



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**

**ENERO DE 2009**

Pese a la crisis internacional, sus innumerables efectos, y sus inocultables consecuencias en Argentina y por ende en San Pedro y su zona, Enero de 2009 ha sido el mes de mayor variación de precios en los productos de consumo masivo del período analizado. Asimismo se registran incrementos de magnitud significativa en algunos servicios públicos, tasas municipales e impuestos provinciales.-

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

PERIODO	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Costo Total	Variación %	Variación %	Variación %	Variación %	Variación %	Variación %	Variación %
SERVICIO	Jul 08	Ago	Sept	Octubre	Nov	Dic	Ene09	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene 09	Acumulada
Abono a Sistema de Cable	84,90	84,90	94,90	94,90	94,90	94,90	<b>94,90</b>	0,00	11,78	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>11,78</b>
Alquiler de Vivienda*	988,42	1.003,47	1.018,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	<b>1.068,75</b>	1,52	1,52	4,91	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>8,13</b>
Cuota de Club	114,00	142,50	142,50	142,50	142,50	142,50	<b>142,50</b>	25,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>25,00</b>
Cuota de Colegio Privado	117,55	118,66	120,60	121,48	121,67	137,59	<b>137,59</b>	0,95	1,64	0,73	0,15	13,09	<b>0,00</b>	<b>17,05</b>
Combustibles	148,86	152,73	152,79	157,24	157,24	157,58	<b>157,68</b>	2,60	0,04	2,91	0,00	0,22	<b>0,06</b>	<b>5,92</b>
Electricidad	76,77	76,77	76,77	76,77	90,11	90,11	<b>96,33</b>	0,00	0,00	0,00	17,37	0,00	<b>6,91</b>	<b>25,47</b>
Expensas y Gastos Vivienda	122,33	122,33	122,33	122,33	122,33	122,33	<b>122,33</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Gas Natural	42,05	42,05	42,05	42,05	42,40	48,30	<b>72,43</b>	0,00	0,00	0,00	0,84	13,93	<b>49,93</b>	<b>72,26</b>
Medicamentos **	43,34	45,94	48,70	49,04	49,39	49,74	<b>50,37</b>	6,00	6,02	0,69	0,72	0,72	<b>1,26</b>	<b>16,23</b>
Medicina Prepaga	544,61	544,61	617,00	617,00	617,00	642,77	<b>642,77</b>	0,00	13,29	0,00	0,00	4,18	<b>0,00</b>	<b>18,03</b>
Servicio de Mensajería ***	36,00	48,00	48,00	48,00	48,00	48,00	<b>48,00</b>	33,33	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>33,33</b>
Servicio de Remisse	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	<b>44,00</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
Tasas municipales e Inmobiliario	35,54	35,54	35,54	35,54	35,54	35,54	<b>45,58</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>28,25</b>	<b>28,25</b>
Teléfono Fijo	45,04	45,04	45,04	45,04	45,04	45,04	<b>45,04</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total</b>	<b>2.439,40</b>	<b>2.502,53</b>	<b>2.604,98</b>	<b>2.660,64</b>	<b>2.674,86</b>	<b>2.723,17</b>	<b>2.768,28</b>	<b>2,59</b>	<b>4,09</b>	<b>2,14</b>	<b>0,53</b>	<b>1,81</b>	<b>1,66</b>	<b>13,48</b>

\*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 ajustes de medicamentos similares, en base a datos suministrados por farmacias de plaza.

\*\*\* Observación sobre Servicio de Mensajería: se corrige en Enero 09 el valor indicado en el período Agosto-Diciembre, de \$ 36 a \$ 48.-

#### 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](http://www.cedelargentina.org) dirección electrónica [info@cedelargentina.org](mailto: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 en el presente mes se aplica el incremento de Tasas a nivel municipal (30%) e Impuesto Inmobiliario (20%) a nivel provincial.

-Por cuarto mes consecutivo no se verifican aumentos en el costo de los alquileres. La plaza se caracteriza por una baja de operaciones y consultas, pero no se registra una reducción en los precios de los mismos.

De lo relevado, y habida cuenta de las observaciones hechas, se observa que hemos tenido en la canasta de servicios básicos del hogar un incremento de 1.66 % en Enero, dando un 13.48% de aumento para el período Agosto'08 -Enero '09.

Contrasta con la medición informada por el INDEC el rubro "Vivienda y Servicios Básicos" que muestra un incremento de 0.20% para Diciembre y 0.57 para el acumulado del período Julio- Diciembre.

