



**CEDEL**  
Centro de Estudios para el Desarrollo Local

# INFORME ANUAL SOBRE PRECIOS

JULIO 2008 a JULIO 2009

## ESTUDIO DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO Y SERVICIOS BASICOS DEL HOGAR EN LA CIUDAD DE SAN PEDRO

**CEDEL**  
CENTRO DE ESTUDIOS  
PARA EL DESARROLLO  
LOCAL

**Hugo A.Dias**  
Ingeniero Naval UTN

**Ricardo Giallorenzi,**  
Contador Público UNLP

**Carlos O.Piola,**  
Veterinario UBA

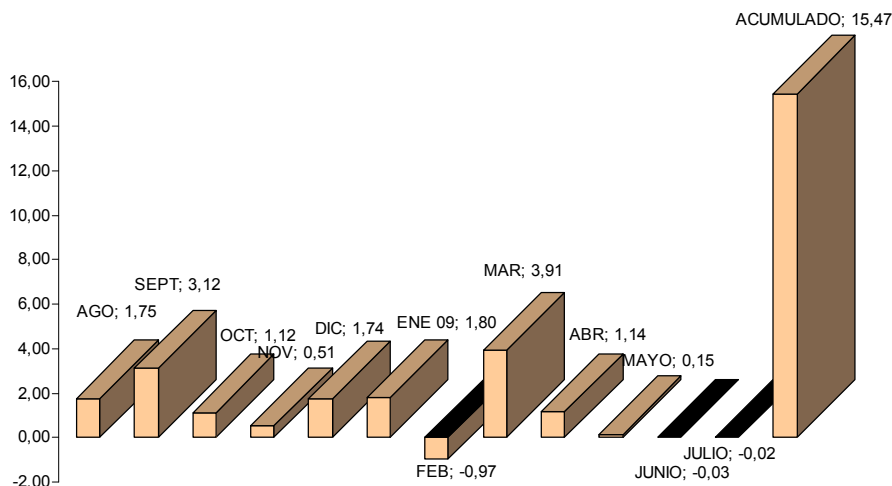
[www.cedelargentina.org](http://www.cedelargentina.org)  
[info@cedelargentina.org](mailto:info@cedelargentina.org)

Proyecto de Investigación aprobado  
por Resolución 2457/08.  
Dirección General de Cultura y Educación  
Dirección de Educación Superior  
I.S.F.T. N° 118

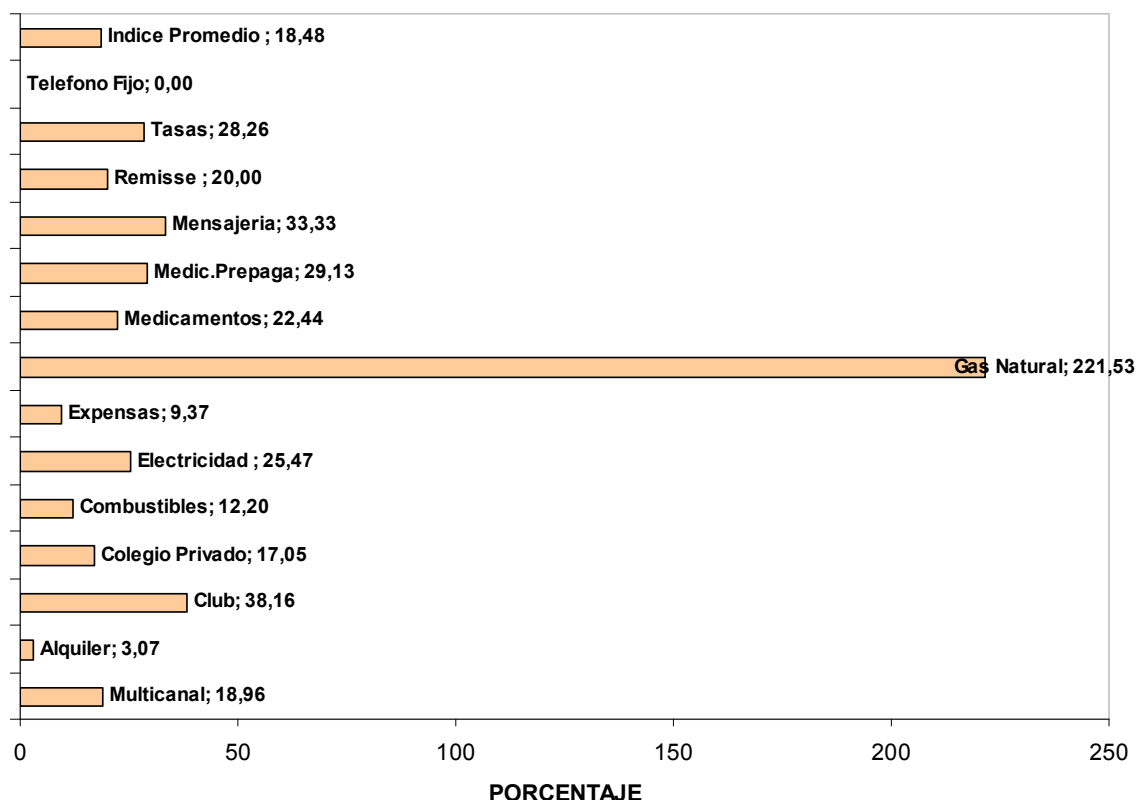
## EL INDICE COMBINADO DE PRECIOS ALCANZA LA CIFRA ANUAL DE 15.47%

