



Dirección General de Cultura y Educación
Gobierno de la Provincia de Buenos Aires
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR
INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACIÓN TÉCNICA N°118

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

FEBRERO DE 2009

El contexto de crisis internacional no incide, hasta el momento, en los precios de los artículos de consumo masivo, que continúan localmente en aumento por cuarto mes consecutivo.

En el rubro servicios, luego de los importantes ajustes de meses anteriores, se observa una reducción de los precios de los alquileres como consecuencia de la menor demanda.

CEDEL: CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO LOCAL

Proyecto de Investigación aprobado por Resolución 2457/08 de la Dcción. Gral de Cultura y Educación de la Prov.de Bs As
Sitio web www.cedelargentina.org dirección electrónica info@cedelargentina.org

I) INTRODUCCIÓN:

El estudio -de carácter descriptivo y exploratorio- fue implementado a partir del mes de Julio de 2008 en 3 autoservicios de San Pedro, los cuales fueron elegidos atento a que su localización permite una adecuada cobertura del radio urbano, relevando en los mismos los precios de 47 productos de consumo masivo.

En lo que respecta a la canasta de servicios está formada por 14 prestaciones consideradas básicas, como vivienda, servicios de la vivienda, cuidado de la salud, esparcimiento, educación, etc.

Se recuerda al lector que la realización de la presente investigación obedece a la necesidad de contar con información que permita medir el poder de compra de los salarios en San Pedro y su variación a lo largo del tiempo.

II) OBJETIVOS:

- Realizar una medición sistemática de los precios de los artículos de consumo masivo en San Pedro y servicios básicos del hogar
- Comparar la variación de los mismos según sea el lugar de compra elegido por el consumidor.
- Comparar la evolución de precios en San Pedro con las mediciones de otras localidades y otros canales de venta.

III) METODOLOGÍA

Atento haberse explicitado en informes anteriores la metodología utilizada para la selección y relevamiento de los productos de consumo masivo y la canasta de servicios básicos se incluye dicha información como Anexo al presente trabajo.

IV) ANALISIS DE LOS DATOS

IV a) CANASTA DE SERVICIOS BASICOS

SERVICIO	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Variación %	Variación %	Variación %	Variación %	Variación %	Variación %
	Jul 08	Ago	Sept	Octubre	Nov	Dic	Ene09	Feb09	Ago 08	Sept 08	Oct 08	Nov 08	Dic 08	Ene 09	Feb 09	Acumulada
Abono a Sistema de Cable	84,90	84,90	94,90	94,90	94,90	94,90	94,90	103,90	0,00	11,78	0,00	0,00	0,00	0,00	9,48	22,38
Alquiler de Vivienda*	988,42	1.003,47	1.018,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.018,75	1,52	1,52	4,91	0,00	0,00	0,00	-4,68	3,07
Cuota de Club Privado	114,00	142,50	142,50	142,50	142,50	142,50	142,50	142,50	25,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25,00
Cuota de Colegio	117,55	118,66	120,60	121,48	121,67	137,59	137,59	137,59	0,95	1,64	0,73	0,15	13,09	0,00	0,00	17,05
Combustibles	148,86	152,73	152,79	157,24	157,24	157,58	157,68	157,60	2,60	0,04	2,91	0,00	0,22	0,06	-0,05	5,87
Electricidad	76,77	76,77	76,77	76,77	90,11	90,11	96,33	96,33	0,00	0,00	0,00	17,37	0,00	6,91	0,00	25,47
Expensas y Gastos Vivienda	122,33	122,33	122,33	122,33	122,33	122,33	122,33	122,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gas Natural	42,05	42,05	42,05	42,05	42,40	48,30	72,43	72,43	0,00	0,00	0,00	0,84	13,93	49,93	0,00	72,26
Medicamentos**	43,34	45,94	48,70	49,04	49,39	49,74	50,37	50,37	6,00	6,02	0,69	0,72	0,72	1,26	0,00	16,23
Medicina Prepaga	544,61	544,61	617,00	617,00	617,00	642,77	642,77	642,77	0,00	13,29	0,00	0,00	4,18	0,00	0,00	18,03
Servicio de Mensajería	36,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	33,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	33,33
Servicio de Remise Inmobiliario	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	44,00	44,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10,00	0,00	10,00
Tasas municipales e Inmobiliario	35,54	35,54	35,54	35,54	35,54	35,54	45,58	45,58	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	28,25	0,00	28,26
Teléfono Fijo	45,04	45,04	45,04	45,04	45,04	45,04	45,04	45,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	2.439,40	2.502,53	2.604,98	2.660,64	2.674,86	2.723,17	2.768,28	2.727,20	2,59	4,09	2,14	0,53	1,81	1,66	-1,48	11,80

*Observación sobre vivienda: los datos anteriores a Septiembre fueron calculados en base a estimaciones de inmobiliarias de plaza.

** Observación sobre medicamentos: Los valores anteriores al mes de Septiembre fueron estimados en función de medicamentos similares, en base a datos suministrados por farmacias de plaza.

CEDEL: CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO LOCAL

Proyecto de Investigación aprobado por Resolución 2457/08 de la Dcción. Gral de Cultura y Educación de la Prov.de Bs As

Sitio web www.cedelargentina.org dirección electrónica info@cedelargentina.org

Por la especial característica de sus prestadores, la modalidad de ajuste de precios de los servicios relevados es diversa.

Así se observa que -en alguno de ellos- las variaciones son producto de:

- la oferta y demanda (caso alquileres)
- ajustes autorizados por la autoridad de aplicación (caso servicios públicos)
- ajustes autorizados por la Secretaría de Comercio Interior y/u otros organismos de contralor(caso cuotas de colegios y medicina prepaga)
- ajustes autorizados por órganos directivos (caso cuota clubes)

Ello ocasiona que varíe notablemente tanto la periodicidad con la que se ajusta el precio del servicio como la magnitud de dicho ajuste.

OBSERVACIONES REALIZADAS

Hemos de hacer notar que:

-en el caso de los servicios públicos de Electricidad y de Gas los incrementos que se muestran son por el incremento de tarifa y no por el llamado P.U.R.E (Plan Uso Racional de Energía).

