

Estudio de la comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

5 JUNIO 2023

**Laboratorio de Políticas Públicas
Relaciones de Consumo con Equidad**



1



Whatsapp: +54 9 11 2390-3119
Nuestro Mail: lppconsumo@gmail.com

¿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 en 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 mas fácil y óptima económicamente . Las diferentes políticas implementadas intervienen en estos canales de una manera que modifican las condiciones de competencia. Estas intervenciones no resultan ser neutras, pues implican mejores condiciones para uno 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 Políticas Públicas “Relaciones de Consumo con Equidad” estamos realizando este índice de precio 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



“La cultura del consumo, cultura de lo efímero, condena todo al desuso mediático. Todo cambia al ritmo vertiginoso de la moda, puesta al servicio de la necesidad de vender. Las cosas envejecen en un parpadeo, para ser reemplazadas por otras cosas de vida fugaz. Hoy que lo único que permanece es la inseguridad, las mercancías, fabricadas para no durar, resultan tan volátiles como el capital que las financia y el trabajo que las genera. El dinero vuela a la velocidad de la luz: ayer estaba allá, hoy está aquí, mañana quién sabe, y todo trabajador es un desempleado en potencia”.

Eduardo Galeano

Laboratorio de Políticas Públicas Relaciones de Consumo con Equidad

Director General: *Dr. Sergio Abrevaya.*

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

Responsable Técnico: *Lic. Miguel Ángel Otero.*

Equipo Técnico: *Lic. Viviana Marcos.*

Dr. Alfredo Reto.

MV (ESP. Seg. Alimentaria) Alejandra Castro.

Sr. Alejandro Marcos.

Sr. Eduardo Rivera.



- ✓ El índice de bolsillo para el mes de mayo fue de 12,19%.
- ✓ El proceso inflacionario parece tomar impulso si se observan los datos del Banco Central de la República Argentina donde se comprueba una disminución en los saldos de las Cajas de Ahorro (-6,1%) y un incremento de las deudas de Tarjetas de crédito (+10.3%). Evidentemente las personas prefieren adquirir bienes y servicios sacándose los pesos de encima para proteger el poder adquisitivo de sus ingresos.
- ✓ Dicho índice, si lo observamos quincenalmente, tuvo una desaceleración con respecto a la última quincena de abril que fue del 13,10% mientras que en la última quincena de mayo se redujo al 6,70%. Pese a tales circunstancias, el índice mensual de inflación creció un 20% en relación al mes anterior.
- ✓ Se observa que en la primera quincena (16,86%) y en la segunda quincena del mes de mayo (11,88%) fue en las grandes cadenas de comercialización donde más variaron los precios relevados en este estudio.
- ✓ En las grandes cadenas de comercialización se pudieron observar artículos no asequibles para el relevamiento, siendo las cifras según las cadenas entre 9% y el 18%, y los productos no disponibles alrededor del 8% de los que se relevan con habitualidad. En cuanto al programa Precios Justos no se encontraron el 10,44% de los bienes relevados.



Índice de Precios



El índice de bolsillo tuvo una variación de precios en Mayo del 12,19%. El proceso inflacionario no permite observar un proceso de desaceleración. A pesar de las diferentes medidas que toma el gobierno los precios siguen aumentando e impactando en los productos más sensibles de consumo diario de los habitantes. Además es preciso tener en cuenta que este mes también el gobierno nacional determinó importantes ajustes en los servicios domiciliarios. El proceso inflacionario parece tomar impulso si se observa los datos del Banco Central de la República Argentino donde los saldos de las Cajas de Ahorro tuvieron una disminución en mayo (6,1%). Si se observan los datos de recaudación de mayo se puede observar con el IVA DGI, un impuesto que mide de manera cercana el consumo interno, un marcado crecimiento (148,7%) con respecto al mismo período del año pasado por sobre la inflación que en el mismo periodo rondó el 126%. Como lo anticipamos en nuestro anterior informe los saldos de las deudas en Tarjetas de crédito creció (+10,3%) por encima de la inflación que será estimada por el INDEC. Las personas están adelantando las compras familiares reduciendo sus ahorros y tomando más créditos de corto plazo como estrategia de defensa contra el proceso inflacionario.

