



Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

12 SEPTIEMBRE 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.

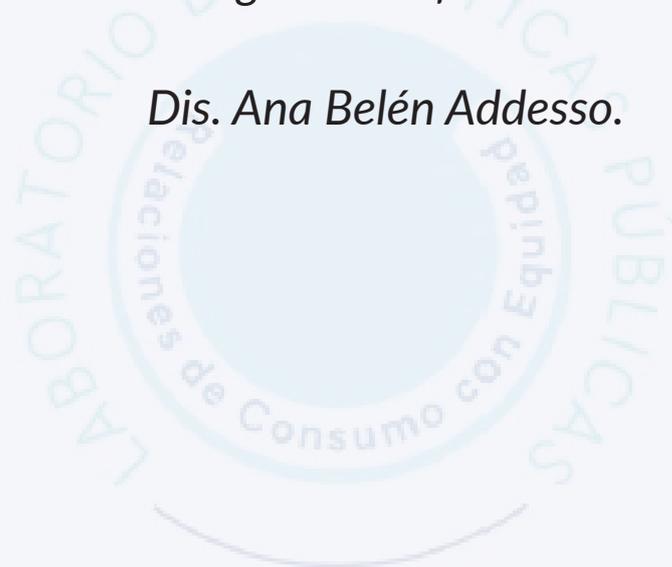
Sr. Eduardo Rivera.

Sr. Agustín Perfumo.

Edición:

Dis. Ana Belén Addesso.

Partido GEN



Informe correspondiente al mes de agosto

- El **Índice de Bolsillo (IB)** tuvo una variación durante el mes de agosto del **12,74%**.
- Durante la **segunda quincena de agosto** el aumento en los precios relevados fue de **7,88%**.
- Respecto a los **alimentos y bebidas**, el incremento mensual fue de **13,59%**.
- El **IB** mensual en los **pequeños comercios barriales** fue de **15,51%**, en tanto en las **grandes cadenas de supermercados** fue de **9,34%**.
- El agrupamiento con mayores aumentos durante el mes pasado fue nuevamente el de **carnes y huevos**, con un incremento mensual del **34,49%**, seguido por las **bebidas alcohólicas** con un **19,11%** y en tercer lugar las **conservas**, con un **16,91%** de aumento mensual.
- El producto con mayores aumentos durante el mes de **agosto** fue la **banana**, con un incremento del **65,54%**, seguidos por el **pollo entero**, con un **37,54%** y la **carne picada**, con un **37,40%**.
- El porcentaje de **desabastecimiento** durante la **segunda quincena de agosto** fue de **21,75%**, mayor al de la primera quincena, lo cual arroja como dato un **desabastecimiento mensual promedio del 19,31%**.
- Los productos relevados de **Precios Justos** tuvieron un aumento mensual del **4,51%**, con un porcentaje de **desabastecimiento del 15,79%**.

Índice de Bolsillo

Durante la **segunda quincena** del mes de **agosto**, el **Índice de Bolsillo (IB)** registrado fue de **7,88%**, superior al de la primera quincena, y que arroja como dato un **IB mensual para agosto del 12,74%**. Tal como preveíamos en nuestro último informe, durante agosto se alcanzó un valor mensual de dos cifras.

Observamos que tanto en el curso de la segunda quincena de agosto como a lo largo del mes, los aumentos fueron mucho mayores en los **pequeños comercios** más que en los **grandes supermercados**: entre un 70% y un 90% aproximadamente, según el momento del

