INSTITUTO DE ECONOMÍA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

POLICY BRIEF
Número 7, Octubre 2026

¿Cómo las cadenas de supermercados llevan las crisis locales a otras regiones?

Ezequiel García-Lembergman (PUC-Chile)

INTRODUCCIÓN

Cuando una región entra en crisis, la atención suele concentrarse en lo que ocurre ahí: precios que caen, empresas que cierran, empleos que se pierden y familias que ajustan sus gastos. Sin embargo, desde hace décadas la literatura económica muestra que las crisis rara vez se quedan quietas localmente y que la forma más conocida de propagación es a través del comercio entre regiones cercanas y de los encadenamientos entre sectores.

Un canal menos explorado es el de las decisiones centralizadas de las grandes empresas con establecimientos en varias regiones, que en Estados Unidos generan más del 75% del producto. ¿Pueden entonces estas decisiones transmitir una crisis local a lugares que nada tienen que ver con ella? ¿Pueden hacerlo más allá de los canales de transmisión tradicionales?

El estudio de García-Lembergman, aceptado en The Review of Economics and Statistics, analiza este canal en la industria de los supermercados. Es un sector relevante para el presupuesto de los hogares, ya que los alimentos y bebidas representan cerca del 12% del gasto de una familia promedio en Estados Unidos, y está dominado por grandes cadenas cuyas configuraciones espaciales de tiendas difieren a lo largo del país.

Si un supermercado fija sus precios tienda por tienda, mirando solo lo que ocurre en cada ciudad, una crisis en una

IDEAS CLAVE

- Las sucursales de las grandes empresas no operan de forma independiente: parte de sus decisiones se toman de manera centralizada. Por eso, la red de establecimientos de una empresa conecta lo que les pasa a regiones distantes de un país.
- Cuando cae la demanda en una región, los supermercados bajan sus precios no solo allí, sino también en regiones lejanas.
- Una caída del 10% en los precios de las viviendas en condados distantes que son mercados importantes para las cadenas que operan en un condado reduce entre un 1,3% y un 1,4% los precios de los alimentos para consumo en el hogar en ese condado.
- Las redes de tiendas de las cadenas explican la transmisión de shocks mejor que la cercanía geográfica, cuyo efecto deja de ser estadísticamente significativo al considerar los vínculos que crean las cadenas.
- Los shocks distantes afectan los precios en ciudades conectadas por los supermercados, pero no tienen un efecto significativo en el empleo ni en los salarios locales, por lo que modifican el ingreso real de los consumidores, incluso de aquellos que no fueron golpeados directamente por la crisis. Según las simulaciones del estudio, la fijación centralizada de precios redujo aproximadamente a la mitad las diferencias de inflación entre condados. Pero ese emparejamiento tuvo un costo: trasladó parte del alivio en precios desde las zonas más golpeadas hacia las menos afectadas. Las ciudades más golpeadas fueron las más perjudicadas, porque allí los precios bajaron menos de lo que habrían bajado si cada tienda los hubiera fijado por su cuenta.

ciudad no debería afectar los precios en otra. En cambio, si los precios se deciden de manera centralizada (en el caso extremo, la cadena cobra el mismo precio en todas sus tiendas) una crisis local puede obligarla a revisar su estrategia nacional y bajar precios no solo donde golpea la crisis, sino también en ciudades donde no pasó nada.

Utilizando los precios de miles de productos registrados en las cajas de más de 35 mil supermercados y el derrumbe desigual de los precios de las viviendas durante la Gran Recesión, el estudio encuentra que cuando un condado (división territorial local de Estados Unidos) entra en crisis, los precios de los alimentos caen no solo allí, sino también en condados lejanos que comparten las mismas cadenas de supermercados con las zonas golpeadas. Más aún, este canal pesa más en la transmisión de las crisis que la cercanía geográfica.

Este nuevo canal tiene consecuencias distributivas, ya que en las zonas golpeadas por la crisis, los precios bajan menos de lo que bajarían si cada tienda fijara su precio por su cuenta, mientras que en las zonas que no sufrieron la crisis bajan más de lo que habrían bajado.