- ❖ La medición realizada en San Pedro incluye la evolución de "Productos de consumo masivo" y "Servicios Básicos del Hogar" en San Pedro para el período anual que va de Julio 2008 a Julio 2009
- ❖ La canasta de servicios básicos del hogar ha recibido el impacto de la aplicación de ajustes, inclusive retroactivos, en servicios públicos. Con subas en 10 meses y bajas en 2, arroja un incremento anual promedio del **18.48%**.-
- ❖ Los productos de consumo masivo tuvieron en el año un incremento anual promedio del **6.78%**, producto de 9 meses de subas y 3 de bajas.
- ❖ Los valores y la plaza de alquileres evidencian la retracción de la demanda.
- ❖ Se observa un fuerte movimiento de los precios relativos entre los comercios relevados. La diferencia entre el autoservicio mas caro y el mas barato vuelve a valores cercanos al **10%**.
- ❖ El caso testigo observado en Capital Federal y GBA muestra un **17.14 %** de incremento en el año, un porcentaje superior al de los comercios locales.-

### VARIACION ANUAL



## EVOLUCION ANUAL DE PRECIOS DE SERVICIOS BASICOS DEL HOGAR

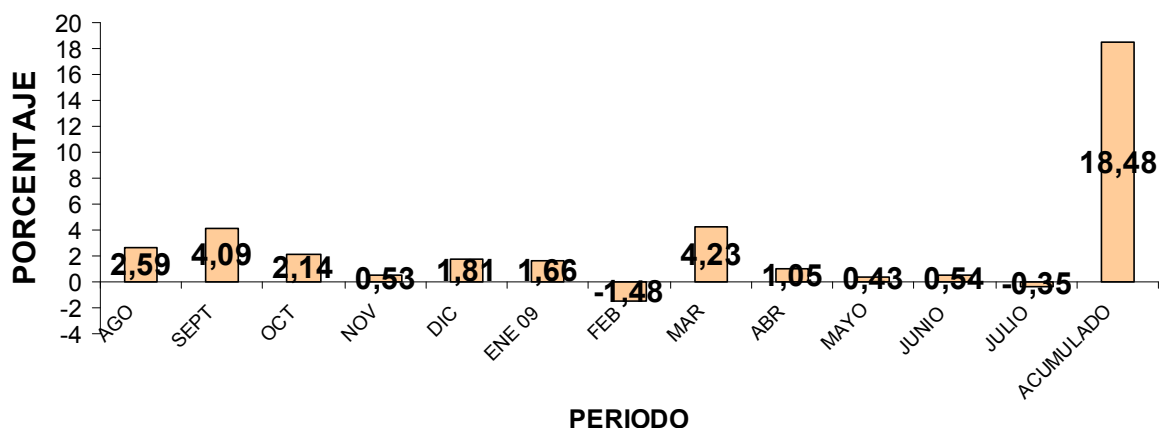


### EL INDICE DE PRECIOS DE SERVICIOS BASICOS DEL HOGAR ALCANZA LA CIFRA ANUAL DE 18.48%

- ❖ La medición incluye la evolución de 14 Servicios como Alquileres, Expensas, Electricidad, Gas, Medicamentos, Colegios Privados, Clubes, Medicina Prepaga, Telefonía Fija, Cable, etc. Se registraron subas de precios en 10 meses y bajas en solo 2.
- ❖ A excepción de la telefonía fija todos los servicios tuvieron incrementos.
- ❖ El ajuste en el Gas Natural ascendió, en promedio anual, al 221.53 %. Surge como consecuencia de la aplicación de nuevas tarifas y del Decreto 2067/08 que constituye un fondo fiduciario para atender importaciones de gas. En el nivel de consumo medido implica que cada 10\$ facturados 3,4\$ sean para el pago del gas y 6.6\$ para el Estado a través de diversos mecanismos e impuestos. El incremento se atenuó al terminar, en Julio 2009, la aplicación de la retroactividad. No obstante los usuarios han recibido en Julio una factura con los mayores consumos estacionales.
- ❖ Desde Enero se aplican incrementos de Tasas a nivel municipal (30%) e Impuesto Inmobiliario (20%) a nivel provincial.
- ❖ Los valores y la plaza de alquileres evidencian la retracción de la demanda ante la versión local de la crisis internacional. Existe una mayor oferta de alquileres que no es correspondida por la demanda local.

