

## **Informe técnico**

### **Del productor al consumidor, los precios de los agroalimentos se multiplicaron por 3,4 en marzo**

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 3,4 veces más de lo que recibió el productor en la tranquera de su campo.**

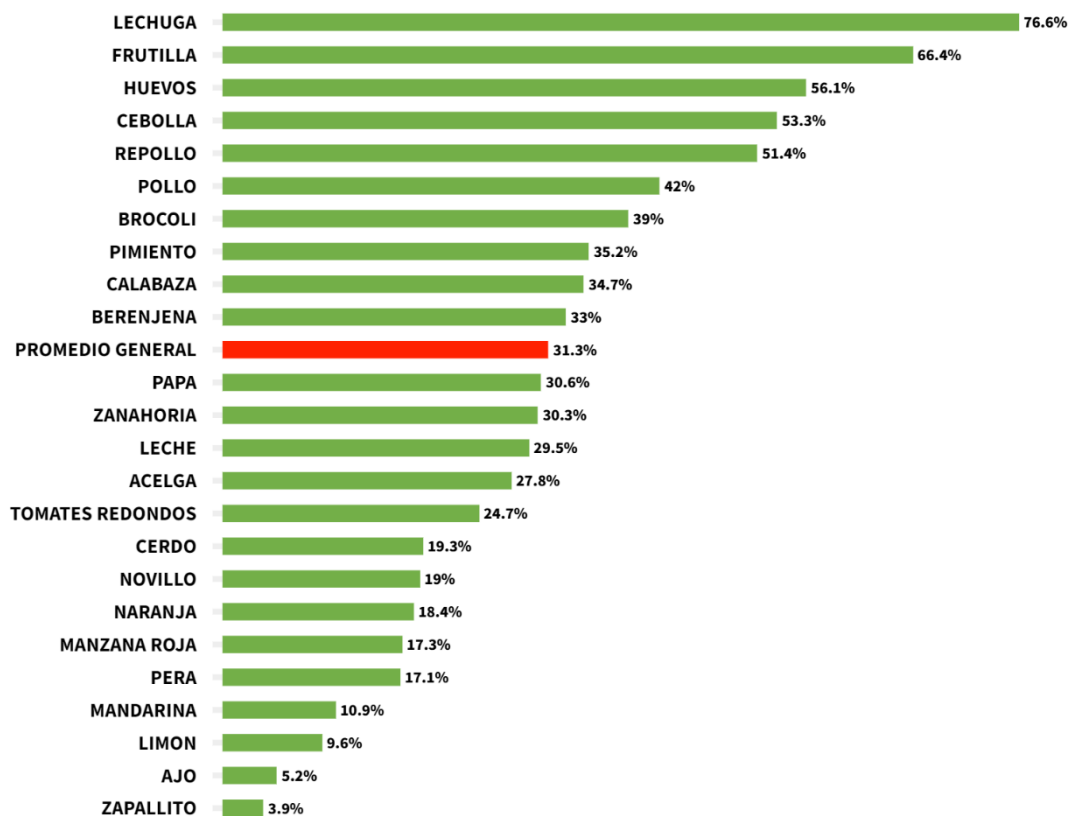
**Esto quiere decir que por cada peso (\$1) que recibió el productor, el consumidor pagó \$3,4 en góndola.**

#### **1 – Participación**

En promedio, la participación del productor explicó el 31,3% de los precios que pagó el consumidor en góndola.

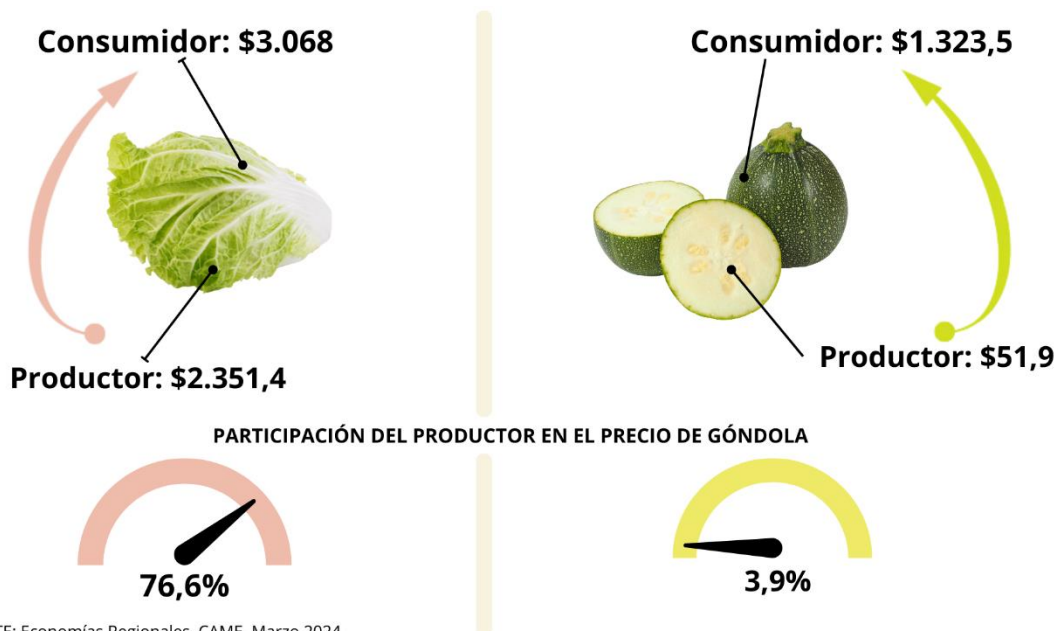
Los productores de lechuga tuvieron la mayor participación, aportando el 76,6% sobre el precio de venta final. En el otro extremo, encontramos a los productores de zapallito, quienes solo participaron con el 3,9% del precio de góndola.

