



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

# INFORME ANUAL SOBRE PRECIOS

AGOSTO 2008 AGOSTO 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

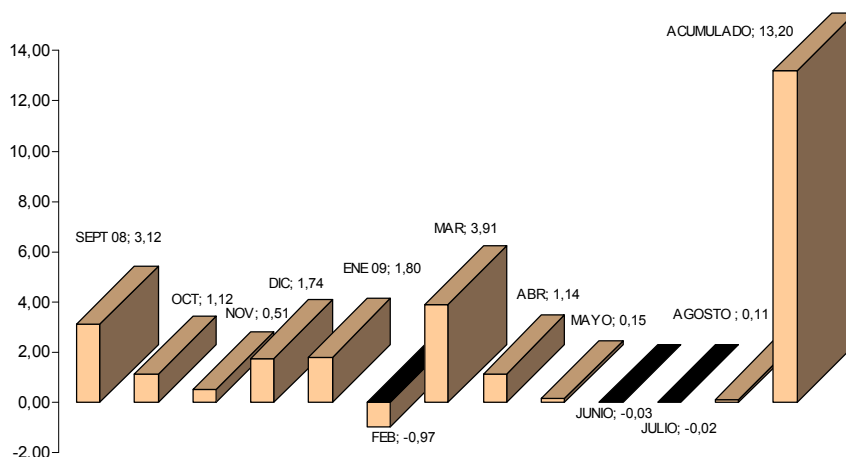
[www.cedelargentina.org](http://www.cedelargentina.org)  
[info@cedelargentina.org](mailto:info@cedelargentina.org)

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

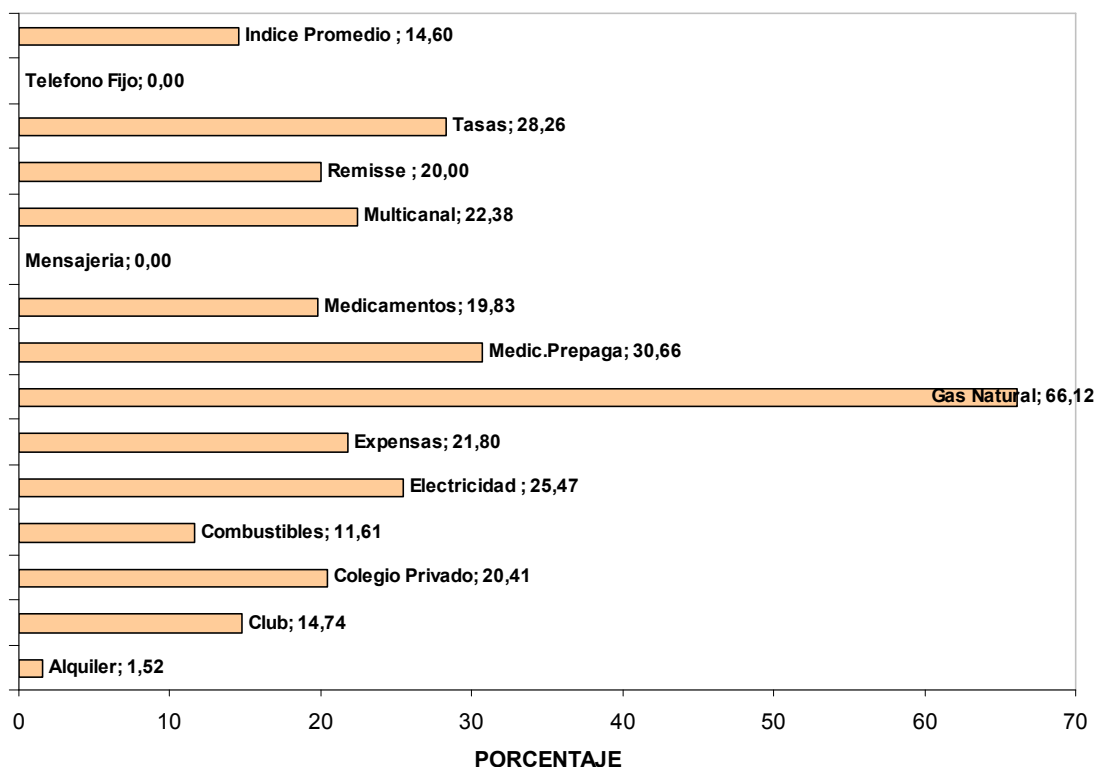
## EL INDICE COMBINADO DE PRECIOS ALCANZA LA CIFRA ANUAL DE 13.20%

