



Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

8 ENERO 2024

Partido GEN



¿Por qué un estudio de la comercialización de productos de la canasta familiar?

Todos los ciudadanos de las sociedades modernas adquieren sus bienes para la supervivencia a través de diferentes canales de comercialización. La existencia de cada uno de estos canales es necesaria para que la accesibilidad a estos productos sea de la forma más fácil y económicamente más óptima. Las diferentes políticas implementadas intervienen en estos canales de manera que modifican las condiciones de competencia. Estas intervenciones no resultan ser neutras, pues implican mejores condiciones para unos y desplazan a otros a condiciones de inferioridad.

Los consumidores además se ven afectados en su poder adquisitivo por las variaciones de precios, producto del proceso inflacionario. Es sabido que los procesos inflacionarios producen sobre la economía diferentes inconvenientes, en este caso nos enfocamos en la distorsión de una de las funciones básicas de los precios que es la producción de un sistema de información para los consumidores. También es necesario explicar cómo el proceso inflacionario impacta en las decisiones de consumo de las personas. Por estas razones es que desde el Laboratorio de Política Públicas “Relaciones de Consumo con Equidad” estamos realizando este índice de precios que mide el impacto en el bolsillo de los ciudadanos. Este indicador toma el precio de los productos menos inelásticos, que son todos aquellos productos que no se pueden dejar de comprar ni posponer su consumo. Esperamos que estos informes que se publicarán quincenalmente sean de utilidad para conformar conciencia sobre la importancia de estos temas en la calidad de vida de los porteños.



Sergio Abrevaya

Laboratorio de Políticas Públicas Relaciones de Consumo con Equidad

Director *Dr. Sergio Abrevaya.*

General:

Coordinador y *MV (Esp. Seg. Alimentaria) Eduardo Addesso.*

Responsable

Técnico:

Equipo

Técnico:

Lic. Viviana Marcos.

Dr. Alfredo Reto.

MV (Esp. Seg. Alimentaria) Alejandra Castro.

Sr. Alejandro Marcos.

Sra. Carolina Suárez.

Sr. Eduardo Rivera.

Sr. Agustín Perfumo.

Corrector:

Dr. Alfredo Reto.

Edición:

Dis. Ana Belén Addesso.

Informe correspondiente a la segunda quincena de diciembre

Relevamientos realizados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el mes de diciembre.

- El **Índice de Bolsillo (IB)** aumentó durante el **mes de diciembre** en un **39,69%**, en tanto tomando sólo la **última quincena del mes**, registró un incremento del **19,90%**.
- Considerando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, la suba mensual fue del **38,31%**, la mayor del año, y la de la **segunda quincena de diciembre** fue de **19,35%**.
- Durante **diciembre**, el **IB** en los **pequeños comercios** barriales fue del **42,68%**, en tanto en las grandes cadenas de **supermercados** fue del **34,23%**, una brecha muy grande entre ambos.
- El **agrupamiento** con mayores subas durante el mes de **diciembre** fue el de los **aceites**, con un incremento del **69,83%**, seguido por las **bebidas no alcohólicas**, con un **56,58%** y en tercer lugar los **productos de limpieza para el hogar**, con un **46,76%** de aumento mensual. Teniendo en cuenta sólo la **última quincena de diciembre**, los incrementos más fuertes fueron en los rubros de **bebidas no alcohólicas (29,32%)**, **aceites (27,68%)** y **otros alimentos (sobre todo la sal fina)**, con un **27,05%** de aumento.
- El **artículo de consumo** con mayores aumentos durante el mes de **diciembre** fue el **aceite de girasol**, con un incremento del **94,36%**, seguidos por dos verduras; la **zanahoria** y el **zapallo anco**, con un **86,25%** y un **83,74%** respectivamente. Tomando sólo la **última quincena de diciembre**, los mayores aumentos se registraron en los siguientes artículos: **lechuga criolla (40,89%)**, **jugos en polvo para diluir (40,21%)** y **arvejas en conserva**, con **37,33%** de incremento.
- Durante el mes de **diciembre**, **una cuarta parte** de los productos relevados aumentó por **arriba del 50%**.
- **Un tercio** de los alimentos y bebidas de consumo masivo relevados (en su presentación más común) tuvo en **diciembre** un costo al público por unidad superior a los **\$1.000**.
- El porcentaje de **desabastecimiento** durante el mes de **diciembre** fue muy alto, del **25,52%**.

