

5 COSAS QUE NO SABE DE LOS SUPERMERCADOS

[Raj Patel](#)

Miles de millones de personas son incapaces de imaginarse ya su vida sin los supermercados. Pero, mientras empujamos nuestros carros de la compra, ¿qué fuerzas nos empujan a nosotros?

1. Los supermercados dominan la cadena alimentaria.

Hace un siglo, las empresas que controlaban el comercio mundial de alimentos -Cargill, Louis Dreyfus, Continental Grain y Bunge- eran mayoristas. Hoy, esos gigantes han quedado empequeñecidos al lado de los supermercados que gobiernan el sistema alimentario global, desde la granja hasta el plato. La estadounidense Walmart, la cadena comercial más grande del planeta, tiene unas ventas superiores al 2% del PIB de EE UU, y, con los 2,1 millones de dependientes, encargados de almacén y responsables de logística que trabajan en sus 8.416 tiendas, desde Shenzhen hasta Shreveport, es una de las empresas con mayor número de empleados del mundo; sólo el Ejército chino cuenta con más gente en su nómina. Los supermercados dieron el primer salto a los países en vías de desarrollo en los 90; en la actualidad, representan más de la mitad del comercio minorista de alimentos en Latinoamérica y China.

comamos lo mismo.



BAY ISMOYO/AFP/Getty Images

hecha con placenta de oveja (una legendaria reductora de arrugas). Ahora bien, los supermercados sí son factores importantes en lo que los epidemiólogos llaman la transición nutricional: los alimentos frescos, locales, están perdiendo terreno ante unos artículos procesados que suelen tener más sal, grasas y azúcar, y son mucho más rentables para las tiendas. ¿El resultado? Un aumento espectacular de los índices de obesidad en todo el planeta.

3. A la hora de hablar de vigilancia, la CIA no es nada en comparación con los supermercados.

El primer supermercado de la historia, King Piggly Wiggly en Memphis, Tennessee (EE UU), guiaba a los compradores de 1916 a través de un [laberinto](#) de pasillos alambrados para hacerles pasar por todos los artículos antes de llegar a la caja. El Gran Hermano de los supermercados actuales es mucho más sofisticado: las tecnologías modernas como el etiquetado con identificación por radiofrecuencia y la obtención de datos -la única base de datos con una capacidad superior a la de Walmart es la del Pentágono- sirven para vigilar los hábitos de los consumidores y fomentar al máximo las compras impulsivas. Es muy probable que la familia Walton (dueña de Walmart) sepa más de una persona china corriente que el director de la CIA, Leon Panetta.

2. Pero eso no significa que todos

El éxito en Asia de Carrefour, la poderosa cadena francesa, no se produjo porque Oriente, famoso por su intolerancia a la lactosa, desarrollara de pronto un antojo de queso brie. A diferencia de McDonald's, los supermercados no se limitan a imponer a otros los prejuicios culturales de sus países de origen: en Pekín, Walmart vende tortugas vivas para hacer sopa y presume de tener crema hidratante

4. A los supermercados no les

Cuando llegaron los primeros Carrefour y Tesco al sureste asiático y Latinoamérica, escogieron emplazamientos en las zonas más elegantes de Bangkok y Buenos Aires. Los supermercados tienen costes elevados -una sucursal normal guarda reservas de cientos de miles de artículos- y márgenes

gustan los nobres.



Stephen Chernin/AFP/Getty Images

escasos: el beneficio depende del volumen de compra. Por consiguiente, estas tiendas de *grandes cajas* buscan consumidores con coches, un indicador de riqueza importante en los países en vías de desarrollo. Lo irónico es que los supermercados suelen ser más baratos que otras tiendas locales; una caja de cereales puede ser un 40% más cara en ellas que en una gran superficie.

5. La variedad es un engaño.

El auténtico genio malvado de las grandes cadenas no está en la lasaña congelada; está en el imperio logístico que hace falta para llevar plátanos desde una plantación en Honduras hasta el supermercado local. La variedad estacional se ha sacrificado debido a la facilidad de transporte, y las granjas con más capacidad de ofrecer una monótona colección de frutas y hortalizas con carne resistente a los golpes y piel de cera han ganado la batalla. Por suerte, ha habido una reacción: han empezado a proliferar los mercados urbanos de productos locales, tanto en la neoyorquina Union Square como en el [distrito Shibuya](#) de Tokio, y los grupos de agricultores y consumidores están experimentando con nuevas tecnologías para distribuir la agricultura local. Es posible que estos nuevos *supermercadillos* sean el futuro de los alimentos.

Fecha de creación

26 octubre, 2010