- ❖ 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 Agosto 2008 a Agosto 2009
- ❖ La canasta de servicios básicos del hogar recibe el impacto de la aplicación de ajustes, retroactivos, en servicios públicos. Con subas en 9 meses y bajas en 3, arroja un incremento anual promedio del **14.60%**.- En Agosto se atenúa la tendencia alcista merced a la temporaria anulación de los cargos en el gas natural producto del decreto 2067/08, mediante la resolución 828/09 del Enargas que suspende temporalmente la aplicación de los recargos por dicho Decreto.
- ❖ Los productos de consumo masivo tuvieron en el año un incremento anual promedio del **9.08%**, producto de 10 meses de subas y 2 de bajas. En Agosto se alcanza el mayor % de crecimiento en 12 meses: 2.92%. Se observa que el acumulado del 2009 es de 8.87 %
- ❖ Los valores y la plaza de alquileres continúan evidenciando 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 **21.26 %** de incremento en el periodo anual, un porcentaje superior al de los comercios locales.-

### VARIACION ANUAL



## EVOLUCION ANUAL DE PRECIOS DE SERVICIOS BASICOS DEL HOGAR



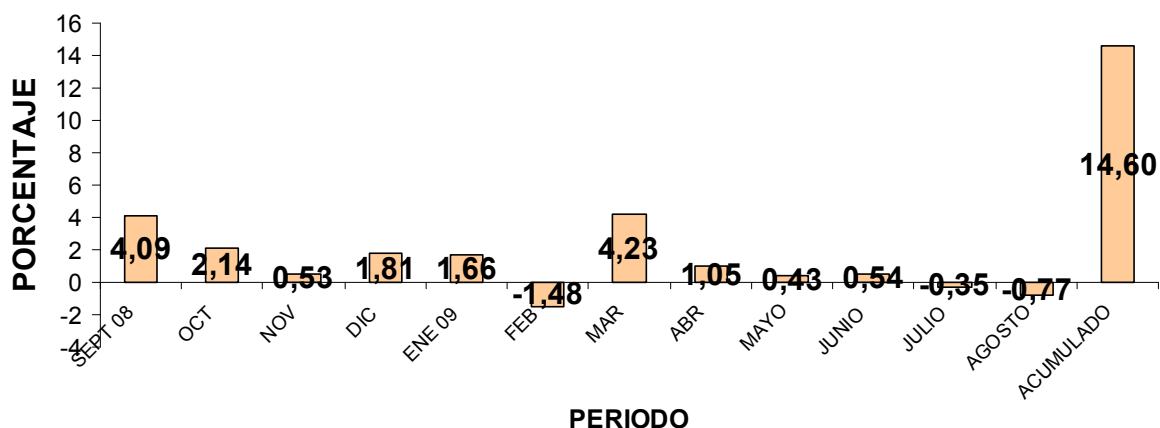
### EL INDICE DE PRECIOS DE SERVICIOS BASICOS DEL HOGAR ALCANZA LA CIFRA ANUAL DE 14.60%

- ❖ 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 9 meses y bajas en solo 3.
- ❖ A excepción de la telefonía fija y la mensajería todos los servicios tuvieron incrementos en el período anual.
- ❖ El ajuste en el Gas Natural que había ascendido hasta Julio, en promedio anual, al 221.53 %, reduce en Agosto su incidencia. Recordamos que dicho porcentaje surgía como consecuencia de la aplicación de nuevas tarifas y del Decreto 2067/08 que constituyó un fondo fiduciario para atender importaciones de gas. En el nivel de consumo medido implicaba que cada 10\$ facturados 3,4\$ fuesen 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 y a que en Agosto se da a conocer una resolución del Enargas, N°828/09, que suspende, por el período Junio-Septiembre la aplicación del decreto 2067/08. Por ello en la medición para los últimos 12 meses el índice se reduce del 221.53% al 66.12% de aumento.
- ❖ 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 %**