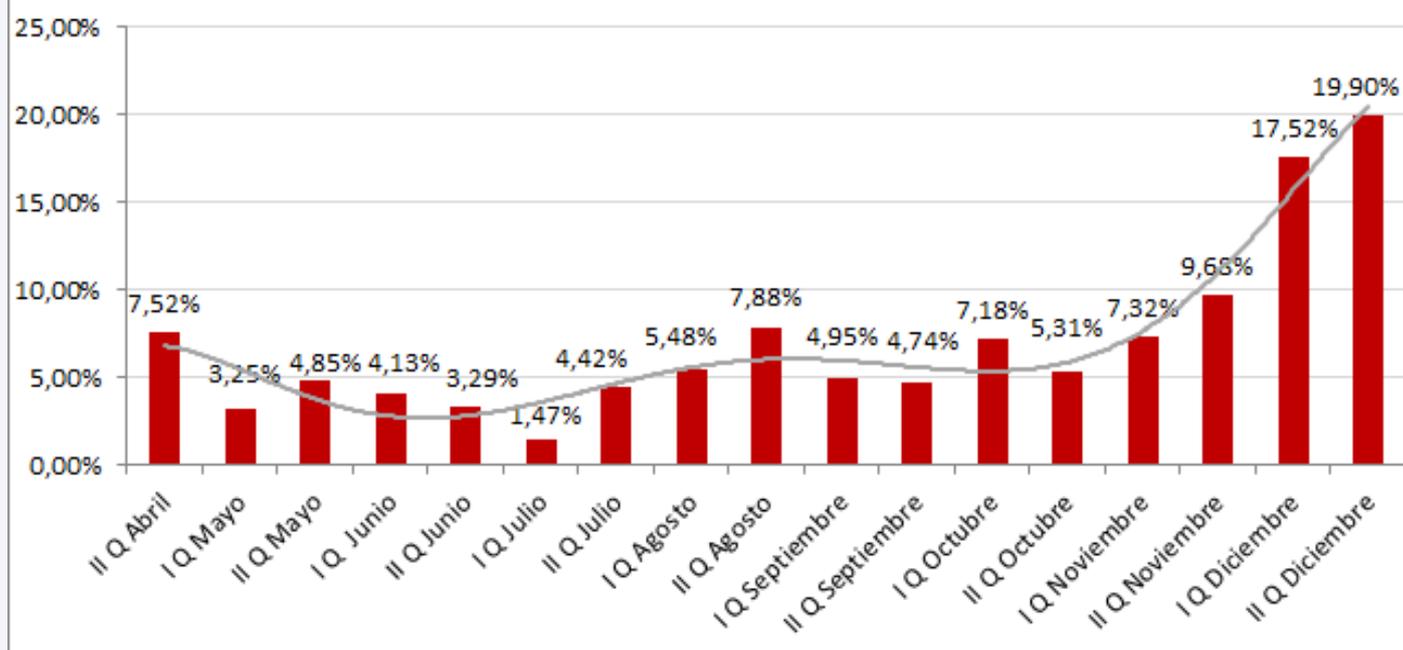
Índice de Bolsillo

El **Índice de Bolsillo (IB)** registrado durante **el mes de diciembre** fue del **39,69%**, el mayor de los registrados a lo largo de todo el año y duplicando largamente al del mes de noviembre, tal cual lo previmos en nuestro informe anterior. Durante la **última quincena del mes**, el **IB** observado por nuestro **Laboratorio de Políticas Públicas (LPP)** ya nos había indicado para esa quincena un valor de **19,90%**, casi la mitad exacta del mensual, lo cual es indicativo que la escalada de precios fue constante y uniforme a lo largo de todo el mes.