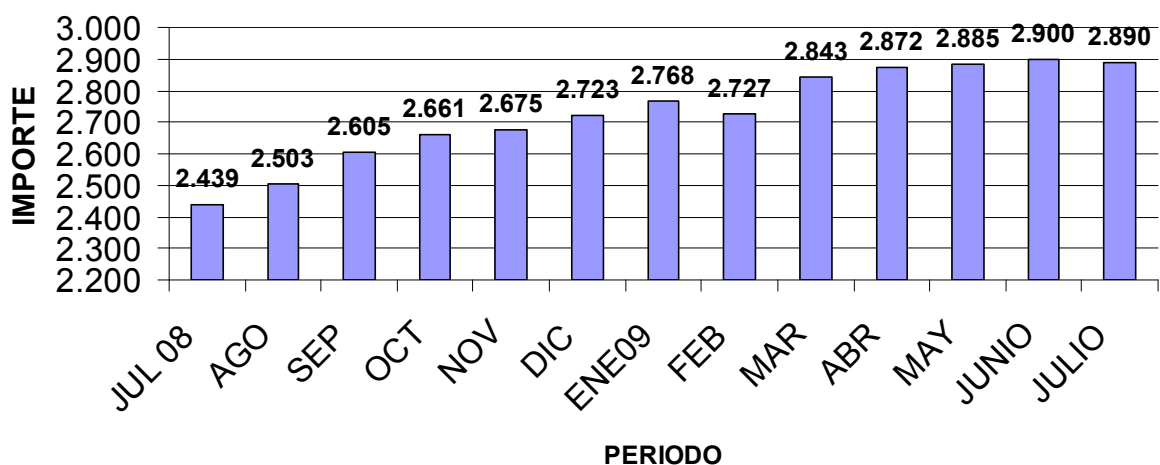
**En Marzo 2009 se produce la mayor variación mensual de los “Servicios básicos del Hogar”: 4.23 %**

**EVOLUCION DE PRECIOS DE SERVICIOS DE BASICOS DEL HOGAR**

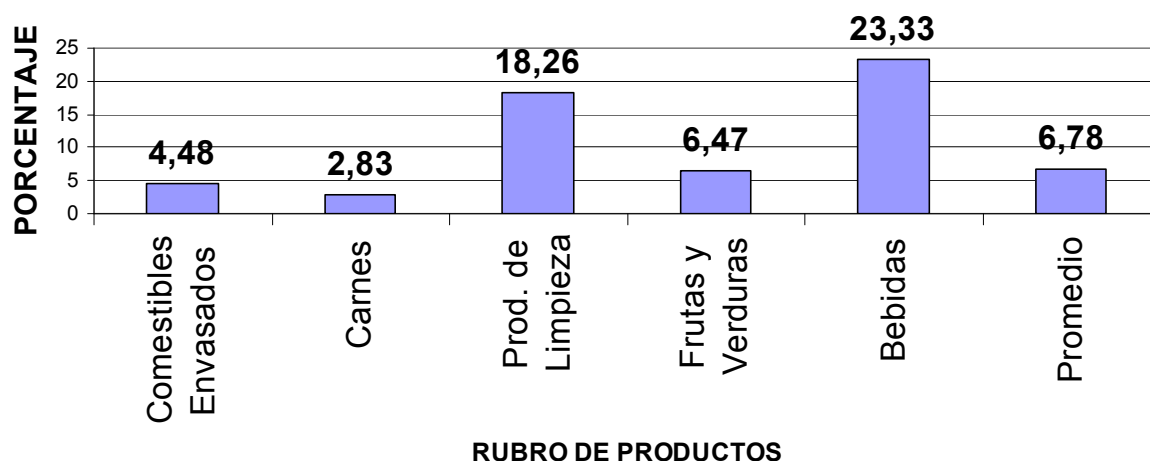


**En Julio de 2009 se requiere de 2.890 \$ para la adquisición de los 14 servicios, es decir 451 \$ más que un año atrás**