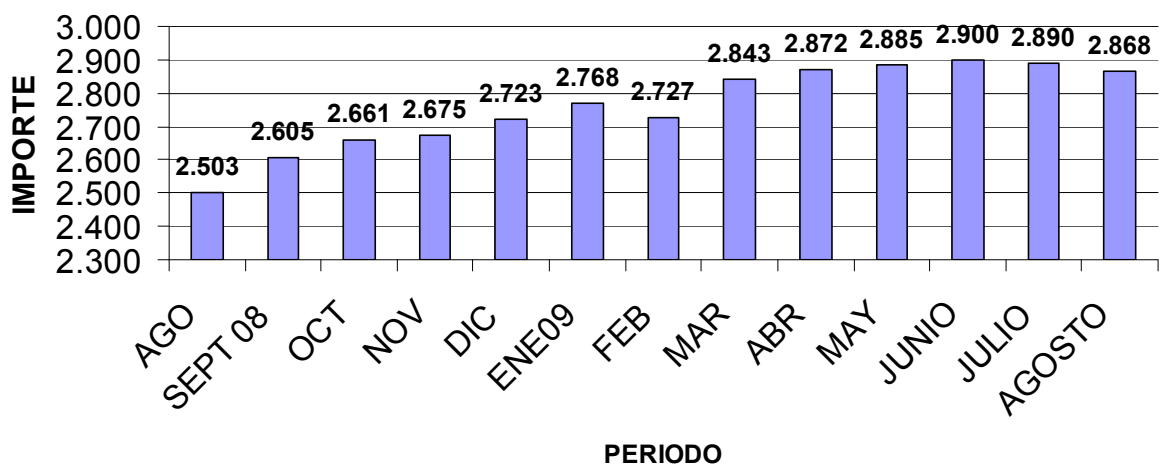
**El retroceso de Agosto es producto, fundamentalmente, de la anulación temporaria de los incrementos en el Gas Natural.**

### EVOLUCION DE PRECIOS DE SERVICIOS DE BASICOS DEL HOGAR

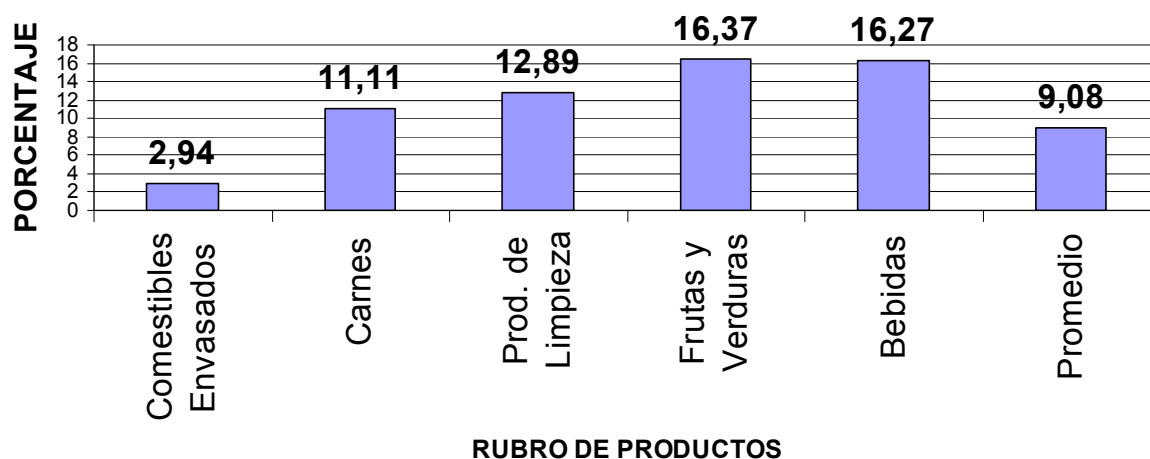


**En Agosto de 2009 se requiere de 2.868 \$ para la adquisición de los 14 servicios, es decir 365 \$ más que un año atrás**

