DEL MERCADO DE FIDEOS EN LA ARGENTINA



BIMBO CONTROLA EL 80% DEL MERCADO DEL PAN EN LA ARGENTINA



UNA MIRADA MAS PROFUNDA DE ESOS MERCADOS

- **Aceites:** 3 empresas concentran el 90,5% de la facturación y el 90,6% del volumen. AGD, Molinos Cañuelas y Molinos Río de la Plata
- **Gaseosas:** 2 empresas concentran el 98,3% (PEPSICO y COCA COLA), en volumen el **97%**.
- **Aguas y aguas saborizadas:** 3 empresas concentran el 89,6% de la facturación (ADA, Coca Cola y Pepsico)
- **Azúcar:** 3 empresas concentran el **85%** de la facturación, Ingenio El Tabacal, Ledesma y Valpafe (y 8% empresas de supermercados).
- **Caldos:** el 90,6% es solo UNILEVER, que es multinacional.
- **Cerveza:** 1 empresa concentra el 78% de la facturación (Cervecería Quilmes) y junto a CCU Argentina suman el **98,2%**.
- **Embutidos:** Swift tiene el 83% de las ventas, y el 17% restante son los supermercados.
- **Fideos:** Molinos rio de la plata tiene el 79,4% con 5 marcas: Manera, Mattarazzo, Luchetti, Don Vicente y Favorita
- **Harinas:** Molinos rio de la plata y Molinos cañuelas tienen el **82,1%**
- **Jugos en polvo:** 2 empresas, ARCOR y Mondelez, que tienen el **100%**
- **Yogures:** Danone tiene el 80% (en 2016, cuando Sancor aun tenia el **15%** de las ventas)
- **Leche:** Mastellone vende el 69,5% del volumen, cuando Sancor ostentaba casi el **15%**.
- **Mayonesa:** solo 2 empresas concentran el 97.8% de las ventas, General Deheza y Unilever
- **Mermeladas:** Arcor posee el 70,7% de las ventas en mermeladas

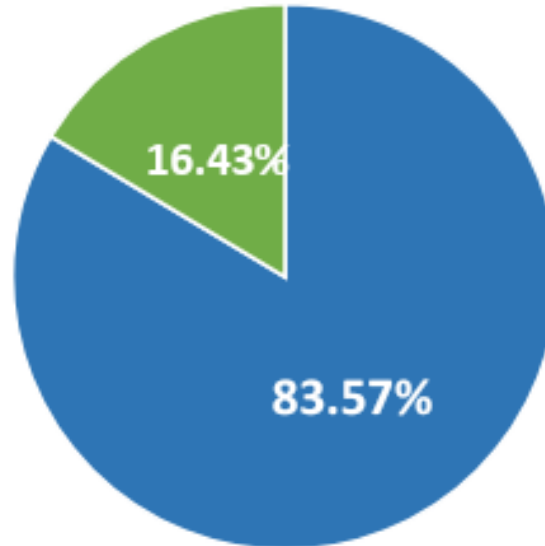


Según un informe del Centro de Economía Política (CEPA), el 74% de la facturación de los productos de la góndola corresponde a 20 grandes empresas.



COMERCIALIZACIÓN

VENTAS SEGÚN TIPO DE CADENA



■ GRANDES CADENAS ■ OTROS

6 Empresas entre ellas Carrefour, Cencosud (DISCO, VEA Y JUMBO), Coto, La Anónima, Dia y Walmart presentan el mas del 80% del total de ventas de alimentos de la Argentina Según INDEC.

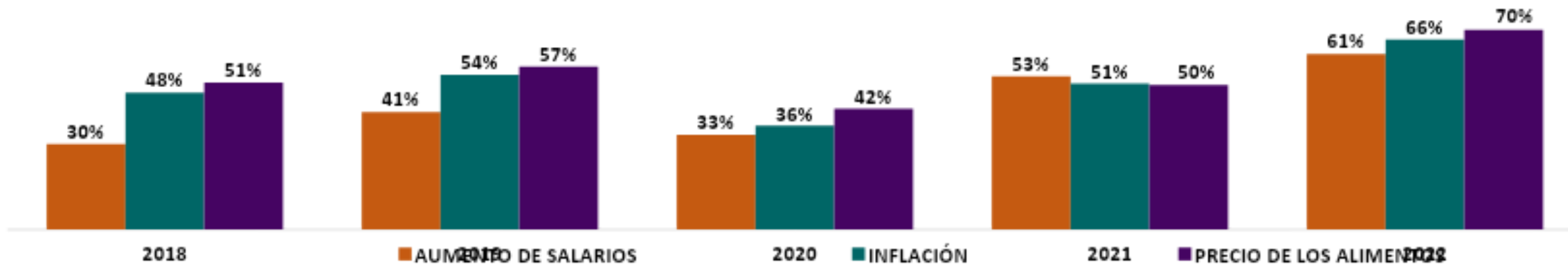


La concentración no es la **única** causa de los aumentos de precios, pero en este contexto de alta inflación puede ser un factor determinante. No solo incide directamente en la formación del precio final que pagamos en las góndolas, sino que opera de forma indirecta en los márgenes de rentabilidad de los distintos eslabones de las cadenas productivas



