

Informe técnico

Del productor al consumidor, los precios de los agroalimentos se multiplicaron por 3,5 veces en mayo

De acuerdo con el Índice de Precios en Origen y Destino (IPOD), elaborado por el sector de Economías Regionales de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) en base a los datos que se relevan mensualmente en el territorio nacional, por **los 24 agroalimentos que componen la canasta IPOD, el consumidor pagó 3,5 veces más de lo que recibió el productor en la tranquera de su campo.**

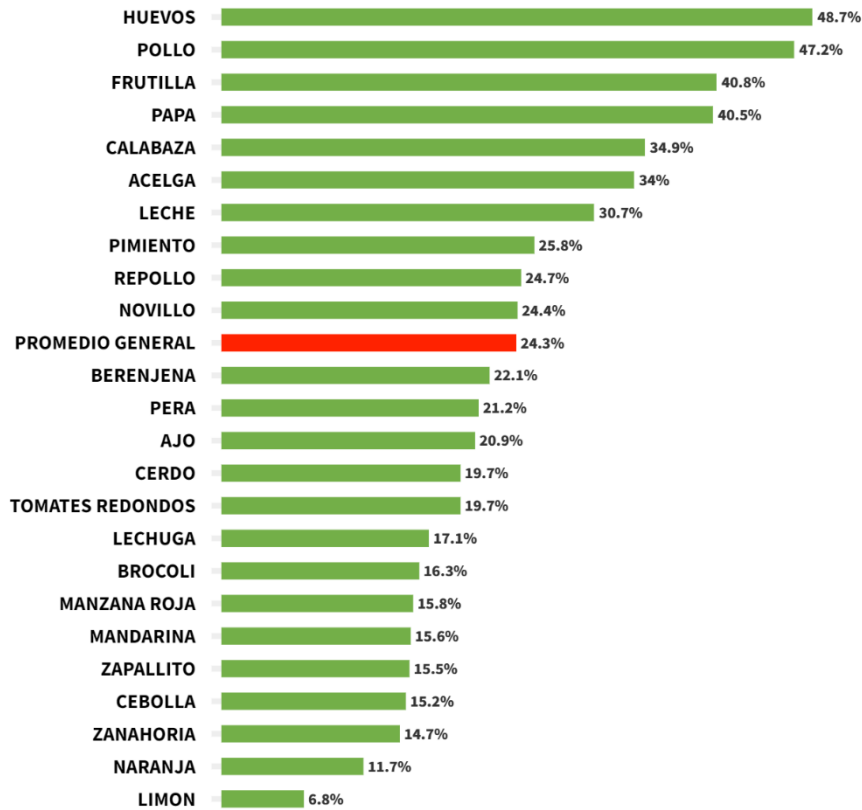
Esto quiere decir que, por cada peso (\$1) que recibió el productor, el consumidor pagó \$3,5 en góndola.

1 – Participación

En promedio, la participación del productor explicó el 24,3% de los precios que pagó el consumidor en góndola.

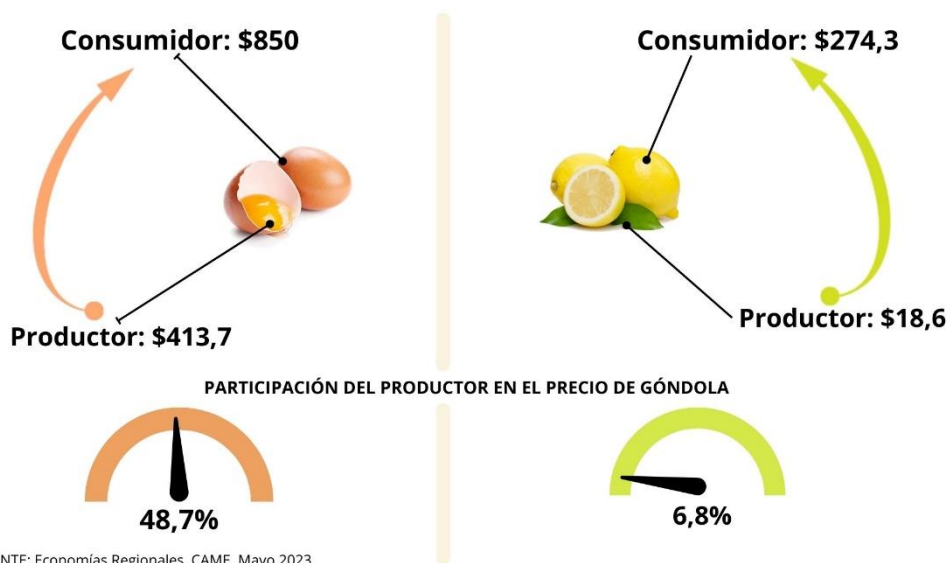
Los productores de huevos tuvieron la mayor participación, aportando el 48,7% sobre el precio de venta final. En el otro extremo, encontramos a los productores de limón, quienes solo participaron con el 6,8% del precio de góndola.