**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	Variación	Variación	Variación	Variación	Variación	Variación	Variación
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	%Ago 08	% Sep	% Oct	% Nov	% Dic	% Ene 09	% Acumulada
Comestibles Envasados	339,89	349,37	349,55	339,53	340,66	347,6	343,21	2,79	0,05	-2,87	0,33	2,04	-1,26	0,98
Carnes	255,45	243,92	238,87	235,76	236,3	229,83	242,12	-4,51	-2,07	-1,30	0,23	-2,74	5,35	-5,22
Productos de Limpieza	54,81	57,32	56,42	59,52	61,26	62,73	62,45	4,58	-1,57	5,49	2,92	2,40	-0,45	13,94
Frutas y Verduras	119,7	121,02	127,23	115,47	117,05	129,81	141,30	1,10	5,13	-9,24	1,37	10,90	8,85	18,05
Bebidas	72,32	76,81	78,31	83,27	81,88	80,15	80,20	6,21	1,95	6,33	-1,67	-2,11	0,06	10,90
<b>Importe total 47 artículos</b>	<b>842,17</b>	<b>848,43</b>	<b>850,38</b>	<b>833,55</b>	<b>837,15</b>	<b>850,12</b>	<b>869,28</b>	<b>0,74</b>	<b>0,23</b>	<b>-1,98</b>	<b>0,43</b>	<b>1,55</b>	<b>2,25</b>	<b>3,22</b>

**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 **2.25%** más en Enero que en el pasado mes de Diciembre.
- Así, Enero 2009 registra el mayor incremento en el periodo observado.
- Es de hacer notar que luego de 5 meses de retroceso en los precios de la carne, en Enero se registra un incremento del 5.35 %.-
- El rubro “Frutas y Verduras” lidera los incrementos del semestre con 18.05%, seguido de “Productos de Limpieza” con 13.94% y “Bebidas” con 10.90%
- La variación acumulada, influenciada por la baja del 5.22% del rubro “Carnes” es de 3.22 % para el periodo Agosto 2008 -Enero 2009 (6 meses), recuperándose así los valores anteriores y aumentando por tercer 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 3° semana de Diciembre a 3ª semana de Enero 2009

Productos	Variación Enero 09		Variación - Enero 09 CAPITAL Y GBA	
	SAN PEDRO			
<b>Comestibles Envasados</b>				
Aceite mezcla	0,00	%	0,00	%
Arroz	-0,73	%	0,00	%
Azúcar	0,00	%	-0,47	%
Café	0,00	%	21,57	%
Fideos de guiso	-23,08	%	0,00	%
Galletitas de agua	0,00	%	0,00	%
Harina común	3,37	%	-3,64	%
Huevos blanco	-6,62	%	0,00	%
Leche común	1,63	%	6,56	%
Leche larga vida	0,00	%	-2,47	%
Manteca	2,27	%	0,00	%
Mermeladas	7,43	%	2,46	%
Pan	0,00	%	11,13	%
Polenta	0,00	%	0,00	%
Queso mantecoso	3,20	%	1,93	%
Sal fina	1,25	%	0,00	%
Salchichas 6 unidades	2,50	%	-3,21	%
Salsa de tomate	-6,96	%	0,00	%
Yerba mate	0,00	%	0,00	%
<b>Carnes</b>				
Asado	2,45	%	0,00	%
Carne Picada común	5,19	%	0,00	%
Cuadrada	3,88	%	13,82	%
Nalga	10,88	%	13,82	%
Pollo	2,65	%	0,00	%
<b>Prod. de Limpieza</b>				
Crema Enjuague	1,15	%	0,00	%
Detergente	-8,00	%	-2,46	%
Jabón de lavar	0,00	%	0,00	%
Jabón de tocador	0,00	%	0,00	%
Jabón en polvo	6,30	%	-19,27	%
Lavandina	-9,92	%	-5,92	%
Papel Higiénico	-6,55	%	0,00	%
Pasta Dental	7,41	%	17,47	%
Shampoo	0,28	%	0,00	%
Trapo de piso	0,00	%	0,00	%
<b>Frutas y Verduras</b>				
Banana	4,35	%	12,53	%
Batatas	7,06	%	0,00	%
Lechuga	12,50	%	-57,22	%
Mandarina	0,00	%	0,00	%
Manzana	-5,56	%	130,38	%
Naranja	0,00	%	-42,61	%
Papas	22,34	%	20,08	%
Tomate	12,24	%	20,04	%
Zanahoria	10,20	%	-14,87	%
Zapallo	-2,24	%	-25,13	%
<b>Bebidas</b>				
Bebida sin alcohol	-0,87	%	0,00	%
Gaseosa	18,90	%	0,00	%
Vino Común de mesa	-1,37	%	0,00	%

