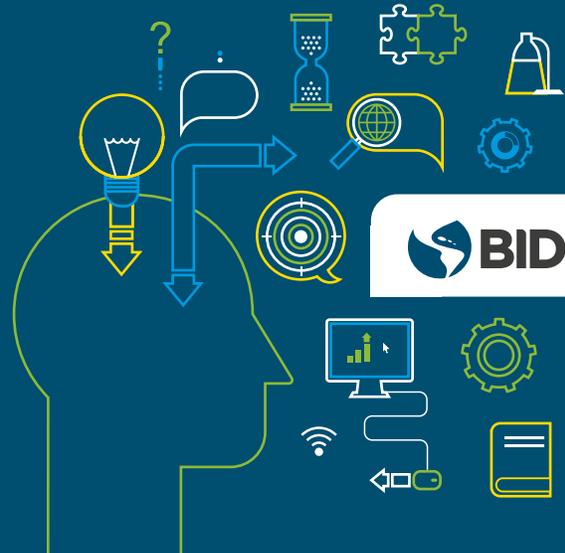


¿Cuáles son los efectos en el bienestar del desplazamiento de las microempresas?

N.º 135 | Octubre de 2024

Autor: Miguel Ángel Talamas Marcos.



- ➔ La entrada de las cadenas de tiendas de conveniencia en México ha reducido el número de tiendas de barrio en un 15%.
- ➔ Los consumidores con un ingreso medio y promedio se benefician de la entrada de las cadenas, con un aumento promedio del bienestar de 0,5%.
- ➔ Los hogares de ingresos más bajos pueden estar en peores condiciones debido a que prefieren las tiendas de barrio.



CONTEXTO

En México, como en muchos otros países, coexisten las tiendas de barrio y las cadenas de tiendas de conveniencia, como 7-Eleven. Las tiendas de barrio, a menudo de propiedad familiar y situados en las casas de los dueños, son el componente tradicional de la industria. No obstante, las cadenas de tiendas de conveniencia se han expandido rápidamente en las últimas dos décadas, alcanzando más de 22.000 comercios de ese tipo. Estos comercios están situados en zonas de alto tráfico y se perciben como muy exitosos. Debido a sus ventajas provenientes de economías de escala y menores costos de búsqueda para los consumidores, las cadenas de tiendas de conveniencia representan una amenaza potencial a las tiendas de barrio. Esto plantea interrogantes sobre cómo el reemplazo de las tiendas de barrio por cadenas de conveniencia afecta el bienestar de los consumidores.



PROYECTO

Se utiliza un instrumento novedoso para abordar la endogeneidad en el tiempo y lugar de la apertura de tiendas de conveniencia de cadena. El proyecto luego investiga cómo la entrada de las cadenas de tiendas de conveniencia influye en el bienestar de los consumidores utilizando un marco teórico que estima la variación compensatoria de la expansión de las cadenas. Esto es, se calcula cuál debería ser el cambio necesario en el ingreso de los hogares para que estos sean indiferentes ante la presencia o ausencia de las cadenas de tiendas de conveniencia. La metodología descompone los efectos en el bienestar en cinco categorías: tres efectos en el costo de vida de los hogares y dos en los ingresos nominales de los hogares.

Concepto clave

MICROEMPRESAS

Pequeñas empresas, a menudo de propiedad familiar, tradicionalmente con menos de 5 empleados.





RESULTADOS

La expansión del número de cadenas de tiendas de conveniencia de cero al promedio del vecindario (6,7) reduce en un 15% el número de negocios de barrio. En términos de bienestar, este fenómeno presenta efectos heterogéneos según el nivel de ingreso del hogar.

De acuerdo con la preferencia revelada, los hogares de mayores ingresos valoran más las cadenas de tiendas de conveniencia, mientras que los hogares de menores ingresos prefieren las tiendas de barrio. Los hogares de mayores ingresos destinan un 9% de su gasto a las cadenas, en comparación con solo un 3% para los hogares con ingresos más bajos. Por otro lado, los hogares más pobres dedican el 40% de su gasto a las tiendas de barrio, mientras que los hogares más ricos solo asignan un 15%. Las comodidades ofrecidas por las cadenas, como aparcamiento, aire acondicionado, y aceptar pagos electrónicos son apreciadas por los hogares de más altos ingresos y, para el quintil más rico, generan un aumento del bienestar del 3% al poder comprar en las cadenas de tiendas de conveniencia (efecto directo del Índice de Precios). Como se muestra en el [Gráfico 1](#), los beneficios del Índice de Precios aumentan conforme aumentan los ingresos del hogar.

