



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

11 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.*

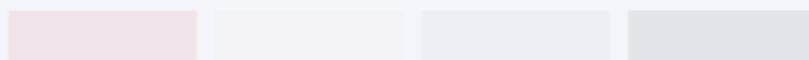
## Informe correspondiente al mes de septiembre

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

- El **Índice de Bolsillo (IB)** tuvo una variación durante mes de septiembre del **11,02%**.
- Teniendo en cuenta sólo la **segunda quincena de septiembre**, el IB registrado fue del **4,74%**.
- Considerando solamente los **alimentos y bebidas**, el incremento mensual fue del **10,76%**, y si tomamos sólo la última quincena relevada, fue del **4,77%**.
- El **IB mensual** en los **pequeños comercios** barriales fue de **8,53%**, en tanto en las grandes cadenas de **supermercados** fue de **13,76%**.
- El **agrupamiento** con mayores aumentos durante el mes de **septiembre** fue el de las **bebidas alcohólicas**, con un incremento del **20,79%**, seguido por los **aceites** con un **16,62%** y en tercer lugar los **lácteos y derivados**, con un **15,71%** de aumento mensual. Considerando sólo la **segunda quincena de septiembre**, las subas más importantes fueron también en el rubro de las **bebidas alcohólicas (16,31%)**, seguido por los **productos de limpieza (7,57%)** y los **lácteos y derivados**, con un **7,49%** de aumento.
- El **producto** con mayores aumentos durante el mes de **septiembre** fue el **aceite de oliva**, con un incremento del **68,96%**, seguido por artículos de consumo pertenecientes al grupo de las frutas y verduras, como la **manzana**, con una suba del **34,66%** y el **zapallito**, con un aumento del **33,39%**. Considerando sólo la **última quincena de septiembre**, se destaca también la suba de la **manzana** con un **31,98%**, el **vino tinto común**, con un **28,37%** y la **papa negra**, con un **25,86%**.

- El porcentaje de **desabastecimiento** durante el **mes de septiembre** fue del **20,64%**, más elevado durante la segunda (22,56%) que la primera quincena (18,72%) del mes en cuestión.
- El relevamiento de los productos de **Precios Justos** mostró una elevación durante el **mes de septiembre** del **15,96%**, con un porcentaje de desabastecimiento del **28,95%**.