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

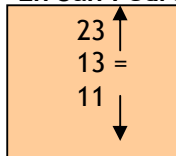
 Proyecto de Investigación aprobado por Resolución 2457/08 de la Dcción. Gral de Cultura y Educación de la Prov. de Bs As  
 Sitio web [www.cedelargentina.org](http://www.cedelargentina.org) dirección electrónica [info@cedelargentina.org](mailto:info@cedelargentina.org)

### En San Pedro

Se observa que de los 47 productos objeto del seguimiento:

- 23 artículos experimentaron suba en sus precios;
- 13 no experimentaron variación en el periodo y
- 11 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 6.50%, siendo 0.28% el mínimo y de 22.34% el máximo de aumento.

En los precios que experimentaron bajas, que son 11, el promedio es del 6.54% siendo el 0.73% la baja menor y 23.08% la disminución máxima.

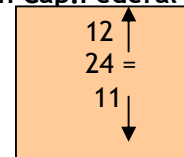
	Subas	Bajas
Máximo	22,34%	-23,08%
Minino	0,28%	-0,73%
Promedio	6,50%	-6,54%

### Capital Federal y GBA (caso testigo)

Se observa que de los 47 productos objeto del seguimiento:

- 12 artículos experimentaron suba en sus precios;
- 24 no experimentaron variación en el periodo ; y
- 11 artículos fueron objeto de reducción en su precio de venta.

### En Cap.Federal



En los precios que experimentaron subas, que son 12, el promedio es del 22.65% siendo 1,93% el mínimo y de 130,38% el máximo de aumento. (Se verifica en el caso de las manzanas que, estacionalmente, duplican largamente su anterior precio).

En los precios que experimentaron bajas, que son 11, el promedio es del 16.11% siendo el 0,47% la baja menor y 57,22% la disminución máxima. (Se verifica en el caso de la lechuga)

	Subas	Bajas
Máximo	130,38%	-57,22%
Mínimo	1,93%	-0,47%
Promedio	22,65 %	-16.11 %

**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 Enero 2009

Productos	Variación Ago08-Ene 09 SAN PEDRO		Variación Ago08-Ene 09 Capital y GBA	
<b>Comestibles Envasados</b>				
Aceite mezcla	-24,33	%	11,94	%
Arroz	-5,49	%	11,31	%
Azúcar	5,07	%	10,36	%
Café	3,11	%	12,55	%
Fideos de guiso	-10,83	%	7,18	%
Galletitas de agua	-2,90	%	5,90	%
Harina común	12,57	%	-1,85	%
Huevos blanco	-6,62	%	-20,26	%
Leche común	-0,79	%	12,07	%
Leche larga vida	2,70	%	15,21	%
Manteca	6,67	%	6,25	%
Mermeladas	10,80	%	6,50	%
Pan	0,64	%	11,13	%
Polenta	-6,85	%	12,11	%
Queso mantecoso	18,35	%	35,92	%
Sal fina	5,19	%	15,18	%
Salchichas 6 unidades	16,04	%	10,53	%
Salsa de tomate	22,50	%	10,98	%
Yerba mate	-5,22	%	0,00	%

<b>Carnes</b>				
Asado	1,77	%	0,00	%
Carne Picada común	-10,06	%	-16,95	%
Cuadrada	-7,95	%	-3,09	%
Nalga	-5,86	%	-3,09	%
Pollo	-4,01	%	4,40	%

<b>Prod. de Limpieza</b>				
Crema Enjuague	8,95	%	24,16	%
Detergente	9,52	%	24,80	%
Jabón de lavar	120,37	%	59,40	%
Jabón de tocador	38,14	%	32,45	%
Jabón en polvo	-4,33	%	16,30	%
Lavandina	-2,16	%	6,71	%
Papel Higiénico	4,23	%	14,54	%
Pasta Dental	37,37	%	20,72	%
Shampoo	9,57	%	24,16	%
Trapo de piso	-6,56	%	0,00	%