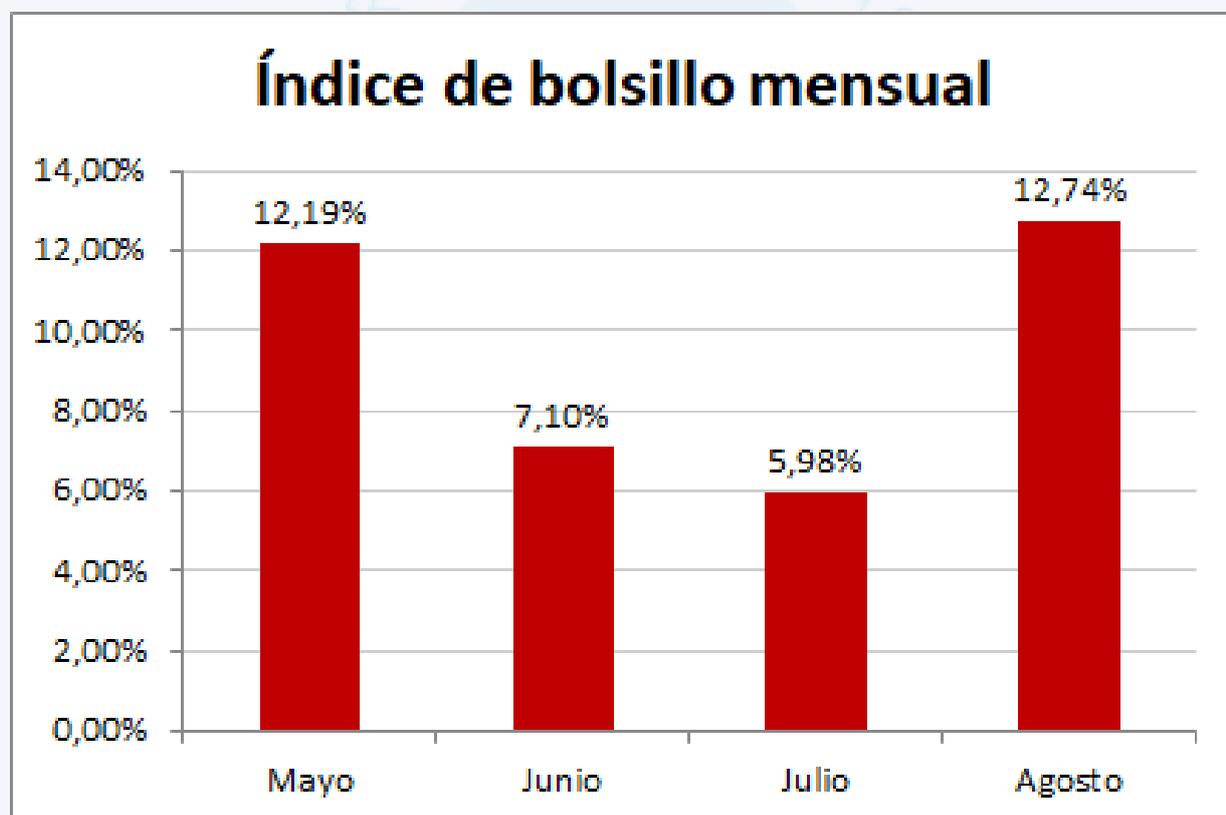
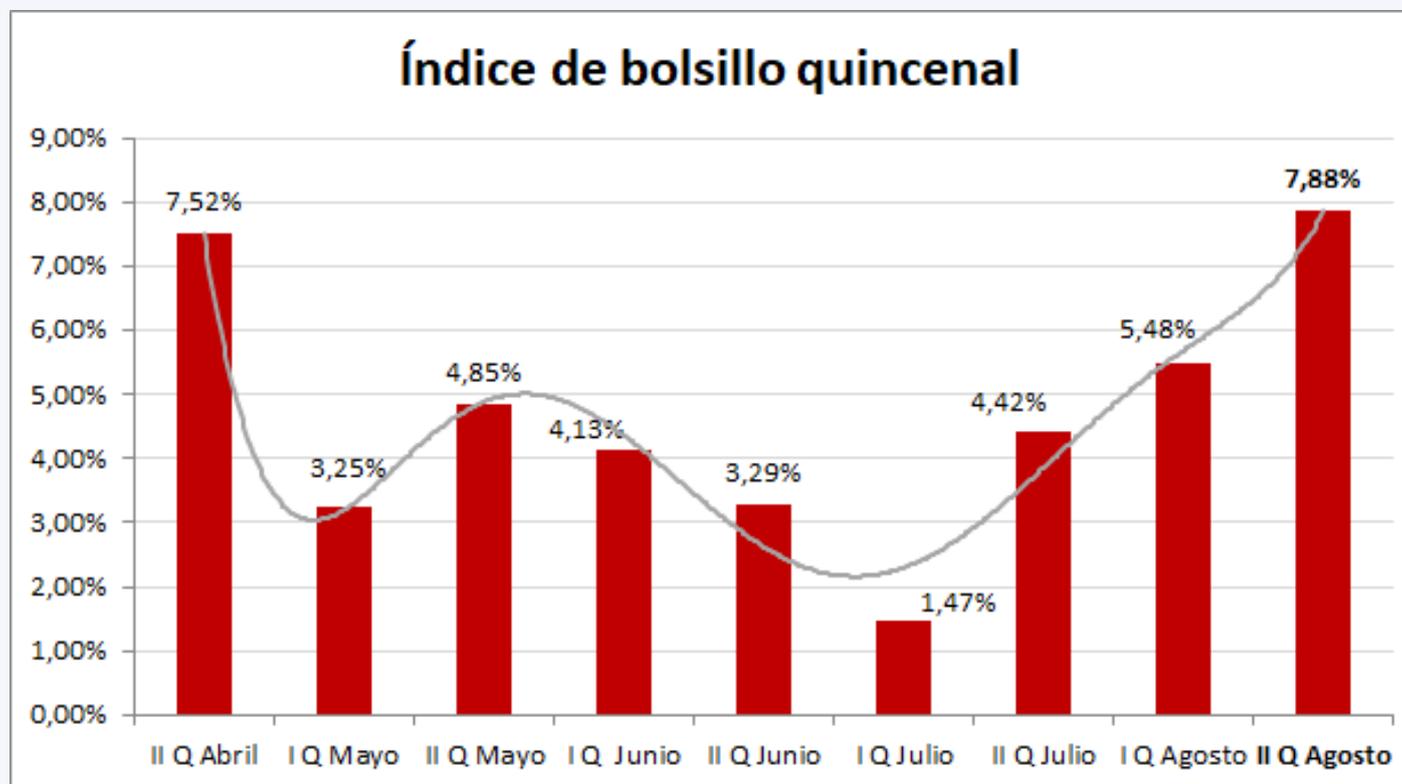
IB en comercios de barrio	
Quincenal	9,72%