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



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

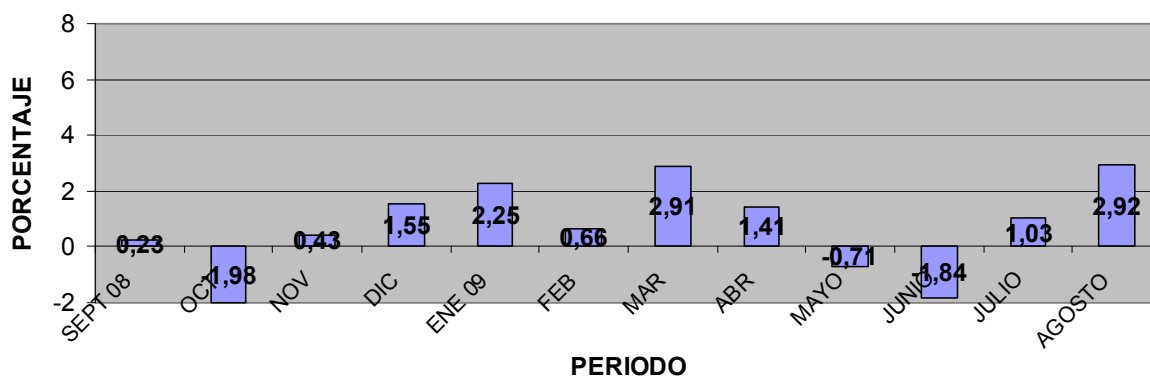


### EL INDICE DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO ALCANZA LA CIFRA ANUAL DE 9.08%

- ❖ 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 Frutas y Verduras, el mayor incremento anual, con un 16.37% reflejan 7 meses de subas y 5 de bajas.
- ❖ Las "Bebidas" alcanzaron un 16,27 % de incremento, merced a 8 meses de subas y 4 con bajas. Este rubro viene acumulando subas desde Abril 09. Fueron el 2º rubro en incrementos.
- ❖ Los "Productos de Limpieza" con 7 meses de subas y 5 de bajas registran 12.89% de aumento.
- ❖ Las "Carnes" tuvieron un 11.11 % de incremento. Esto último influye fuertemente en la formación del índice. Las subas, en 6 meses, han sido observadas fundamentalmente en el año 2009.-
- ❖ En ésta medición anual los "Comestibles envasados" con 2.94% registran la menor variación.

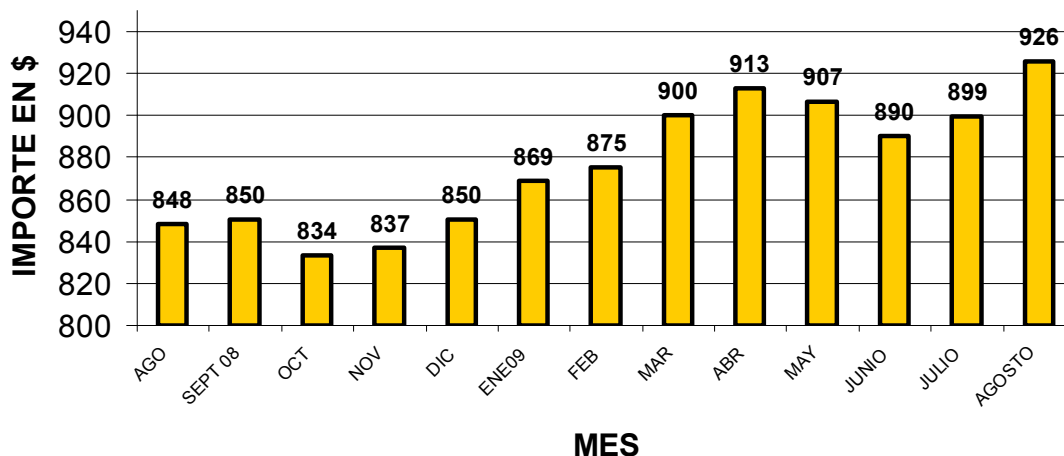
## En Agosto 2009 se produce la mayor variación mensual de los “Productos de Consumo Masivo”: 2.92 %

EVOLUCION DE PRECIOS  
DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO



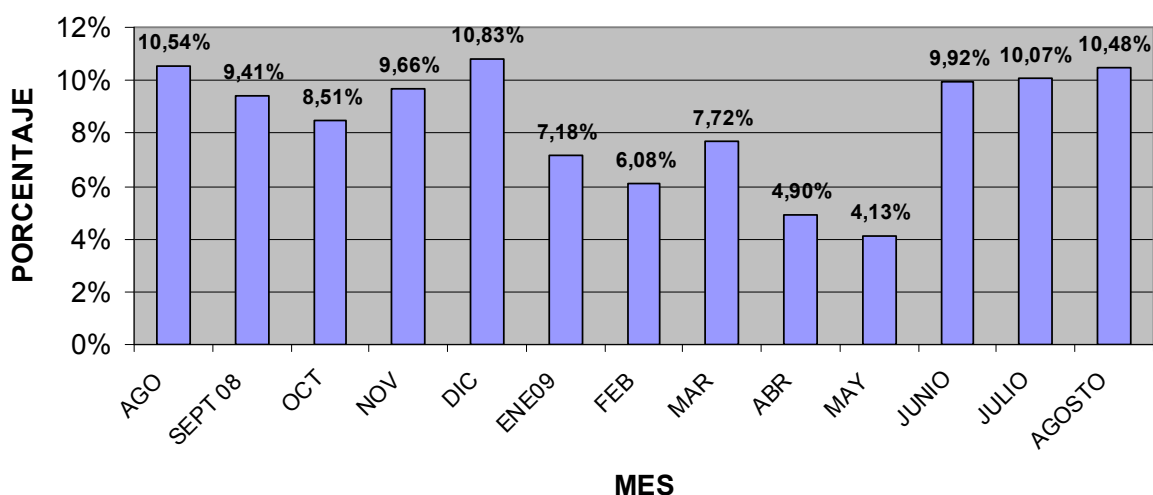
En Agosto de 2009 se requiere de 926 \$ para la adquisición de los 47 productos, es decir 78 \$ más que un año atrás.-

