



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

10 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 octubre

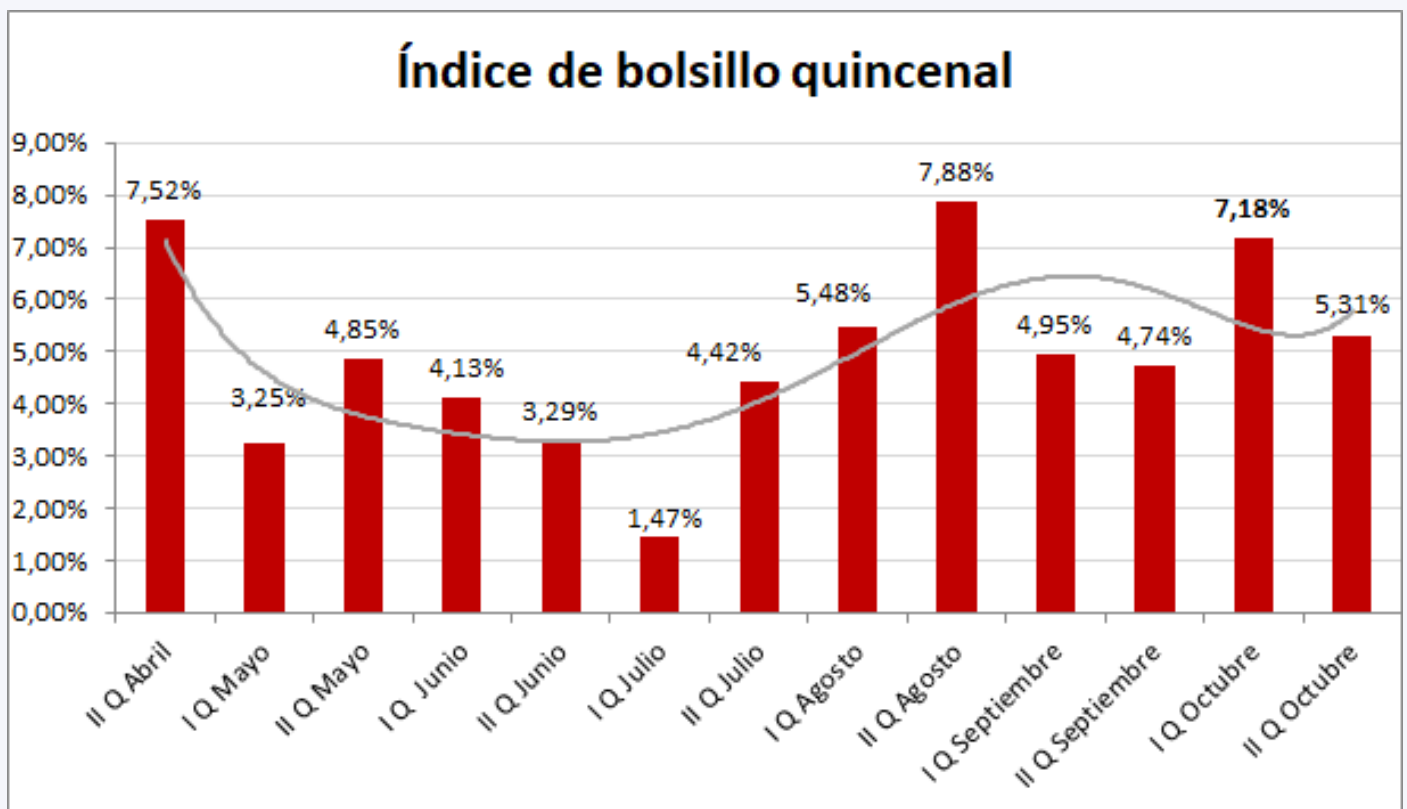
Relevamientos realizados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires durante el mes de octubre.