Ello obedece a que para el cálculo del presente trabajo se mide siempre el mismo consumo (200 M3 por mes de gas natural y 250 Kw. de electricidad) con lo cual no tiene incidencia ese mecanismo denominado P.U.R.E.-

No obstante el incremento, progresivo, de tarifas fue de 72.26% para el gas y 25.47% para la energía eléctrica.

-También hacemos notar que desde el pasado mes de Enero se aplican incrementos de Tasas a nivel municipal (30%) e Impuesto Inmobiliario (20%) a nivel provincial.

-Luego de cuatro meses sin subas en el costo de los alquileres, en febrero se observa una disminución del orden del 5 %. La plaza se caracteriza por una baja de operaciones y consultas así como por la reconsideración de las pautas de ajustes originalmente previstas.

De lo relevado, y habida cuenta de las observaciones hechas, se registra en la canasta de servicios básicos del hogar una disminución de -1.48 % en Febrero, dando un 11.80% de aumento para el período Agosto'08 -Febrero '09.

Por su parte la medición informada por el INDEC el rubro "Vivienda y Servicios Básicos" muestra un incremento de 0.32% para Enero y 0.89% para el acumulado del periodo Julio 08- Enero 09.

IV b) CANASTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO (Agrupada por rubro o familia de productos)

Periodo Rubro	JUL 08	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE 09	FEB 09	Variación		Variación		Variación		Variación		Variación % Acumula da
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	% Ago 08	% Sep 08	% Oct 08	% Nov 08	% Dic 08	% Ene 09	% Feb 09	% 09	
Comestibles	339,89	349,37	349,55	339,53	340,66	347,6	343,21	343,06	2,79	0,05	-2,87	0,33	2,04	-1,26	-0,04	0,93	
Envasados	255,45	243,92	238,87	235,76	236,3	229,83	242,12	245,29	-4,51	-2,07	-1,30	0,23	-2,74	5,35	1,31	-3,98	
Carnes	54,81	57,32	56,42	59,52	61,26	62,73	62,45	64,38	4,58	-1,57	5,49	2,92	2,40	-0,45	3,09	17,46	
Limpieza	119,7	121,02	127,23	115,47	117,05	129,81	141,30	145,25	1,10	5,13	-9,24	1,37	10,90	8,85	2,80	21,35	
Frutas y Verduras	72,32	76,81	78,31	83,27	81,88	80,15	80,20	77,03	6,21	1,95	6,33	-1,67	-2,11	0,06	-3,95	6,51	
Importe total 47 artículos	842,17	848,43	850,38	833,55	837,15	850,12	869,28	875,01	0,74	0,23	-1,98	0,43	1,55	2,25	0,66	3,90	

Se observa que:

-En el promedio de los autoservicios relevados en SAN PEDRO, para realizar la compra de los 47 artículos de consumo masivo indicados en el anexo, se necesitó un **0.66%** más en Febrero que en el pasado mes de Enero.

-El comportamiento por rubro a lo largo del período es notoriamente disímil, así observamos que:

-El rubro “Frutas y Verduras” lidera los incrementos del período con 21.35%, seguido de “Productos de Limpieza” con 17.46% y “Bebidas” con 6.51%

-Es de hacer notar que luego de 5 meses de retroceso en los precios de la carne, en el 2009 se han registrado subas: Enero un incremento del 5.35 % y en Febrero un 1.31%. -.

-La variación acumulada, influenciada por la baja del 3.98% del rubro “Carnes”, es de **3.90 %** para el período Agosto 2008 -Febrero 2009 (7 meses), recuperándose así los valores anteriores y aumentando por cuarto mes consecutivo luego de la baja observada en Octubre.

IV c) EVOLUCION PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

IV c 1) Evolución de precios en el mes que va de 3º semana de Enero a 3ª semana de Febrero 2009

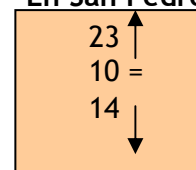
Productos	Variación Febrero 09 SAN PEDRO		Variación - Febrero 09 CAPITAL Y GBA	
Comestibles Envasados				
Aceite mezcla	13,00	%	0,00	%
Arroz	-3,69	%	0,00	%
Azúcar	-1,38	%	0,00	%
Café	0,00	%	0,00	%
Fideos de guiso	1,86	%	0,00	%
Galletitas de agua	3,98	%	0,00	%
Harina común	-17,21	%	0,00	%
Huevos blanco	-7,51	%	13,20	%
Leche común	10,40	%	-4,10	%
Leche larga vida	-5,26	%	-9,83	%
Manteca	2,08	%	0,00	%
Mermeladas	-5,35	%	0,00	%
Pan	0,00	%	0,00	%
Polenta	0,00	%	0,00	%
Queso mantecoso	3,10	%	-2,14	%
Sal fina	6,17	%	7,75	%
Salchichas 6 unidades	0,00	%	0,00	%
Salsa de tomate	-7,48	%	2,20	%
Yerba mate	0,56	%	-5,67	%
Carnes				
Asado	-0,66	%	0,00	%
Carne Picada común	1,64	%	7,96	%
Cuadrada	3,53	%	3,19	%
Nalga	2,14	%	3,19	%
Pollo	-3,09	%	0,00	%
Prod. de Limpieza				
Crema Enjuague	0,00	%	0,00	%
Detergente	0,00	%	0,00	%
Jabón de lavar	2,52	%	-9,05	%
Jabón de tocador	7,36	%	0,00	%
Jabón en polvo	-1,60	%	0,00	%
Lavandina	15,42	%	0,00	%
Papel Higiénico	6,27	%	0,00	%
Pasta Dental	2,68	%	0,00	%
Shampoo	0,00	%	0,00	%
Trapo de piso	10,53	%	0,00	%
Frutas y Verduras				
Banana	-2,08	%	0,00	%
Batatas	25,27	%	16,72	%
Lechuga	-20,37	%	0,00	%
Mandarina	0,00	%	0,00	%
Manzana	3,53	%	-16,69	%
Naranja	0,00	%	8,73	%
Papas	12,17	%	0,00	%
Tomate	16,36	%	-16,69	%
Zanahoria	-4,63	%	8,73	%
Zapallo	8,31	%	67,11	%
Bebidas				
Bebida sin alcohol	0,00	%	0,00	%
Gaseosa	1,32	%	-8,96	%
Vino Común de mesa	-6,02	%	0,00	%

En San Pedro

Se observa que de los 47 productos objeto del seguimiento:

- 23 artículos experimentaron suba en sus precios;
- 10 no experimentaron variación en el periodo y
- 14 artículos fueron objeto de reducción en su precio de venta.