# Partido GEN

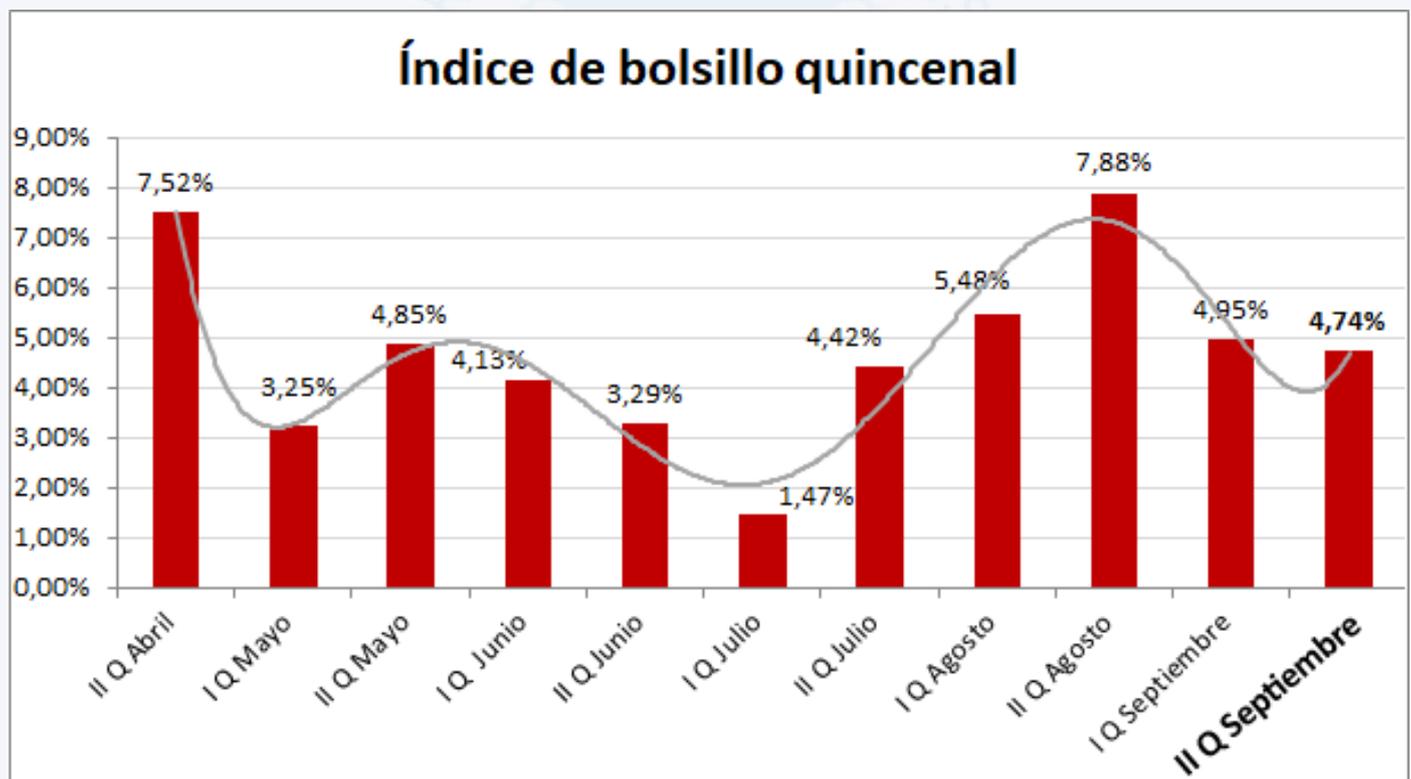


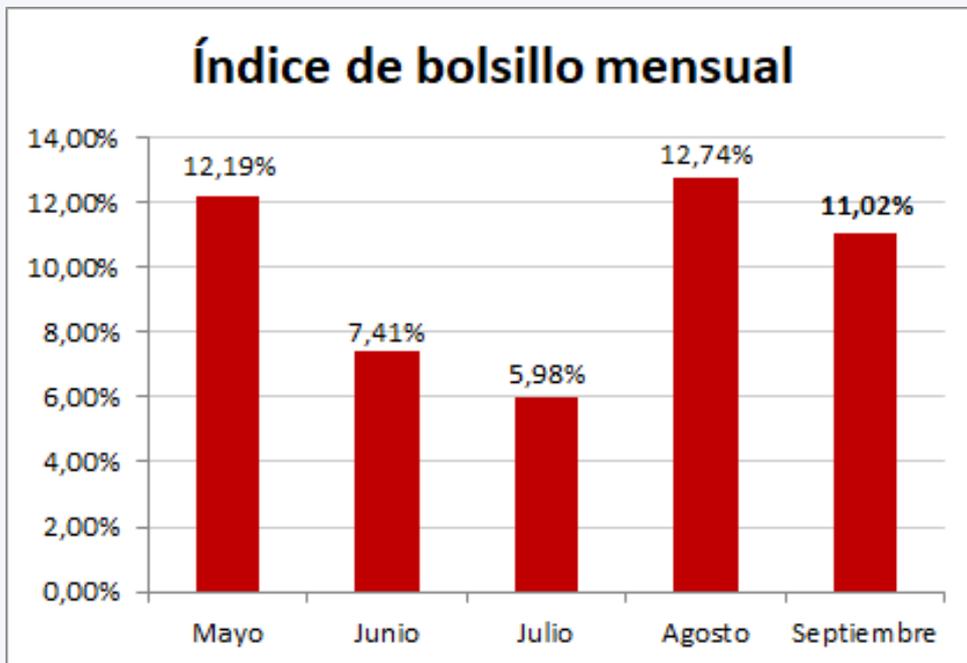
## Índice de Bolsillo

El **Índice de Bolsillo** obtenido como resultado de nuestros relevamientos durante el mes de **septiembre** fue del **11,02%**, continuando la fuerte escalada de aumentos de agosto, desencadenada fundamentalmente por la devaluación post PASO. De esta manera, se consolidan dos meses seguidos con una variación de nuestro **IB** de dos dígitos, y todo hace prever que octubre tendrá valores similares.

Desglosando el mes por quincenas, la **segunda quincena de septiembre** muestra un **IB** casi en los mismos números que la primera, todavía con el efecto de arrastre de los fuertes aumentos de agosto, el mes del año con mayores aumentos hasta ahora y donde más fuerte se sintió el impacto inflacionario en la economía del hogar.

Tomando en cuenta sólo el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante el mes de **septiembre** fue del **10,76%**, muy similar al **IB** mensual.