1.1 – Participación del productor regional en el precio de góndola.



Fuente: Economías Regionales, CAME

1.2 – Productos con mayor y menor participación del productor regional en el precio de góndola.



FUENTE: Economías Regionales, CAME. Mayo 2023.

2 – IPOD Frutihortícola y Ganadero.

2.1 – IPOD Frutihortícola: de los 24 productos que conforman la canasta del IPOD, 19 son de origen frutihortícola.

Para el cálculo del IPOD frutihortícola, se utilizan ponderadores creados a partir de la medición de ingreso (en volumen) en el Mercado Central de Buenos Aires (MCBA), durante 2019 y 2020.

Para evitar el efecto de la estacionalidad de los productos que componen el IPOD, se crearon ponderadores que se aplican mensualmente.

Durante el mes de mayo del 2023, los precios de la **canasta frutihortícola** que compone el IPOD se multiplicaron 5,2 veces desde el campo hasta la góndola.

Es decir que por cada peso (\$1) que recibió un productor frutihortícola, el consumidor pagó \$5,2.

2.2 – IPOD Ganadero: compuesto por 5 productos de origen animal.

Para su cálculo, se utilizaron diferentes ponderadores, ya que no todos los productos ganaderos pueden ser comparados en una misma canasta dado que algunos cuentan con sustitutos directos y otros no, por lo que aquellos que no lo tienen, se los pondera al 100% y en el caso de tener bienes sustitutos, se crearon ponderadores en base a los datos publicados por el *Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación* (MAGyP) en volúmenes consumidos totales en Argentina durante 2019.

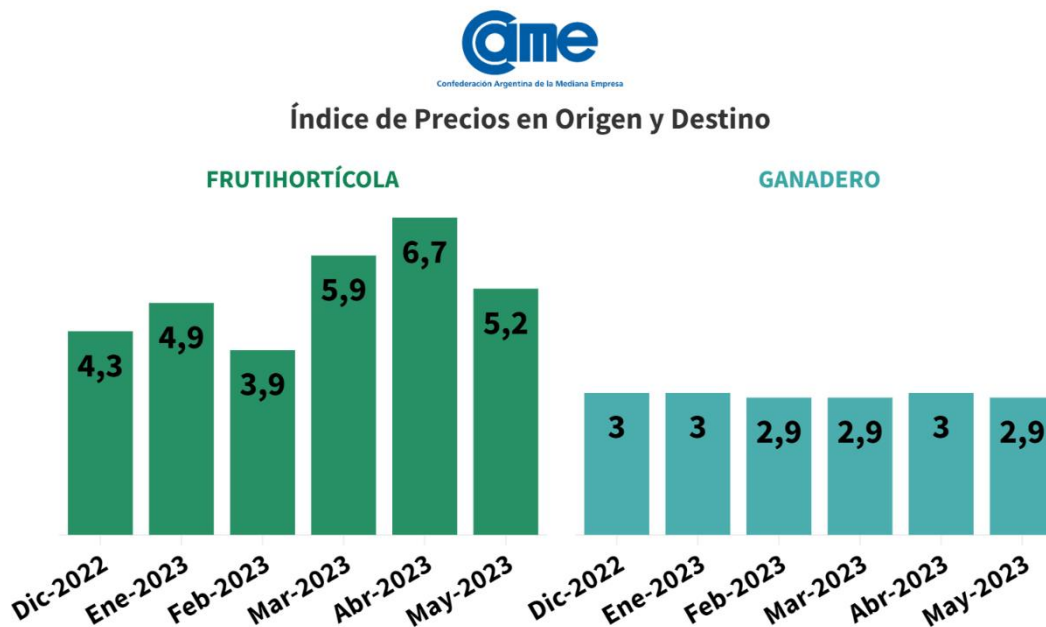
A partir de esto, leche y huevos no tienen ponderación.

En el caso de las carnes, se pondera por volúmenes consumidos, en base a los datos del MAGyP.