En San Pedro



Al igual que ocurrió en los pasados meses, el comportamiento en valores relativos no es uniforme sino que indica que continúa el periodo de gran movilidad y reacomodamiento.

En los precios que experimentaron subas, que son 23, el promedio es del 6.97%, siendo 0.56% el mínimo y de 25.27% el máximo de aumento.

En los precios que experimentaron bajas, que son 14, el promedio es del 6.17% siendo el 0.66% la baja menor y 20.37% la disminución máxima.

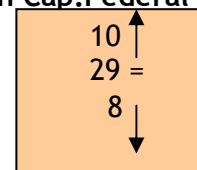
	Subas	Bajas
Máximo	25.27%	-20,37%
Minino	0,56%	-0,66%
Promedio	6,97%	-6,17%

Capital Federal y GBA (caso testigo)

Se observa que de los 47 productos objeto del seguimiento:

- 10 artículos experimentaron suba en sus precios;
- 29 no experimentaron variación en el periodo ; y
- 8 artículos fueron objeto de reducción en su precio de venta.

En Cap.Federal



En los precios que experimentaron subas, que son 10, el promedio es del 13.88% siendo 2,20% el mínimo y de 67,11% el máximo de aumento.

En los precios que experimentaron bajas, que son 8, el promedio es del 9.14% siendo el 2,14% la baja menor y 16,69% la disminución máxima.

	Subas	Bajas
Máximo	67,11%	-16,69%
Mínimo	2,20%	-2,14%
Promedio	13,88%	-9.14 %

Comparación San Pedro y Capital Federal-GBA

El mes de Febrero, en San Pedro, 8 de cada 10 artículos modificaron sus precios (sea por suba o baja).

En tanto que en el caso observado de Capital Federal lo hicieron solo 4 de cada 10 artículos.

IV c) EVOLUCION DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO (ACUMULADO)

IV c 2) Evolución de precios en el periodo que va de 3° semana Julio a 3° semana de Febrero 2009

Productos	Variación Jul08-Feb 09 SAN PEDRO	Variación Jul 08-Feb 09 Capital y GBA		
Comestibles Envasados				
Aceite mezcla	-14,49 %	11,94 %		%
Arroz	-8,98 %	11,31 %		%
Azúcar	3,62 %	10,36 %		%
Café	3,11 %	12,55 %		%
Fideos de guiso	-9,17 %	7,18 %		%
Galletitas de agua	0,97 %	5,90 %		%
Harina común	-6,81 %	-1,85 %		%
Huevos blanco	-13,64 %	-9,74 %		%
Leche común	9,52 %	7,47 %		%
Leche larga vida	-2,70 %	3,88 %		%
Manteca	8,89 %	6,25 %		%
Mermeladas	4,88 %	6,50 %		%
Pan	0,64 %	11,13 %		%
Polenta	-6,85 %	12,11 %		%
Queso mantecoso	22,02 %	33,02 %		%
Sal fina	11,69 %	24,11 %		%
Salchichas 6 unidades	16,04 %	10,53 %		%
Salsa de tomate	13,33 %	13,41 %		%
Yerba mate	-4,69 %	-5,67 %		%

Carnes				
Asado	1,10 %	0,00 %		%
Carne Picada común	-8,58 %	-10,34 %		%
Cuadrada	-4,70 %	0,00 %		%
Nalga	-3,84 %	0,00 %		%
Pollo	-6,98 %	4,40 %		%

Prod. de Limpieza				
Crema Enjuague	8,95 %	24,16 %		%
Detergente	9,52 %	24,80 %		%
Jabón de lavar	125,93 %	44,97 %		%
Jabón de tocador	48,31 %	32,45 %		%
Jabón en polvo	-5,87 %	16,30 %		%
Lavandina	12,93 %	6,71 %		%
Papel Higiénico	10,77 %	14,54 %		%
Pasta Dental	41,05 %	20,72 %		%
Shampoo	9,57 %	24,16 %		%
Trapo de piso	3,28 %	0,00 %		%

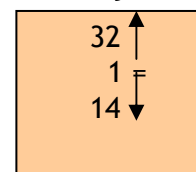
Frutas y Verduras				
Banana	8,80 %	28,65 %		%
Batatas	29,55 %	16,72 %		%
Lechuga	19,44 %	-25,06 %		%
Mandarina	66,67 %	50,17 %		%
Manzana	13,55 %	66,89 %		%
Naranja	105,56 %	25,13 %		%
Papas	27,72 %	50,25 %		%
Tomate	2,48 %	0,00 %		%
Zanahoria	0,00 %	-16,72 %		%
Zapallo	-4,36 %	25,13 %		%

Bebidas				
Bebida sin alcohol	18,88 %	6,90 %		%
Gaseosa	9,29 %	3,26 %		%
Vino Común de mesa	2,01 %	3,19 %		%

En San Pedro (ACUMULADO PERIODO DE 7 MESES)

Localmente, en el acumulado del período, se observa que de los 47 productos objeto del seguimiento:

- 32 artículos experimentaron suba en sus precios; y
- 14 artículos fueron objeto de reducción en su precio de venta.
- 1 artículo mantuvo su precio.



En los precios que experimentaron subas, que son 32, el promedio es del 20,93%, siendo 0.64% el mínimo y de 125.93% el máximo de aumento.

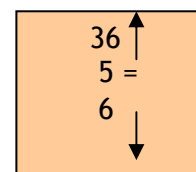
En los precios que experimentaron bajas, que son 14, el promedio es del 7.26% siendo el 2.70% la baja menor y 14.49% la disminución máxima.

	Subas	Bajas
Máximo	125,937%	-14,49%
Minino	0,64%	-2,70%
Promedio	20,93%	-7,26%

Capital Federal y GBA (caso testigo) ACUMULADO DE 7 MESES

En el acumulado del período se observa que de los 47 productos seguimiento:

- 36 artículos experimentaron suba en sus precios;
- 5 no experimentaron variación en el periodo ; y
- 6 artículos fueron objeto de reducción en su precio de venta.