IB en grandes cadenas de comercialización	
Quincenal	5,29%

IB en comercios de barrio	
Mensual	15,51%

IB en grandes cadenas de comercialización	
Mensual	9,34%

Teniendo en cuenta sólo el rubro **alimentos y bebidas**, el incremento mensual fue de **13,59%**, más del doble del registrado durante el mes de julio. El mayor impulso lo dio el rubro **carnes y huevos**, con valores aún más altos que el mes anterior.



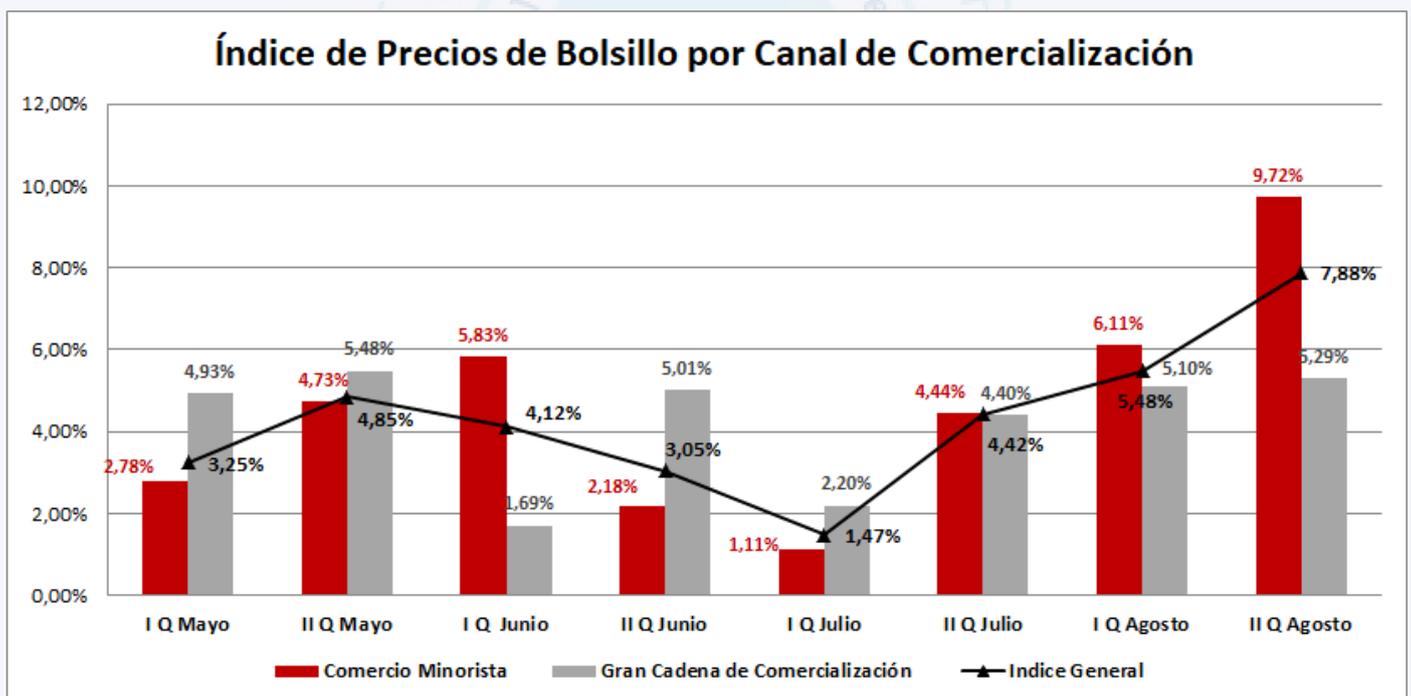
Desabastecimiento

El porcentaje de desabastecimiento durante el mes de agosto fue muy elevado: **19,31%**, especialmente a partir de la segunda quincena del mes. La faltante de productos se dio de manera similar tanto en los pequeños comercios barriales como en las grandes cadenas de supermercados.



Canales de comercialización

Desglosando el IB según los canales de comercialización, podemos observar que los aumentos de precios registrados durante el mes de agosto fueron mayores en los pequeños comercios barriales (**15,51%**) que en las grandes cadenas de supermercados (**9,34%**). Esta diferencia se hizo más notoria a partir de la segunda quincena del mes, y llegó hasta casi un 70%.



Aumentos según agrupamientos

Como se puede observar en el cuadro adjunto, el **agrupamiento** con mayores aumentos durante el mes de **agosto** fue el de **carnes y huevos**, con un incremento de **34,49%**, muy por encima de los otros agrupamientos y de los valores propios registrados en los meses anteriores, lo cual no hace más que confirmar lo analizado en nuestro último informe respecto al impacto del dólar agro y al traslado completo de la devaluación post-PASO a los precios de la hacienda.

En el ranking de aumentos por agrupamiento le siguen las **bebidas alcohólicas**, con un **19,11%** de incremento, y las **conservas**, con un aumento del **16,91%** (muy fuerte sobre todo a partir de la segunda semana de agosto). Los rubros **azúcar y dulces** e **infusiones** también tuvieron aumentos importantes durante el mes: **16,65%** y **15,58%**, respectivamente.

