



# Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

29 AGOSTO 2023

**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: *MV (Esp. Seg. Alimentaria) Eduardo Addesso.*

Responsable *Prof. Andrea Jordán.*

Técnico:

Equipo *Lic. Viviana Marcos.*

Técnico:

*Dr. Alfredo Reto.*

*MV (ESP. Seg. Alimentaria) Alejandra Castro.*

*Sr. Alejandro Marcos.*

*Sr. Eduardo Rivera.*

*Sr. Agustín Perfumo.*

Edición:

*Dis. Ana Belén Addesso.*

Partido GEN



## Informe primera quincena de agosto

- El **Índice de bolsillo (IB)** tuvo una variación durante la primera quincena del mes de agosto del **5,48%**.
- A mes corrido entre el 15 de julio y el 15 de agosto, la variación del **IB** fue del **9,02%**.
- Respecto a los **alimentos y bebidas**, el incremento quincenal fue de **6,01%**.
- El **IB** en los **pequeños comercios barriales** fue de **6,11%**, en tanto en las grandes **cadenas de supermercados** fue de **5,10%**.
- El agrupamiento con mayores aumentos fue el de **carnes y huevos**, con un incremento quincenal del **13,58%**, seguido por las **bebidas no alcohólicas** con un **10,45%**.
- El producto con mayores aumentos durante la **primera quincena de agosto** fue la **carne picada**, con un incremento en el mes del **23,63%**, seguido por la **nalga**, con un **17,87%**.
- El porcentaje de **desabastecimiento** durante esta **primera quincena de agosto** fue de **16,86%**, levemente menor al de la última quincena del mes anterior.

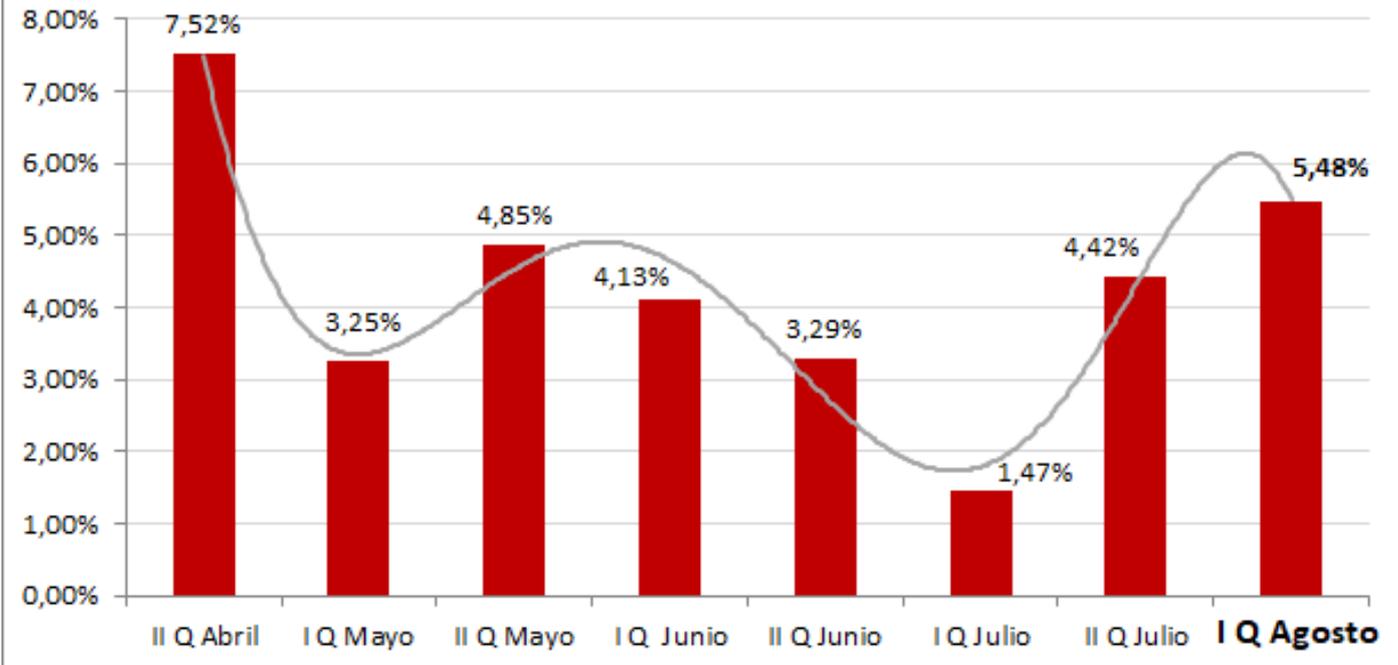
## Índice de Bolsillo

Durante la **primera quincena** del mes de **agosto** el **Índice de Bolsillo (IB)** registrado fue de **5,48%**, superior al de la última quincena del mes anterior, tal como preveíamos en nuestro último informe quincenal. Todo parece indicar que los aumentos de precios durante el mes de agosto alcanzarán los dos dígitos.