En los precios que experimentaron subas, que son 36, el promedio es del 18.80% siendo 3.19% el mínimo y de 66.89% el máximo de aumento.

En los precios que experimentaron bajas, que son 6, el promedio es del 11.56% siendo el 1.85% la baja menor y 25.06 % la disminución máxima.

	Subas	Bajas
Máximo	66,89%	-25.06%
Mínimo	3,19%	-1,85%
Promedio	18,80 %	-11,56 %

Comparación San Pedro y Capital Federal-GBA (Acumulado de 7 meses)

En el acumulado del período las variaciones, sea por suba o baja de precios, alcanzan en San Pedro a una mayor cantidad de productos.

Se revierte la tendencia en cuanto a que en la cuantía de subas y bajas -y consiguientemente de los promedios- era de mayor magnitud en San Pedro que en el caso observado de Capital Federal, observándose tendencias un tanto erráticas entre los puntos de venta.

IV d) Precio total de compra en San Pedro (por lugar de compra)

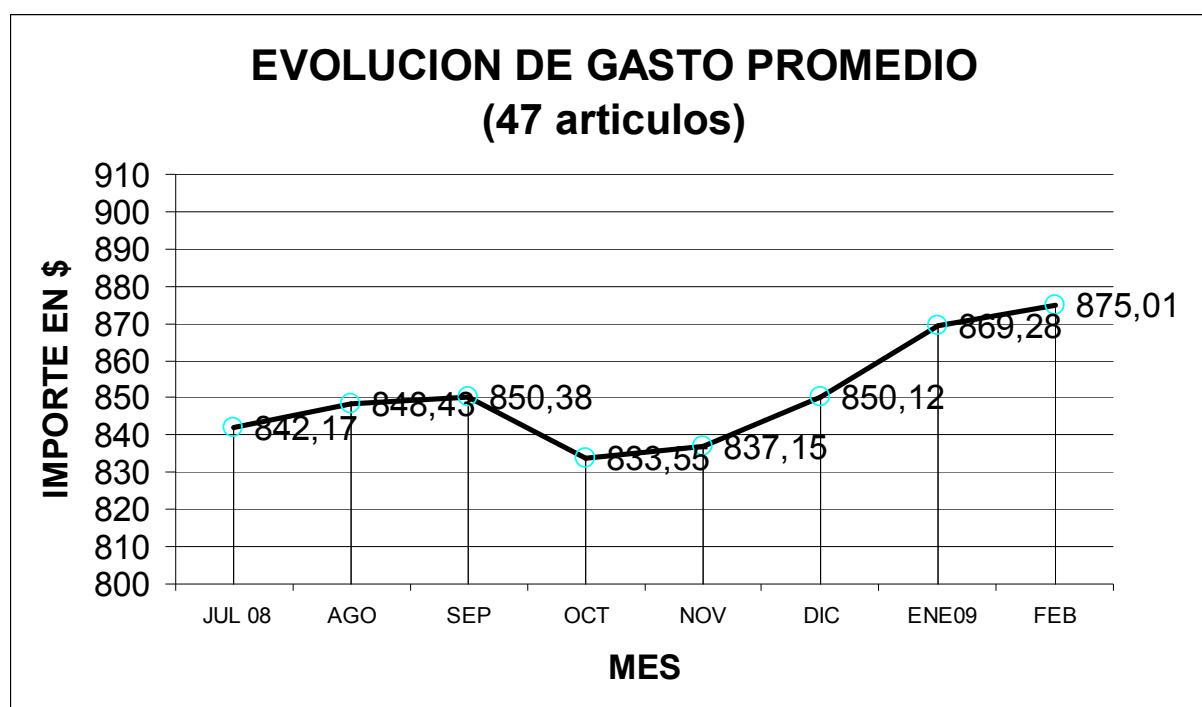
A fin de comprar los artículos y las cantidades especificadas en el cuadro del punto III, en los meses que van desde Julio '08 a Febrero '09, fue necesario incurrir en el siguiente gasto de acuerdo al lugar en que la compra fuera realizada:

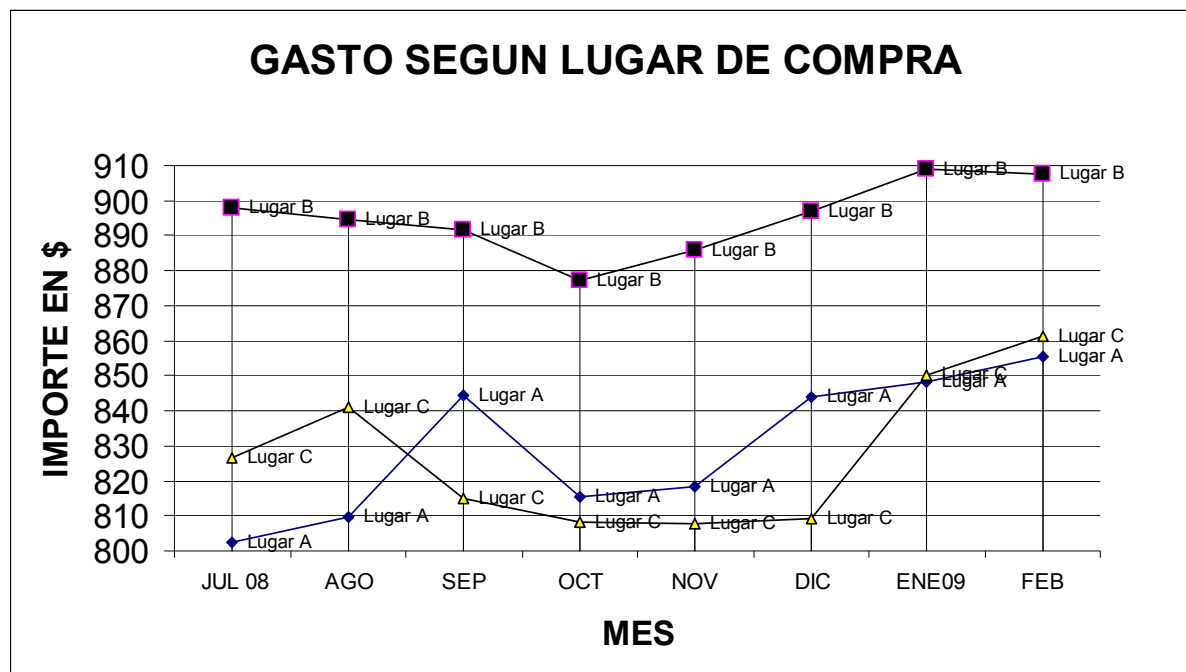
LUGAR DE COMPRA	GASTO EN EL PERIODO								VARIACION MES DE FEBRERO 09	%	VARIACION ACUMULADA DEL PERIODO JULIO 08 A FEBRERO 2009	
	JUL 2008 \$	AGO 2008 \$	SEP 2008 \$	OCT 2008 \$	NOV 2008 \$	DIC 2008 \$	ENE 2009 \$	FEB 2009 \$			%	%
SUPERMERCADO A	802,26	809,44	844,16	815,23	818,13	844,00	848,31	855,68	0,86	%	6,66	%
SUPERMERCADO B	897,95	894,76	891,84	877,08	885,67	897,02	909,21	907,74	-0,16	%	1,09	%
SUPERMERCADO C	826,31	841,10	815,13	808,33	807,65	809,34	850,32	861,63	1,26	%	4,21	%
PROMEDIO SAN PEDRO	842,17	848,43	850,38	833,55	837,15	850,12	869,28	875,01	0,66	%	3,90	%

