



Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

26 OCTUBRE 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 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.

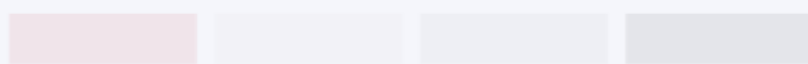
Informe correspondiente a la primera quincena de octubre

Relevamientos realizados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante la primera quincena de octubre.

- El **Índice de Bolsillo (IB)** tuvo una variación durante los primeros quince días de octubre de **7,18%**.
- Considerando **30 días corridos** (entre 15 de septiembre y 15 de octubre), el incremento del **IB** fue del **12,02%**.
- Considerando solamente a los **alimentos y bebidas**, el incremento **quincenal** fue de **7,04%**, y haciendo el cálculo en un **mes corrido** (entre 15 de septiembre y 15 de octubre) fue del **11,86%**.
- El **IB quincenal** tanto en los **pequeños comercios** barriales como en las grandes cadenas de **supermercados** fue similar: **7,06%** y **7,07%**, respectivamente.
- El **agrupamiento** con mayores aumentos durante la **primera quincena de octubre** fue el de las **conservas**, con un incremento del **17,51%**, seguido por los **artículos de higiene y tocador**, con un **11,09%** y en tercer lugar los **aceites**, con un **9,39%** de aumento quincenal. Considerando un lapso de **30 días corridos**, las subas más importantes fueron también en el grupo de las **conservas (22,19%)**, seguido por el de los **azúcares y dulces (16,78%)** y los **productos de limpieza**, con un **12,80%** de aumento.
- El **artículo de consumo** con mayores aumentos durante los **primeros quince días de octubre** fue el **tomate redondo**, con un incremento del **64,52%**, seguido por el **atún en conserva**, con un **32,89%** y el **aceite de oliva**, con un **27,11%**. A lo largo de los últimos 30 días, los productos que más subieron sus precios fueron también el **tomate redondo**, el **atún en conserva** y el **aceite de oliva**, todos con incrementos **superiores al 35%**.

- El porcentaje de **desabastecimiento** durante la **primera quincena de octubre** fue del **22,45%**, y a **mes corrido** estuvo en un nivel similar: **22,50%**.
- El relevamiento de los productos de **Precios Justos** no mostró cambios en sus precios durante esta quincena.