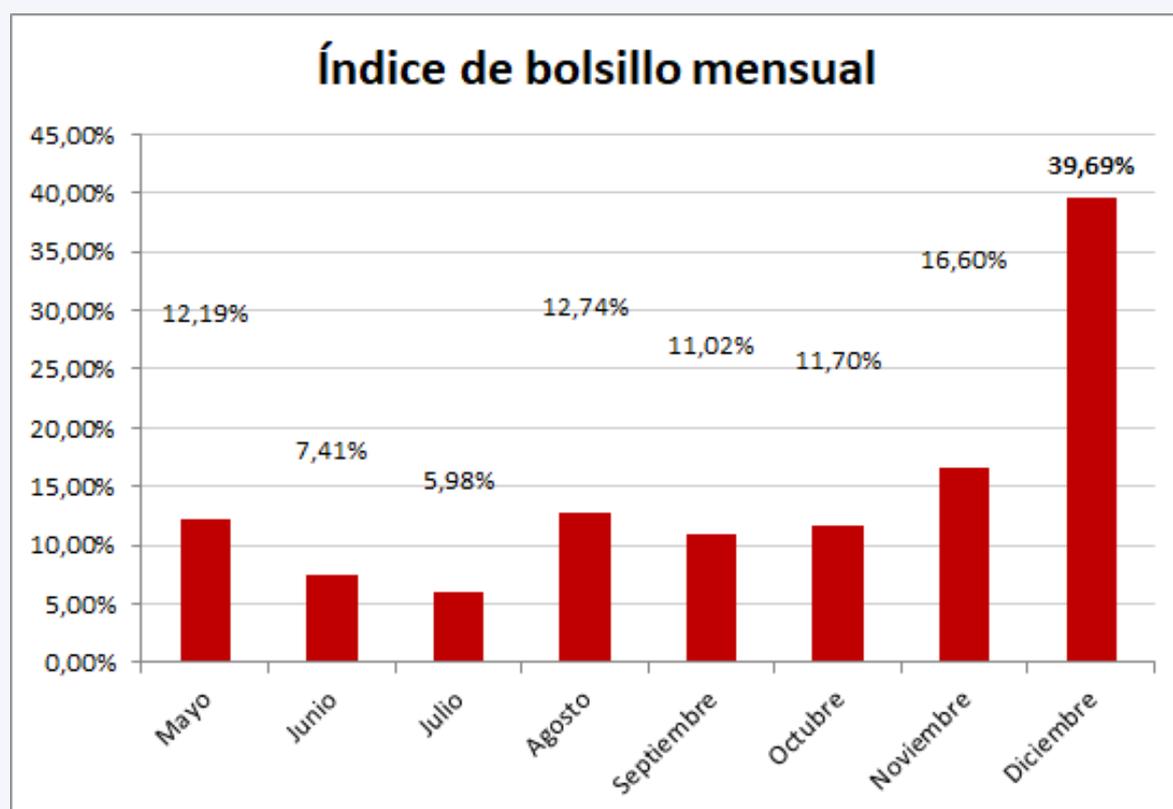
Fueron muchos los factores que contribuyeron a esta especie de fagonazo inflacionario que amenaza con extenderse por varias semanas: las sucesivas devaluaciones a partir del ballottage, el final de los programas de controles de precios, la suba del impuesto PAÍS para las importaciones, los aumentos en los combustibles, sumado a la incertidumbre que se generó en el último eslabón de la cadena de comercialización de los productos, al no tenerse certeza respecto a los precios de reposición de la mercadería vendida, configuraron un cocktail inflacionario que pareciera no tener fin. Si bien las subas fueron generalizadas, algunos productos de primera necesidad, tales como algunas marcas de aceite de girasol, tuvieron aumentos de más del 100% en pocos días.

Contemplando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante este período de 30 días fue del **38,31%**, algo más bajo del **IB** general, pero en el mismo altísimo nivel.