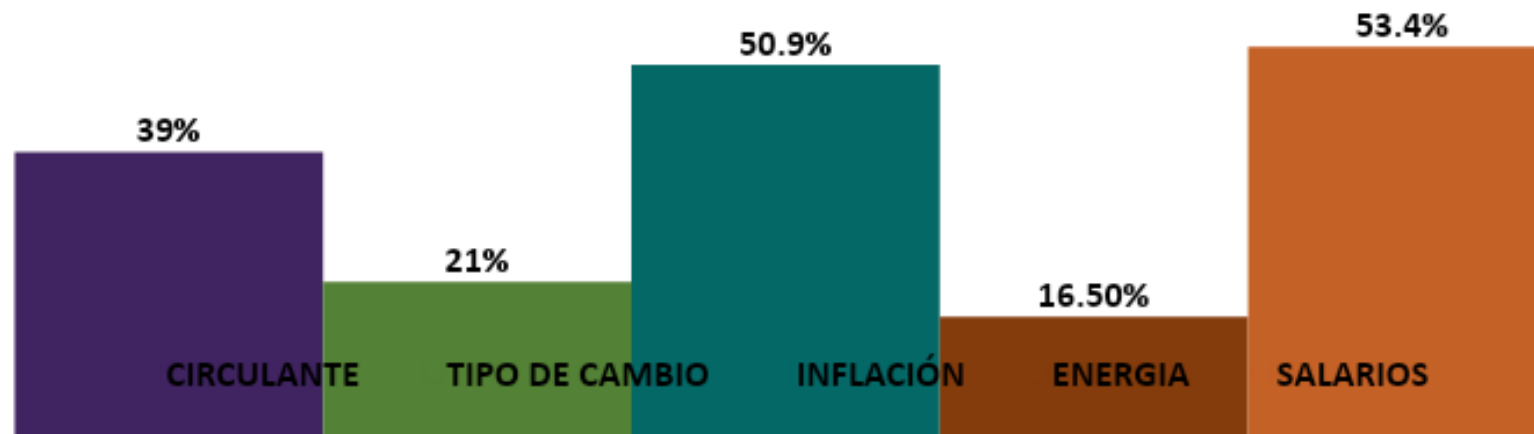
- Desde el año 2018 en adelante el aumento del rubro alimentos es mayor a la variación de precios general (IPC INDEC) y al índice de variación de los salarios (INDICE DE SALARIOS INDEC).

COMPARACIÓN DEL AUMENTO DEL PRECIO DE LOS ALIMENTOS CON SALARIOS E INFLACIÓN 2018/2021 y ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2022



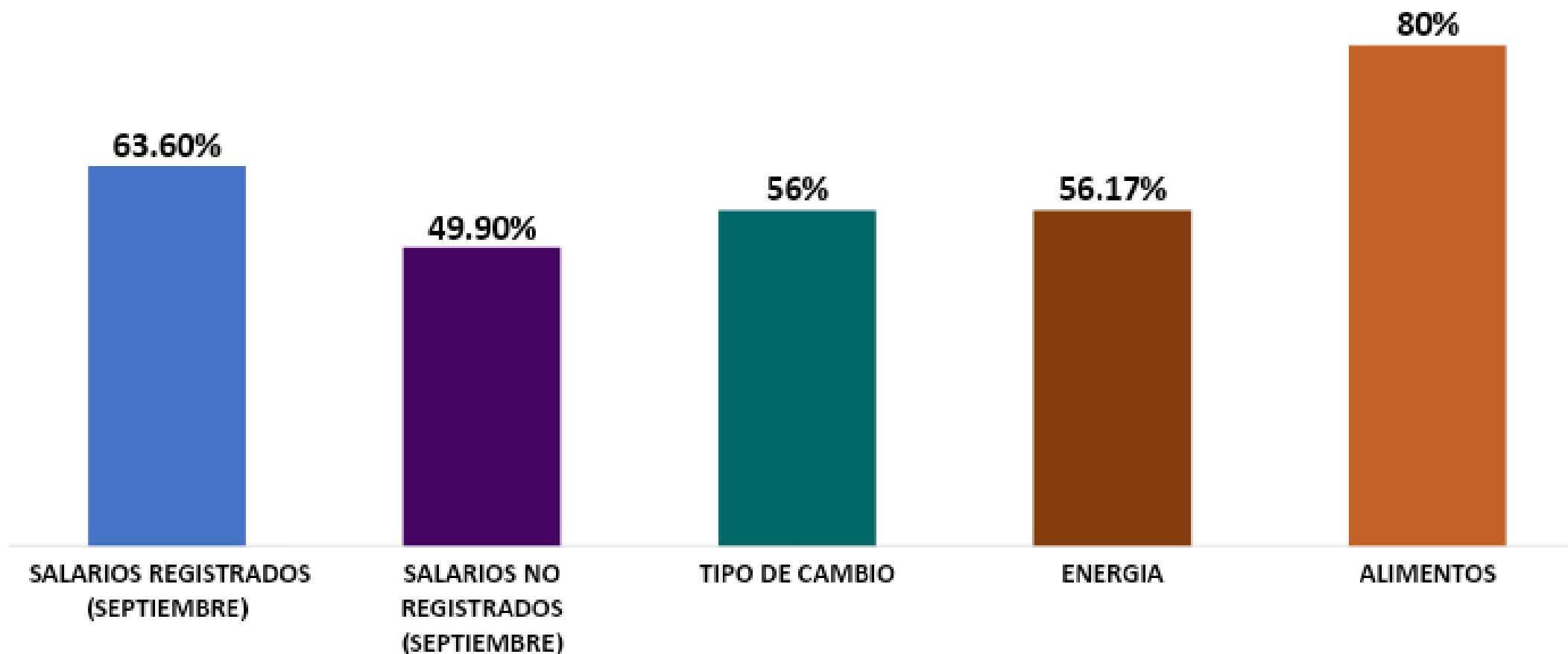
Como ya fue mencionado anteriormente, varios factores pueden generar variaciones en los precios, los costos (energía, salarios, insumos, combustible, etc.), también hay factores macroeconómicos que pueden influir (tipo de cambio, variaciones nominales en la base monetaria). Observamos en el gráfico siguiente que en el 2021 ninguna de las variables antes mencionadas explicaría los altos niveles inflacionarios excepto los salarios. Entonces o los salarios representan el 100% de los costos de las empresas o parte del aumento de los precios se explica a través de las mejoras en los **márgenes de rentabilidad empresarial**