En la tabla siguiente se pueden observar las variaciones desagregadas por agrupamiento. El agrupamiento con mayor aumento fue el rubro Aceites con incrementos promedios del 25,07%. El segundo con más variación fueron los Productos de limpieza para el hogar con 24,89%. Las Harinas, cereales y legumbres subieron sus costos en un 18,83%, siendo las Bebidas no alcohólicas las que tuvieron un decrecimiento del 0,55%. En los últimos 15 días de mayo la variación de precios tuvo un incremento significativo por encima de la primera quincena mientras el Índice de Bolsillo para la primera quincena se ubicó en un 5,37% y en la segunda quincena la variación fue de 6,70%. Se puede observar de manera alarmante que algunos rubros ejercen con su aumento tal presión que el gobierno nacional no puede ni siquiera con el programa Precios Justos contenerlos dentro de los niveles que había previsto. Tal falencia se detecta, por ejemplo, en Aceites, que han tenido un incremento del 6,92% y en Carnes y Huevos con un incremento del 4,92%.

Mayo	
Harinas, cereales y legumbres	18,83%
Otros alimentos	11,84%
Leche, yogurt y productos lácteos	11,46%
Carnes y huevos	1,62%
Frutas y verduras	16,53%
Bebidas no alcohólicas	-0,55%
Dulces y azúcar	7,11%
Artículos de higiene tocador y belleza	9,42%
Aceites	25,07%
Bebidas alcohólicas	9,60%
Productos de limpieza para el hogar	24,89%
índice del Bolsillo del Consumidor	12,19%



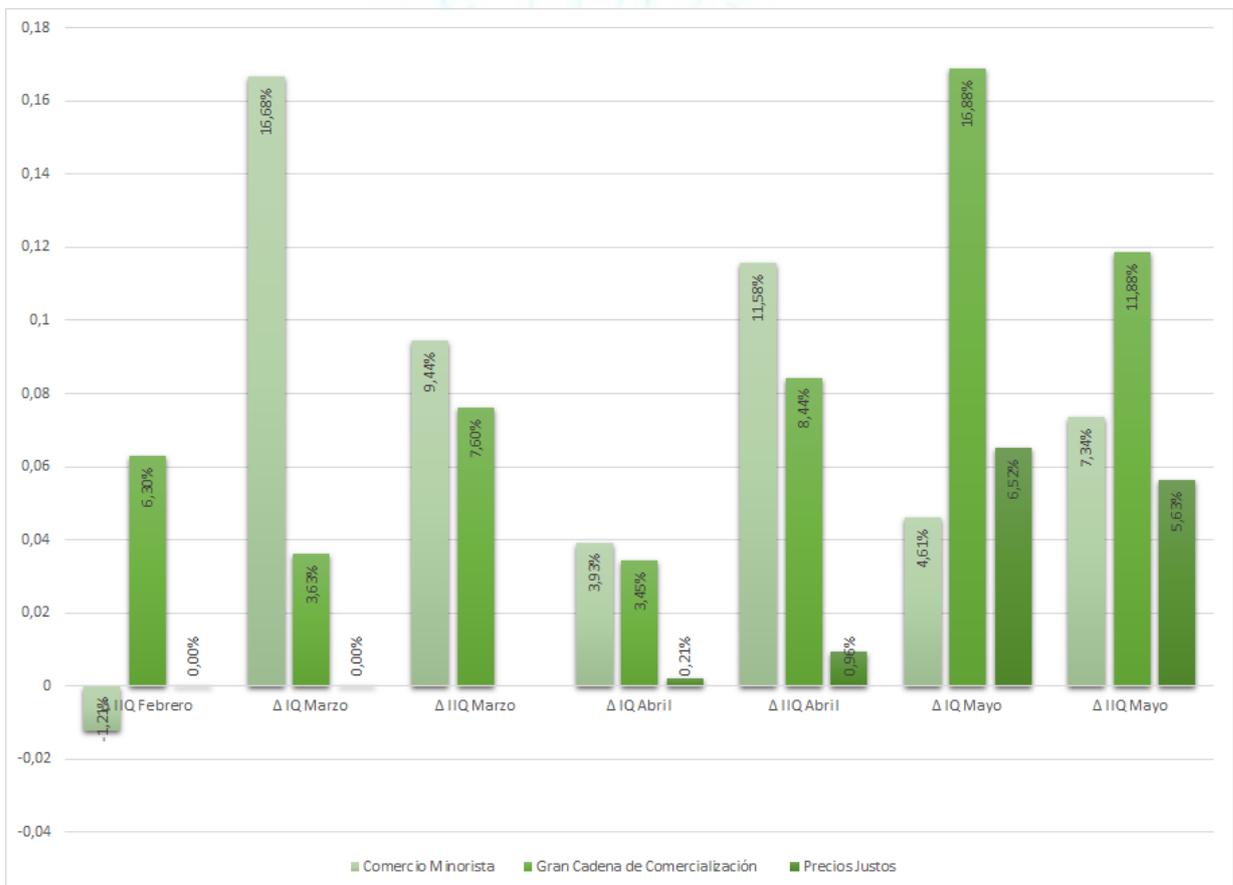
En la segunda quincena los productos que más aumentaron se pueden observar en la tabla. Las hortalizas como la lechuga y el tomate lideraron los ajustes. Fueron 18 productos de los 46 relevados que tuvieron variaciones por encima del 10%.