Índice de bolsillo quincenal



Índice de bolsillo mensual

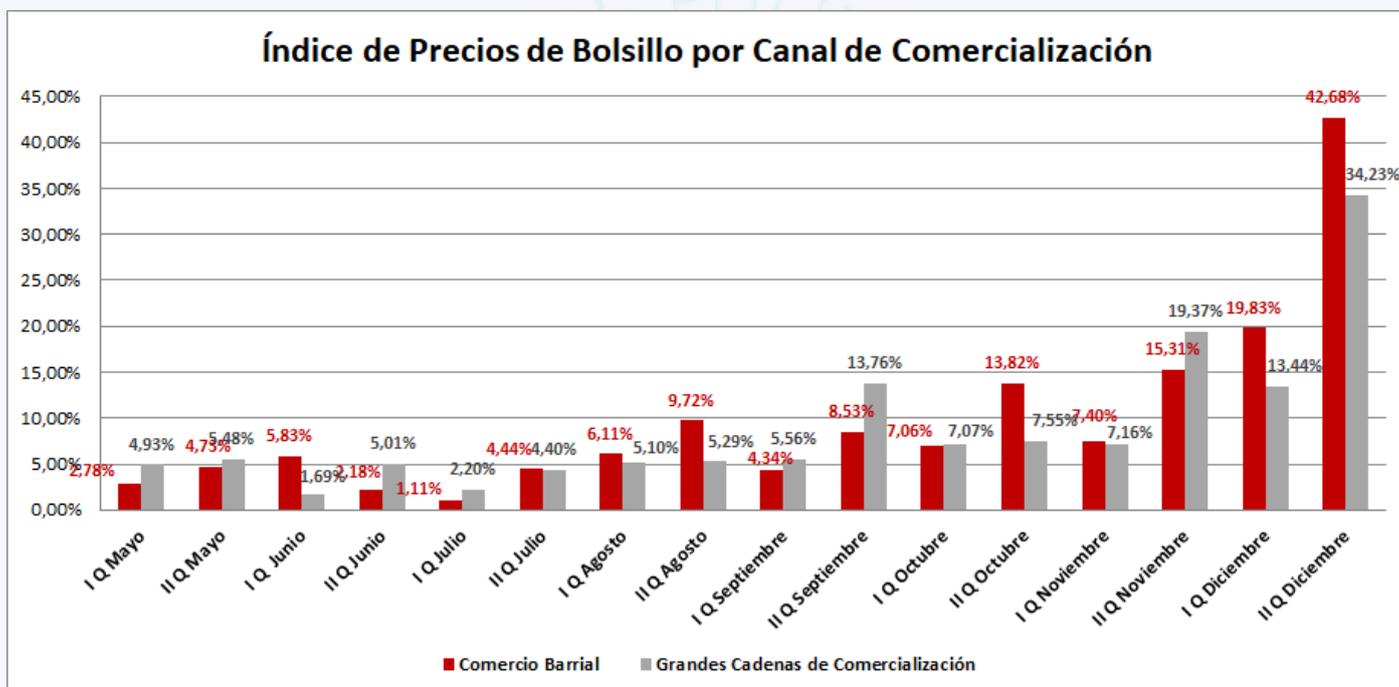


Canales de comercialización

Durante todo el mes de **diciembre**, a la inversa de lo sucedido en semanas anteriores, los incrementos de precios fueron muy superiores en los **pequeños comercios barriales (42,68%)** respecto a las **grandes cadenas de supermercados (34,23%)**.

IB en comercios barriales	
Mensual	42,68%

IB en grandes cadenas de comercialización	
Mensual	34,23%



Aumentos según agrupamientos

El **agrupamiento** con mayores subas durante el mes de **diciembre** fue el de los **aceites**, con un incremento del **69,83%** (impulsado esta vez sobre todo por el aceite de girasol), seguido por las **bebidas no alcohólicas**, con un **56,58%** (especialmente las gaseosas cola) y en tercer lugar los **productos de limpieza para el hogar**, con un **46,76%** de aumento mensual.

