

"Supermercados Amazon y el Oligopolio de la Cadena de Alimentos"



Fuente de Imagen. Google

Apro. (16 de Septiembre de 2022). Amazon abrió en los últimos años nuevas tiendas departamentales, **que se asemejan a grandes almacenes como Walmart, HEB, o Seven Eleven y se llaman Amazon Fresh, Amazon Go y Amazon Style,** informó The Wall Street Journal en meses pasados.

El periódico informó que se espera que **51 grandes almacenes de Amazon estén listos en 2022 en 10 estados de EE. UU., incluidos California, Nueva York, Illinois, Pensilvania, Seattle y Maryland.** Las ubicaciones ocuparán aproximadamente 30,000 pies cuadrados, aproximadamente del tamaño de los supermercados Kohl's o T.J. Maxx también.

Amazon y otras compañías globales están tratando de innovar en el sector salud en EE. UU. y otros países **hasta ahora con inversiones pequeñas, aunque Amazon pretende con este proyecto de nuevas tiendas físicas brindarles a todos sus clientes la oportunidad de comprar también la entrada a una sección de atención médica dentro de sus tiendas con la marca Dr. Amazon que apoyará a**

las personas de bajos ingresos con consultas médicas y medicamentos a precios asequibles.

En 2021 y el 1Q de 2022 Amazon superó a Walmart como el vendedor minorista de comercio electrónico más grande del mundo fuera de China. **Entonces, ¿por qué pasar a comerciar físicamente e invertir en la construcción de Tiendas Departamentales?**

Las grandes inversiones de las tiendas departamentales globales se están enfocando hace algunos años en nuevas tecnologías como: el e-commerce, cobro de mercancía automatizados y medios de pago electrónicos sin contacto, Amazon en 2018 abrió su primera tienda física desarrollando tecnología para evitar el contacto humano lo que les ha permitido mejorar la experiencia de sus clientes y facilitarle la asistencia a las tiendas para hacer sus compras de forma más rápida usando poco o nada el dinero en efectivo, teniendo también ventajas para las tiendas como: mantener el control de sus inventarios, el cálculo de precios, y asistencia física de los consumidores a sus tiendas automatizando sus procesos.

Posiblemente la estrategia de este gigante de la tecnología este basada en parte por **la inflación creciente postpandemia que origina la alza de precios en todas las cadenas de suministros desde el confinamiento, en especial la de alimentos, que evidencio sus deficiencias en los peores momentos de la crisis de COVID-19** con las compras masivas de pánico en diferentes países creando desabasto e insuficiencia para adquirir nuevos alimentos, y los posteriores conflictos internacionales que mantienen en incertidumbre los mercados de capitales alrededor del mundo.

¿Pero, quienes realmente se están beneficiando de las crisis económicas internacionales? En opinión de los expertos, **en primer lugar las compañías farmacéuticas en el periodo postpandemia, pero en segundo lugar las tiendas departamentales globales que han mostrado un crecimiento sostenido del 11% hasta 15% anual durante los últimos dos años inclusive en los momentos más álgidos de la crisis de salud pública y la guerra,** enfocando recientemente sus estrategias para generar marcas propias de alimentos, productos de higiene y limpieza necesarios para la vida cotidiana como: **Great Value de Walmart, o Quality Day, Valley Foods, Golden Hills y Precissimo de Grupo Soriana en México y Latinoamérica.**

Las tiendas departamentales globales **aseguran favorecer el consumo de sus productos de marcas propias como por ejemplo: lácteos, cereales y artículos de limpieza vendiéndolos entre un 10% y 25% más baratos que los productos similares de otras marcas fabricados por sus proveedores exhibidos en sus tiendas**, atentando contra las prácticas antimonopólicas, los productos de marcas propias también son puestos en lugares "Premium" frente a todos sus clientes aprovechando el alza de los precios que el resto de los proveedores tienen que hacer debido a la inflación afectando la libre competencia, ya que estas tiendas pueden manipular los precios de sus productos de marcas propias utilizando en ocasiones información de mercado como: precios, inventarios, tecnología e información financiera, documentos necesarios también en el proceso de evaluación inicial que todo proveedor necesita al comenzar la relación comercial y due diligence (evaluación profunda) con estas tiendas departamentales globales.

