



Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

27 NOVIEMBRE 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 noviembre

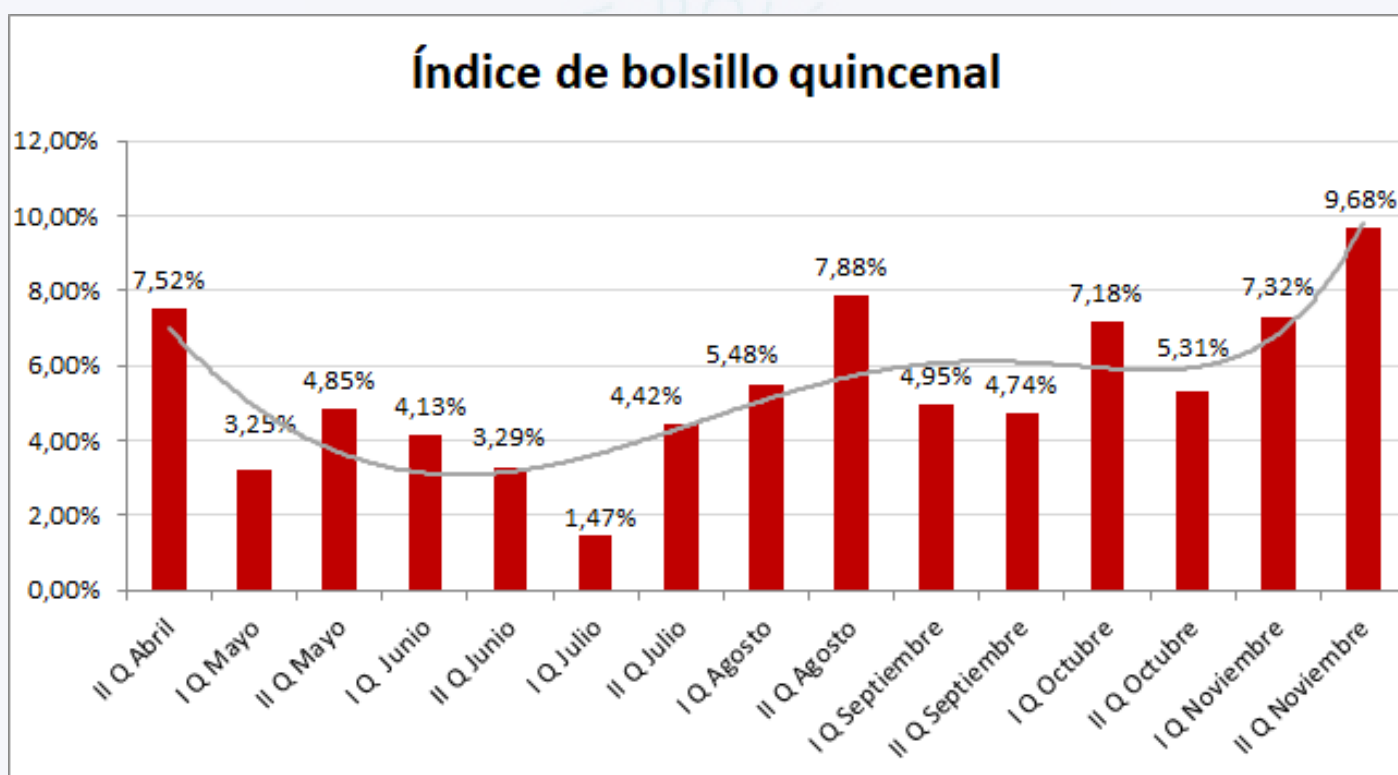
Relevamientos realizados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el mes de noviembre.