Durante el mes de mayo del 2023, los precios de la canasta ganadera que compone el IPOD se multiplicaron 2,9 veces desde el campo hasta

la góndola. **Es decir que por cada peso (\$1) que recibió un productor ganadero, el consumidor debió pagar \$2,9.**

2.3 – IPOD frutihortícola y ganadero. Últimos 6 meses.



Fuente: Economías Regionales, CAME

3 – Productos con mayores y menores brechas

Por los 24 agroalimentos de la canasta IPOD, 19 de origen frutihortícola y 5 ganaderos, el consumidor pagó 3,5 veces más en mayo.

De los 24 productos medidos, se consideran las brechas de precios entre origen y destino puntuales de cada producto (sin ponderar).

3.1 – Mayores brechas IPOD

Limón: es el producto con mayor brecha entre productor y consumidor. La brecha de precios estuvo ubicada en 14,8 es decir, el consumidor pagó \$14,8 por cada \$1 cobrado por el productor.

Respecto a los precios, en origen se observa un aumento del 6,1%, mientras que en destino la disminución de precios respecto de abril fue del 10%.

Naranja: en mayo, la brecha fue de 8,5 veces, es decir, por cada peso que cobró el productor de naranja, el consumidor pagó \$8,5.

En origen, se registra una baja del 15,1%.

En destino, se registra una disminución del 29%.

La baja en origen fue impulsada principalmente por el aumento en la oferta, dado que comenzó la campaña en la Mesopotamia.

Zanahoria: es el tercer producto con mayor brecha entre productor y consumidor. En mayo, su precio se multiplicó 6,8 veces desde que salió del campo hasta llegar al consumidor.

En origen, se registra una suba mensual del 5,8%.

Por su parte, en destino se observa una suba en los precios del 8%.

Cebolla: en mayo, la brecha se ubicó en 6,6. Es decir, por cada \$6,6 que pagó el consumidor, el productor recibió \$1.

Se observa que, en origen, los precios tuvieron una suba del 125,8%, mientras que en destino hubo una disminución del 1%.

La suba en origen se debe a que gran parte de la producción se exporta principalmente a Brasil, dado que los precios son más competitivos para los productores.

Zapallito: la brecha entre origen y destino se ubicó en 6,5 veces.

Se observó un aumento del 16,1% en origen, mientras que en destino hubo un aumento mensual del 16%.

El aumento se debe a una mejora en la calidad de la producción.

3.1.1 – Productos con mayores brechas entre Origen y Destino. Mayo 2023.



3.2 – Menores brechas IPOD

Huevos: El huevo tuvo una brecha de 2 veces. Es decir, por cada \$1 que recibió el productor, el consumidor pagó \$2.

Sobre los precios, en origen aumentaron 2,2%, mientras que en destino se observó una suba del 10%.

Pollo: en mayo, la brecha entre origen y destino se ubicó en 2,1 veces, es decir que por cada \$1 cobrado por el productor, el consumidor pagó, en promedio, \$2,1 en destino.

Respecto a las variaciones mensuales de precios, se observa que en origen aumentó 5,4%, mientras que en destino hubo una disminución del 4%.

Frutilla: la brecha de precios se ubicó en 2,4 veces.

Respecto de precios, se registró un aumento en origen del 21,1%, mientras que en destino se registra una suba del 15%.

El aumento en origen está impulsado principalmente por los precios de la provincia de Buenos Aires, que está en temporada y brinda una mayor calidad de fruta.

Papa: entre origen y destino, los precios se multiplicaron por 2,5 veces. En origen, tuvo un aumento del 43,2%, mientras que en destino se observa una suba del 4%.