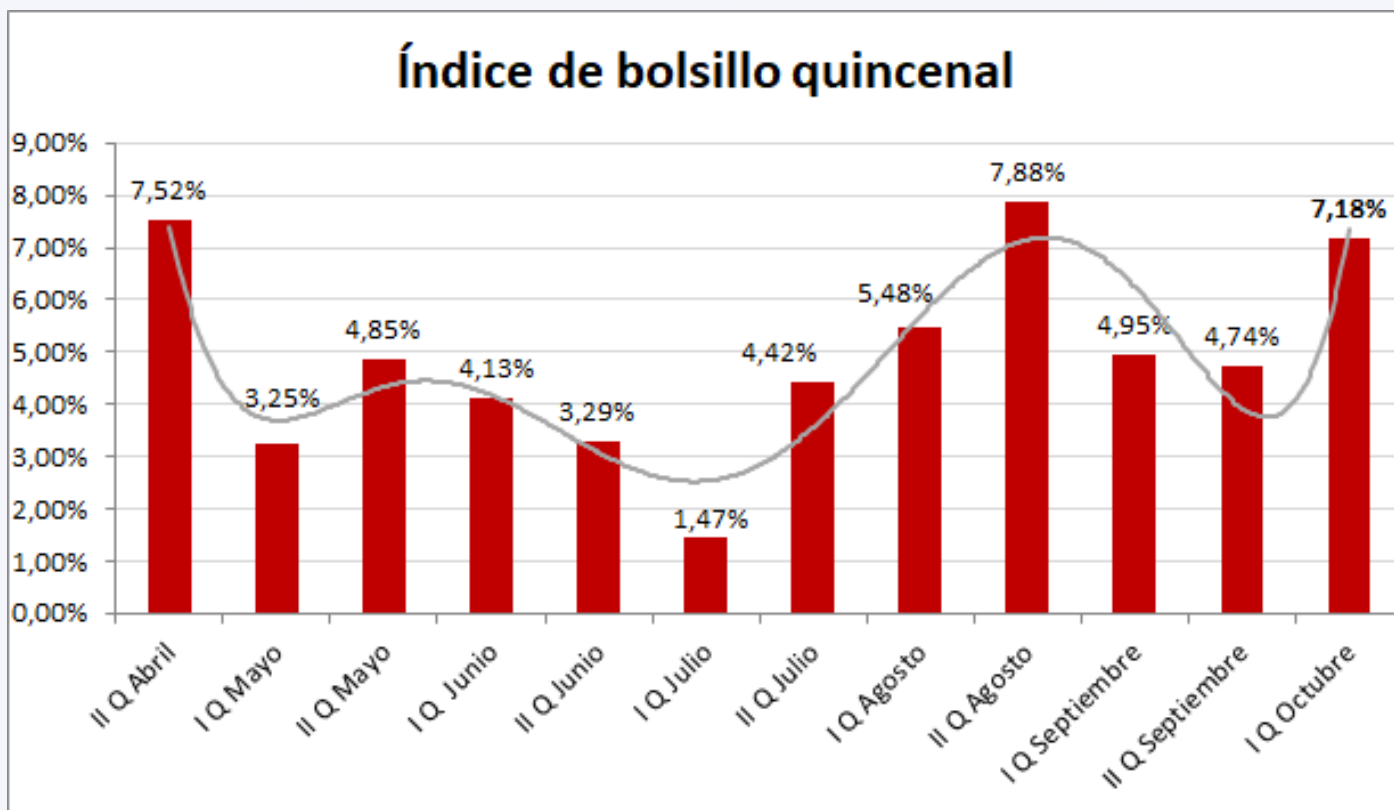
Partido GEN



Índice de Bolsillo

El **Índice de Bolsillo** registrado durante la **primera quincena de octubre** fue del **7,18%**, una continuidad de la escalada de aumentos registrados fundamentalmente a partir de la devaluación post PASO, y que arroja como consecuencia un incremento para los últimos 30 días del **12,02%**. De esta manera, se consolidan dos meses seguidos con una variación de nuestro **IB** de dos dígitos, y todo parece indicar que el número del IB del mes de octubre completo también estará en las dos cifras, y quizá sea superior al de septiembre.

Tomando en cuenta sólo el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante la **primera quincena de octubre** fue del **7,04%**, muy similar al **IB** general de la quincena. A mes corrido, su valor estuvo en las dos cifras: **11,86%**.