PRODUCTOS	Δ Precios II Quincena de Mayo
1 LECHUGA CRIOLLA	46,43%
2 TOMATE REDONDO	28,77%
3 JABÓN DE TOCADOR	26,53%
4 TÉ COMUN EN SAQUITOS	25,98%
5 JABÓN EN POLVO PARA ROPA	25,59%
6 CEBOLLA COMÚN	18,55%
7 AZÚCAR BLANCO	17,58%
8 ACEITE DE OLIVA	17,41%
9 YERBA MATE	17,35%
10 HARINA DE MAÍZ	17,33%
11 MANTECA	15,74%
12 SOPAS Y CALDOS	14,85%
13 PURÉ DE TOMATES	14,12%
14 ARROZ BLANCO DOBLE	14,10%
15 DETERGENTE VAJILLA COMUN	13,24%
16 LENTEJAS SECAS	11,62%
17 PAÑALES	10,29%
18 AGUA MINERAL	10,26%
19 GALLETITAS DE AGUA	9,26%
20 SHAMPÚ	8,99%
21 ARVEJAS EN CONSERVA	8,62%
22 GALLETITAS DULCES SIN RELLENO	8,11%
23 GASEOSA COLA	7,09%
24 CERVEZA EN BOTELLA	5,67%
25 DESODORANTE	5,65%