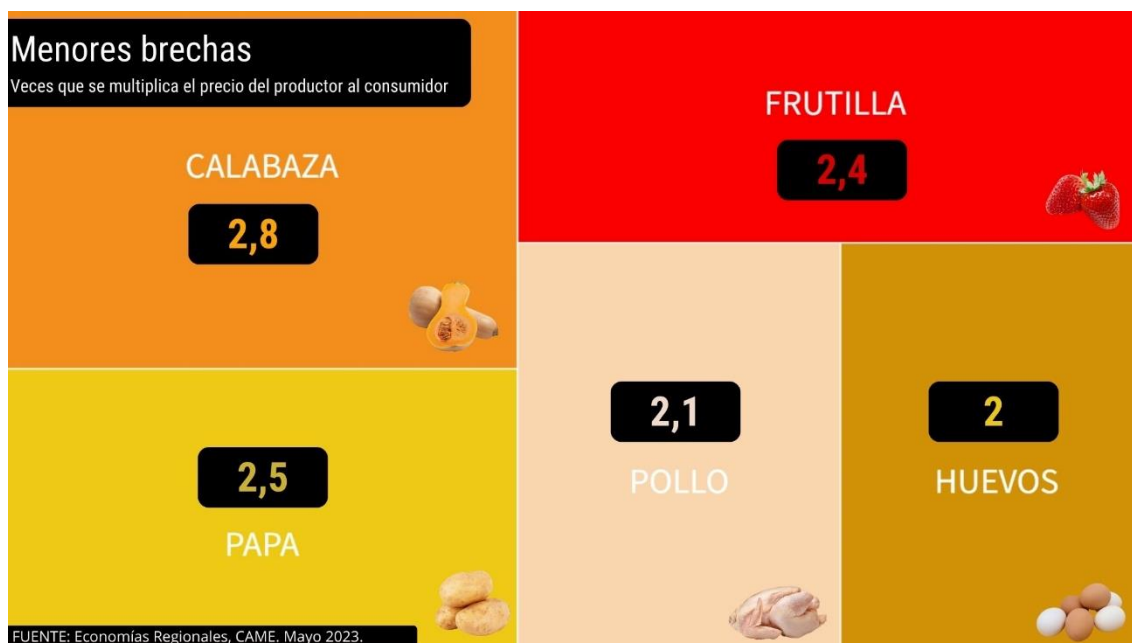
El aumento en origen se debe a la disminución de la oferta. En las últimas semanas, en zonas productoras del sudeste bonaerense hubo fuertes lluvias que impidieron cosechar.

Calabaza: en el mes de mayo, la brecha de precios estuvo en 2,8 veces.

Respecto a las variaciones mensuales de los precios, en origen se observa un aumento del 96,4%, mientras que en destino bajó 4%.

En origen, el aumento fue impulsado por una baja oferta. Se espera que los precios vuelvan a bajar con el inicio de la temporada en provincias como Santiago del Estero.

3.2.1 – Productos con menores brechas entre Origen y Destino. Mayo 2023.



4 – Canasta IPOD, precios de origen, destino, brechas. Mayo 2023.

BRECHA IPOD: diferencia entre el precio de Origen y el precio de Destino MAYO 2023								
	Precio Origen (\$ por KG)	Precio mercado concentrador (\$ por KG)	Precio destino (\$ por KG)	Diferencia precio destino/origen	Diferencia porcentual destino/origen	Diferencia porcentual destino/origen (PONDERADA)	Índice IPOD ponderado	Participación del productor en el precio de góndola
ACELGA	106,11		312,01	2,94	34,0%	0,03	5,21	34,0%
AJO*	30,00	46,82	143,52	4,78	20,9%	0,01		20,9%
BERENJENA	86,78	145,69	392,37	4,52	22,1%	0,08		22,1%
BROCOLI	125,78	218,40	771,04	6,13	16,3%	0,01		16,3%
CALABAZA	83,46		239,05	2,86	34,9%	0,16		34,9%
CEBOLLA	35,00	82,64	230,92	6,60	15,2%	0,66		15,2%
LECHUGA	128,15		751,23	5,86	17,1%	0,09		17,1%
PAPA	128,86	137,20	318,43	2,47	40,5%	0,71		40,5%
PIMIENTO ROJO	272,83	441,75	1056,11	3,87	25,8%	0,09		25,8%
REPOLLO	138,89	178,21	563,40	4,06	24,7%	0,02		24,7%
LIMON	18,58	121,57	274,33	14,77	6,8%	0,47		6,8%
MANDARINA	71,53	242,47	457,55	6,40	15,6%	0,63		15,6%
MANZANA ROJA	108,00	376,16	683,03	6,32	15,8%	0,45		15,8%
NARANJA	61,53	310,87	525,68	8,54	11,7%	0,67		11,7%
PERA	83,50	200,93	393,49	4,71	21,2%	0,18		21,2%
FRUTILLA	766,67	2000,32	1879,88	2,45	40,8%	0,00		40,8%
TOMATES REDONDOS	186,10	511,32	946,96	5,09	19,7%	0,41		19,7%
ZANAHORIA	44,07	120,01	300,28	6,81	14,7%	0,26	14,7%	
ZAPALLITO	60,00	105,48	388,12	6,47	15,5%	0,27	15,5%	
LECHE	90,77		295,69	3,26	30,7%	3,26	2,90	30,7%
HUEVOS*	413,67		850,04	2,05	48,7%	2,05		48,7%
POLLO	356,50		754,64	2,12	47,2%	0,90		47,2%
NOVILLO	475,43		1948,39	4,10	24,4%	1,78		24,4%
CERDO	370,83		1880,93	5,07	19,7%	0,70		19,7%
IPOD Frutihortícola-Ganadero							3,48	
PARTICIPACIÓN PROMEDIO DEL PRODUCTOR EN EL PRECIO								24,3%