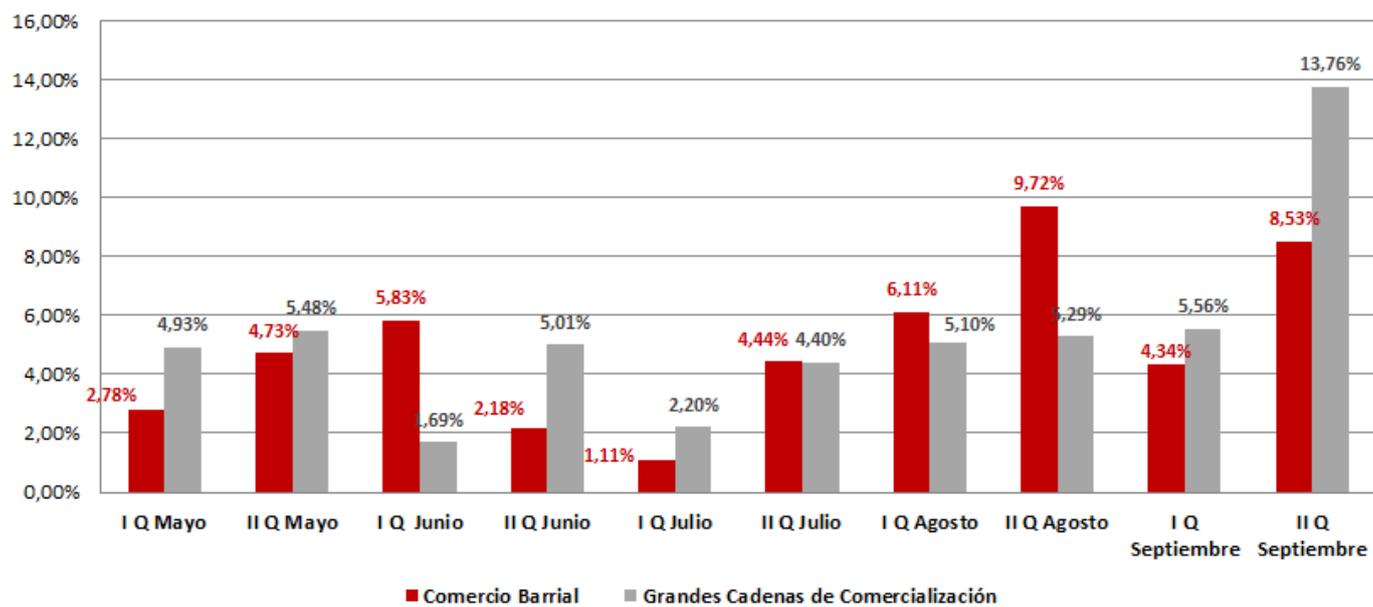
## Canales de comercialización

Durante el mes de **septiembre** los incrementos de precios fueron superiores en las grandes cadenas de **supermercados** respecto a los **pequeños comercios** (**13,76%** versus **8,53%**), consolidándose la tendencia esbozada en la primera quincena del mes. La explicación tal vez resida en que los pequeños comerciantes no están trasladando los aumentos a los precios de sus productos inmediatamente o lo están haciendo en un porcentaje menor. Todo esto se configura a las claras como la resultante de la retracción en las ventas ante la imposibilidad de los clientes de absorber la espiral imparable de aumentos que se desencadenó después de la devaluación del mes de agosto.

| IB en comercios barriales |       |
|---------------------------|-------|
| Quincenal                 | 8,53% |

| IB en grandes cadenas de comercialización |        |
|---|--------|
| Quincenal                                 | 13,76% |

## Índice de Precios de Bolsillo por Canal de Comercialización



## Aumentos según agrupamientos

El agrupamiento con mayores aumentos durante el mes de **septiembre** fue el de **bebidas alcohólicas**, con un incremento del **20,79%**, impulsadas sobre todo por las subas registradas en el valor de los vinos.