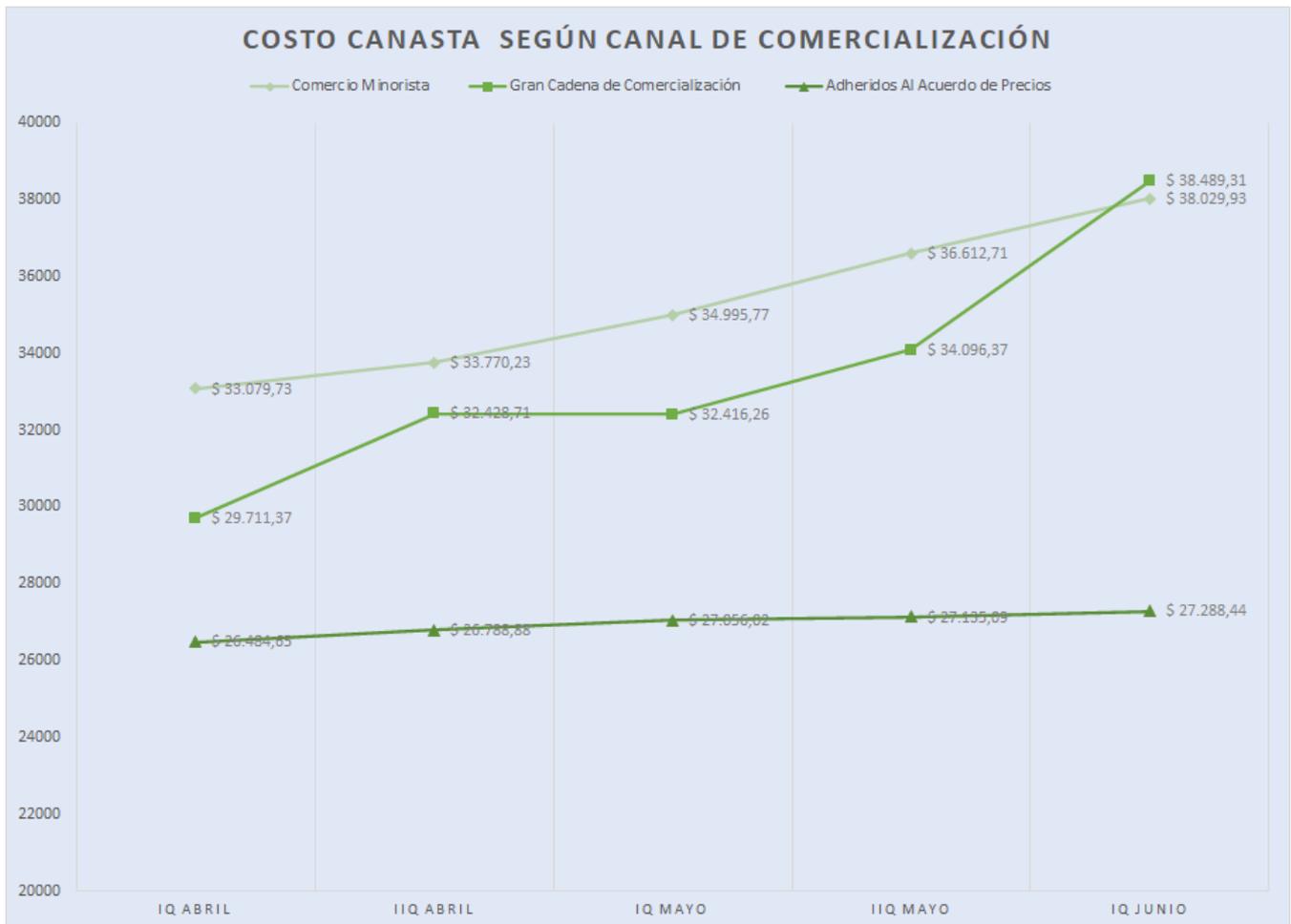
Si observamos cómo se movieron los precios según los diferentes canales de distribución, se observa en el siguiente Gráfico que en la primera y la segunda quincena fueron las grandes cadenas de comercialización donde más variaron los precios. El Gobierno Nacional también tuvo que aceptar modificaciones por arriba de sus intenciones acordando precios que tuvieron una variación positiva (6,52%) para la primera quincena y (5,63%) para la segunda quincena.

Por último, nuevamente se observaron ciertas dificultades en el abastecimiento de los productos que se relevan para este estudio. En las grandes cadenas de comercialización se pudieron verificar artículos no asequibles para el relevamiento. Los precios en las grandes cadenas de comercialización variaron entre 9% y el 18% y los productos no disponibles se ubicaron alrededor del 8%



Canasta de Productos del Hogar

La canasta básica “RCE” refleja el costo de los productos indispensables para satisfacer las necesidades básicas de un adulto mayor para el comienzo del período indicado. En el siguiente gráfico se muestran las variaciones detectadas. Los comercios minoristas proveen la canasta a un precio menor por primera vez desde que realizamos el estudio.



Programa “Precios Justos”: BRECHA

Si analizamos el costo de la canasta con respecto al programa “precios justos”, se observa que la brecha de precios se incrementa con el paso del tiempo. Esta situación perjudicó al comercio minorista que tuvo una marcada caída en sus transacciones en relación al año pasado mientras que las grandes cadenas incrementaron sus ventas en un 3,8% con respecto al año pasado según datos INDEC. Las grandes cadenas se han beneficiado por el programa del gobierno al otorgarles la posibilidad de ofrecer productos con intervención pública. Sin embargo, cuando se observa el canal de distribución de grandes cadenas sin los precios del acuerdo estatal se constata que la brecha se incrementó más que en los comercios minoristas.