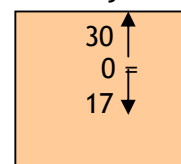
<b>Frutas y Verduras</b>				
Banana	11,11	%	28,65	%
Batatas	3,41	%	0,00	%
Lechuga	50,00	%	-25,06	%
Mandarina	66,67	%	50,17	%
Manzana	9,68	%	100,33	%
Naranja	105,56	%	15,08	%
Papas	13,86	%	50,25	%
Tomate	-11,93	%	20,04	%
Zanahoria	4,85	%	-23,41	%
Zapallo	-11,70	%	-25,13	%

<b>Bebidas</b>				
Bebida sin alcohol	18,88	%	6,90	%
Gaseosa	7,86	%	13,42	%
Vino Común de mesa	8,54	%	3,19	%

### En San Pedro (COMPARACION ACUMULADO PERIODO DE 6 MESES)

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

- 30 artículos experimentaron suba en sus precios; y
- 17 artículos fueron objeto de reducción en su precio de venta.
- Ningún producto mantuvo su precio.



En los precios que experimentaron subas, que son 30, el promedio es del 21.13%, siendo 0.64% el mínimo y de 120.37% el máximo de aumento.

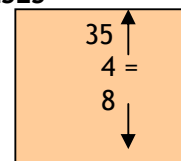
En los precios que experimentaron bajas, que son 17, el promedio es del 7.50% siendo el 0.79% la baja menor y 24.33% la disminución máxima.

	Subas	Bajas
Máximo	120,37%	-24,33%
Minino	0,64%	-0,79%
Promedio	21,13%	-7,50%

### Capital Federal y GBA (caso testigo) COMPARACION DE ACUMULADO DE 6 MESES

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

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



En los precios que experimentaron subas, que son 35, el promedio es del 20.31% siendo 3.19% el mínimo y de 100.33% el máximo de aumento.

En los precios que experimentaron bajas, que son 8, el promedio es del 14.85% siendo el 1.85% la baja menor y 25.13 % la disminución máxima.

	Subas	Bajas
Máximo	100,33%	-25.13%
Mínimo	3,19%	-1,85%
Promedio	20,31 %	-14,85 %

### Comparación San Pedro y Capital Federal-GBA (Acumulado de 6 meses)

En el acumulado del período las variaciones, sea por suba o baja de precios, alcanzan en San Pedro a la totalidad de los productos.

Destacamos que tanto la cuantía de las subas y las bajas -y consiguientemente de los promedios- es de mayor magnitud en San Pedro que en el caso observado de Capital Federal.

#### 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 Enero '09, fue necesario incurrir en el siguiente gasto de acuerdo al lugar en que la compra fuera realizada:

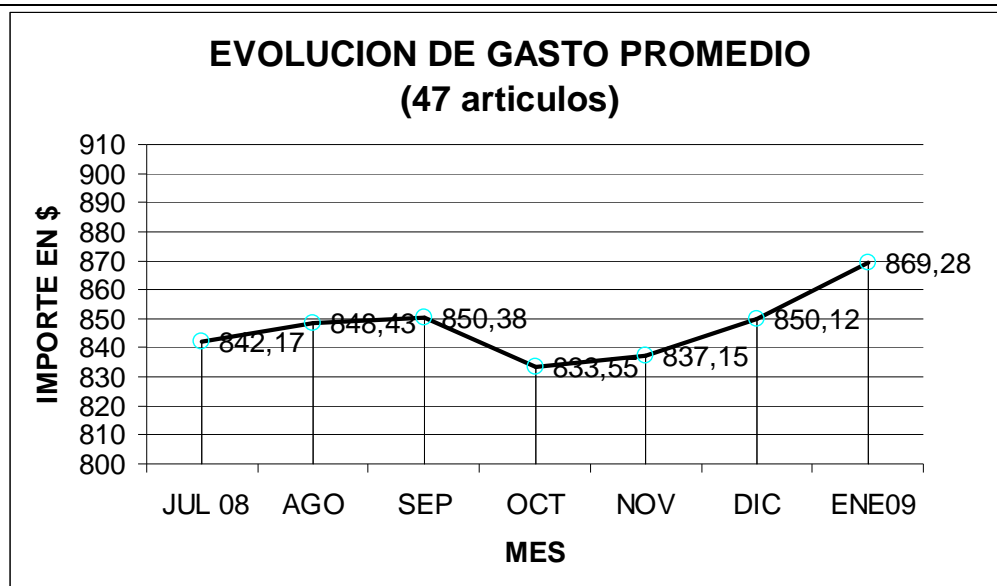
LUGAR DE COMPRA \ GASTO EN EL PERIODO	JUL 2008	AGO 2008	SEP 2008	OCT 2008	NOV 2008	DIC 2008	ENE 2009	VARIACION MES DE ENERO 09	%	VARIACION ACUMULADA DEL PERIODO JULIO 08 A ENERO 09	%
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$				
SUPERMERCADO A	802,26	809,44	844,16	815,23	818,13	844,00	848,31	0,51	%	5,74	%
SUPERMERCADO B	897,95	894,76	891,84	877,08	885,67	897,02	909,21	1,36	%	1,25	%
SUPERMERCADO C	826,31	841,10	815,13	808,33	807,65	809,34	850,32	5,06	%	2,91	%
<b>PROMEDIO SAN PEDRO</b>	<b>842,17</b>	<b>848,43</b>	<b>850,38</b>	<b>833,55</b>	<b>837,15</b>	<b>850,12</b>	<b>869,28</b>	<b>2,25</b>	<b>%</b>	<b>3,22</b>	<b>%</b>