Se observó que en esta **primera quincena de agosto** el **IB**, a la inversa de la última quincena de julio, fue mayor en los **pequeños comercios barriales (6,11%)** que en las grandes **cadenas de supermercados (5,10%)**.

Considerando sólo **alimentos y bebidas**, el incremento quincenal fue de **6,01%**, similar al aumento que registró durante todo el mes de julio pasado. Este valor fue impulsado sobre todo por algunos productos de carácter estacional, tal como el caso de la papa, la cebolla, la banana y la lechuga, que vienen registrando aumentos muy importantes en estas últimas semanas. En relación a estos artículos de consumo, es notable el incremento que tuvieron algunos de ellos en un año corrido, muy por encima de la inflación general anual: tomando de julio de 2022 a julio de 2023, la papa subió un 366%, la naranja un 280%, la mandarina un 225% y la batata un 220%. Para el caso de la papa, valen las mismas consideraciones que hicimos en nuestro último informe, y en el caso de la cebolla, cabe mencionarse que tuvo en este semestre una menor producción que el año pasado (12,5% menos), sumado a la insuficiente calidad de infraestructura de almacenamiento que tiene nuestro país.

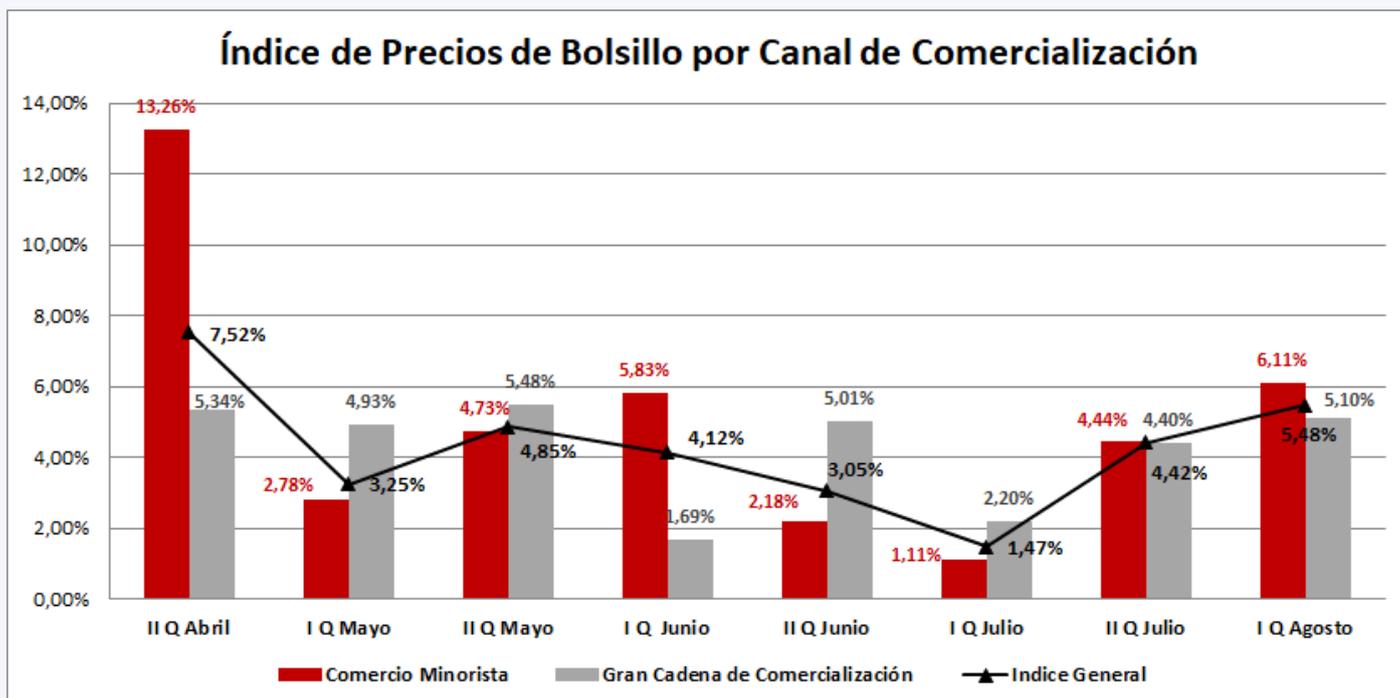
## Índice de bolsillo quincenal



El porcentaje de **desabastecimiento** durante esta **primera quincena de agosto** fue de **16,86%**, levemente menor al de la última quincena del mes anterior, pero manteniéndose en valores importantes, como ha sucedido en los últimos meses. Desglosado por tipo de comercio, observamos que los productos relevados tuvieron en promedio más faltantes en las grandes cadenas de supermercados que en los pequeños comercios barriales (19,56% versus 16,14%).

Porcentaje de desabastecimiento quincenal	16,86%
---	--------

Desglosando el IB según el canal de comercialización, podemos apreciar que los aumentos de precios registrados durante la primera quincena de agosto fueron mayores en los pequeños comercios barriales (6,11%) que en las grandes cadenas de supermercados (5,10%), a la inversa de lo sucedido durante la última quincena de julio.