Concepto clave

ENDOGENEIDAD



una situación en la econometría donde en la relación entre dos variables no es claro hacia que dirección va la causalidad.

Por otro lado, la pérdida de bienestar debido al menor número de tiendas de barrio es más pronunciada para el quintil más pobre, alcanzando un 2,8% (efecto de salida procompetitiva). Estos hogares valoran más las tiendas de barrio debido a factores como la disponibilidad de crédito informal y la proximidad a sus viviendas.

El efecto sobre el ingreso derivado de la expansión de las cadenas y la disminución del número de tiendas de barrio tiende a compensarse mutuamente, aunque no de manera completa.

La expansión de las cadenas reduce el número de tiendas de barrio en un 10,7%, lo que provoca una pérdida de ingresos del 0,31% para los dueños de estas microempresas (beneficio minorista). Sin embargo, las cadenas también generan empleo, lo que incrementa los ingresos en un 0,28% (ingreso laboral minorista). No obstante, el efecto del beneficio minorista es un 10% mayor que el efecto del ingreso laboral minorista, ya que los beneficios de los dueños de las tiendas son superiores a los salarios medios en las cadenas de tiendas de conveniencia.

En resumen, los efectos directos del índice de precios y de la salida procompetitiva son los principales impulsores de los efectos en el bienestar. Los hogares más ricos son los que más valoran la entrada de las cadenas y que menos aprecian a las tiendas de barrio, lo que genera un aumento del bienestar del 1,6%. Por el contrario, los hogares más pobres experimentan una pérdida del bienestar de 0,5% debido a su preferencia por las tiendas de barrio en lugar de las cadenas.



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

El fenómeno de las empresas más productivas que desplazan a otras más pequeñas y menos productivas plantea un desafío complejo para las políticas públicas. Por un lado, puede generar una mayor productividad y crecimiento económico. Por otro, puede tener efectos regresivos, beneficiando desproporcionadamente a los hogares de mayores ingresos a expensas de aquellos con ingresos más bajos.