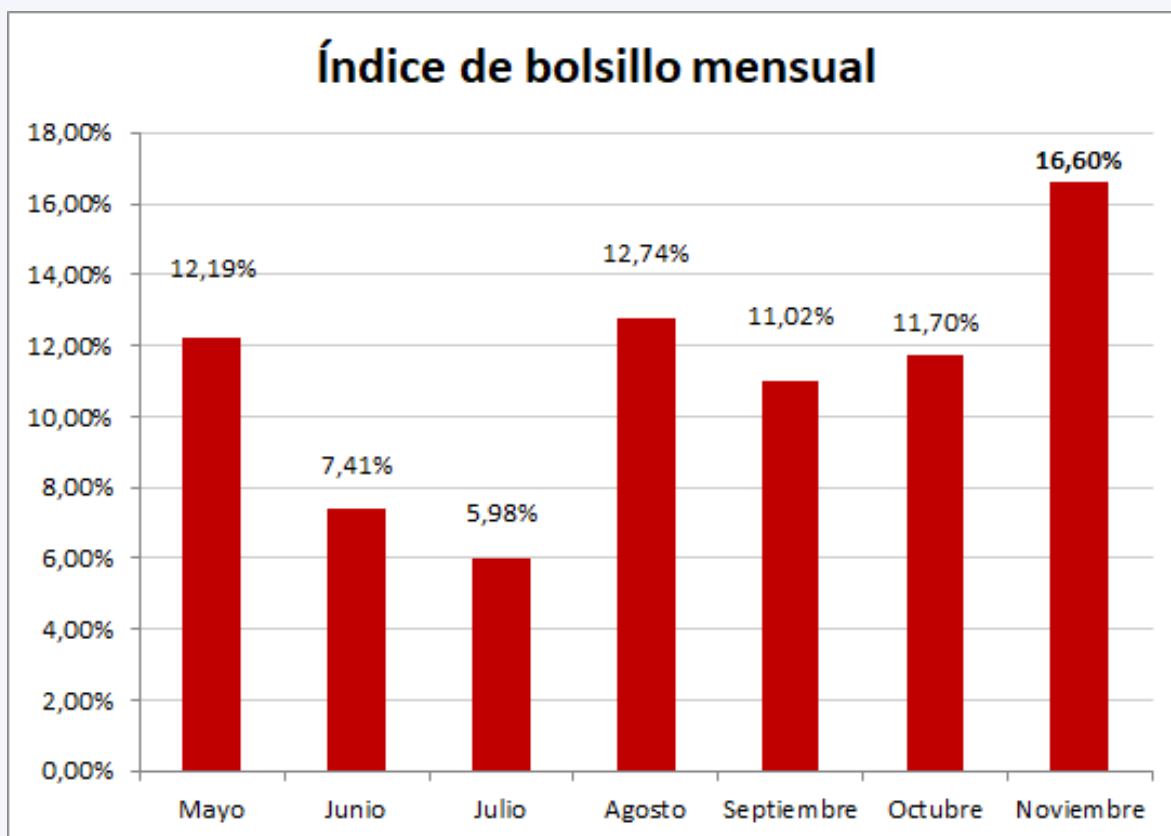
- El **Índice de Bolsillo (IB)** se incrementó durante el mes de **noviembre** en una cifra del **16,60%** respecto al mes anterior.
- Considerando sólo la **segunda quincena de noviembre**, la suba del **IB** fue del **9,68%**.
- En cuanto al rubro de **alimentos y bebidas**, el aumento **mensual** fue del **16,85%**.
- El **IB mensual** en los **pequeños comercios** barriales fue del **15,31%**, en tanto en las grandes cadenas de **supermercados** fue del **19,37%**.
- El **agrupamiento** con mayores subas durante el mes de **noviembre** fue el de **infusiones**, con un incremento del **26,24%**, seguido por los **aceites**, con un **22,46%** y en tercer lugar las **conservas**, con un **19,45%** de aumento mensual. Teniendo en cuenta sólo la **última quincena de noviembre**, los incrementos más importantes fueron en los rubros **infusiones (14,08%)** y **aceites (13,78%)**.
- El **artículo de consumo** con mayores aumentos durante el mes de **noviembre** fue la **banana**, con un incremento del **53,82%**, seguido por el **aceite de oliva**, con un **33,05%**, el **té común**, con un **30,44%** y las **arvejas en conserva**, con un **25,67%**.
- El porcentaje de **desabastecimiento** durante el mes de **noviembre** fue del **21,96%**.
- El relevamiento de los productos de **Precios Justos** mostró durante el mes de **noviembre** una suba de sólo el **1,02%**.