Es dable observar:

- Un proceso de reposicionamiento por el cual el supermercado denominado "A" que en Julio era el más barato subió sus precios en el periodo de 7 meses un 6.66% mientras que B y C lo hicieron en menor cuantía (un 1,09% y 4,21% respectivamente).
- El supermercado "B", el más caro, registra en Febrero una baja de 0.16% en sus precios.
- La brecha de precios entre el lugar mas caro y el mas barato ha ido reduciendo paulatinamente: Julio 11,90%, Agosto 10.54%, Septiembre 9.41%, Octubre 8.50%, Noviembre 9.67%, Diciembre 10.80%, Enero 7.17 % y Febrero 6.08.-

No obstante remarcamos: a iguales productos el poder de compra, en San Pedro, difiere en mas de un 6% entre el supermercado mas barato y el mas caro.-





IV e) Variación porcentual

En el periodo Febrero '09 en los tres supermercados relevados, para la compra total - promedio- de los 47 artículos, se registra una **suba de 0.66%**, en tanto que en el caso testigo observado en Capital Federal y GBA se registra una baja del 0.50 %.-

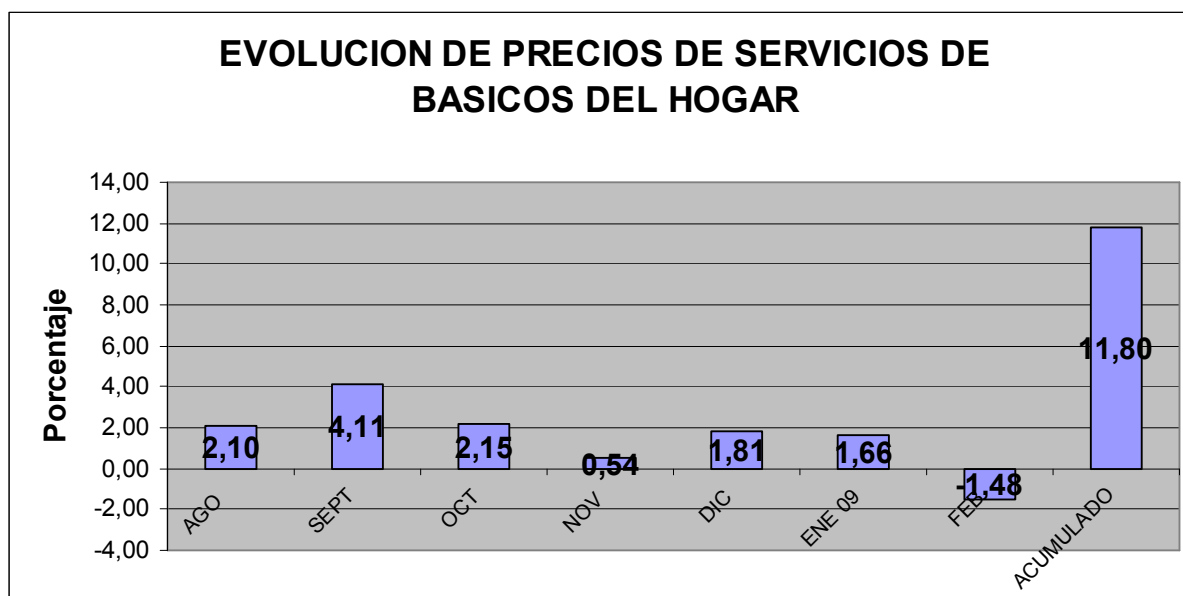
Considerando el periodo de 7 meses en San Pedro el monto necesario para comprar los 47 artículos aumento un 3.90 %, mientras que en Capital Federal y GBA subió un 10.66 %.-

No obstante ello debemos aclarar que, tal como lo hemos hecho meses anteriores, esto no significa que, en términos comparativos, en Capital Federal cueste mas caro la compra de los 47 artículos que en San Pedro, sino que son variaciones respecto al mes de Julio 2008.