EVOLUCION DE GASTO PROMEDIO  
PARA LA COMPRA DE 47 ARTICULOS



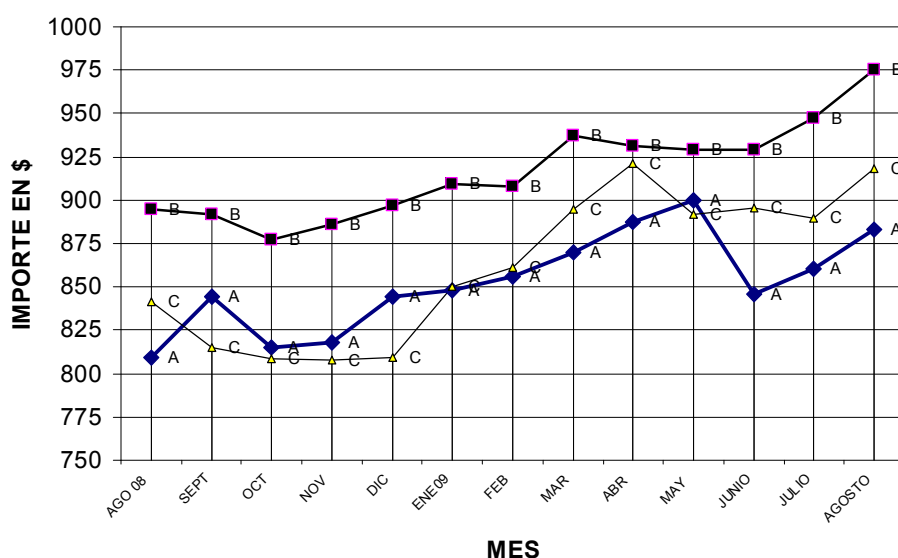
**10%** es la diferencia entre el lugar más barato y el lugar más caro para efectuar la misma compra, habiendo tenido máximos cercanos al 11% y mínimos del 4%