## Aumentos según agrupamientos

Como podemos apreciar en el cuadro adjunto, el agrupamiento con mayores aumentos durante la **primera quincena de agosto** fue el de **carnes y huevos**, con un incremento del **13,58%**, superior en más de 4 puntos porcentuales al registrado durante el mes pasado en su totalidad; tomando un mes corrido, desde mediados de julio hasta mediados de agosto, el incremento se eleva al **20,62%** (duplica el aumento de todo el mes de julio). Se estima que cerraría el mes de agosto con la mayor suba mensual de los últimos 18 años, triste record para un país ganadero como el nuestro. La carne vacuna representa, por sí sola, un 6% de la canasta de consumo típica de la familia argentina, proporción que aumenta al 8% si se considera el gasto medio en proteínas animales, lo que también incluye el consumo de otras carnes, chacinados, huevos y hamburguesas procesadas. Tomando esas proporciones, se calcula que el aumento del precio de los productos cárneos durante agosto representaría un tercio de la inflación del mes.

Al impacto generado el mes pasado por el nuevo dólar agro, podemos agregar este mes también un traslado muy rápido y completo de la devaluación post PASO a los precios de la hacienda por retracción y/o menor disponibilidad de animales.

AGRUPAMIENTOS	II Q AGOSTO
Carne y huevos	13,58%
Bebidas no alcohólicas	10,45%
Bebidas alcohólicas	9,26%
Frutas y verduras	6,16%
Dulces y azúcar	6,07%
<b>Alimentos y bebidas</b>	6,01%
Artículos de higiene y tocador	5,89%
Lácteos y derivados	5,79%
Harinas y derivados	5,61%
Artículos de limpieza	5,58%

En el ranking de aumentos por agrupamiento le siguen las **bebidas no alcohólicas** y las bebidas alcohólicas, con un **10,45%** y **9,26%** de aumento quincenal, respectivamente. Luego están las **fru-**

**tas y verduras**, con un **6,16%** de incremento en la quincena.

## Aumentos según productos

Acorde con los datos por agrupamiento, el ranking de los artículos de consumo básico que más aumentaron es encabezado por la **carne picada**, con un **23,64%** de incremento en la quincena. Contando un mes corrido desde el 15 de julio, el aumento fue del **32,98%**.

En el segundo lugar del ranking de aumentos encontramos otro producto cárneo, la **nalga**, con un **17,87%** de incremento, tercer lugar para las **bebidas cola** (**14,88%**) y en cuarto lugar la **cuadrada**, con un **14,62%** de aumento. Tres de los cuatro artículos con mayores aumentos corresponden al agrupamiento de carne y huevos.

PRODUCTOS	II Q AGOSTO
Carne picada	23,64%
Nalga	17,87%
Bebidas cola	14,88%
Cuadrada	14,62%
Banana	13,75%
Azúcar blanca	13,38%
Batata	13,06%
Asado	12,40%
Lechuga criolla	12%
Cebolla	11,96%

# Partido GEN