**EVOLUCION DE GASTO TOTAL EN SERVICIOS BASICOS DEL HOGAR**



## CANASTA DE PRODUCTOS BASICOS EVOLUCION ANUAL POR TIPO DE PRODUCTOS

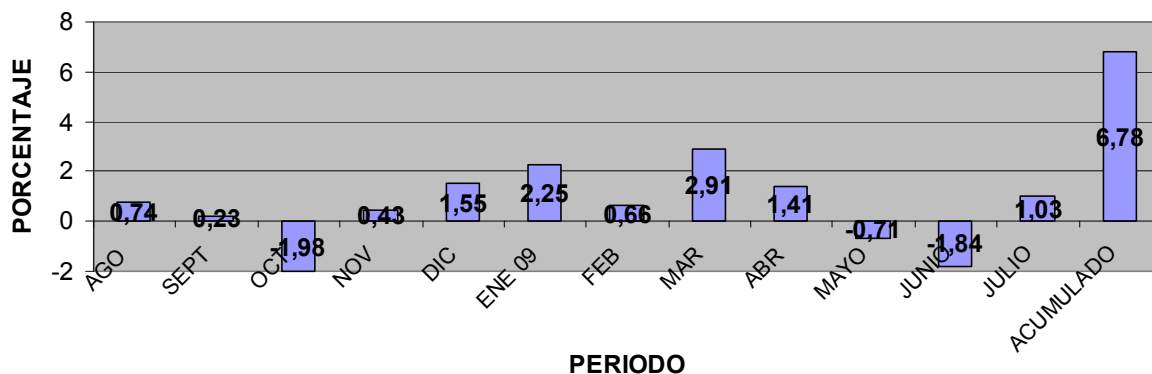


### EL INDICE DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO ALCANZA LA CIFRA ANUAL DE 6.78%

- ❖ La medición incluye la evolución promedio de 47 productos a través de tres bocas de expendio distribuidas por San Pedro.
- ❖ Los productos, agrupados en 5 rubros, tuvieron incrementos muy dispares.
- ❖ Las "Bebidas" alcanzaron un 23,33 % de incremento, merced a 8 meses de subas y 4 con bajas. Este rubro viene acumulando subas desde Abril 09
- ❖ Los productos de Limpieza fueron el 2º rubro en aumentos con un 18.26%, con 8 meses de subas y 4 de bajas.
- ❖ Frutas y Verduras con un 6.47% refleja 7 meses de subas y 5 de bajas, al igual que "Comestibles envasados" con 4.48%
- ❖ Las "Carnes" tuvieron solo un 2.83 %. Esto último influye fuertemente en la formación del índice. Las subas, en 6 meses, han sido observadas fundamentalmente en el año 2009.-

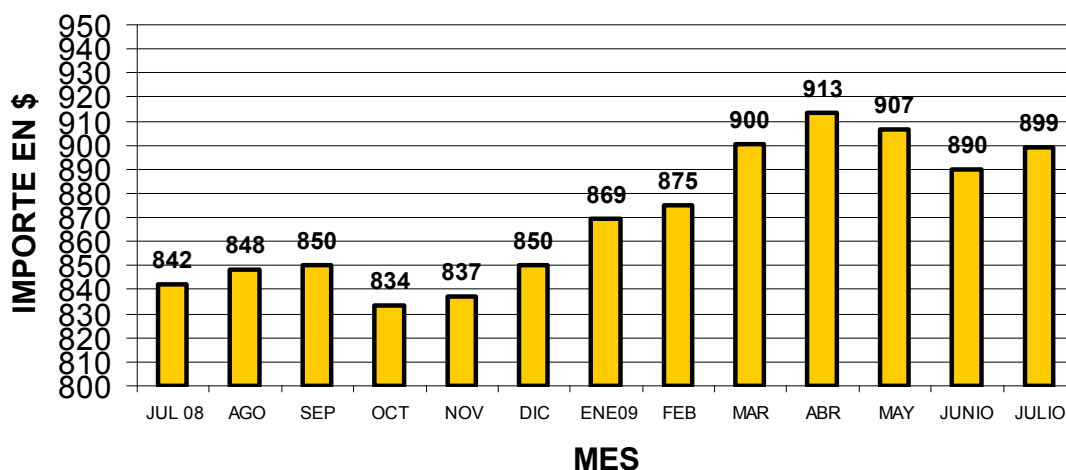
**En Marzo 2009 se produce la mayor variación mensual de los “Productos de Consumo Masivo”: 2.91 %**

EVOLUCION DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO



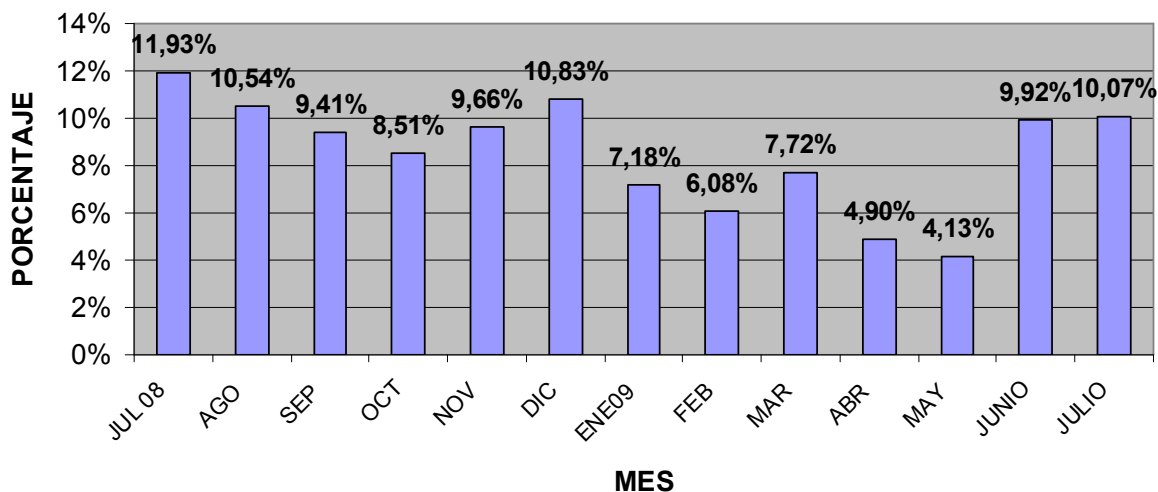
**En Julio de 2009 se requiere de 899 \$ para la adquisición de los 47 productos, es decir 57 \$ más que un año atrás.-**