Índice de Bolsillo

El **Índice de Bolsillo (IB)** registrado durante el mes de **noviembre** fue del **16,60%**, el más alto registrado en lo que va del año, el cual estimamos será superado por el de diciembre. El impulso inflacionario se aceleró en la **segunda quincena de noviembre**, sobre todo después del ballottage, alcanzando en esos 15 días un valor de **9,68%**. La mayor parte de los productos relevados por nuestro **Laboratorio de Políticas Públicas** en la Ciudad de Buenos Aires registraron alzas mensuales de dos cifras, un indicador más que elocuente que las subas fueron generalizadas y no respondieron a cuestiones puntuales.

Tomando en cuenta solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante el mes de **noviembre** fue del **16,85%**, muy similar al **IB** general mensual.





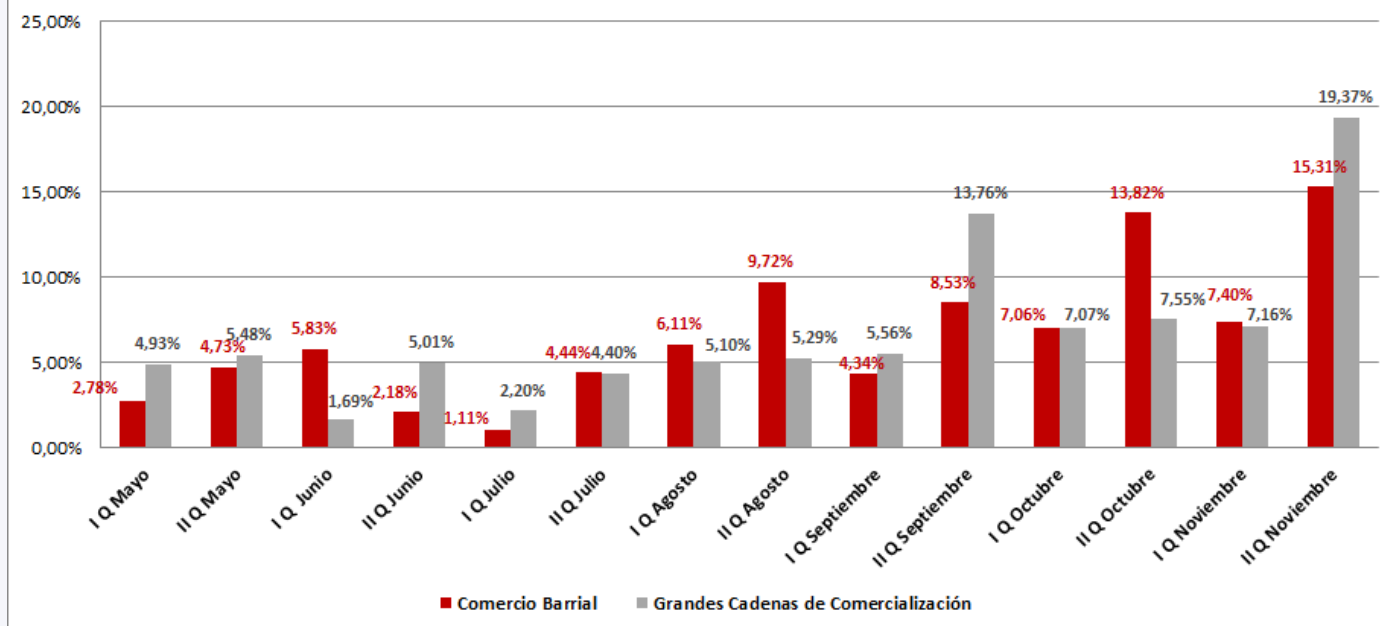
Canales de comercialización

Durante el mes de **noviembre**, a la inversa de lo sucedido en el mes anterior, los incrementos de precios fueron superiores en las **grandes cadenas de supermercados (19,37%)** respecto a los **pequeños comercios barriales (15,31%)**, revirtiendo la tendencia de octubre.