También hubo fuertes aumentos en el agrupamiento de **aceites**, con un **16,62%** (básicamente el aceite de oliva), y el de **lácteos y derivados**, con una suba del **15,71%**. En un nivel similar encontramos a los **productos de limpieza (15,45%)** y también con subas mensuales importantes los rubros **azúcar y dulces** y **frutas y verduras: 12,77%** y **12,41%**, respectivamente.

| AGRUPAMIENTOS                       | % QUINCENAL |
|-------------------------------------|-------------|
| Bebidas alcohólicas                 | 16,31%      |
| Productos de limpieza para el hogar | 7,57%       |
| Lácteos y derivados                 | 7,49%       |
| Azúcar y dulces                     | 6,72%       |
| Frutas y verduras                   | 6,48%       |
| Alimentos y bebidas                 | 4,77%       |
| Otros                               | 4,10%       |
| Infusiones                          | 3,51%       |
| Harinas, cereales y legumbres       | 3,44%       |
| Conservas                           | 3,16%       |
| Bebidas no alcohólicas              | 2,72%       |
| Carnes y huevos                     | 1,64%       |
| Aceites                             | 1,29%       |
| Artículos de higiene y tocador      | 1,04%       |

| AGRUPAMIENTOS                       | % MENSUAL |
|-------------------------------------|-----------|
| Bebidas alcohólicas                 | 20,79%    |
| Aceites                             | 16,62%    |
| Lácteos y derivados                 | 15,71%    |
| Productos de limpieza para el hogar | 15,45%    |
| Azúcar y dulces                     | 12,77%    |
| Frutas y verduras                   | 12,41%    |
| Alimentos y bebidas                 | 10,76%    |
| Conservas                           | 10,73%    |
| Harinas, cereales y legumbres       | 9,76%     |
| Otros                               | 9,64%     |
| Artículos de higiene y tocador      | 7,93%     |
| Infusiones                          | 5,90%     |
| Bebidas no alcohólicas              | 5,56%     |
| Carnes y huevos                     | 5,56%     |

## Aumentos según productos

El producto de consumo básico que más aumentó durante el mes de **septiembre** fue nuevamente, tal como se venía evidenciando en nuestro anterior relevamiento, el **aceite de oliva**, con un incremento del **68,96%** a lo largo del mes. Respecto a las importantes y sostenidas alzas en el precio del aceite de oliva, amerita comentar que hay una relación directa con la situación que vive el sector en el principal país productor de aceite de oliva (España). Por efecto de la sequía extrema en la región, la merma actual en la producción de aceite de oliva se calcula en 50% o más, lo cual disparó el precio mundial del aceite de oliva virgen extra. Como consecuencia de ello, el valor FOB (precio de exportación) en nuestro país de este producto este año superó los U\$S 7.000 y sigue en aumento, cuando el promedio anual en los últimos 20 años fue de U\$S 3.200 por tonelada de aceite de oliva virgen extra. Todo esto tiene un alto impacto en los precios de nuestro mercado interno.

En el segundo lugar del ranking de aumentos encontramos la **manzana**, con un **34,66%** de incremento, y en el tercer lugar el **zapallito (33,39%)**, ambos del segmento frutas y verduras. En cuarto y quinto lugar el **vino tinto común** y el **arroz blanco doble**, con un **32,66%** y un **31,66%** de subas mensuales en sus precios, respectivamente. Respecto a este último producto también pudimos observar importantes faltantes en las góndolas.

| PRODUCTOS                | % QUINCENAL |
|--------------------------|-------------|
| Manzana                  | 31,98%      |
| Vino tinto común         | 28,37%      |
| Papa negra               | 25,86%      |
| Yogurt                   | 19,09%      |
| Aceite de oliva          | 15,33%      |
| Arroz blanco doble       | 15,22%      |
| Lavandina                | 14,17%      |
| Lechuga criolla          | 12,58%      |
| Lentejas secas           | 10,50%      |
| Jabón en polvo para ropa | 8,62%       |

| PRODUCTOS                | % MENSUAL |
|--------------------------|-----------|
| Aceite de oliva          | 68,96%    |
| Manzana                  | 34,66%    |
| Zapallito                | 33,39%    |
| Vino tinto común         | 32,66%    |
| Arroz blanco doble       | 31,66%    |
| Yogurt                   | 26,90%    |
| Jabón en polvo para ropa | 20,45%    |
| Lavandina                | 18,79%    |
| Zapallo anco             | 16,90%    |
| Arvejas en conserva      | 16,43%    |

## Desabastecimiento

El **porcentaje de desabastecimiento** durante el mes de **septiembre** siguió en valores muy altos: **20,64%**, sobre todo en la última quincena relevada.