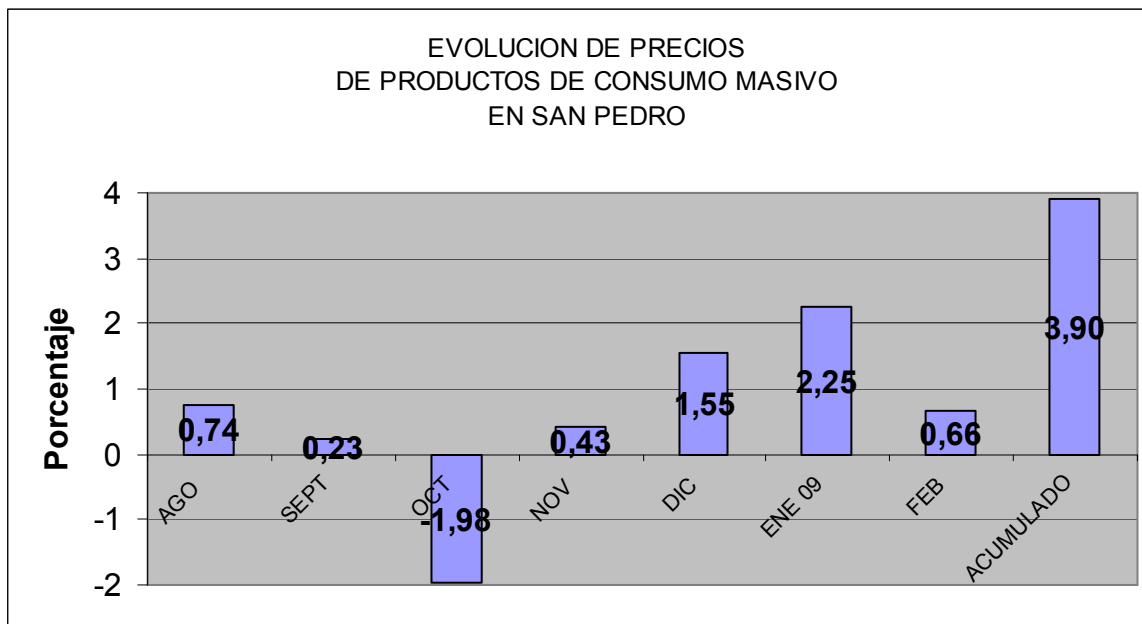
Por su parte la medición informada por el INDEC el rubro "Alimentos y bebidas" que muestra una disminución del 0.67 para Enero 09 y un acumulado para el periodo Julio 2009 a Enero 2009 de 1.08 %.-

V) CONCLUSIONES

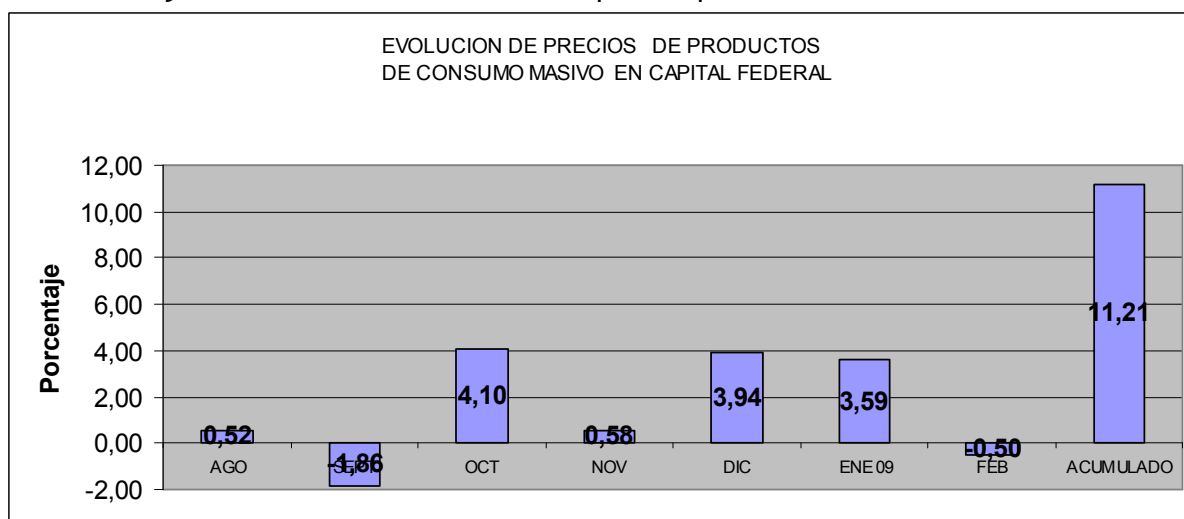
- En lo referente a “**Servicios básicos del hogar**” se observa una baja para el mes de Febrero’09 de 1.48 %, producto fundamentalmente del ajuste de los precios de alquileres
El acumulado registra los siguientes valores: de 2.10% en Agosto; 4.11 % en Septiembre; 2.15% en Octubre; 0.54 % en Noviembre; 1.81 en Diciembre, 1.66 en Enero y -1.48 en Febrero, dando un 11.80 % de aumento para el periodo que va de Julio 08 a Febrero 09
- Es necesario aclarar que dicho valor surge de promediar 14 servicios .En el particular caso de los Servicios Públicos se registraron incrementos de una magnitud significativa, a saber: 72.26% el gas, 25.47% la energía eléctrica, 30% las tasas municipales, 20% los impuestos provinciales.
- Es necesario aclarar que la aplicación del programa denominada P.U.R.E está ocasionando la recepción de facturas con mayores incrementos que los recién indicados.



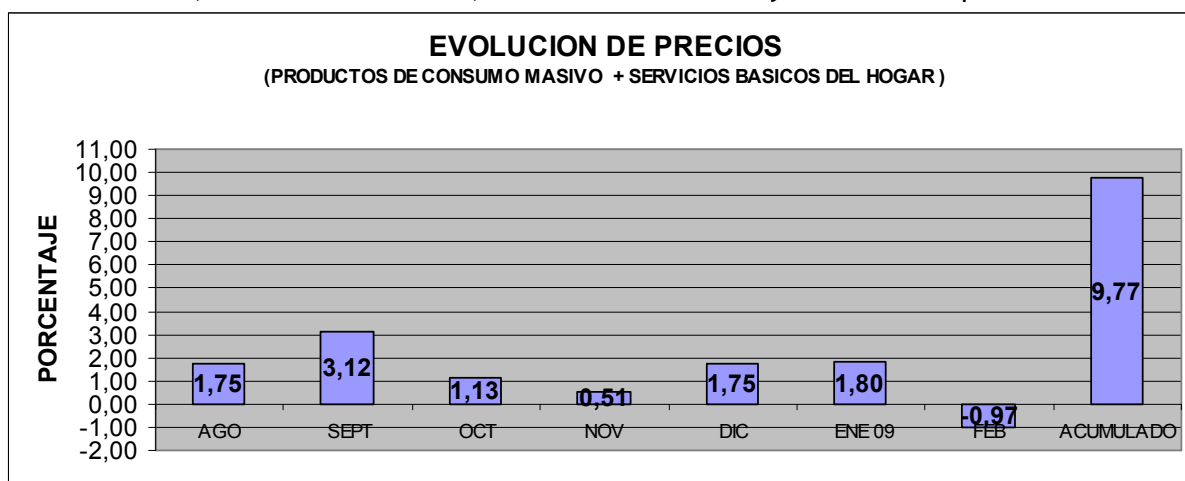
- En lo referente a “**Productos de consumo masivo**” el incremento del mes fue del 0.66 %.-
Es dable observar que los productos cárnicos siguen, al igual que en Enero, recuperando su nivel de precios .
El índice de Febrero, o sea 0.66 %, se acumula a los valores ya registrados: 0.74% En Agosto; 0.23% en Septiembre; -1.98% en Octubre: 0.43% en Noviembre y 1.55% en Diciembre, 2.25% en Enero arrojando un acumulado de 3.90 % para el período Agosto 2008 Febrero de 2009.-