Aunque el estudio utiliza datos de Estados Unidos, el mecanismo podría ser relevante para Chile si las cadenas fijan precios similares entre regiones. Unas pocas cadenas con presencia nacional, como Líder (Walmart), Jumbo y Santa Isabel (Cencosud), Unimarc (SMU) y Tottus (Falabella), concentran la industria de supermercados, y muchos shocks de demanda, como los ciclos de la minería o la caída del ingreso tras un desastre natural, tienen un marcado componente regional.

CONTEXTO E INSTITUCIONALIDAD

Entre 2007 y 2011 los precios de las viviendas en Estados Unidos cayeron en promedio 18%, con gran heterogeneidad geográfica. Condados como Miami registraron caídas superiores a 50%, mientras que otros, como Houston, casi no se vieron afectados. Estas caídas redujeron el gasto de los hogares, que vieron disminuir su riqueza y su capacidad de endeudarse con la vivienda como garantía, y presionaron a la baja los precios minoristas locales (Stroebel y Vavra, 2019), lo que convierte este episodio en un escenario privilegiado para estudiar cómo se propagan los shocks de demanda.

En el comercio minorista de alimentos, más del 60% de las cadenas analizadas operan en dos o más estados, aunque con redes muy distintas. Algunas se extienden por muchos estados y otras se concentran en una sola zona. A la vez, DellaVigna y Gentzkow (2019) documentan que las cadenas cobran precios muy similares en todas sus tiendas, aun cuando enfrentan condiciones de demanda distintas. Así, dos condados alejados pueden quedar económicamente conectados si comparten las mismas cadenas. Un condado está más expuesto a otro cuanto más importante es ese otro condado en las ventas de las cadenas que dominan su mercado. Por el lado de los costos, la Ley Robinson-Patman limita la capacidad de los mayoristas para cobrar precios distintos por un mismo producto, lo que contribuye a que el costo de los productos para las cadenas varíe poco entre regiones.

EVIDENCIA PRINCIPAL

- Una caída del 10% en los precios de las viviendas en condados vinculados por las cadenas reduce entre 1,3% y 1,4% los precios locales de los alimentos. El efecto se mantiene al considerar solo condados de otros estados.

- Al incorporar los shocks de otros condados, el efecto de los precios de las viviendas del propio condado cae cerca de un 40%, por lo que ignorar estos vínculos puede llevar a sobreestimar el efecto de las condiciones locales.

- Por sí solas, las caídas de los precios de las viviendas en condados cercanos se asocian con precios locales más bajos, pero ese efecto deja de ser significativo al incluir los vínculos creados por las cadenas. Los resultados también se mantienen al controlar por shocks en condados con características similares o conectados entre sí por redes sociales.

- Al comparar cadenas dentro de un mismo condado, lo que descarta que el resultado se deba a shocks que afectan a toda la zona, las cadenas más expuestas a crisis en otros mercados redujeron más sus precios, con una elasticidad cercana a 0,2, y aumentaron sus cantidades vendidas.

- Los shocks distantes no afectan de manera significativa el empleo, el número de establecimientos ni los salarios locales. La evidencia tampoco apunta a un canal de costos, ya que cerca del 76% de los costos de una cadena típica corresponden a compras a mayoristas, cuyos precios casi no varían



entre regiones ni se relacionan con los precios de las viviendas, y controlar por los salarios no altera los resultados.

• En las simulaciones del modelo, que aíslan el efecto de los shocks de demanda, los precios del quintil de condados más afectado por la caída de las viviendas bajan 4,19% con precios uniformes y habrían bajado 5,44% con precios flexibles, es decir, si cada tienda fijara su precio según la demanda local. En el quintil menos afectado, ocurre lo contrario: la baja es de 2,59% con precios uniformes y habría sido de 0,36% con precios flexibles.