AUMENTO DE LAS DIFERENTES VARIABLES ECONÓMICAS DURANTE 2021



ESTE 2022 LA TENDENCIA SE MANTIENE, NADA AUMENTA COMO LOS ALIMENTOS EN LA ARGENTINA

VARIACIONES ACUMULADAS EN LO QUE VA DEL AÑO (OCTUBRE)



ELABORACIÓN PROPIA
FUENTE: INDEC Y BCRA

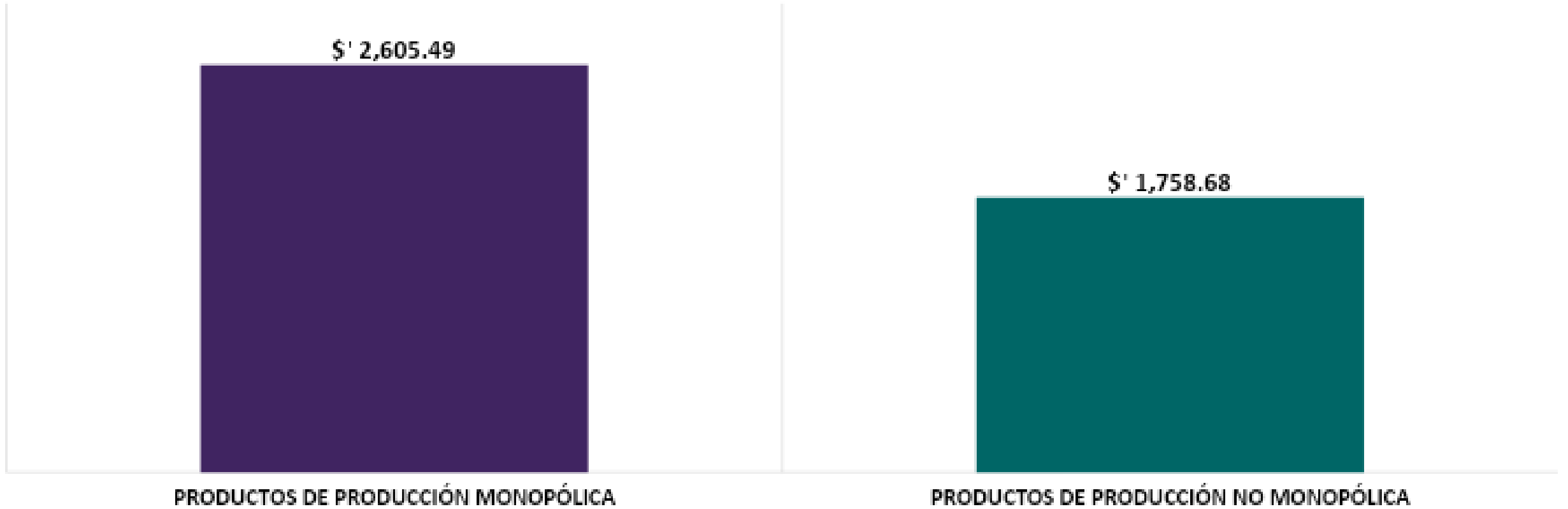


CONFORMACIÓN DE UNA CANASTA BASICA

- PURÉ DE TOMATE
 - YERBA
 - LECHE
 - FIDEOS
 - ARROZ
- HARINA 000
 - AZÚCAR



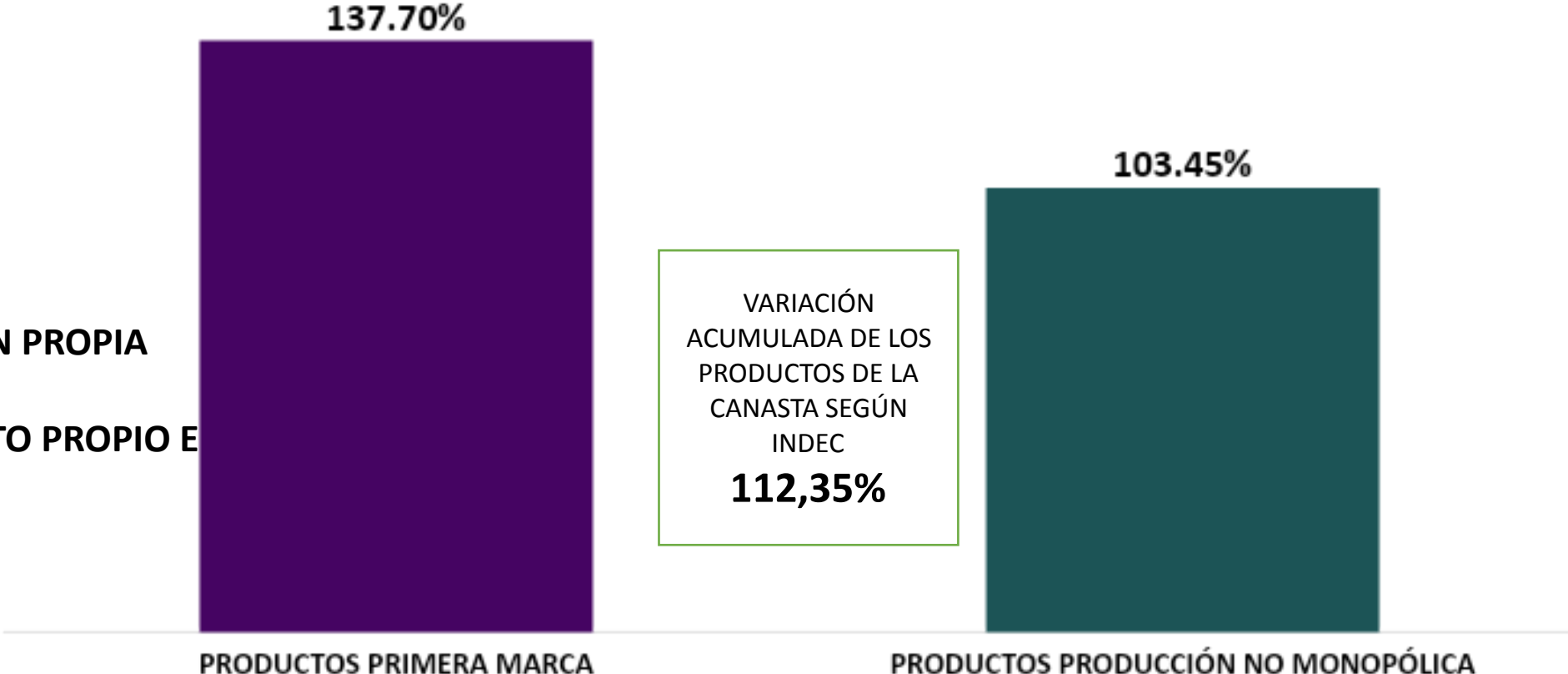
valor de una misma canasta de productos de primera necesidad DICIEMBRE 2022