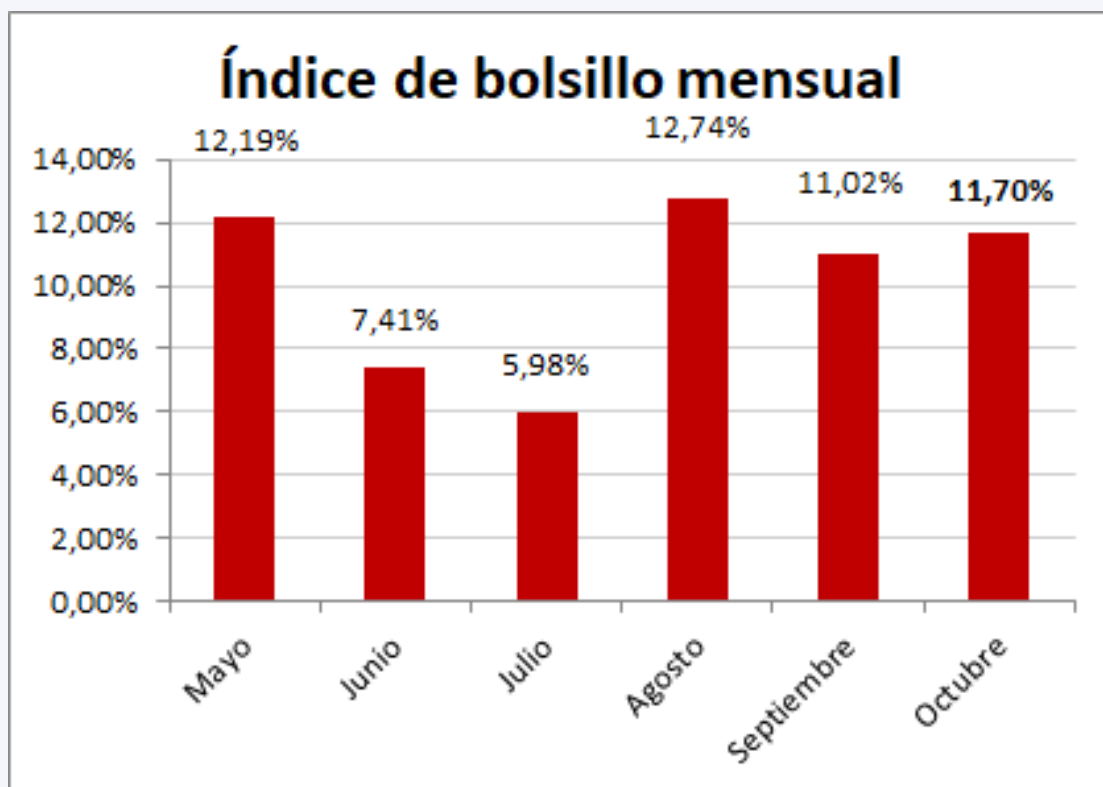
- El **Índice de bolsillo (IB)** tuvo una variación durante el mes de **octubre** del orden del **11,70%**.
- Considerando sólo la **segunda quincena de octubre**, el incremento del **IB** fue del **5,31%**.
- En cuanto al rubro de **alimentos y bebidas**, el aumento mensual fue del **11,47%**.
- El **IB mensual** en los **pequeños comercios** barriales fue del **13,82%**, en tanto en las grandes cadenas de **supermercados** fue del **7,55%**.
- El **agrupamiento** con mayores subas durante el mes de **octubre** fue el de los **aceites**, con un incremento del **17%**, seguido por los **artículos de higiene y tocador**, con un **15,07%** y en tercer lugar **azúcar y dulces**, con un **14,67%** de aumento mensual. Teniendo en cuenta sólo la **última quincena de octubre**, los incrementos más importantes fueron en los rubros **infusiones (9,17%)**, **aceites (8,40%)** y **lácteos y derivados (7,58%)**.
- El artículo de consumo con mayores aumentos durante el mes de **octubre** fue el **tomate redondo**, con un incremento del **35,53%**, seguido por el **aceite de oliva**, con un **29%**, los **fideos secos largos**, con un **26,67%** y el **azúcar blanco**, con un **25,36%**.
- El porcentaje de **desabastecimiento** durante el mes de **octubre** fue del **22,26%**.
- El relevamiento de los productos de **Precios Justos** mostró hacia el final del mes de **octubre** una suba del **10,43%**.