IMPLICANCIAS PARA POLÍTICA PÚBLICA

• Las crisis regionales pueden ser más severas para los consumidores de lo que serían si cada tienda fijara sus precios según la demanda local. Esto se debe a que, cuando las cadenas fijan precios de forma centralizada, estos bajan menos en las zonas más afectadas. Así, parte del alivio en precios se traslada a regiones menos afectadas, lo que limita el reparto de riesgos entre ellas y sugiere que pueden ser necesarias políticas focalizadas ante recesiones locales.

• Los efectos de una política regional no se limitan a la zona en la que se aplica. Un programa que altere la demanda en una región puede modificar los precios en otras regiones atendidas por las mismas cadenas.

• Para medir cómo responden los precios a las condiciones locales hay que considerar la importancia de cada mercado para las cadenas que lo abastecen. Omitir los vínculos con otras regiones puede llevar a sobreestimar la sensibilidad de los precios ante los shocks locales.

• Los efectos distributivos dependen de dónde se produzca el shock. En la Gran Recesión, la fijación uniforme benefició a los condados de menores ingresos, menos golpeados por la caída del mercado inmobiliario, pero una crisis concentrada en zonas de menores ingresos podría tener el efecto contrario.

• En Chile, si las principales cadenas fijan precios similares en todo el país, las medidas ante crisis regionales de demanda no deberían suponer que los precios locales bajarán como lo harían si cada tienda fijara sus precios según la demanda local. Mientras menor sea el peso de la región afectada en las ventas de sus cadenas, como podría ocurrir con una región poco poblada, menos reaccionarán los precios locales y mayor será la parte del ajuste que se traslade a regiones no afectadas.

SOBRE LA METODOLOGÍA

El estudio combina datos de precios de NielsenIQ para más de 35 mil supermercados, farmacias y tiendas de mercadería masiva en cerca de 2.100 condados de Estados Unidos con índices de precios de viviendas por condado de la Federal Housing Finance Agency, y compara la primera mitad de 2007 con la de 2011 para 84 cadenas. Para cada par de condados, se construye una medida de exposición que pondera

la importancia de un condado distante en las ventas nacionales de cada cadena, en función de la participación de esa cadena en el condado de interés. Siguiendo la estrategia de Mian y Sufi (2011), que aprovecha las diferencias en la elasticidad de la oferta de vivienda, los precios de las viviendas se instrumentan con el Índice de Regulación del Uso de Suelo Residencial de Wharton (Gyourko et al., 2008), pues una regulación más restrictiva predice caídas más intensas ante un shock nacional. La exposición a otros condados se instrumenta con el promedio ponderado de este índice. La muestra principal incluye los 924 condados con información de este índice, que concentran más del 70% de las ventas registradas en los datos y más del 70% de la población del país. El análisis se complementa con estimaciones por cadena y por condado, con efectos fijos de condado. Esto permite comparar dos tiendas ubicadas en el mismo condado, que enfrentan exactamente la misma situación local, pero cuyos precios evolucionaron de forma distinta. La diferencia está en la cadena a la que pertenece cada una: una de ellas tenía muchas tiendas en regiones golpeadas por la crisis, y la otra no.

REFERENCIAS

DellaVigna, S. y Gentzkow, M. (2019). Uniform pricing in U.S. retail chains. The Quarterly Journal of Economics, 134(4), 2011-2084.

Gyourko, J., Saiz, A. y Summers, A. (2008). A new measure of the local regulatory environment for housing markets: The Wharton Residential Land Use Regulatory Index. Urban Studies, 45(3), 693-729.

Mian, A. y Sufi, A. (2011). House prices, home equity-based borrowing, and the US household leverage crisis. American Economic Review, 101(5), 2132-2156.

Stroebel, J. y Vavra, J. (2019). House prices, local demand, and retail prices. Journal of Political Economy, 127(3), 1391-1436.

Para más información:

García-Lembergman, E. (2025). Multi-establishment Firms, Pricing and the Propagation of Local Shocks: Evidence from US Retail. Aceptado en The Review of Economics and Statistics. https://doi.org/10.1162/rest.a.274.