Una misma canasta de productos de producción NO monopólica es un 48% más económica que una de producción monopólica

COMPARACIÓN DE AUMENTOS DE UNA MISMA CANASTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN LO QUE VA DEL AÑO (NOVIEMBRE 2022)

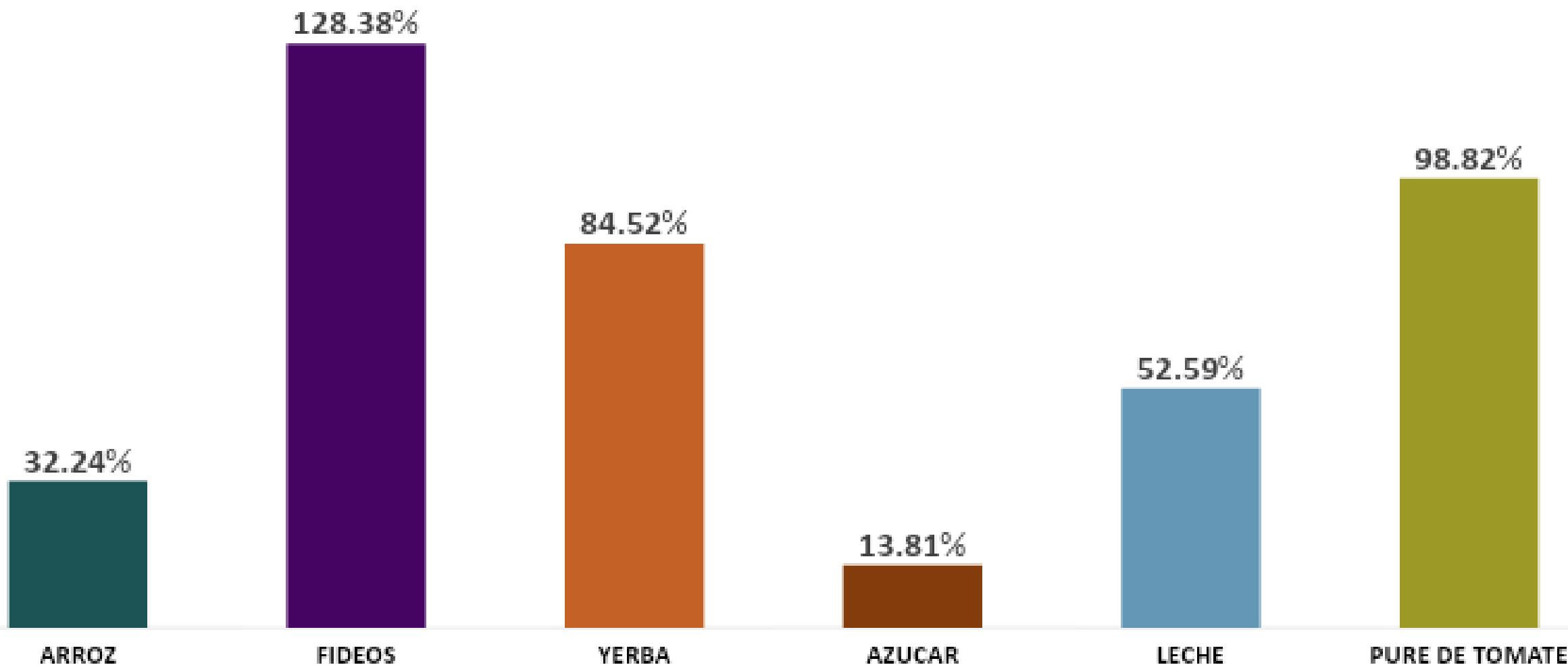
Ahora, si comparamos no solo el valor nominal sino su variación a lo largo del año, nos encontramos que los productos de producción NO monopólica **aumentan en una menor medida que la variación informada por INDEC para esos productos**, mientras que **la canasta de los monopolios aumenta un 40% más que la tasa acumulada**