Pero no todas las compañías globales siguen la misma estrategia, algunas como Coca Cola, ya son dueñas de marcas comerciales reconocidas mundialmente y encabezan la cadena de distribución de bebidas azucaradas y agua embotellada purificada en países latinoamericanos y economías en desarrollo como México, a lo cual, solo les faltaba integrar en su estrategia de expansión global; el adquirir y construir espacios físicos minoristas para vender principalmente los productos de sus marcas pero también para rentar espacios a proveedores de otros productos de alimentos, limpieza y lácteos, como en este caso, su cadena **de tiendas minoristas llamadas Oxxo integrada por más de 19.300 tiendas físicas en México, que actualmente generan un volumen de transacciones que superan los 15 millones de dólares semanales y que dan servicios financieros a través de un software especializado para pagos de servicios (billing) y apertura de cuentas bancarias exprés con gran éxito entre sus consumidores.**

Estas tiendas minoristas cobran jugosas comisiones por **transacciones de dinero y depósitos en horarios más extensos que los propios bancos e inclusive la recepción de remesas de Money Gram, Western unión así como métodos de pago relacionados a la plataforma internacional PayPal**, lo cual ha incrementado desde su adquisición, los ingresos de este corporativo en México y Latinoamérica, pero afectando a otros propietarios minoristas locales y domésticos orillándolos a cerrar sus negocios porque las autoridades en México no les permiten instalar software especializado y transferir dinero bancario como si lo puede hacer Coca Cola y las compañías que representan sus marcas comerciales.

Otro ejemplo son las fábricas Lay's o Sabritas en Latinoamérica, que dejaron de comprarle una gran parte de sus materias primas a los agricultores locales y están realizando además, convenios comerciales globales para la producción y distribución de sus productos sin intermediarios, también la estrategia de compra de tierras cultivables para desarrollar proyectos de producción y abastecimiento de sus plantas industriales alrededor del mundo con grandes inversionistas agrícolas y tecnológicos como Bill Gates quien se encuentra desarrollando su iniciativa de Agricultura asistida por Robots y otras tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) en los EE.UU., y que los expertos definieron como Agricultura 4.0.

Debido a los cambios en la economía internacional postpandemia, los proveedores de la cadena de alimentos locales y minoristas están destinados a morir o ser adquiridos por las tiendas departamentales globales, al no existir quien pueda competir directamente con sus mega-tiendas que ofrecen a un menor precio sus productos de marcas propias a los consumidores, en mejores lugares de exhibición, además de que estos proveedores son sugeridos basados en las políticas de la tienda departamental a la que vendan, a pagar completamente el plan piso, pérdidas del producto, robos de mercancía, seguros, fianzas adicionalmente al financiamiento que deben utilizar con la propia tienda departamental por vender sus productos en ese lugar a crédito desde 30 hasta 90 días después de entregada la mercancía ya que el factoraje con terceros esta prohibido o restringido en las tiendas de la región LATAM.

Estas prácticas **oligopólicas** provocan que la cadena de alimentos y artículos de consumo básicos este quedando progresivamente en manos de estas marcas globales que saben cómo sobrellevar la carga financiera a través de créditos muy baratos corporativos sobre todo en países en donde las economías se están desarrollando lentamente y que los mercados financieros son limitados y caros como en México o LATAM, lo que les permite mantener por un tiempo indeterminado sus precios bajos y después de un tiempo razonable, a los proveedores no les quedará más que maquilar productos para esta grandes tiendas globales o desaparecer y con esto las grandes tiendas internacionales sigan acaparando la cadena de Alimentos para seguir expandiéndose a nivel global. La problemática será en un futuro para las economías locales y domésticas tener menos oferta en algunos productos básicos llevándonos a caer nuevamente en inflación, por las leyes de la oferta y la demanda.