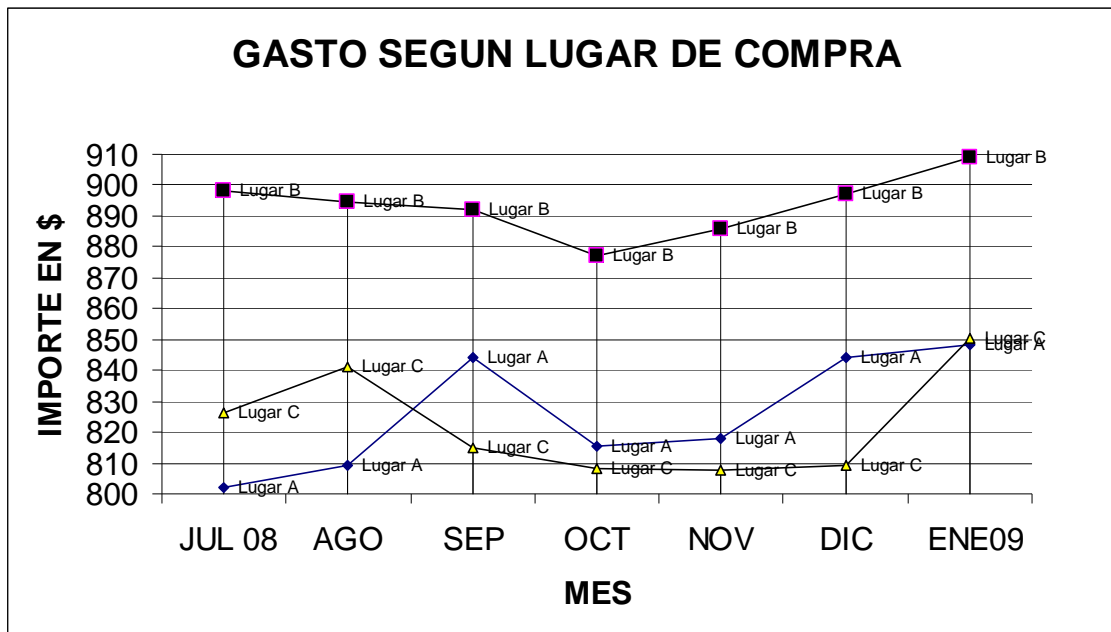
Es dable observar un proceso de reposicionamiento por el cual el supermercado denominado "A" que en Julio era el más barato subió sus precios en el periodo de 6 meses un 5.74% mientras que B y C lo hicieron en menor cuantía ( un 1,25% y 2,91% respectivamente.

Dicho proceso ha modificado, nuevamente la relación de precios entre los tres supermercados: El denominado B continúa siendo el más caro, mientras que el A es nuevamente el más barato.

La relación de precios entre el lugar mas caro y el mas barato que en Julio era 11,90% fue modificándose: en Agosto 10.54%, Septiembre 9.41%, Octubre 8.50%, Noviembre 9.67%, Diciembre 10.80% y Enero 7.17 %.-

**No obstante remarcamos: a iguales productos el poder de compra, en San Pedro, difiere en mas de un 7% entre el supermercado mas barato y el mas caro.-**





#### IV e) Variación porcentual

En el periodo Enero '09 en los tres supermercados relevados, para la compra total - promedio- de los 47 artículos, se registra una **suba de 2.25%**, en tanto que en el caso testigo observado en Capital Federal y GBA se registra una suba del 3.94 %.-

Considerando el periodo de 6 meses en San Pedro el monto necesario para comprar los 47 artículos aumento un 3.22 %, mientras que en Capital Federal y GBA subió un 11.21 %.-

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.