EVOLUCION DE GASTO PROMEDIO PARA LA COMPRA DE 47 ARTICULOS



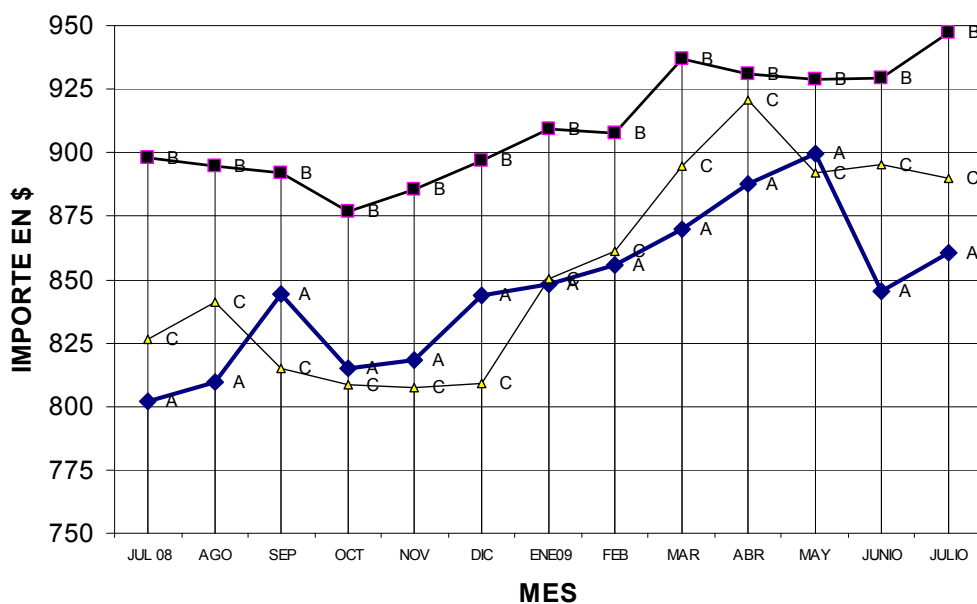
**10%** es la diferencia entre el lugar más barato y el lugar más caro para efectuar la misma compra, habiendo tenido máximos del 12% y mínimos del 4%