## Índice de Bolsillo

El **Índice de Bolsillo** registrado durante el mes de **octubre** fue del **11,70%**, completando según nuestros relevamientos un trimestre completo con valores de dos dígitos. Si bien durante la **primera quincena** del mes se esbozó una muy leve desaceleración en la escalada de aumentos (**5,31%**), la **segunda quincena** volvió a mostrar una espiral de aumentos ascendente similar a la de los meses anteriores.

Tomando en cuenta solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante el mes de **octubre** fue del **11,47%**, muy similar al **IB** general mensual.



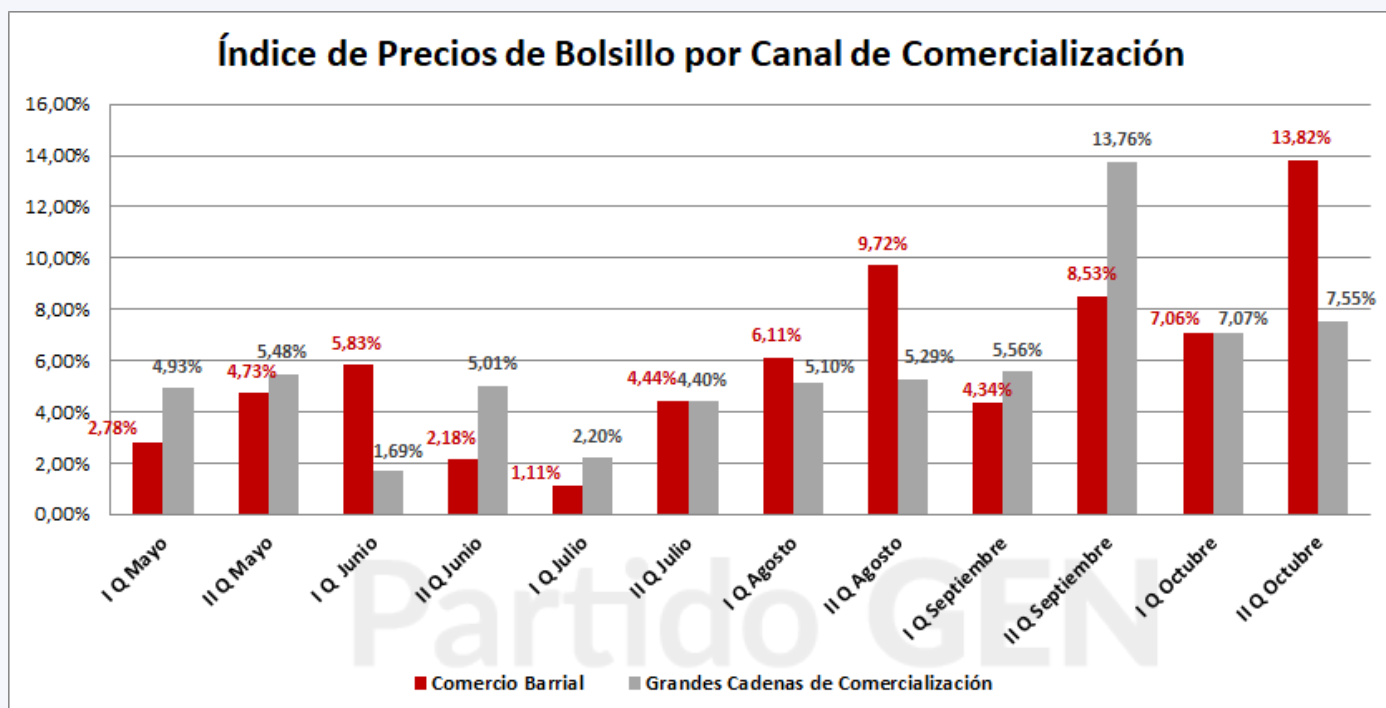


## Canales de comercialización

Durante el mes de **octubre** los incrementos de precios fueron muy superiores en los **pequeños comercios (13,82%)** respecto a las grandes cadenas de **supermercados (7,55%)**, indicativo de un rápido traslado a las góndolas de los aumentos en las mencionadas bocas de expendio.