Aquí podemos apreciar un cuadro comparativo del porcentaje de desabastecimiento de los 3 últimos registros quincenales y el valor mensual final de setiembre.

|   |        |
|---|--------|
| Porcentaje de desabastecimiento al 1/9            | 21,75% |
| Porcentaje de desabastecimiento al 16/9           | 18,72% |
| Porcentaje de desabastecimiento al 1/10           | 22,56% |
| Porcentaje de desabastecimiento mes de septiembre | 20,64% |

## Precios Justos

El relevamiento de los productos incluidos dentro del marco de acuerdos de **Precios Justos** dio como resultado un incremento del **15,96%** durante el mes de **septiembre** y un índice de desabastecimiento del **28,95%**. Ambos por encima de los valores de nuestro **Índice de Bolsillo** en **pequeños comercios** y grandes cadenas de **supermercados**.

|  |        |
|--|--------|
| IB quincenal Precios Justos                    | 15,96% |
| Porcentaje de desabastecimiento Precios Justos | 28,95% |

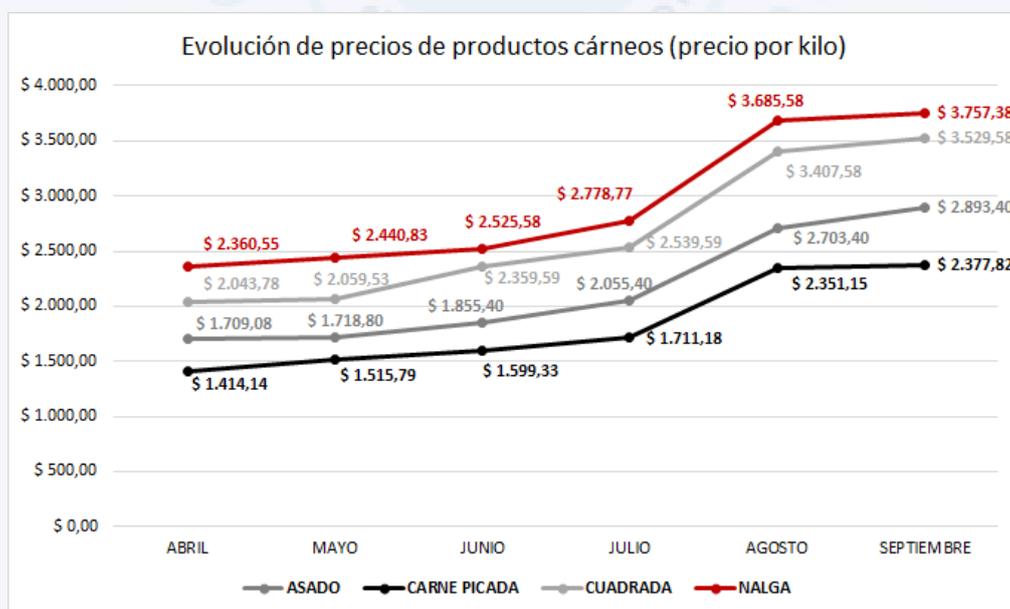
## Evolución de precios de productos básicos

Este punto tiene por objetivo tratar de seguir la evolución de determinados productos de consumo masivo cuyo relevamiento venimos siguiendo mes a mes.

En este caso nos enfocamos en 4 productos cárneos incluidos en nuestros informes (carne picada común, cuadrada, nalga y asado) y el desarrollo de su precio en los últimos 6 meses, como una forma más simple de mostrar los aumentos a través del tiempo.

|              | ABRIL     | MAYO      | JUNIO     | JULIO     | AGOSTO    | SEPTIEMBRE | AUMENTO SEMESTRAL |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-------------------|
| ASADO        | \$1709,08 | \$1718,80 | \$1855,40 | \$2055,40 | \$2703,40 | \$2893,40  | 69,30%            |
| CARNE PICADA | \$1414,14 | \$1515,79 | \$1599,33 | \$1711,18 | \$2351,15 | \$2377,82  | 68,15%            |
| CUADRADA     | \$2043,78 | \$2059,53 | \$2359,59 | \$2539,59 | \$3407,58 | \$3529,58  | 72,70%            |
| NALGA        | \$2360,55 | \$2440,83 | \$2525,58 | \$2778,77 | \$3685,58 | \$3757,38  | 59,17%            |

Como se aprecia en el gráfico, los 4 productos tuvieron un aumento constante y uniforme a lo largo de la línea de tiempo, a un ritmo promedio de entre 10 y 12 % mensual, y con un salto muy importante entre julio y agosto, impulsado en su momento por la instalación del llamado "dólar agro", y consolidado luego de las PASO por la devaluación del 22% generada por el gobierno.



# Partido GEN