IB en comercios barriales	
Mensual	15,31%

IB en grandes cadenas de comercialización	
Mensual	19,37%

Índice de Precios de Bolsillo por Canal de Comercialización



Aumentos según agrupamientos

El **agrupamiento** con mayores aumentos durante el mes de **noviembre** fue el de **infusiones**, con un incremento del **26,24%**, seguido por los **aceites**, con un **22,46%**, impulsado especialmente (como a lo largo de los últimos meses) por los aumentos en el precio del aceite de oliva. En el tercer lugar las **conservas**, con un **19,45%** de incremento mensual.

La segunda quincena del mes tuvo también a las **infusiones** y los **aceites** en el lugar más alto de la grilla de aumentos (**14,08%** y **13,78%** respectivamente).

AGRUPAMIENTOS	% MENSUAL
Infusiones	26,24%
Aceites	22,46%
Conservas	19,45%
Alimentos y bebidas	16,85%
Productos de limpieza para el hogar	16,48%
Azúcar y dulces	16,42%
Bebidas no alcohólicas	15,91%
Harinas, cereales y legumbres	15,51%
Otros alimentos	14,81%
Artículos de higiene, tocador y belleza	14,18%
Carnes y huevos	14,10%
Lácteos y derivados	13,97%
Bebidas alcohólicas	11,66%
Frutas y verduras	10,02%

Aumentos según productos

El **producto** de consumo básico que más aumentó durante el mes de **noviembre** fue la **banana**, con un incremento del **53,82%**, seguido por el **aceite de oliva** (**33,05%**), el **té común** (**30,44%**) y las **arvejas en conserva**, con un **25,67%**. En un nivel similar encontramos la **yerba mate** y el **arroz blanco doble** (**24,99%** y **24,15%** respectivamente).

PRODUCTO	% MENSUAL
Banana	53,82%
Aceite de oliva	33,05%
Té común	30,44%
Arvejas en conserva	25,67%
Yerba mate	24,99%
Arroz blanco doble	24,15%
Lavandina	23,46%
Café molido	20,58%
Mermelada	20,23%
Galletitas dulces sin relleno	20,01%

Desabastecimiento

El **porcentaje de desabastecimiento** durante el mes de **noviembre** estuvo en niveles parecidos al del mes de octubre: **21,96%**.

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

Porcentaje de desabastecimiento al 1/11	22,07%
Porcentaje de desabastecimiento al 16/11	19,35%
Porcentaje de desabastecimiento al 1/12	24,56%
Porcentaje de desabastecimiento mensual	21,96%

Precios Justos

El programa de **Precios Justos** tuvo durante el mes de **noviembre** un muy leve ajuste de sólo el **1,02%**, en tanto su **índice de desabastecimiento** fue alto: **26,32%**, lo cual nos muestra que, si bien prácticamente no se registraron aumentos en estos artículos, uno de cada cuatro faltaba en las góndolas.

Conclusiones

Las expectativas respecto del sinceramiento en los precios del tipo de cambio oficial, tarifas, servicios regulados y productos de consumo masivo incluidos dentro del programa de Precios Justos derivaron en un alza generalizada de precios a partir del ballottage. Asimismo, el lanzamiento de un nuevo tipo de cambio diferencial (20% superior al oficial) para todas las exportaciones resultó también en un salto cambiario para toda la canasta de productos transables que son parte de nuestra canasta exportable.

Sin embargo, todavía la totalidad de estos aumentos no fueron trasladados a las góndolas, por lo que se estima que las subas en los productos de primera necesidad durante el mes de diciembre rondarán el 20% en promedio. El impacto mayor será en rubro alimentos y bebidas, lo que golpeará fuertemente en el bolsillo de los consumidores ante la proximidad de las fiestas de fin de año. Al mismo tiempo comenzará a sedimentar una de sus principales consecuencias: el deterioro de la calidad alimentaria, pues ante la imposibilidad de acceder a alimentos básicos, los consumidores los reemplazan por otros a su alcance, de menor valor alimenticio, pero que producen mayor sensación de saciedad (ejemplo: hidratos de carbono).

Como corolario, se consolidará así un 2023 con cifras de inflación que no se alcanzaban desde 1991, lo cual marca una deuda importante de las instituciones con la sociedad: consolidar una estabilidad económica persistente a través del tiempo.

Partido GEN