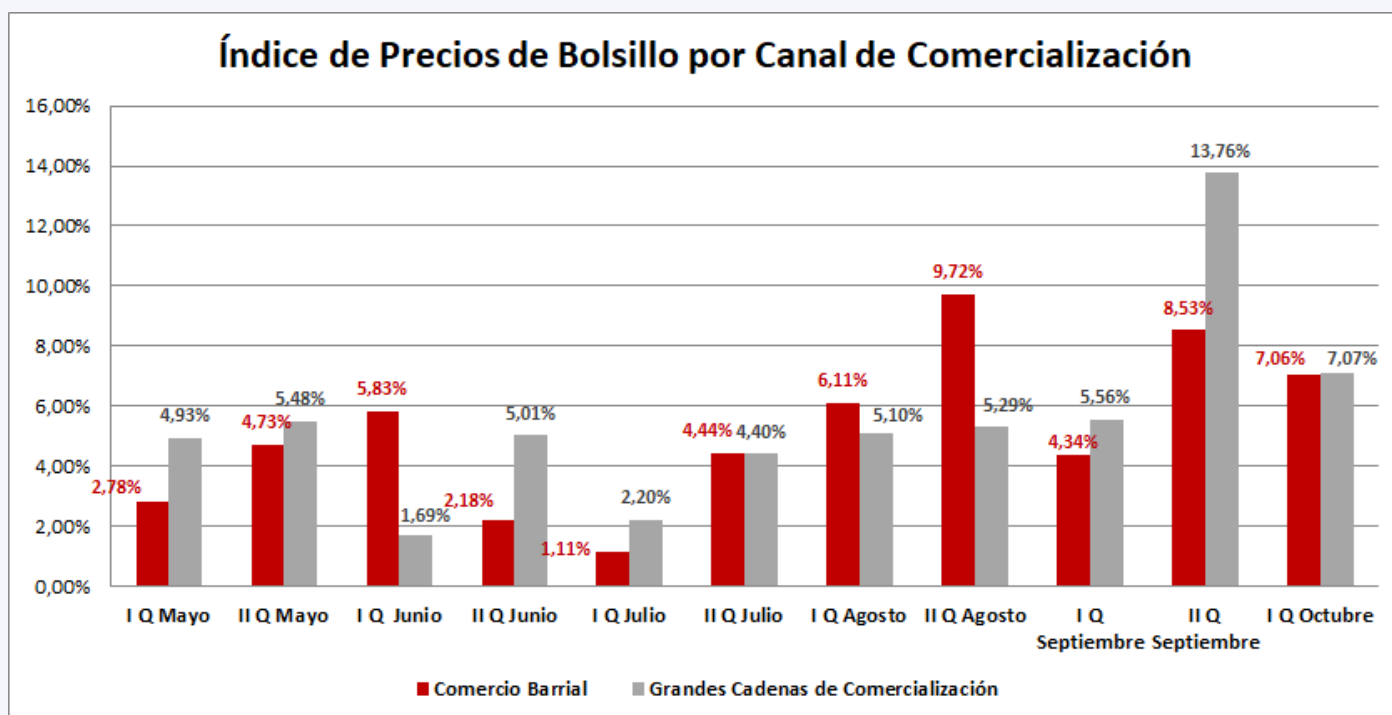


Canales de comercialización

Durante la **primera quincena de octubre** los incrementos de precios fueron similares tanto en las grandes cadenas de **supermercados** como en los **pequeños comercios** (7,07% y 7,06% respectivamente), revirtiéndose de alguna manera la tendencia de las últimas semanas.

IB en comercios barriales	
Quincenal	7,06%

IB en grandes cadenas de comercialización	
Quincenal	7,07%



Aumentos según agrupamientos

El **agrupamiento** con mayores aumentos durante la **primera quincena de octubre** fue el de las **conservas**, con un incremento del **17,51%** (**22,19%** en un mes corrido), impulsada sobre todo por el alza en el precio del atún enlatado.

También hubo fuertes aumentos en los **artículos de higiene y tocador** (**11,09%**) y en el grupo de los **aceites** (básicamente el aceite de oliva), con un valor de **9,39%**. **Azúcar y dulces** y **frutas y verduras** registraron valores similares en la quincena: **8,05%** y **7,70%**, respectivamente.

AGRUPAMIENTOS	% QUINCENAL
Conservas	17,51%
Artículos de higiene, tocador y belleza	11,09%
Aceites	9,39%
Azúcar y dulces	8,05%
Frutas y verduras	7,70%
Alimentos y bebidas	7,04%
Infusiones	6,64%
Harinas, cereales y legumbres	6,20%
Otros alimentos	6,11%
Bebidas alcohólicas	6,05%
Productos de limpieza para el hogar	4,85%
Bebidas no alcohólicas	4,17%
Carnes y huevos	4,07%
Lácteos y derivados	2,91%

AGRUPAMIENTOS	% ÚLTIMOS 30 DÍAS
Conservas	22,19%
Azúcar y dulces	16,78%
Productos de limpieza para el hogar	12,80%
Frutas y verduras	12,65%
Aceites	12,45%
Artículos de higiene, tocador y belleza	12,43%
Alimentos y bebidas	11,86%
Harinas, cereales y legumbres	11,46%
Otros alimentos	11,32%
Lácteos y derivados	10,51%
Infusiones	10,33%
Bebidas no alcohólicas	7,77%
Bebidas alcohólicas	7,22%
Carnes y huevos	5,85%