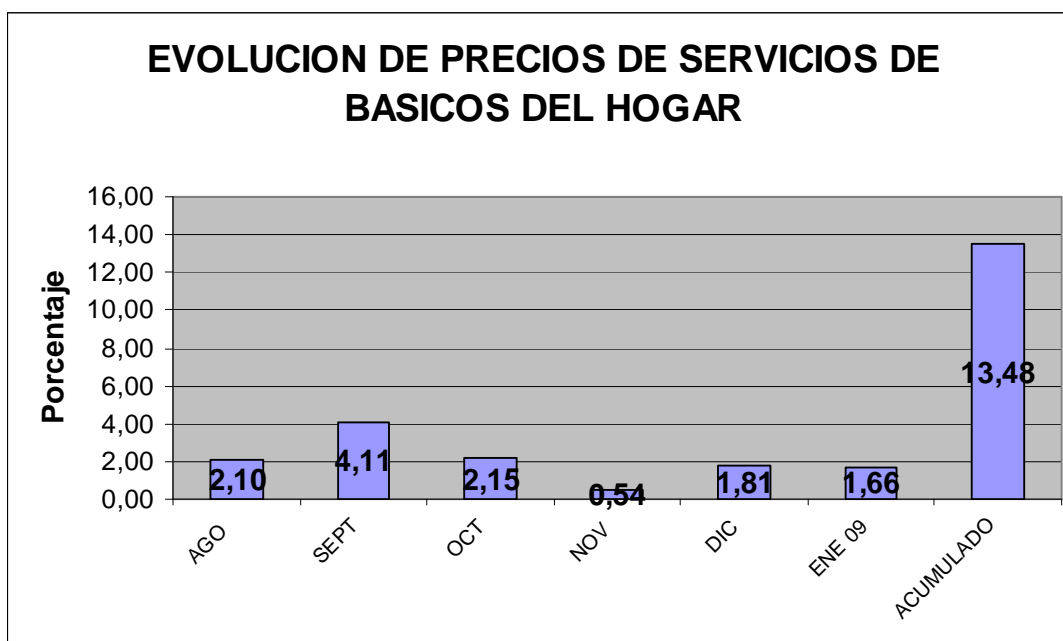
Contrasta con la medición informada por el INDEC el rubro "Alimentos y bebidas" que muestra un incremento de 0.34% para Diciembre y un acumulado para el periodo Julio Diciembre de 1.76%

## V) CONCLUSIONES

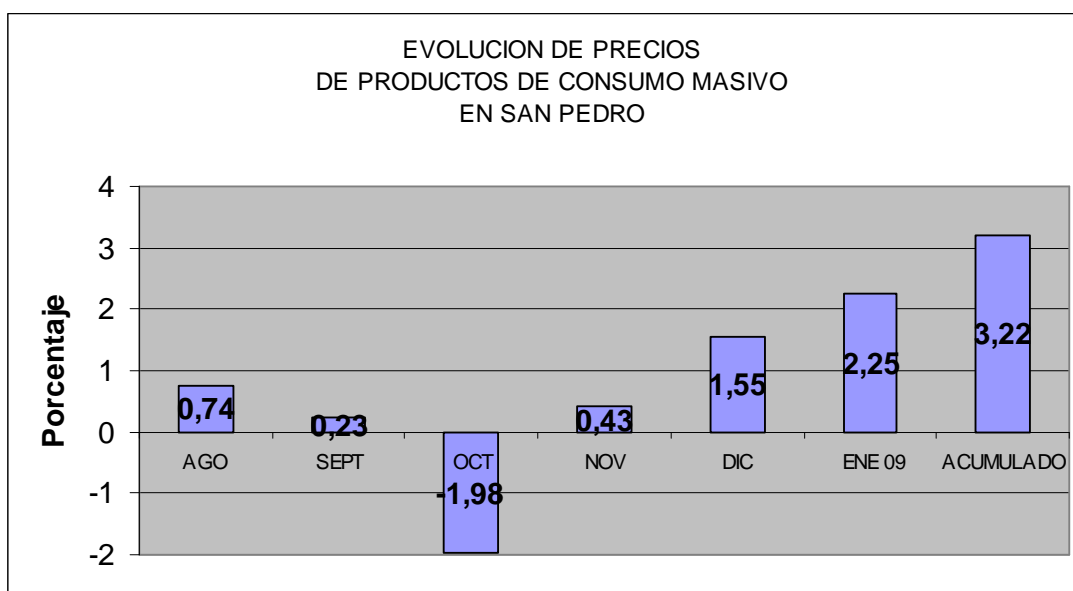
- En lo referente a “Servicios básicos del hogar” se observa un incremento para el mes de Enero’09 de 1.66 %.