En el caso observado de Capital Federal los registros dan para Febrero una baja de 0.50 %. Esto se acumula a los valores ya registrados: 0.52% en Agosto, -1.86% en Septiembre, 4.10% en Octubre: 0,58 % en Noviembre; 3.94% en Diciembre y 3.59% en Enero y -0.50 en Febrero arrojando una acumulado de 11.21% para el periodo de los últimos 7 meses.-



- Por 4to mes consecutivo se registraron aumentos en los productos de consumo masivo, revirtiendo la desaceleración de los valores registrados en los meses anteriores a Octubre.-.
- Considerando, y ponderando ambas canastas, Febrero registra una baja de -0.97% El acumulado de 7 meses es de de 9.77% y se compone de los valores ya registrados: 1.75% en Agosto, 3.13% en Septiembre, 1.13% en Octubre; 0.51% en Noviembre, 1.75% en Diciembre, 1.80% en Enero 2009 y -0.97% en el presente mes.



- En Febrero 2009 se requieren \$ 320, 64 más que en el mes de Julio 2008 para realizar la misma compra de los bienes y servicios objeto de ésta medición.
- Nuevamente reiteramos que “la incertidumbre ante la crisis financiera y bursátil mundial y nacional, el alza del precio del dólar, la desconfianza ante la futura marcha de la economía, son cuestiones macroeconómicas que parecen haber trasladado sus dudas e interrogantes a los precios de los productos de consumo masivo, registrándose alzas y bajas de una notable magnitud, que se promedian y su efecto se atenúa al tomar el total de compra de los 47 artículos.”
Remarcamos, y reiteramos, en el presente informe que contrariamente a lo esperado en periodo de incertidumbres o disminución de operaciones no se observan disminuciones generalizadas o estancamiento en los precios sino que, por el contrario, se continúan produciendo alzas.
- Es dable destacar que, en el período de 7 meses, en San Pedro algunos productos superan el 100 % de aumento (caso de jabón de lavar y naranjas frescas). No coincidimos con aquellas explicaciones que hablan -solamente de estacionalidad, aunque no puede ignorarse su efecto. La estacionalidad no se observa en otros productos que por el verano disminuyen su consumo pero no disminuyen su precio (café, harina de maíz, mermeladas)
- Continúa el período de fuerte recomodamiento de precios de consumo masivo donde los promedios poco aportan para comprender la magnitud del proceso. Sería dable analizar si dichos movimientos obedecen a cambios en los costos de compra o solo son movimientos en virtud de cambios en la demanda de los compradores.

- En San Pedro, la brecha de precios entre el lugar mas caro y el mas barato ha ido reduciendo paulatinamente: Julio 11,90%, Agosto 10.54%, Septiembre 9.41%, Octubre 8.50%, Noviembre 9.67%, Diciembre 10.80%, Enero 7.17 % y Febrero 6.08.-
- Observando la evolución de precios en el periodo de 7 meses los cambios -producto a producto- son de una magnitud mucho mayor en San Pedro. Localmente se observa que 46 de los 47 los productos observados variaron su precio (32 subas y 14 bajas).
- Aunque no en forma generalizada, comienza a observarse en los precios de servicios (caso alquileres) la reacción a la menor demanda, a través de una reducción de precios y reconsideración de pautas de ajustes anteriormente convenidas.
El resto de los ítems observados no pareciera registrar, tanto a nivel local como nacional, el impacto de la crisis internacional.

SAN PEDRO, 28 de Febrero de 2009.-

ANEXO: METODOLOGIA

A) METODOLOGÍA PARA LOS PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

Se realizó a través de una grilla elaborada especialmente con la que se recolectó información en tres autoservicios de la ciudad de San Pedro y uno de Buenos Aires (en la modalidad de venta virtual)

La información fue relevada en la 3º semana de los respectivos meses.

La grilla fue completada in situ por alumnos de 2º año de la carrera Técnico Superior en Administración Contable quienes acreditaron su identidad a los responsables de los comercios.

Los tres establecimientos de San Pedro fueron elegidos por su ubicación, dado que están emplazados en distintas zonas geográficas de la ciudad y reciben diversos grupos poblaciones como clientes.

Operacionalización de las variables:

Las variables seleccionadas fueron: producto, presentación (tipo de envase) y cantidad contenida, marca y cantidad consumida mensualmente.

Producto:

Para realizar el presente estudio se utilizó una grilla de productos especialmente diseñada, compuesta por 47 artículos de consumo masivo.

Parte de los mismos integran la llamada “Canasta Básica de Alimentos” que define el INDEC. A esta canasta se le han adicionado algunos artículos de consumo masivo de orden alimentario, de higiene personal y de limpieza del hogar a fin de contar con un espectro mayor de productos.

En esta investigación no se incluyen - aunque no se descarta hacerlo en futuros trabajos- a los servicios personales y del hogar (peluquería, cable, medicina, teléfono, transporte, etc) vivienda, cuidado de la salud, mantenimiento del hogar, ropa y calzado, esparcimiento, etc.

Presentación: atento la incidencia que tienen en los precios las distintas formas posibles - packaging-en las que se presenta un producto (por ejemplo en el caso de la leche:sachet, botella plástica, tetra-pack, lata, etc.) se utilizan para esta investigación los envases de consumo masivo.

Marcas seleccionadas: se recolectó información sobre marcas de plaza disponibles en los tres autoservicios objeto del relevamiento. La referencia a las mismas solo tiene carácter enunciativo, pretende aportar claridad y evitar errores en la etapa del relevamiento y en las posteriores comparaciones.

Cantidad consumida: Las cantidades consumidas mensualmente fueron estimadas para un grupo familiar de 2 adultos y 2 menores.