### VARIACION PORCENTUAL ENTRE LUGAR MAS CARO Y MAS BARATO

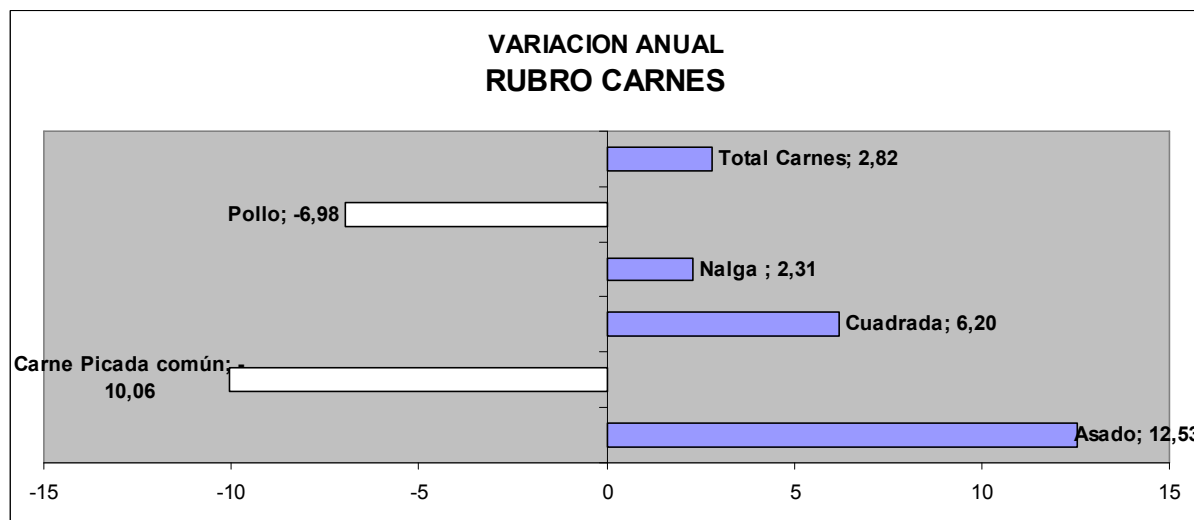
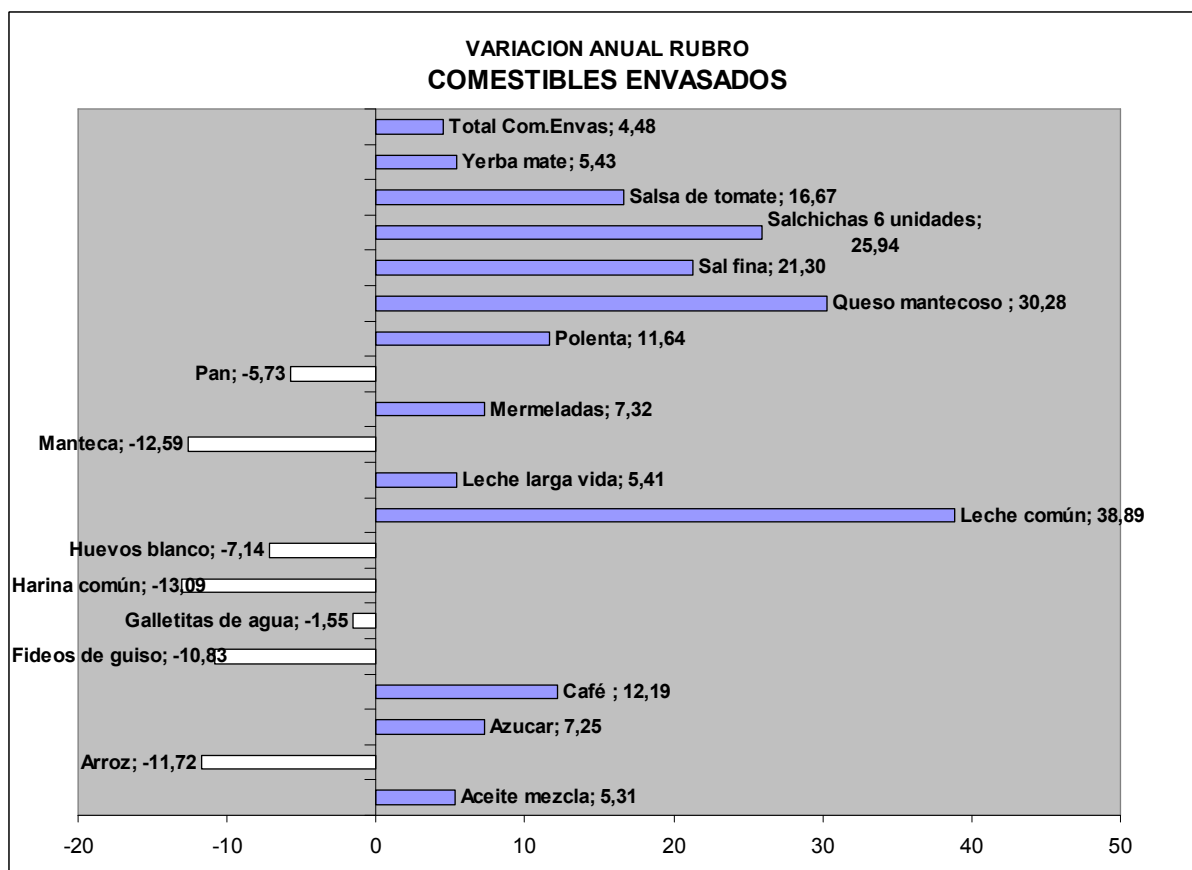


**El Supermercado denominado "B" ha sido a lo largo de los 12 meses el más caro. A y C se alternaron como lugar mas barato para efectuar la misma compra.**