Teniendo en cuenta sólo la **última quincena de diciembre**, los incrementos más fuertes fueron en los rubros de **bebidas no alcohólicas (29,32%)**, **aceites (27,68%)** y el de **otros alimentos (sobre todo la sal fina)**, con un **27,05%** de aumento.

IB SEGUNDA QUINCENA DE DICIEMBRE POR AGRUPAMIENTOS	% QUINCENAL
Bebidas no alcohólicas	29,32%
Aceites	27,68%
Otros alimentos	27,05%
Infusiones	24,93%
Productos de limpieza para el hogar	22,64%
Conservas	22,17%
Artículos de higiene, tocador y belleza	22,01%
Lácteos y derivados	19,37%
Alimentos y bebidas	19,35%
Dulces y azúcar	14,80%
Harinas, cereales y legumbres	14,11%
Carnes y huevos	11,89%
Bebidas alcohólicas	10,77%
Frutas y verduras	8,38%

IB DE DICIEMBRE POR AGRUPAMIENTOS	
Aceites	69,83%
Bebidas no alcohólicas	56,58%
Productos de limpieza para el hogar	46,76%
Otros alimentos	46,29%
Artículos de higiene, tocador y belleza	45,05%
Conservas	39,20%
Alimentos y bebidas	38,31%
Infusiones	38,18%
Carnes y huevos	38,11%
Frutas y verduras	34,44%
Harinas, cereales y legumbres	34,38%
Lácteos y derivados	31,41%
Dulces y azúcar	27,14%
Bebidas alcohólicas	17,47%

Aumentos según productos

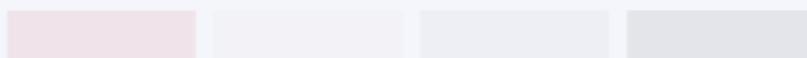
El **artículo** de consumo básico que más aumentó durante el mes de **diciembre** fue el **aceite de girasol**, con un incremento del **94,36%**, seguido por la **zanahoria (86,25%)**, el **zapallo anco (83,74%)**, la **sal fina (67,28%)** y las **gaseosas cola**, con un **64,91%** de aumento.

Del total de productos relevados, aproximadamente una cuarta parte de ellos superaron el 50% de aumento mensual.

Tomando sólo la **última quincena de diciembre**, los mayores aumentos se registraron en los siguientes artículos: **lechuga criolla (40,89%)**, **jugos en polvo para diluir (40,21%)** y **arvejas en conserva**, con **37,33%** de incremento. Una cuarta parte de los productos relevados superó el 30% de aumento quincenal.

Como dato adicional, un tercio de los alimentos y bebidas de consumo masivo relevados (en su presentación más común) tienen un costo al público por unidad superior a los \$1.000.

PRODUCTO	% QUINCENAL
Lechuga criolla	40,89%
Jugo en polvo para diluir	40,21%
Arvejas en conserva	37,33%
Té común en saquitos	36,44%
Sal fina	36,21%
Aceite de girasol	32,69%
Shampoo	31,48%
Mermelada	30,95%
Yogurt bebible	30,69%
Puré de tomates	30,10%



PRODUCTO	% MENSUAL
Aceite de girasol	94,36%
Zanahoria	86,25%
Zapallo anco	83,74%
Sal fina	67,28%
Gaseosa cola	64,91%
Asado	63,50%
Detergente vajilla	59,05%
Mermelada	55,78%
Jugo en polvo para diluir	55,47%
Jabón en polvo	53,34%



Desabastecimiento

El porcentaje de desabastecimiento durante la el mes de diciembre fue muy alto, uno de los mayores a lo largo del año que pasó, registrando hacia el final del mes una cifra del **25,52%**.

Aquí podemos apreciar un cuadro comparativo del porcentaje de desabastecimiento de los 3 últimos registros quincenales y el valor de los últimos 30 días.

Porcentaje de desabastecimiento al 1/12	24,56%
Porcentaje de desabastecimiento al 15/12	24,04%
Porcentaje de desabastecimiento al 31/12	27,01%
Porcentaje de desabastecimiento mensual	25,52%

Partido GEN