AGRUPAMIENTOS	% MENSUAL
Carnes y huevos	34,49%
Bebidas alcohólicas	19,11%
Conservas	16,91%
Azúcar y dulces	16,65%
Infusiones	15,58%
Lácteos y derivados	14,36%
Alimentos y bebidas	13,59%
Harinas, cereales y lentejas	12,97%
Artículos de higiene y tocador	11,91%
Bebidas no alcohólicas	9,63%

Aumentos según productos

El artículo de consumo básico que más aumentó durante el mes de agosto fue la **banana**, con un incremento del **65,54%** durante el mes. Podemos decir que, sumado a su carácter estacional, se le agregó el cierre del paso trasandino de Cristo Redentor por las intensas nevadas en la zona cordillerana, lo cual complicó seriamente la llegada de las bananas importadas sobre todo de Ecuador y Colombia, que llegan por esa vía. Cabe acotar que la producción nacional de bananas no alcanza a cubrir la demanda, lo cual provocó una escalada importante en el precio de este producto.

En el segundo lugar del ranking de aumentos encontramos el **pollo entero**, con un **37,54%** de incremento, el tercer lugar para la **carne picada común (37,40%)** y en cuarto y quinto lugar los **huevos blancos** y la **cuadrada**, con un **34,38%** y **34,18%** de aumento, respectivamente. Cuatro de los cinco artículos con mayores aumentos corresponden al agrupamiento de carnes y huevos.

PRODUCTOS	% MENSUAL
Banana	65,54%
Pollo entero	37,54%
Carne picada común	37,40%
Huevos blancos	34,38%
Cuadrada	34,18%
Arroz blanco doble	32,97%
Nalga	32,63%
Asado	31,53%
Chocolate para taza	25,17%
Lentejas secas	23,11%

Precios Justos

El relevamiento de los productos comprendidos dentro del esquema de Precios Justos arrojó como resultado un incremento del **4,51%** durante el mes de agosto, y un índice de desabastecimiento del **15,79%**.

IB mensual Precios Justos	4,50%
----------------------------------	--------------

Porcentaje de desabastecimiento Precios Justos	15,79%
---	---------------



Partido GEN