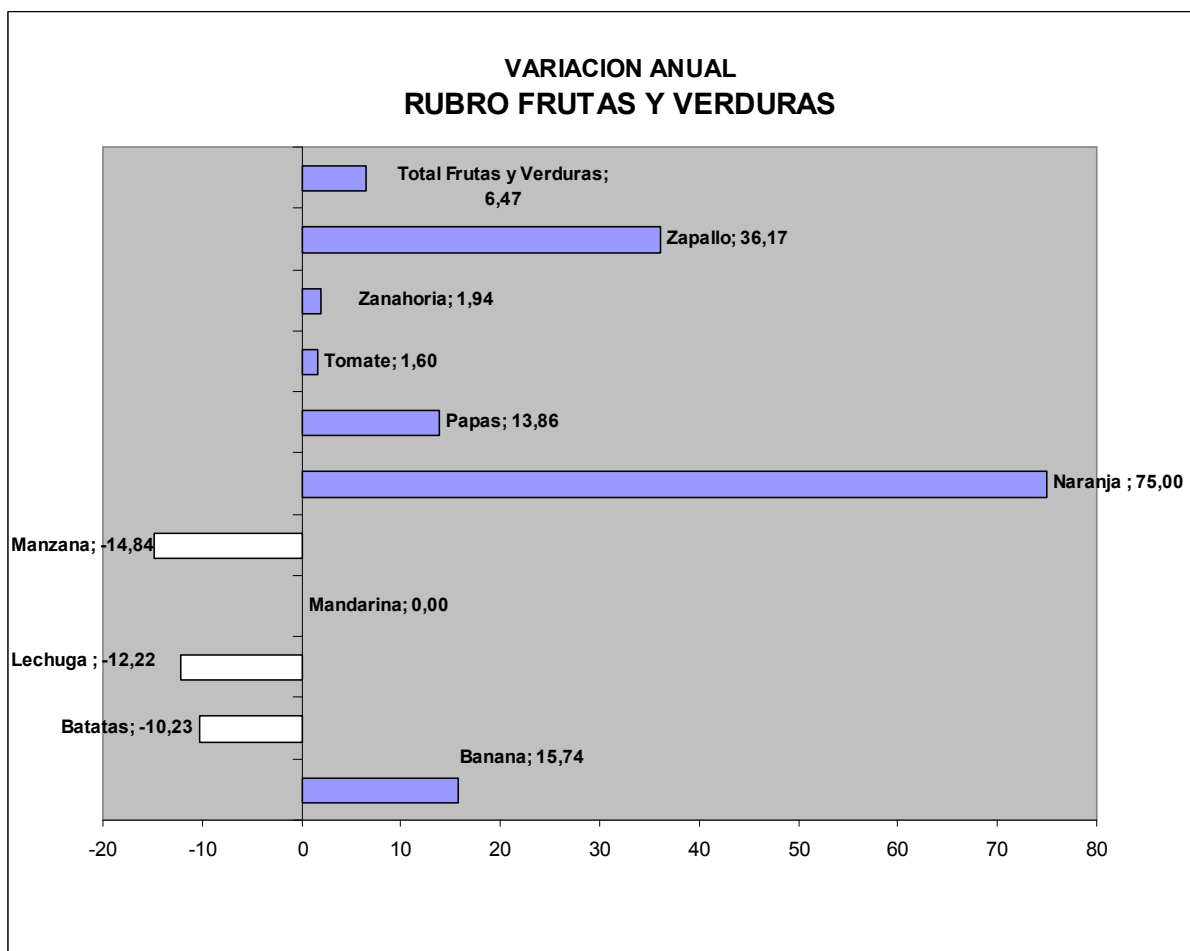
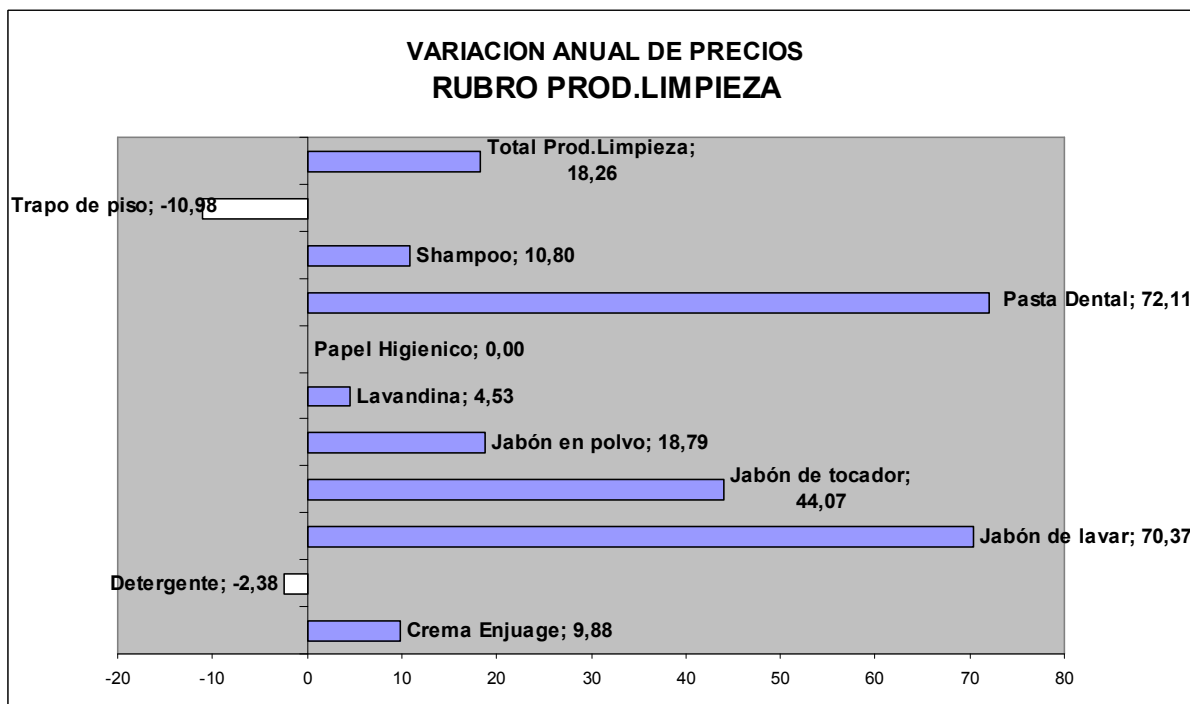
### GASTO SEGUN LUGAR DE COMPRA