Se recopiló información de los siguientes productos:

Producto	Presentación	Unidad de medida de compra	Marca	Cantidad consumida	Unidad de Medida de consumo
Comestibles Envasados					
Aceite mezcla	1,50	lts.	Marolio	3,60	lts.
Arroz	1,00	kgs.	Gallo	1,89	kgs.
Azucar	1,00	kgs.	Ledesma	4,32	kgs.
Café	0,25	kgs.	Marolio	0,25	kgs.
Fideos de guiso	0,50	kgs.	Marolio	3,87	kgs.
Galletitas de agua	3,00	paq	Criollitas x 3	9,00	paq.
Harina común	1,00	kgs.	Chacabuco	3,06	kgs.
Huevos blanco	1,00	doc	-----	2,00	doc
Leche común	1,00	lts.	Argenlac	12,00	lts.
Leche larga vida	1,00	lts.	Veronica	12,00	lts.
Manteca	0,10	kgs.	Veronica	0,50	kgs.
Mermeladas	0,45	kgs.	Arcor	0,72	kgs.
Pan	1,00	kgs.	-----	18,18	kgs.
Polenta	0,50	kgs.	Arcor	0,63	kgs.
Queso mantecoso	1,00	kgs.	Veronica	0,81	kgs.
Sal fina	0,50	kgs.	Dos Anclas	0,45	kgs.
Salchichas 6 unidades	1,00	unid	Vienisima	6,00	unid
Salsa de tomate	0,95	lts.	La Campanogla	2,00	lts.
Yerba mate	0,50	kgs.	Cruz Malta	1,80	kgs.
Carnes					
Asado	1,00	kgs.	-----	4,00	kgs.
Carne Picada común	1,00	kgs.	-----	4,00	kgs.
Cuadrada	1,00	kgs.	-----	4,00	kgs.
Nalga	1,00	kgs.	-----	4,00	kgs.
Pollo	1,00	kgs.	-----	2,81	kgs.
Prod. de Limpieza					
Crema Enjuage	1,00	lts.	Plusbell	1,00	lts.
Detergente	1,00	lts.	Ala	1,00	unid
Jabón de lavar	1,00	unid	Espuma	4,00	unid
Jabón de tocador	3,00	unid	Palmolive x 3	6,00	unid
Jabón en polvo	1,00	kgs.	Ala	1,50	kgs.
Lavandina	1,00	lts.	Mary	3,00	lts.
Papel Higienico	6,00	unid	Fiesta	12,00	unid
Pasta Dental	25,00	grs.	Colgate	75,00	grs.
Shampoo	1,00	lts.	Plusbell	1,00	lts.
Trapo de piso	1,00	unid		1,00	unid
Frutas y Verduras					
Banana	1,00	kgs.	-----	3,00	kgs.
Batatas	1,00	kgs.	-----	2,07	kgs.
Lechuga	1,00	kgs.	-----	2,50	kgs.
Mandarina	1,00	kgs.	-----	3,00	kgs.
Manzana	1,00	kgs.	-----	3,00	kgs.
Naranja	1,00	kgs.	-----	3,00	kgs.
Papas	1,00	kgs.	-----	21,15	kgs.
Tomate	1,00	kgs.	-----	2,50	kgs.
Zanahoria	1,00	kgs.	-----	2,50	kgs.
Zapallo	1,00	kgs.	-----	2,50	kgs.
Bebidas					
Bebida sin alcohol	1,50	lts.	Terma Serrano	6,10	lts.
Gaseosa	2,50	lts.	Tai	6,10	lts.
Vino Común de mesa	1,00	lts.	Termidor	15,00	lts.

B) METODOLOGÍA PARA LA CANASTA DE SERVICIOS BASICOS

Recolección de datos:

La información fue relevada a través de técnicas mixtas como relevamientos directos, entrevistas personales, consultas telefónicas, información estadística, etc.

Operacionalización de las variables:

Las variables seleccionadas fueron: servicio, característica de la prestación, y cantidad consumida mensualmente. Se recopiló información de los siguientes servicios:

Servicio	Característica de la prestación	Consumo
Abono a Sistema de Cable	Abono simple de sistema de televisión por cable	1
Alquiler de Vivienda	Valores promedios para departamento de 2 dormitorios o casa con 2 dormitorios en zona urbana	1
Cuota de Club	Valor promedio de 2 clubes ribereños p/grupo familiar	4
Cuota de Colegio Privado	Valor promedio de 2 colegios y 2 jardines	2
Combustibles	Valor promedio de canasta de 8 combustibles	55 lts
Electricidad	Cargo fijo+Consumo mensual+impuestos	250kw
Expensas y Gastos Vivienda	En caso de alquiler de departamento /casa	1
Gas Natural	Cargo fijo+Consumo mensual+impuestos	200m3
Medicamentos	Valor de consumo mensual para los 5 medicamentos mas recetados	5
Medicina Prepaga	Valor promedio de plan básico de tres prepagas, para grupo familiar	1
Servicio de Mensajería	Valor mínimo para zona urbana	12
Servicio de Remisse	Valor de viaje corto en zona urbana	8
Tasas municipales e Inmobiliario	Valor mensual promedio para propiedad tipo en zona urbana	1
Teléfono Fijo	Cargo fijo + 5 llamadas locales diarias de 5min c/u en horario de tarifa normal + 2 llamadas diarias de 5 minutos c/u en tarifa reducida	1

Seguidamente se brinda información sobre los criterios utilizados en la elaboración de la grilla.

Servicio:

Para realizar el presente estudio se utilizó una grilla especialmente diseñada, compuesta por 14 servicios.

Los mismos integran, junto a otros servicios, la medición que el INDEC incluye en el denominado IPC (Índice de Precios al Consumidor Nivel General)

Característica de la prestación:

Atento la variedad de oferta y la consecuente disparidad de valores en algunos de los ítems (caso de vivienda, valor de medicina prepaga, uso de telefonía, uso de energía, uso de gas) se trabajó con valores promedio de plaza.

Cantidad consumida: Las cantidades consumidas mensualmente fueron estimadas para un grupo familiar de 2 adultos y 2 menores.

El consumo se estima sobre base mensual, aunque la forma de facturación sea otra (caso del gas, tasas, impuestos, etc.)