Aumentos según productos

El **producto** de consumo básico que más aumentó durante la **primera quincena de octubre** fue el **tomate redondo**, con un incremento del **64,52%** en estas dos primeras semanas del mes. Podemos comentar respecto a las importantes subas que tuvo esta hortaliza, que dentro del rubro de verduras fue de las que más aumentó en las últimas semanas, dando un salto importante desde principio de mes, tal como puede apreciarse en el siguiente cuadro.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL TOMATE						
ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	1° Q. OCTUBRE
\$675	\$952,18	\$779,17	\$772,50	\$788,91	\$777	\$1150,10

Le siguen en el ranking de aumentos y con muy altos valores también el **atún en conserva**, con un **32,89%** y el **aceite de oliva**, con un **27,11%**, continuando la escalada registrada en su precio desde hace varias semanas, por encima del resto de los productos y de la media del **IB**, situación ampliamente comentada en informes anteriores (**37,31%** en los últimos 30 días).

En un rango inferior, pero con valores de 2 dígitos, les siguen el **café molido** y el **shampoo** (**18,84%** y **14,01%**).

PRODUCTOS	% QUINCENAL
Tomate redondo	64,52%
Atún en conserva natural	32,89%
Aceite de oliva	27,11%
Café molido	18,84%
Shampoo	14,01%
Lechuga criolla	12,39%
Lentejas secas	11,67%
Arvejas en conserva	11,50%
Jabón de tocador	11,47%
Cerveza en botella	11,46%

PRODUCTOS	% MENSUAL (ENTRE 15/09 Y 15/10)
Tomate redondo	55,57%
Atún en conserva natural	41,22%
Aceite de oliva	37,31%
Lechuga criolla	34,08%
Azúcar blanco	22,57%
Lentejas secas	22,20%
Puré de tomates	21,70%
Café molido	20,85%
Fideos secos largos	20,29%
Yogurt bebible	20,05%

Desabastecimiento

El **porcentaje de desabastecimiento** durante la **primera quincena de octubre** estuvo en valores muy altos: **22,45%**, y promediando los últimos 30 días estuvo en el orden del **20,50%**.

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

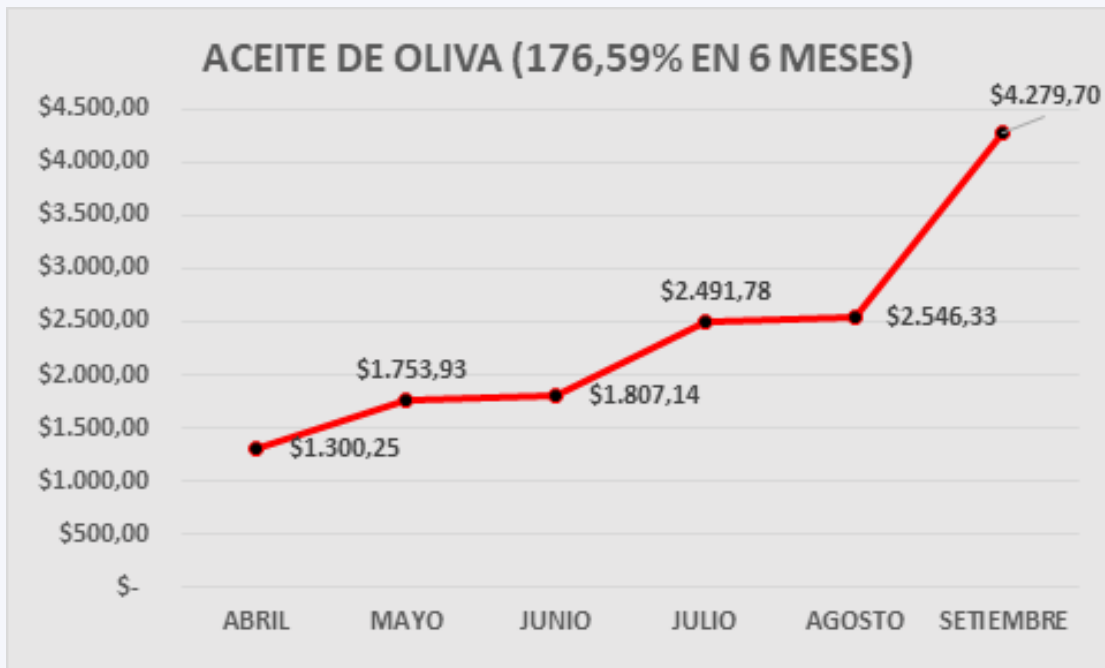
Porcentaje de desabastecimiento al 16/9	18,72%
Porcentaje de desabastecimiento al 1/10	22,56%
Porcentaje de desabastecimiento al 16/10	22,45%
Porcentaje de desabastecimiento de los últimos 30 días	20,50%