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

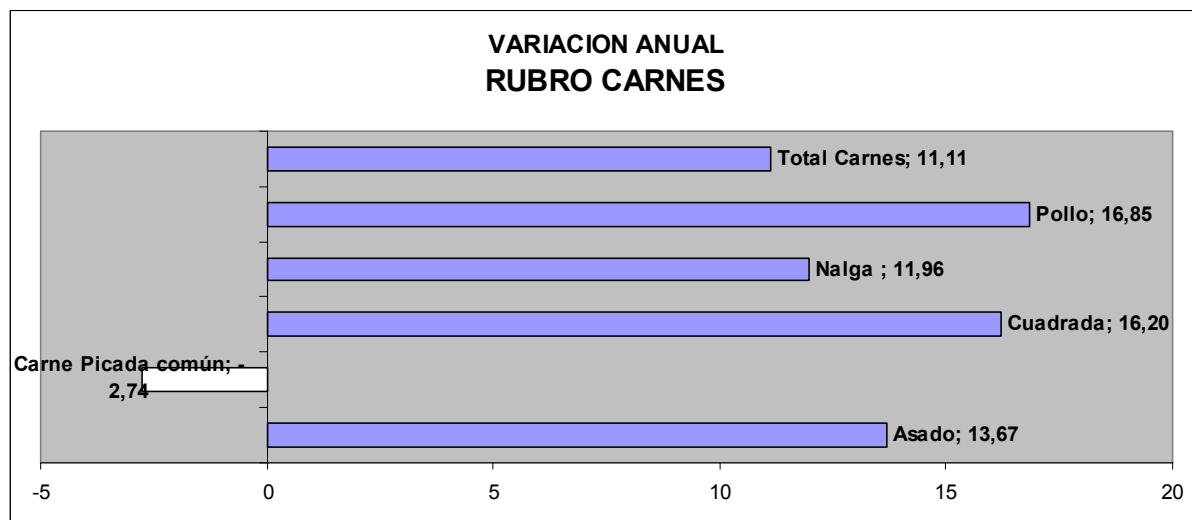
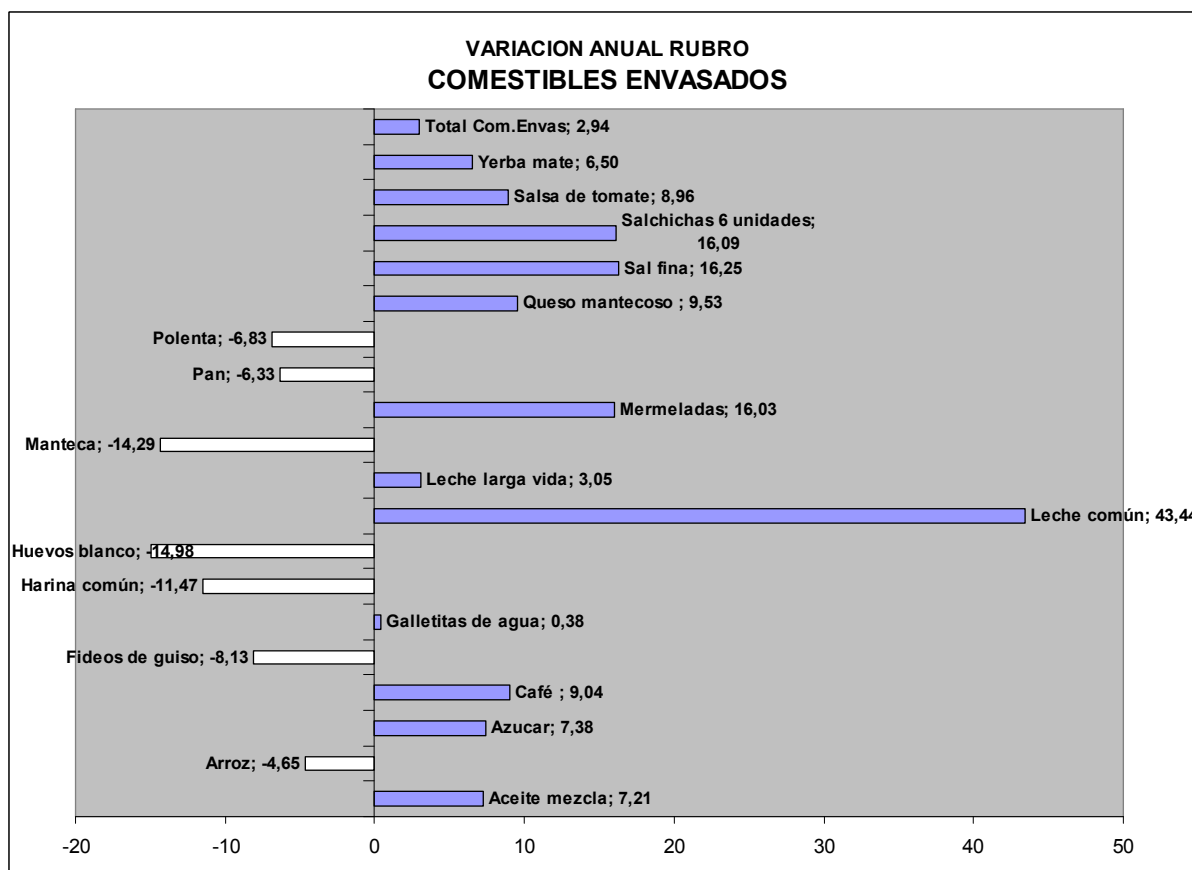


**El Supermercado denominado "B" ha sido a lo largo de los 12 meses el más caro. A y C se alternaron como lugar mas barato para efectuar la misma compra.**