Esto se acumula a las ya registrados de 2.10 en Agosto; 4.11 % en Septiembre; 2.15% en Octubre; 0.54 % en Noviembre; 1.81 en Diciembre, dando un 13.48 % de aumento acumulado para el periodo de los últimos 6 meses.

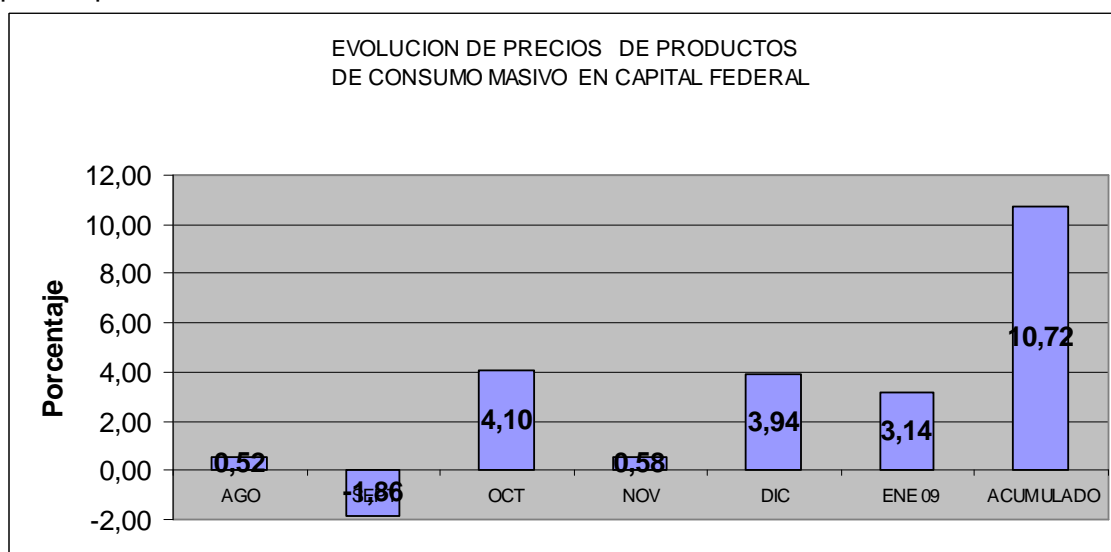
- Es necesario aclarar que dicho valor surge de promediar 14 servicios .En el particular caso de los Servicios Públicos se registran incrementos de una magnitud significativa, a saber: 72.26% el gas, 25.47% la energía eléctrica, 30% las tasas municipales, 20% los impuestos provinciales. Por su parte, la aplicación del programa denominada P.U.R.E está ocasionando la recepción de facturas con mayores incrementos que los recién indicados.



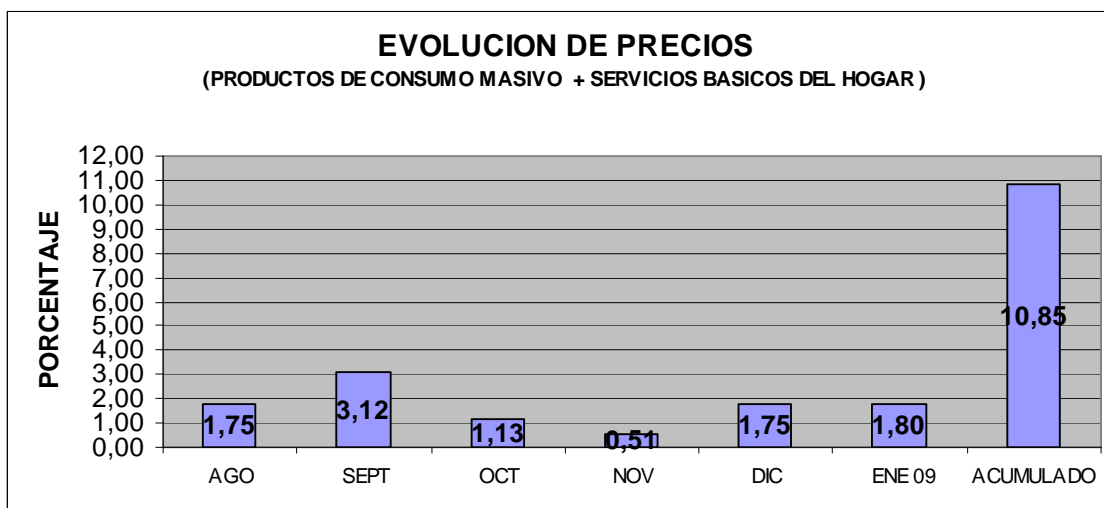
- En lo referente a “**Productos de consumo masivo**” el incremento del período fue del 2.25 %.- Se trata del mayor incremento del periodo que va de Julio 2008 al presente mes de Enero 2009.  
Es dable observar que los productos cárnicos han recuperado, en parte, su Precio.  
El índice de Enero, o sea 2.25%, 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 arrojando una suba de 3.22 % para el periodo de 6 meses.-