IT Capital Newsletter 30:
"Amazon Departmental Stores and Food Chain Oligopoly"
contacto@it-capital.com.mx

Video

<https://www.youtube.com/watch?v=CWD8UD6tym8>

Panic buying could make inflation worse – Published 9 may 2022

Journalistic and Investigative Reference (Research References & Journal):

Forbes.com.mx -Articulo ¿Desaparecerán los cajeros en los supermercados? Así va la apuesta de autocobro en México -Autor Roberto Noguez -Publicado Octubre 19, 2021

https://expansion.mx/mercados/2021/12/22/inflacion-covid-guerra-riesgos-mercado-2022?utm_source=push_notification -La inflación, el COVID y la guerra: los mayores riesgos para el mercado en 2022 -Autor Revista Expansion -Publicado Diciembre 22, 2021

https://expansion.mx/empresas/2021/12/17/marcas-propias-supermercados-aumento-inflacion?utm_source=push_notification -Marcas propias: ¿las gadoras con el aumento de precios? -Publicado Diciembre 21, 2021

<https://forbes.co/2020/02/28/tecnologia/amazon-abre-la-primera-tienda-de-alimentos-sin-cajeros-cual-es-el-futuro-de-los-supermercados/> - Amazon abre la primera tienda de alimentos sin cajeros, ¿cuál es el futuro de los supermercados? -Autor Forbes Staff .Publicado Febrero 28, 2020

Documents for Download:

Full Article SPA/ENG

“Amazon Departmental Stores and Food Chain Oligopoly”



Picture Source: Google

Appro. (September 16, 2022). Amazon opened a few years ago, retail locations that resemble department stores named Amazon Fresh, Amazon Go and Amazon Style, The Wall Street Journal reported.

The newspaper reported that 51 large Amazon department stores are expected to be in 10 different states in the USA included California, NYC, Illinois, Pennsylvania, Seattle and Maryland. The locations will take up roughly 30,000 square feet, around the size of a Kohl's or T.J. Maxx store.

Amazon and other companies are trying to disrupt the giant U.S. healthcare sector. They've made little headway, but a crop of upstarts is offering industry giants a chance to buy their way in with a medical attention section in the physical stores with the Dr. Amazon brand supporting the low economic sector with medical consultation and medicine at affordable prices.

The e-commerce site recently overtook in 2021 and the 1Q of 2022 Walmart as the world's largest retail seller outside of China. So, why the move into brick and mortar?

This technology giant's strategy is possibly based partly on the growing post-pandemic inflation that causes the rise in prices in all supply chains since lock-down, especially food, which showed its deficiencies in the worst moments of the pandemic. COVID-19 crisis with massive panic purchases in different countries creating shortages and insufficiency to acquire new foods, and subsequent international conflicts that keep capital markets around the world uncertain.

Most significant investments of global department stores have been focusing for recent years on new technologies such as e-commerce and automated control of inventories.

A contactless electronic methods of payment improve the customer experience and assist stores in making their purchases faster using no cash.

Amazon opened 2018 its first physical store developing technology to avoid human contact; other Stores use similar technologies to control their inventories, price calculations, and physical assistance of consumers in their stores.

But who is benefiting from international economic crises? In the opinion of the experts, pharmaceutical companies first place in the post-pandemic period. Still, in second place, the global department stores have shown a sustained growth of 11% to 15% per year during the last two years, even in the worst moments of the pandemic. The Health crisis and the war recently focused its strategies on generating its brands of food, hygiene, and cleaning products necessary for daily life, such as Great Value from Walmart, Quality Day, Valley Foods, Golden Hills, and Precissimo **in Mexico and Latin America.**

Global department stores help consume their products such as cereals and cleaning supplies, selling them between 10% and 25% cheaper than similar products of other brands manufactured by their suppliers displayed in their stores, attempting against antitrust practices.

Own-brand products are also placed in "Premium," keeping the price hike affecting free competition with their store suppliers.

These stores can manipulate the prices of their private label products, sometimes using information from the market. prices, inventories, technology, and financial information.