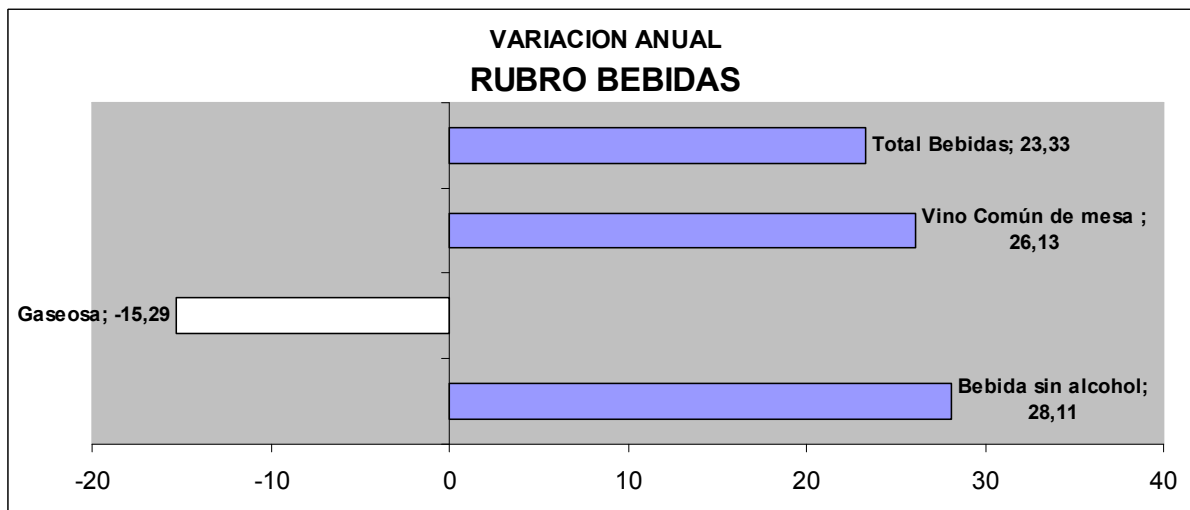
# VARIACIONES INDIVIDUALES DE LOS 47 PRODUCTOS



## VARIACIONES INDIVIDUALES DE LOS 47 PRODUCTOS



## VARIACIONES INDIVIDUALES DE LOS 47 PRODUCTOS



### RESUMEN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

- ❖ Un total de 30 productos tuvieron SUBAS, 15 experimentaron BAJAS y 2 mantuvieron sus precios promedio.
- ❖ Las cinco mayores subas se dieron en los siguientes productos: Naranja 75%, Pasta Dental 72.11%, Jabón de Lavar 70.37%, Jabón de Tocador 44.07, Leche Común 38.89%
- ❖ Las cinco mayores bajas se dieron en los siguientes productos: Gaseosas -15.29%, Manzanas 14.84%, Harina Común -13.09% , Manteca -12.59%, Lechuga -12.22%

Producto	variación anual %
Bebida sin alcohol	28,11
Aceite mezcla	5,31
Salchichas 6 unidades	25,94
Leche común	38,89
Leche larga vida	5,41
Carne Picada común	-10,06
Papas	13,86
Vino Común de mesa	26,13
Asado	12,53
Nalga	2,31
Cuadrada	6,20
Pan	-5,73

**EVOLUCION DE LOS  
12 PRODUCTOS QUE  
REPRESENTAN  
EL 65 % DEL VALOR  
DE LA CANASTA DE  
LOS PRODUCTOS DE  
CONSUMO MASIVO**

## **FICHA TECNICA**

Periodo relevado: Julio de 2008 a Julio 2009

Encuestadores: alumnos del ISFT 118, carrera Técnico Superior en Adm. Contable

Supervisión y procesamiento: CEDEL

Método de encuesta: observación directa, encuesta telefónica, relevamiento documental.

Fecha de trabajo de campo: 3er semana de cada mes.

Cantidad de observaciones realizadas: 1833 para los productos y 897 para los servicios.

Cantidad de observaciones realizadas para caso testigo: 611 observaciones.

Publicaciones realizadas: 12

Más detalles en [www.cedelargentina.org](http://www.cedelargentina.org)

## **AGRADECIMIENTOS**

**A los Alumnos del ISFT 118 que participan en esta investigación.**

**A los comercios objeto del relevamiento.**

**A los prestadores de servicios relevados.**

**A los medios de comunicación por su permanente apoyo y difusión.**

**CEDEL Centro de Estudios para el Desarrollo Local  
JULIO DE 2009**