ELABORACIÓN PROPIA
FUENTE:
RELEVAMIENTO PROPIO E
INDEC



CUÁNTO MÁS CARO ES UN PRODUCTO DE PRIMERA MARCA SOBRE UNO DE PRODUCCIÓN NO MONOPÓLICA



ELABORACIÓN PROPIA
FUENTE: RELEVAMIENTO PROPIO



COMPOSICION DE LA CLASE TRABAJADORA ARGENTINA

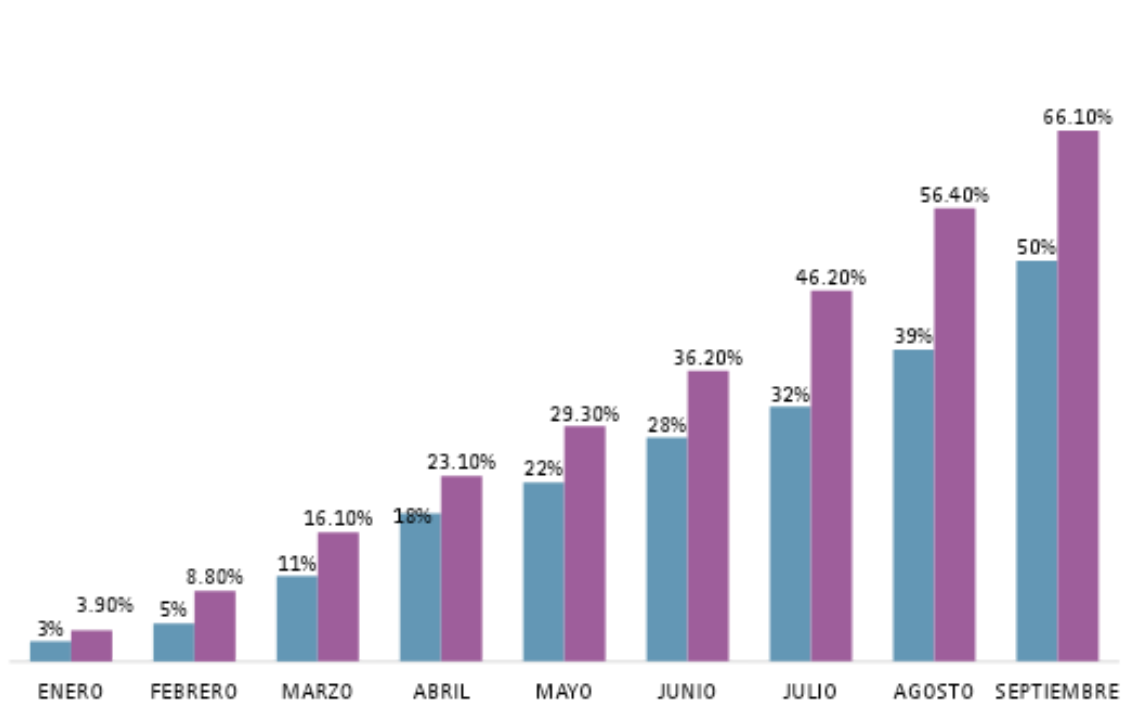


FUENTE:
MIN DE TRABAJO DE LA NACIÓN



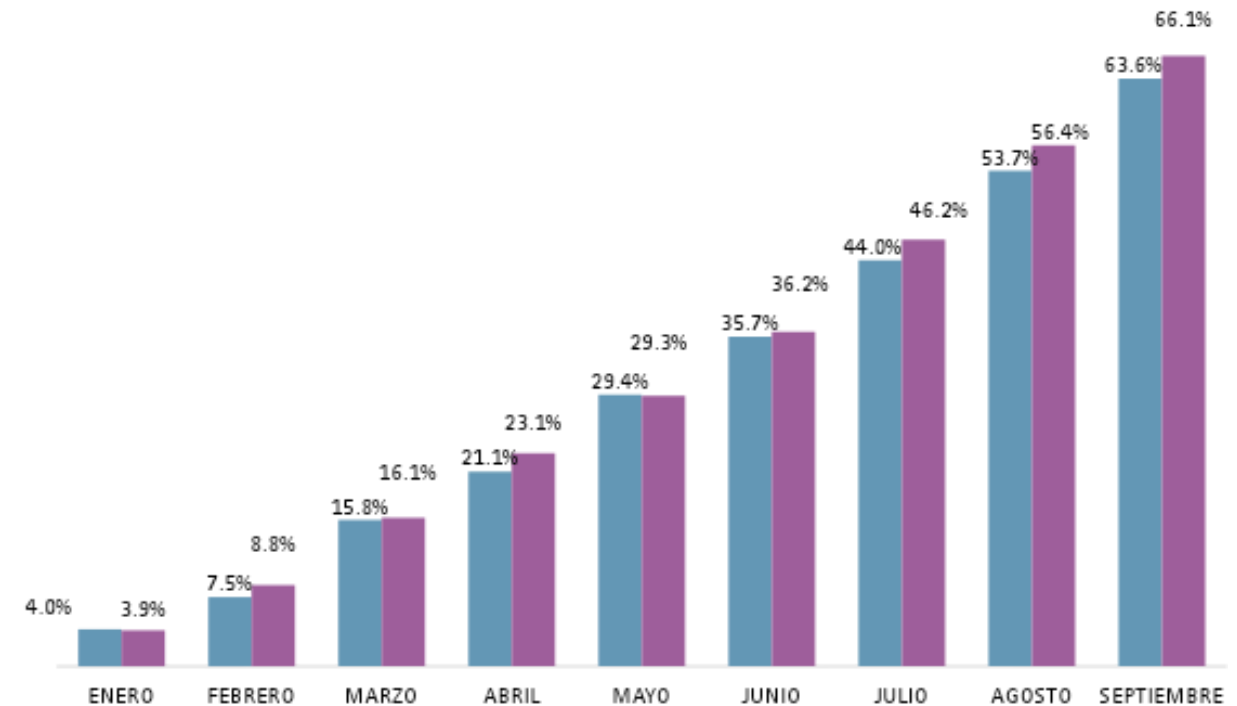
EVOLUCIÓN DEL SALARIO VS RUBRO ALIMENTOS

Evolución del salario **NO** registrado Y el precio de los alimentos



■ SALARIOS NO REGISTRADOS ■ ALIMENTOS