Fuente: Economías Regionales, CAME

* Ajo: precios correspondientes a una cabeza

* Huevos: precios correspondientes a una docena

Metodología

El IPOD es un indicador elaborado por el **sector de Economías Regionales de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME)** para medir las distorsiones que suelen multiplicar por varias veces los precios de los productos agropecuarios desde que salen del campo hasta que llegan al consumidor. Estas distorsiones son muy dispares según producto, región, forma de comercialización y época del año.

En general, las diferencias se deben a un conjunto de factores, tanto endógenos como exógenos. Por un lado, los especulativos, adoptados por diferentes actores de la cadena de valor que abusan de su posición dominante en el mercado –básicamente, los hipermercados, los galpones de empaque y las cámaras de frío–. Por el otro, factores tales como la estacionalidad, que afecta a determinados productos en algunas épocas del año, las adversidades agroclimáticas, y los costos de almacenamiento/acopio y transporte, entre otros. Finalmente, también se deben considerar factores externos, tales como variaciones de la oferta / demanda internacional de productos, conflictos bélicos o diplomáticos, y demás cuestiones exógenas al ámbito nacional.

Sobre el IPOD

El Índice de Precios en Origen y Destino (IPOD) comenzó a elaborarse en agosto de 2015, a fin de visibilizar la falta de transparencia en las cadenas de valor.

A través del IPOD se busca conocer la brecha de precios entre dos momentos de la etapa de comercialización de un producto agropecuario:

- **Precio de origen:** precio que se le paga al productor en la puerta del campo, es decir, sin aplicar el costo de traslado hasta el siguiente eslabón de la cadena.

- **Precio de destino:** precio que abona el consumidor en góndola.

La diferencia origen-destino indica la cantidad de veces que aumenta el precio del producto desde su salida del campo hasta su comercialización en góndola.

Medidas calculadas

1 – Diferencia precio origen/destino (número de veces que se multiplica el precio de origen hasta que llega al consumidor). IPOD sin ponderar:

- $\bar{X}(\sum (\$ PPPR / PO)) = IPOD \text{ sin ponderar}$
 - PPPR: Precio promedio de góndola ponderado por región
 - PO: Precio de Origen

2 – Diferencia precio origen/destino (número de veces que se multiplica el precio de origen hasta que llega al consumidor). IPOD PONDERADO:

- $\bar{X}(\sum (\$ PPPR / PO)) * p = IPOD \text{ Ponderado}$
 - PPPR: Precio promedio de góndola ponderado por región
 - PO: Precio de Origen
 - p: Ponderador

Tiempos de medición

Relevamiento en Origen: se relevan los precios de los 24 productos de canasta IPOD durante los últimos 10 días del mes.

Relevamiento en Destino:

- **Hipermercados:** se utiliza un sistema de Scraping de precios todos los días, durante la mañana, en 11 hipermercados de todo el país. En el procesamiento del IPOD se lo pondera por región geográfica. Es decir, se agregan estos precios a la zona que le corresponde.
- **Comercios minoristas:** se realiza el tercer jueves de cada mes. Para relevarlo, se utiliza un equipo de 30 encuestadores que trabajan para el departamento de estadísticas de CAME.

Notas aclaratorias:

1 – A partir de enero de 2022, para el cálculo del IPOD se pondera cada producto frutihortícola de acuerdo con los volúmenes comercializados mensualmente en el Mercado Central de Buenos Aires y, en el caso de

las carnes, se pondera por volúmenes consumidos, en base a los datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación; lo que permite atomizar la volatilidad de un producto por su propia estacionalidad.

2 – Para obtener los precios de destino, que desde agosto de 2021 se ponderan por población a nivel regional (Censo INDEC, 2010), se relevaron más de 700 precios de cada producto, no solo a través de un monitoreo diario de los precios online de los principales hipermercados del país —Coto, Walmart, Disco, Jumbo, Único, Carrefour, La Anónima, Cóndor, Dino y Modo Market—, sino también mediante un equipo de 30 encuestadores en mercados y verdulerías de Ciudad de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires (GBA y Mar del Plata), Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe (Capital y Rosario), Santiago del Estero, Tierra del Fuego y Tucumán.