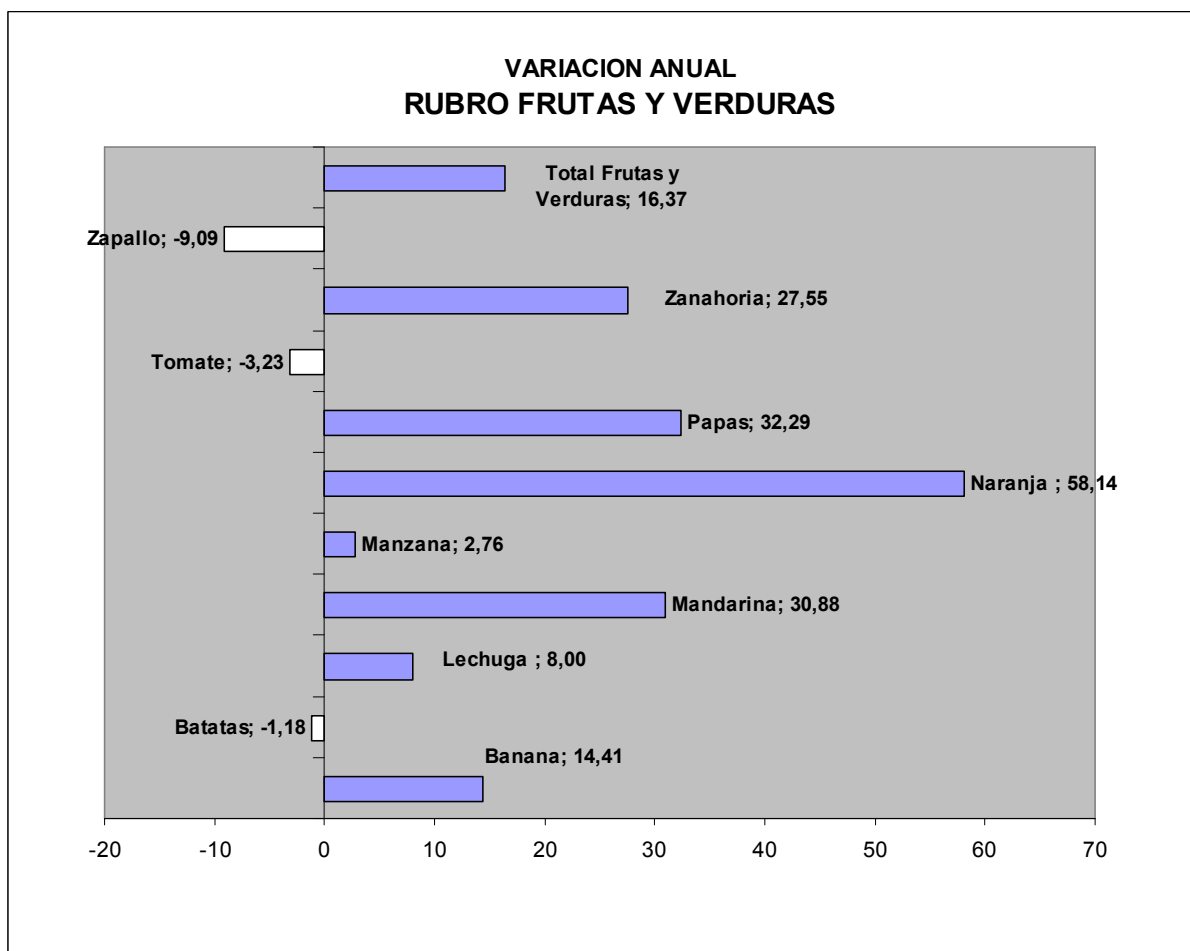
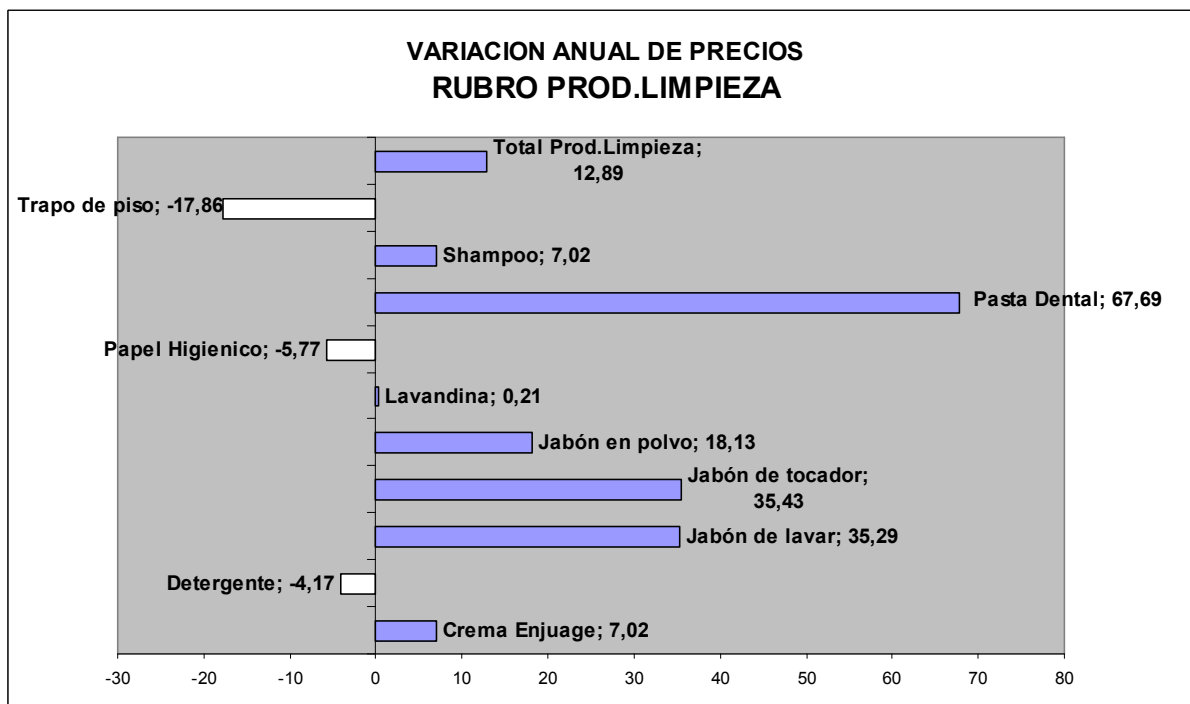
### GASTO SEGUN LUGAR DE COMPRA