Evolución del salario **registrado** y el precio de los alimentos

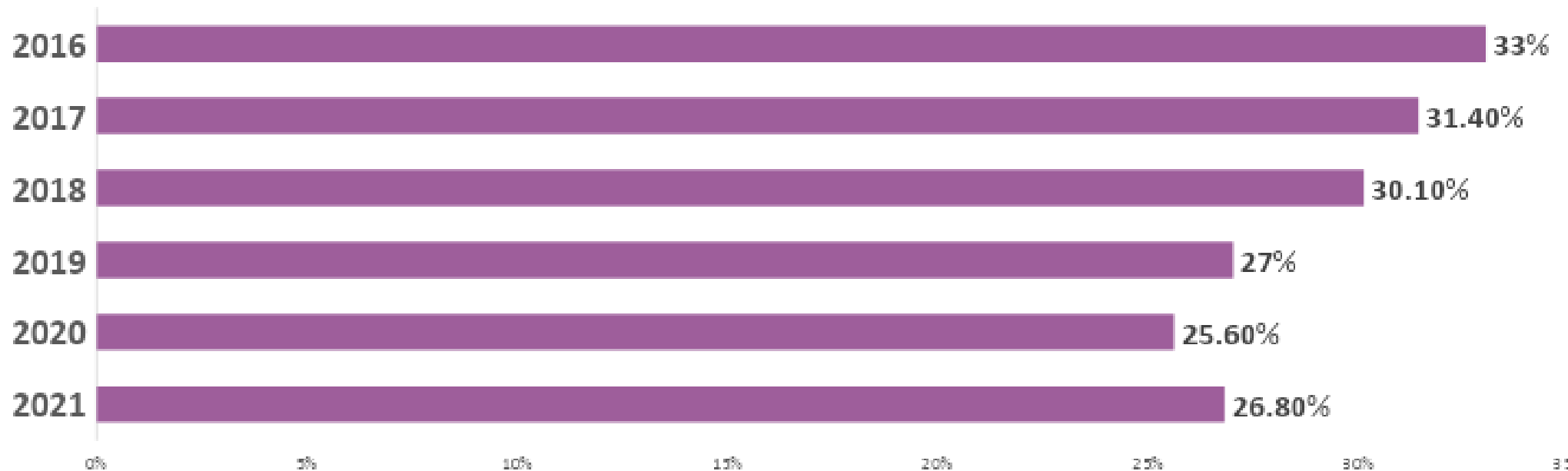


■ SALARIOS REGISTRADOS ■ ALIMENTOS












Año tras año lxs trabajadores gastan mayor parte de su salario en comprar alimentos básicos (canasta básica alimentaria). En el siguiente gráfico podemos observar que en el 2021 representó 33% de los ingresos, mientras que en el 2016 era del 26,8%

Participación promedio de la canasta básica alimentaria en los salarios de los trabajadores