Evolución de precios de productos básicos

Seguimos con el análisis de la evolución de los precios de algunos productos de consumo masivo iniciado en el informe anterior.

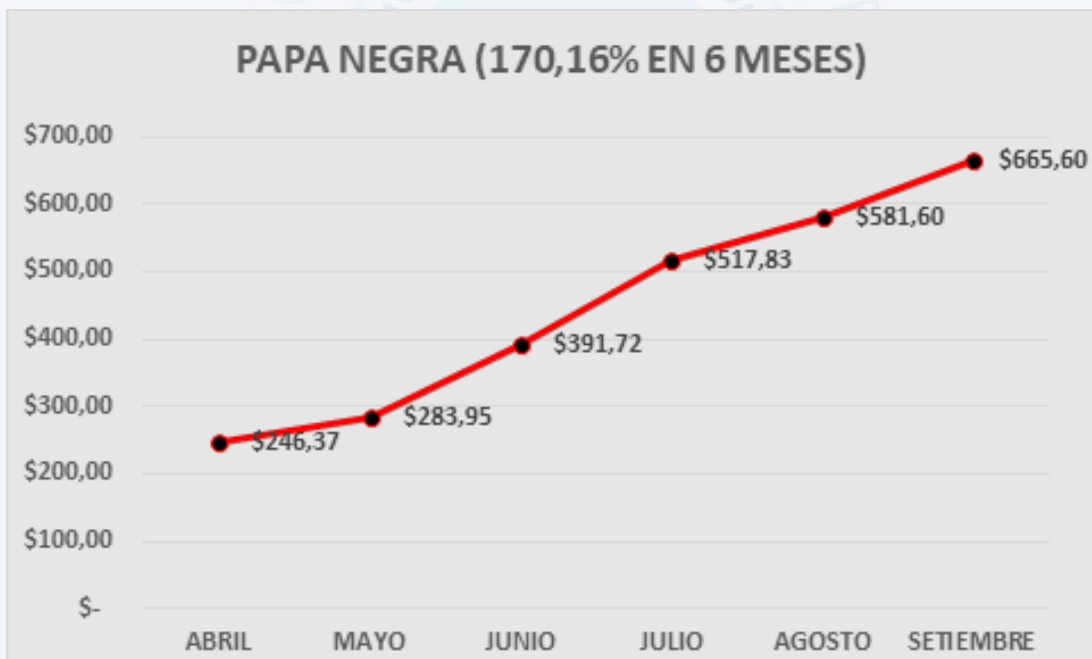
Impacta la fuerte suba en el precio del **aceite de oliva** a lo largo de los **últimos 6 meses**, cuya génesis vinculada a su precio internacional fue comentada en nuestro último informe. Lejos de detenerse, los aumentos continuaron durante los primeros **quince días de octubre (27,11%)**, alcanzando en nuestros relevamientos un valor promedio de **\$4.364,60** para la unidad de 500 cc. He aquí algunos números:

	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	AUMENTO SEMESTRAL
ACEITE DE OLIVA	\$1300,25	\$1753,93	\$1807,14		\$2546,33	\$4279,70	229,14%