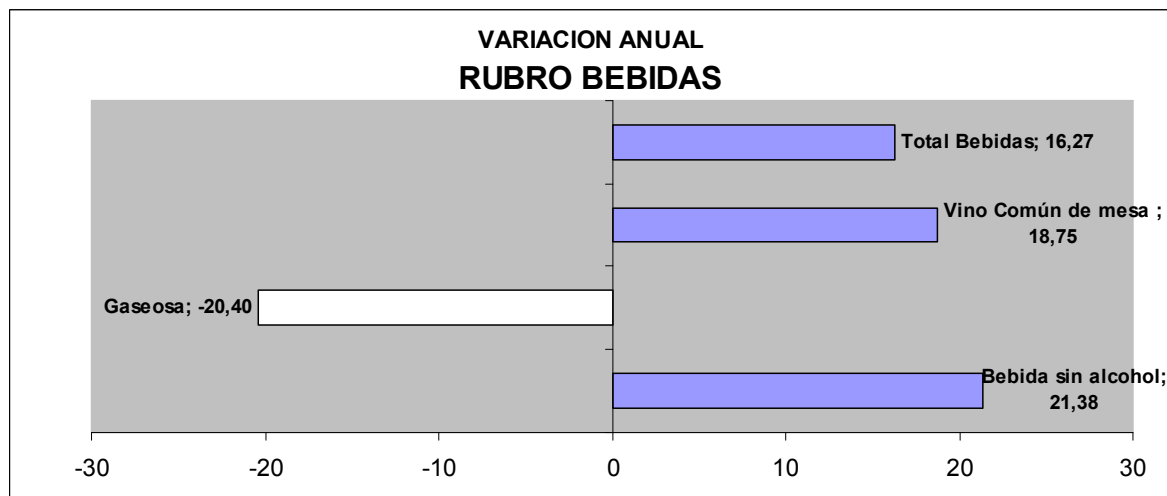
# VARIACIONES INDIVIDUALES DE LOS 47 PRODUCTOS



## VARIACIONES INDIVIDUALES DE LOS 47 PRODUCTOS



## VARIACIONES INDIVIDUALES DE LOS 47 PRODUCTOS



## RESUMEN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

- ❖ Un total de 32 productos tuvieron SUBAS y 15 experimentaron BAJAS en sus precios promedio.
- ❖ Las cinco mayores subas se dieron en los siguientes productos: Pasta Dental 67.69%, Naranjas 58,14% , Leche Común 43.44% , Jabón de Tocador 35.43, Jabón de Lavar 35.29%
- ❖ Las cinco mayores bajas se dieron en los siguientes productos: Gaseosas -20.40%, Trapo de Piso -17.86%, Huevos Blancos -14.98%, Manteca -14.29% y Harina Común en un -11.47% ,

Producto	variación anual %
Asado	13,67
Aceite mezcla	7,21
Bebidas sin Alcohol	21,38
Carne Picada	-2,74
Cuadrada	16,20
Leche Común	43,44
Leche Larga Vida	3,05
Nalga	11,96
Pan	-6,33
Papas	32,29
Pollo	16,85
Salchichas	16,09
Vino Común de Mesa	18,75

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

## **FICHA TECNICA**

Periodo relevado: Julio de 2008 a Agosto 2009

Periodo objeto del presente informe: Agosto 2008 a Agosto 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: 1986 para los productos y 972 para los servicios.

Cantidad de observaciones realizadas para caso testigo: 662 observaciones.

Publicaciones realizadas: 13

Más detalles sobre metodología utilizada 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  
AGOSTO DE 2009**