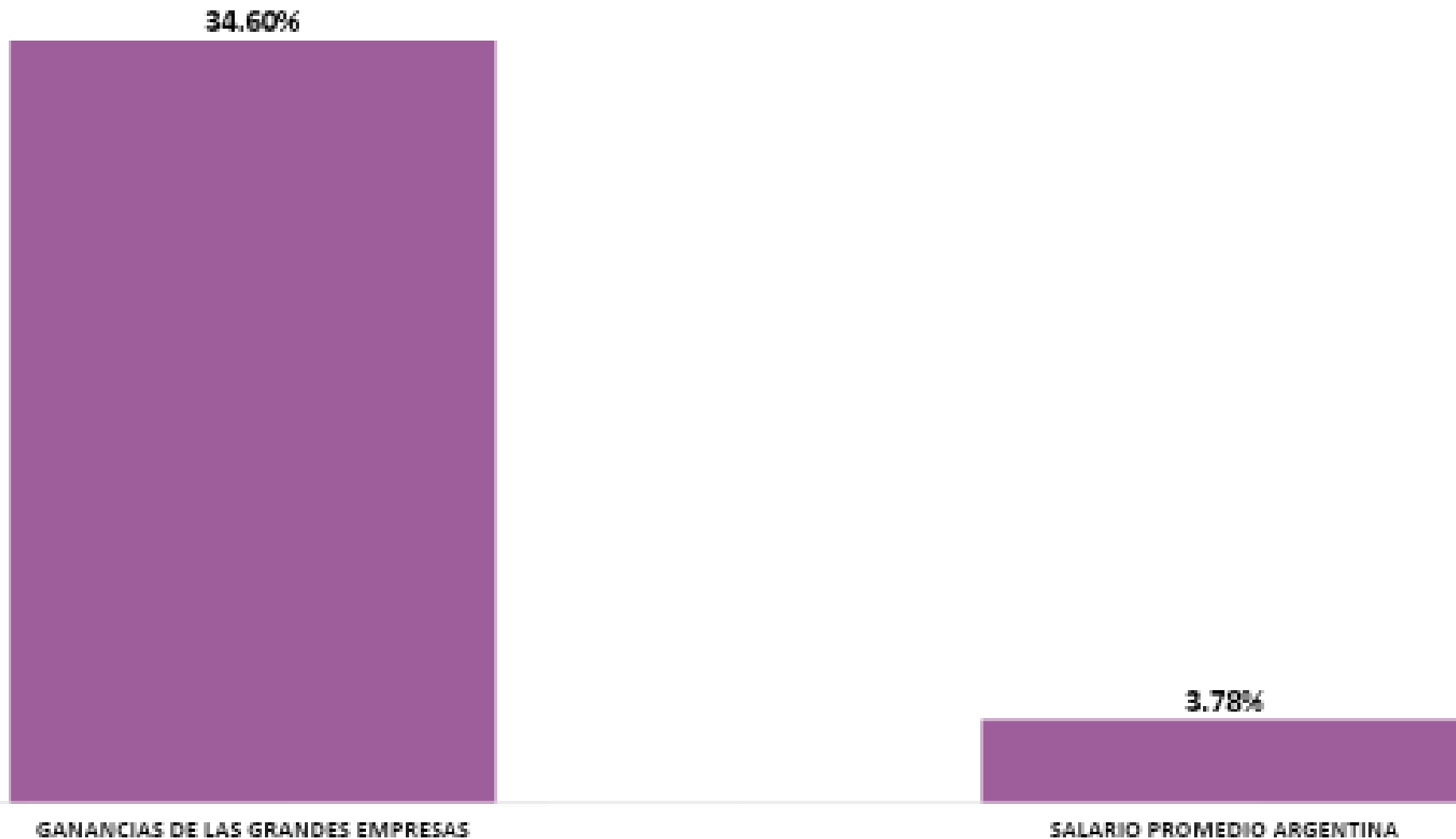
GANANCIAS DE LAS GRANDES EMPRESAS EN COMPARACIÓN A 2021

EMPRESAS	2021	2022	VARIACIÓN
	MILLONES DE DÓLARES		
 ARCOR	USD 1.749	USD 2.001	14,41%
 MOLINOS	USD 410	USD 418	1,95%
 aluar aluminio argentino	USD 787	USD 1.020	29,61%
 Ledesma	USD 552	USD 708	28,26%
 LA ANONIMA	USD 1.397	USD 1.489	6,59%
 Clarín	USD 227	USD 230	1,32%
 Ternium	USD 1.229	USD 1.891	53,86%
 Pan American ENERGY	USD 1.409	USD 2.644	87,65%
 Tepetrol	USD 426	USD 615	44,37%
TOTAL	USD 8.186	USD 11.016	34,57%