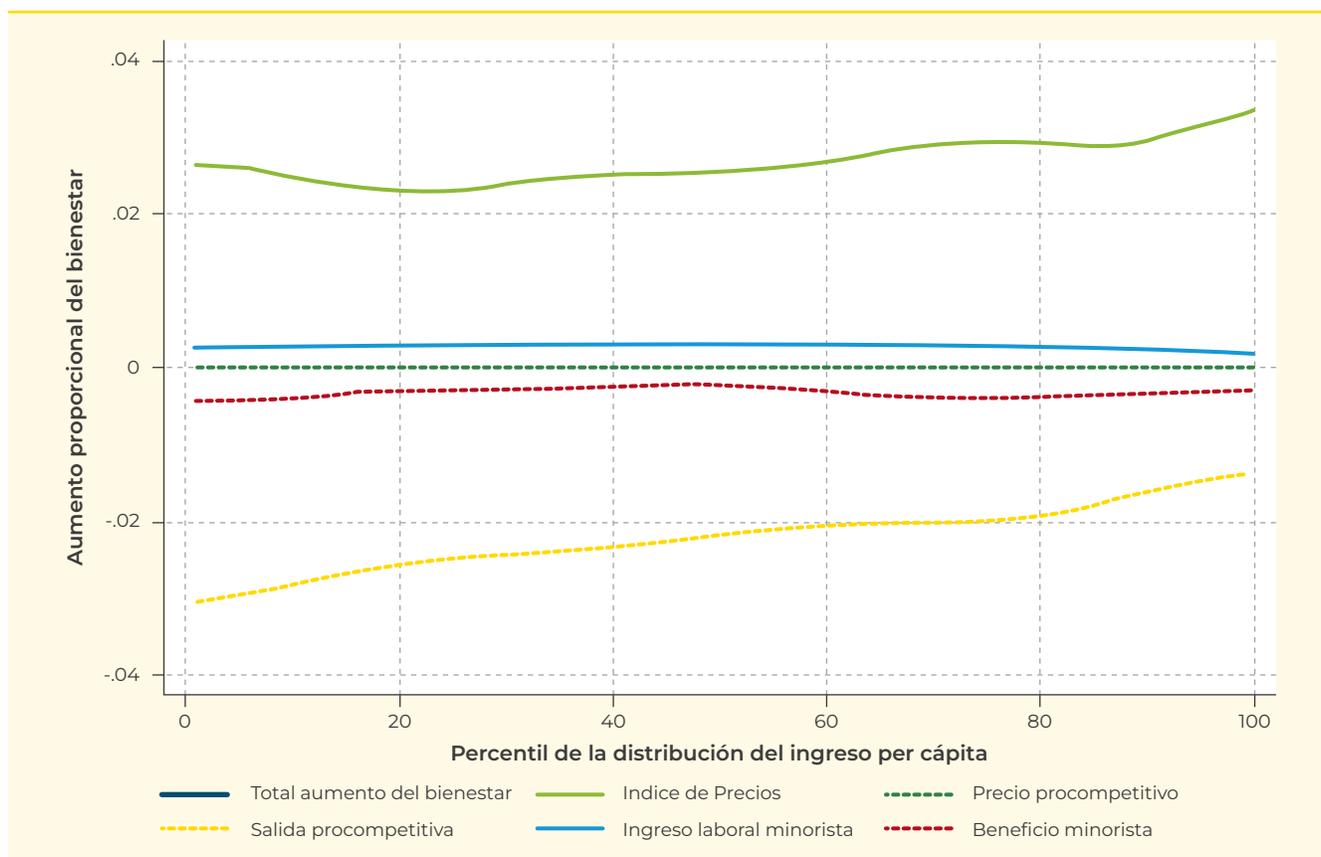
Las conclusiones destacan estas disyuntivas en el contexto de las cadenas de tiendas de conveniencia y las tiendas de barrio en México. Los hogares de ingresos más altos tienden a preferir las cadenas de tiendas de conveniencia, lo que resulta en un aumento del bienestar en estos hogares. Sin embargo, la expansión de estas cadenas suele ocurrir a expensas de las tiendas más pequeñas, que son valoradas por los hogares de ingresos más bajos debido a factores como las opciones de crédito informal y la cercanía a sus viviendas. La consiguiente reducción en el número de tiendas de barrio genera una pérdida del bienestar para estos hogares. Además, si bien

la expansión de las cadenas puede crear empleos y proporcionar nuevas fuentes de ingreso, también genera una pérdida de ingreso para los dueños de las microempresas cuyas tiendas son desplazadas.

A la luz de estas conclusiones, los responsables de las políticas podrían contemplar medidas para mitigar los efectos regresivos de este fenómeno. En el ámbito de las tiendas de barrio, esto podría incluir el apoyo a las pequeñas empresas mediante programas de acceso a créditos, así como programas de capacitación laboral para las

personas desplazadas por el cierre de estas tiendas. Paralelamente, las políticas dirigidas a los hogares de ingresos bajos podrían mitigar las pérdidas asociadas a la disminución de los establecimientos tradicionales, y aumentar los beneficios derivados de la proliferación de los modernos. Por ejemplo, mejorar la inclusión financiera podría reducir la dependencia en el crédito informal que proporcionan las tiendas de barrio. **Eventualmente, el objetivo debería ser encontrar un equilibrio entre promover la productividad y asegurar que los beneficios del crecimiento económico se distribuyan equitativamente.**

GRÁFICO 1. Efectos en el bienestar de la expansión de las cadenas de tiendas de conveniencia



ESTUDIO COMPLETO

Talamas Marcos, Miguel Ángel. 2024. "Surviving Competition: Neighbourhood Shops versus Convenience Chains." *Review of Economic Studies*, marzo, rdae023. <https://doi.org/10.1093/restud/rdae023>.

Este estudio también ha sido publicado como [Documento de trabajo del BID](#).