IB en comercios barriales	
Mensual	13,82%

IB en grandes cadenas de comercialización	
Mensual	7,55%



## Aumentos según agrupamientos

El **agrupamiento** con mayores aumentos durante el mes de **octubre** fue el de los **aceites**, con un incremento del **17%**, impulsado sobre todo por el alza en el precio del aceite de oliva, con subas muy importantes a lo largo de los últimos meses.

También hubo fuertes aumentos en los **artículos de higiene y tocador (15,07%)**, en el grupo de **azúcar y dulces (14,67%)** e **infusiones (12,98%)**, todos por encima de la media general mensual.

La segunda quincena del mes dio como nota una fuerte suba de las **infusiones y los lácteos y derivados (9,17% y 7,58% respectivamente)**, en el mismo nivel de aquellos grupos de productos que estuvieron más arriba a lo largo de todo el mes.

<b>AGRUPAMIENTOS</b>	<b>% QUINCENAL</b>
Infusiones	9,17%
Aceites	8,40%
Lácteos y derivados	7,58%
Azúcar y dulces	6,65%
Alimentos y Bebidas	5,46%
Harinas, cereales y legumbres	5,41%
Otros alimentos	5,19%
Bebidas no alcohólicas	4,98%
Productos de limpieza para el hogar	4,69%
Carnes y huevos	4,52%
Artículos de higiene, tocador y belleza	3,98%
Bebidas alcohólicas	2,98%
Conservas	2,45%
Frutas y verduras	1,91%
<b>Total índice quincenal</b>	<b>5,26%</b>

<b>AGRUPAMIENTOS</b>	<b>% MENSUAL</b>
Aceites	17%
Artículos de higiene, tocador y belleza	15,07%
Azúcar y dulces	14,67%
Infusiones	12,98%
Otros alimentos	11,53%
Harinas, cereales y legumbres	11,46%
Alimentos y Bebidas	11,33%
Productos de limpieza para el hogar	10,79%
Conservas	10,47%
Lácteos y derivados	9,92%
Bebidas no alcohólicas	9,82%
Bebidas alcohólicas	9,38%
Frutas y verduras	8,84%
Carnes y huevos	8,47%
<b>Total índice mensual</b>	<b>11,58%</b>



## Aumentos según productos

El **producto** de consumo básico que más aumentó durante el mes de **octubre** fue el **tomate redondo**, con un incremento del **35,53%**. 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. De abril a octubre aumentó un 68%, dándose casi la mitad de este aumento en los últimos 60 días.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL TOMATE SEGÚN RELEVAMIENTO LPP						
ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
\$675	\$952,18	\$779,17	\$772,50	\$788,91	\$837	\$1134,28

Le sigue en el ranking de aumentos el **aceite de oliva**, con un **29%**, 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 y ligada fundamentalmente a los incrementos en su precio internacional.

En un rango inferior, pero con elevados valores de 2 dígitos, les siguen los **fideos secos largos** y el **azúcar blanco** (**26,67%** y **25,63%** respectivamente).

PRODUCTO	AUMENTO MENSUAL
Tomate redondo	35,53%
Aceite de oliva	29%
Fideos secos largos	26,67%
Azúcar blanco	25,36%
Pan francés tipo flauta	19,69%
Lavandina	17,68%
Carne picada común	17,28%
Café molido	16,90%
Desodorante	16,09%
Shampoo	15,86%

## Desabastecimiento

El **porcentaje de desabastecimiento** durante el mes de **octubre**, si bien disminuyó levemente, siguió estando en valores altos: **20,26%** en promedio mensual.

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 1/10	22,56%
Porcentaje de desabastecimiento al 16/10	22,45%
Porcentaje de desabastecimiento al 1/11	22,07%
Porcentaje de desabastecimiento de los últimos 30 días	20,26%