FUENTE CEPA



CRECIMIENTO EN USD EN 2022



FUENTE:
CEPA Y CONSEJO
NACIONAL DEL
SALARIO

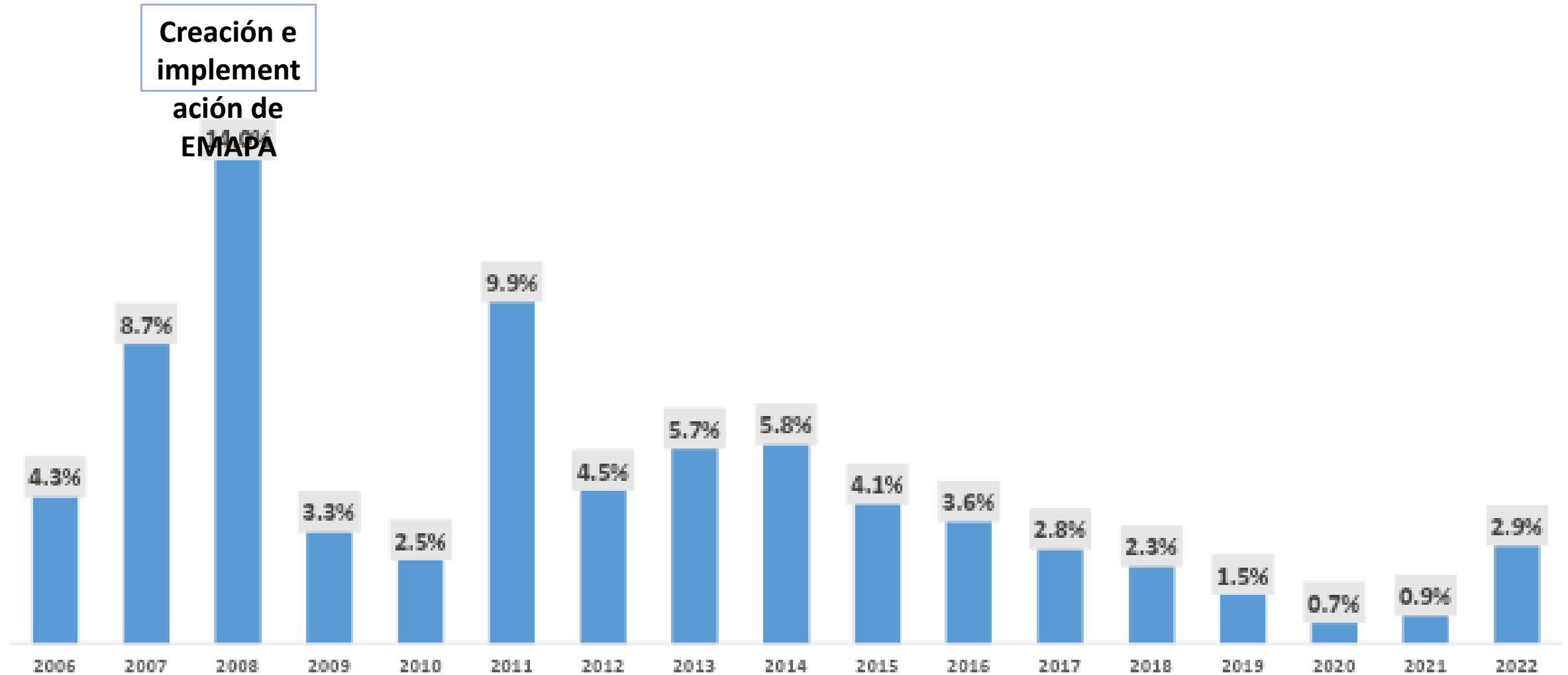


EXPERIENCIA EMAPA EN BOLIVIA

La creación de la estatal Empresa de Apoyo a la Producción de Alimentos (Emapa) en Bolivia combina elementos heterodoxos, vinculados a las visiones estatistas del gobierno de Evo Morales, con prácticas más ortodoxas, como la importación de alimentos con arancel cero. Pensada originalmente con el objetivo de controlar la inflación, la empresa resulta un experimento interesante de intervención del Estado en el campo agroalimentario. Entre sus metas están apoyar con financiamiento la introducción de tecnología en las pequeñas propiedades, crear centros de acopio y comprar parte de las producciones campesinas para mejorar los precios de venta.



INFLACIÓN ANUAL EN BOLIVIA 2006/2022



CONSTITUCIÓN DE LA ENA

- Proponemos la creación y administración de empresas estatales de alimentos con el fin de lograr influencia sobre los precios de algunos productos estratégicos de la canasta familiar.
- Es necesario discutir el rol del Estado en el mercado de alimentos con proyectos a mediano plazo con un horizonte de 5 años.
- El modelo de gestión de las empresas públicas debe ser sostenible económicamente para cumplir con su función de dinamización de la economía, estableciendo un “ciclo de vida” que debe garantizar que en el largo plazo las empresas públicas generen utilidades a ser devueltas al Tesoro (TGN).



ETAPAS DEL CICLO DE VIDA

- **1- Preliminar:** estudios de factibilidad (localización del proyecto, descripción del producto o servicio, características del sector, planes de mercado, de producción y financieros, etc.).
- **2- Implementación:** las empresas destinan los recursos obtenidos del TGN, principalmente para inversión (construcción de plantas, compra de equipos y maquinaria, capacitación del personal, etc.). Una alternativa es adquirir una industria existente.
- **3- Producción:** las empresas alcanzan la capacidad para producir y generar sus propios recursos, a fin de financiar sus gastos de funcionamiento (compra de materia prima, combustible y energía, mantenimiento de maquinaria, etc.). En consecuencia, el aumento del volumen de ventas permite obtener utilidades, las cuales son reinvertidas, promoviendo el crecimiento sostenible de las mismas. 4- **Consolidación:** las empresas generan en esta etapa recursos para reinversión y transferencia al TGN.



OBJETIVOS DE LA ENA



CORTO PLAZO

En el corto plazo la misión de la ENA será la de centralizar compras, eliminar la tercerización en la comercialización favoreciendo el contacto directo entre el productor y consumidor

MEDIANO PLAZO

En el mediano plazo la misión de la ENA será la de almacenar y acopiar productos con el objetivo de regular la demanda.



LARGO PLAZO

En el largo plazo contaremos con una Empresa Nacional de Alimentos, de producciones y productos diversificados, auto fabricados o elaborados lo que favorecerá la baja en precios de los alimentos teniendo un impacto directo en el logro de soberanía alimentaria, impidiendo que los oligopolios tengan el poder de fijar los precios finales.



CONCLUSIONES

- **Tanto la producción primaria, la industrialización y la comercialización de los alimentos en la argentina tiene una matriz concentrada y sigue concentrándose, esto impacta directamente en los precios**
- **Los productos de producción no monopólica son más baratos y aumentan en menor medida que la variación medida por INDEC**





ENA

**EMPRESA NACIONAL DE
ALIMENTOS**