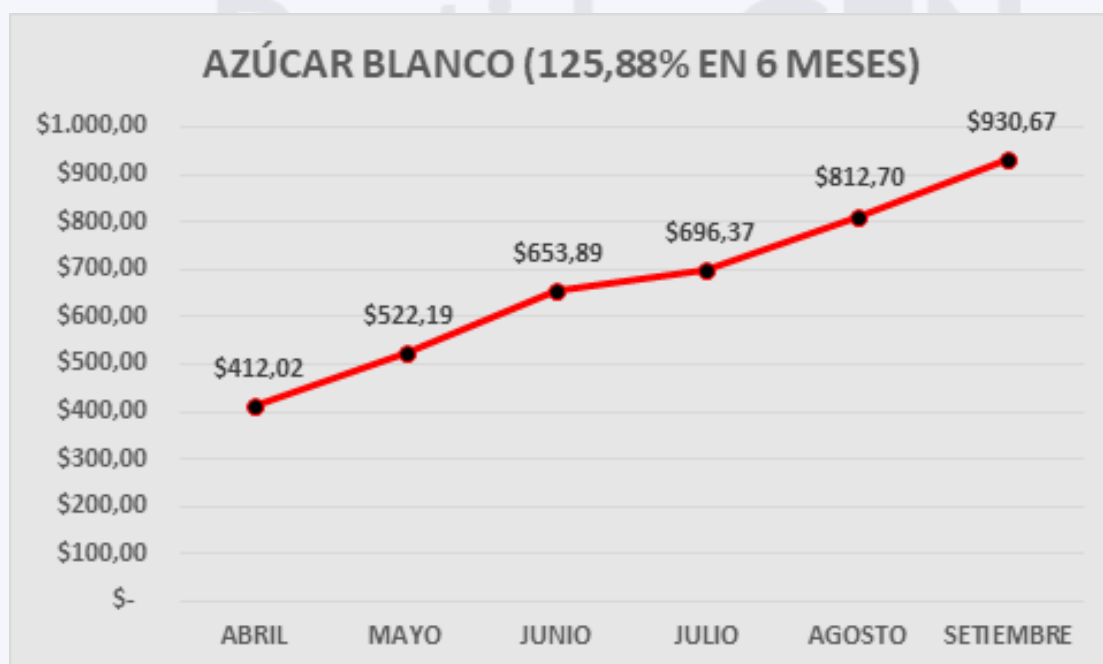
Otro caso con importantes aumentos en el semestre: la **papa negra**. Si bien estuvo influida por su carácter de producto estacional, no escapa a la dinámica de incrementos generales: un **170,16%** en los últimos **6 meses**.

	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	AUMENTO SEMESTRAL
PAPA NEGRA	\$246,37	\$283,95	\$391,72	\$517,83	\$581,60	\$665,60	170,16%



Finalmente, otro caso de un artículo de primera necesidad: el **azúcar blanco**, con un **125,88%** de aumento **semestral**. De nuestros relevamientos para esta **primera quincena de octubre** nos da como dato un valor promedio de **\$1.014,58**, ya superando la barrera de los \$1.000 para la unidad de 1 kg.

	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	AUMENTO SEMESTRAL
AZÚCAR BLANCO	\$412,02	\$522,19	\$653,89	\$696,37	\$812,70	\$930,67	125,88%



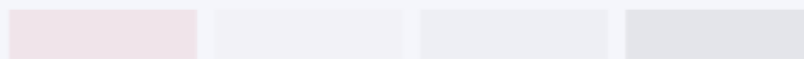
Conclusiones

El mes de octubre dejaría como dato un tercer mes consecutivo de aumentos con valores de dos dígitos de los productos de consumo básico incluidos en nuestro **Índice de Bolsillo**. Según lo que pudimos relevar en estos 15 días de octubre, la tendencia no sólo no se revirtió, sino que en algunos productos siguió en una línea ascendente cuyo techo no parece a la vista, y además aparece alimentado por los aumentos de los últimos días previos a las elecciones nacionales.

Como ejemplo, podemos decir que, en el rubro de los alimentos y bebidas de mayor consumo en su presentación más vendida, cada semana encontramos una mayor cantidad cuyo valor unitario supera los \$1.000: el 30% de los relevados. Hace 6 meses era sólo el 15%.

A su vez, el 17,5% de estos productos se incrementaron arriba de un 100% en los últimos meses.

Todo hace prever que durante el mes de octubre los aumentos en los productos de consumo diario que relevamos estarán en los dos dígitos y que el segmento de productos con aumentos semestrales por encima del 100% se seguirá ampliando.



Partido GEN