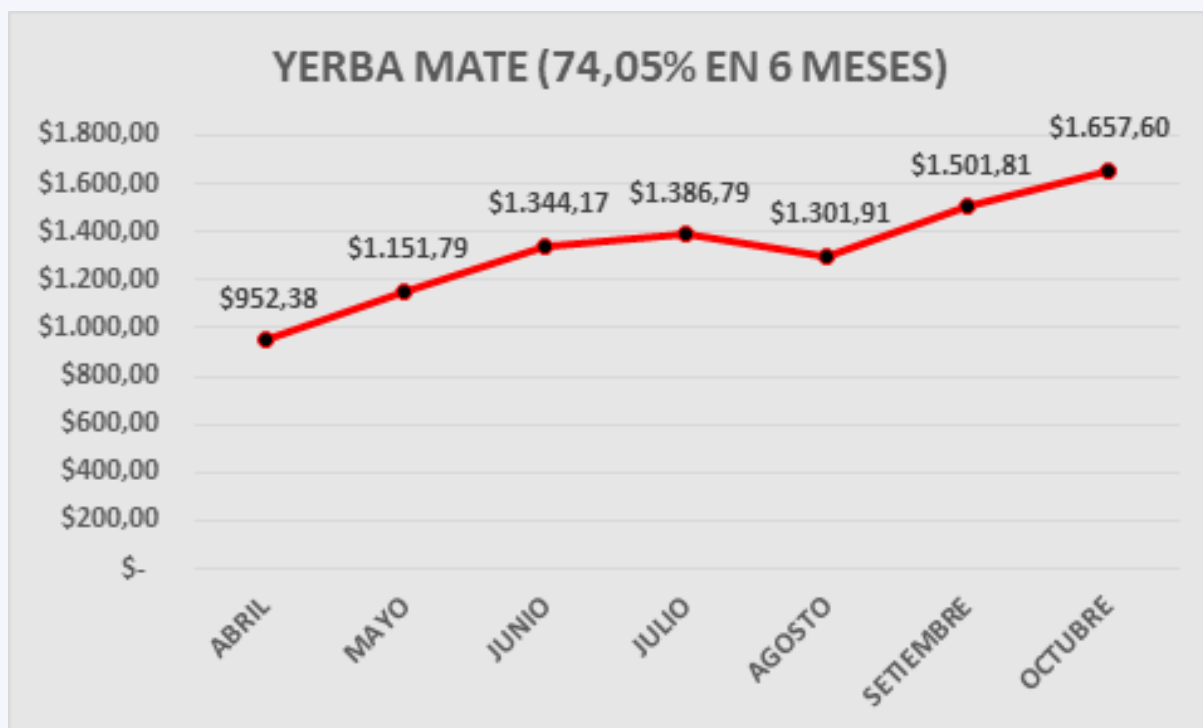
## Precios Justos

El programa de **Precios Justos** tuvo durante **octubre** una suba en el costo de sus productos del orden del **10,43%**, y su porcentaje de desabastecimiento fue más alto que la media del resto de los productos: **23,68%**. Entre los artículos que aumentaron por encima del promedio se destacan el aceite de girasol Marolio de 900 cc (44,19%) y la yerba mate Rosamonte de 1 kg (20,75%).

## Evolución de precios de productos básicos

Siguiendo con el análisis del desarrollo de los precios de algunos productos de consumo masivo, podemos apreciar en el siguiente gráfico la evolución del precio de la yerba mate de 1 kilogramo en los últimos 6 meses.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE YERBA MATE SEGÚN RELEVAMIENTO LPP						
ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
\$952,38	\$1.151,79	\$1.344,17	\$1.386,79	\$1.301,91	\$1.501,81	\$1.657,60



## Conclusiones

El mes de octubre nos deja 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**. Si bien durante las dos primeras semanas del mes hubo una tendencia a la desaceleración de la dinámica de suba de precios, en las dos últimas semanas los aumentos retomaron el ritmo con que se venían desarrollando desde hace varias semanas, siendo claves para esta dinámica los días previos y posteriores 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, relevados por nuestro Laboratorio de Políticas Públicas (LPP), cada semana encontramos una mayor cantidad cuyo valor unitario supera los \$1.000: el 30% de los relevados, siendo hace sólo 6 meses atrás de sólo el 15%.

Asuvez, el 20% de estos productos de alto consumo se incrementaron arriba de un 100% en los últimos seis meses.

Como corolario vale mencionar que la última vez que en el marco de un proceso inflacionario se registraron aumentos mensuales consecutivos de dos dígitos durante un trimestre fue entre enero y marzo de 1991, y se estima que la inflación anual actual será la más alta desde la hiperinflación de 1990.

# Partido GEN