That every departmental store supplier needs when starting the commercial relationship and due diligence (deep evaluation) with these global stores.

But Coca-Cola is following a different strategy, with its globally recognized trademarks leading the distribution chain for beverages and purified bottled water in Latin American countries, generating 375 billion pesos yearly just in México. They integrate into their global strategy, acquiring and building physical retail spaces to sell their brand products and rent spaces to other brands' product suppliers.

The Oxxo chain, with more than 19,300 stores in Mexico, currently generates transactions exceeding 15 million dollars per week and provides financial services through specialized software for service payments (billing) and the opening of express bank accounts with great success among its consumers.

These stores generate commissions for money transactions daily, deposits in more extensive hours than the banks themselves, **and remittances from Money Gram, Western Union, and PayPal.**

The income of this corporate in Mexico and Latin America affects local and domestic retail owners, forcing them to close their small businesses.

The authorities in Mexico do not allow SMEs to install specialized software and transfer bank money **in same conditions as Coca-Cola companies.**

Another case is the Lay's factories in Latin America, which stopped buying their raw materials from local farmers in the last few years, and the strategy of purchasing farming land to develop production and supply projects for its industrial plants around the world.

These companies have significant agricultural and technological investors, such as Bill Gates. He is developing his Robot-Assisted Agriculture initiative and other Artificial Intelligence (A.I.) technologies in the United States, which **the experts defined as Agriculture 4.0.**

Due to the post-pandemic global economy changes, local food chain suppliers and retailers will be acquiring or converting to a manufacturer by international department stores. **No one can directly compete with these mega-stores offering lower prices for their products.**

The Own-brand products to consumers, in better display locations, in addition to the fact that these **suppliers suggested by the store's policies to pay the floor plan, product losses, merchandise theft, insurance, and bonds.**

They must use financing with the department store itself for selling its products there **on credit from 30 to 90 days after the merchandise is delivered because third-party factoring is not allowed or restricted in LATAM stores.**

These practices mean that the chain of food and essential consumer goods is lifting in the hands of these global brands **that know how to bear the financial burden through very cheap corporate credits.**

Especialmente en países donde las economías están creciendo lentamente, y los mercados financieros como México o LATAM les permiten mantener sus precios bajos indefinidamente, los proveedores no tendrán más remedio que fabricar productos para estas grandes tiendas globales o desaparecer.

Con esto, las grandes tiendas internacionales continúan monopolizando la cadena de alimentos para continuar expandiéndose globalmente. El problema será en el futuro para las economías locales y domésticas tener menos oferta de algunos productos primarios, lo que nos llevará a caer nuevamente en la inflación debido a las leyes de oferta y demanda.

Video

<https://www.youtube.com/watch?v=CWD8UD6tym8>

Panic buying could make inflation worse – Published 9 may 2022

Journalistic and Investigative Reference (Research References & Journal):

Forbes.com.mx -Artículo ¿Desaparecerán los cajeros en los supermercados? Así va la apuesta de autocobro en México -Autor Roberto Noguez -Publicado Octubre 19, 2021

https://expansion.mx/mercados/2021/12/22/inflacion-covid-guerra-riesgos-mercado-2022?utm_source=push_notification -La inflación, el COVID y la guerra: los mayores riesgos para el mercado en 2022 -Autor Revista Expansion -Publicado Diciembre 22, 2021

https://expansion.mx/empresas/2021/12/17/marcas-propias-supermercados-aumento-inflacion?utm_source=push_notification -Marcas propias: ¿las gadoras con el aumento de precios? -Publicado Diciembre 21, 2021

<https://forbes.co/2020/02/28/tecnologia/amazon-abre-la-primera-tienda-de-alimentos-sin-cajeros-cual-es-el-futuro-de-los-supermercados/> - Amazon abre la primera tienda de alimentos sin cajeros, ¿cuál es el futuro de los supermercados? -Autor Forbes Staff .Publicado Febrero 28, 2020

Documents for Download:

Full Article SPA/ENG