En el caso observado de Capital Federal los registros dan para Enero una suba de 3.14 %. 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 arrojando una suba de 10.72% para el periodo de los últimos 6 meses.-



- Los aumentos de Enero, al igual que los registrados en Noviembre y Diciembre han revertido la desaceleración de los valores registrados en los meses anteriores a Octubre.-.
- En el pasado mes estimábamos que *“las expectativas de ventas que generan los adicionales de salario que dispondrán las familias hacia fines del corriente mes (como consecuencia de aguinaldos o aumentos) o el mayor ritmo de compras en que se incurre con motivo de las tradicionales fiestas, dan como consecuencia un mayor nivel de precios que consecuentemente reduce el poder de compra de los salarios.”* Lamentablemente, al analizar el presente mes observamos que los valores registrados en Diciembre no han retrocedido y se vieron potenciados por la suba de los rubros de “Carnes” y “Frutas y verduras”.
- Considerando ambas canastas el incremento para Enero fue 1.80%.- Esto se acumula a los valores ya registrados: 1.75% en Agosto, 3.13% en Septiembre, 1.13% en Octubre; 0.51% en Noviembre: 1.75% en Diciembre arrojando una cifra de 10.85% para el periodo de los últimos 6 meses.  
Es decir en Enero se requieren \$ 355, 99 más que en el mes de Julio 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 en el presente informe que contrariamente a lo esperado en periodo de incertidumbres o disminución de operaciones no se observan disminución en los precios sino que, por el contrario, se continúan produciendo alzas.
- Es dable destacar que, en el semestre, algunos productos superan el 100 % de aumento (caso de naranjas frescas en San Pedro y Manzanas en Bs.As). 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 reacomodamiento 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, aunque en promedio en los tres autoservicios se observa un incremento del 2.25% para Enero, el mismo es resultado de diferentes situaciones: El supermercado denominado “A” aumenta un 0.51%, mientras que el denominado B aumenta 1,36 %. Por su parte, el denominado “C” aumenta un 5.06% dejando de ser el mas barato.
- En San Pedro, la diferencia entre el lugar de compra mas caro y el mas barato es del 7.17%.
- Observando la evolución de precios en el periodo de 6 meses los cambios -producto a producto- son de una magnitud mucho mayor en San Pedro. Localmente se observa todos los productos variaron su precio (30 subas y 17 bajas).
- Asimismo destacamos la magnitud de las variaciones de los productos que aumentan en San Pedro, que llevan a que tres productos tengan en el periodo de 6 meses aumentos de 120,37% (Jabón de lavar en pan), 105,56% (Naranjas), 66.67% (Mandarinas) y 38.14% (Jabón de Tocado)
- En Capital Federal los mayores incrementos en el periodo de 6 meses se observan en los siguientes productos: Manzanas 100.33%; Jabón de lavar en pan 59.40% , y Papas 50.25% .-
- No se observa disminución de precio en aquellos bienes y servicios que, como consecuencia de la crisis internacional y su correlato en Argentina, han disminuido en la cantidad de operaciones o ventas, o sea se realizan menor cantidad de operaciones de venta o alquiler pero a similar precio que en meses anteriores.

**SAN PEDRO, 28 de Enero 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
<b>Comestibles Envasados</b>					
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.
<b>Carnes</b>					
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.
<b>Prod. de Limpieza</b>					
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
<b>Frutas y Verduras</b>					
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.
<b>Bebidas</b>					
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.)