##### **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. Marzo 2024.

## 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), desde 2020 y hasta el 2022.

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 marzo de 2024, los precios de la **canasta frutihortícola** que compone el IPOD se multiplicaron 4,6 veces desde el campo hasta la góndola.

**Es decir que por cada peso (\$1) que recibió un productor frutihortícola, el consumidor pagó \$4,6.**

### 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 ese motivo, aquellos que no lo tienen son ponderados al 100%. En el caso de tener bienes sustitutos se crearon ponderadores en base a los datos publicados por el entonces *Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación* (MAGyP) —hoy Secretaría de Bioeconomía— en volúmenes consumidos totales en Argentina desde 2019.

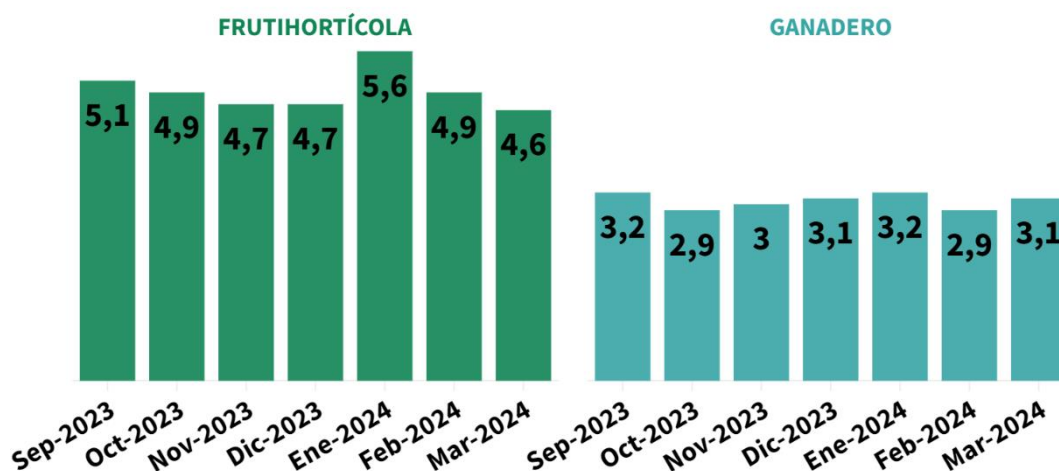
A partir de esto, leche y huevos no tienen ponderación.

En el caso de las carnes se pondera por volúmenes consumidos, en base a los datos de la Secretaría de Bioeconomía.

Durante el mes de marzo de 2024, los precios de la **canasta ganadera** que compone el IPOD se multiplicaron 3,1 veces desde el campo hasta la góndola. **Es decir que por cada peso (\$1) que recibió un productor ganadero, el consumidor debió pagar \$3,1.**

### 2.3 – IPOD frutihortícola y ganadero. Últimos 6 meses.

### Índice de Precios en Origen y Destino



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 3,4 veces más en marzo.

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

#### 3.1 – Mayores brechas IPOD

**Zapallito:** es el producto con mayor brecha entre productor y consumidor. La misma fue de 25,5 veces; es decir, el consumidor pagó \$25,5 por cada \$1 cobrado por el productor.

Respecto a los precios, en origen cayeron 70,7%, mientras que en destino se registró un aumento del 21%.

La caída de precios en origen -según informaron los productores- se debe a un aumento de la oferta y una baja del consumo.

**Ajo:** en marzo, la brecha fue de 19,3 veces; es decir, por cada peso que cobró el productor de ajo, el consumidor pagó \$19,3.

En origen, los precios cayeron un 45,5%, mientras que en destino se observa un incremento del 33,3%.

**Limón:** es el tercer producto con mayor brecha entre productor y consumidor. En marzo, su precio se multiplicó 10,5 veces desde que salió del campo hasta llegar al consumidor.

En origen se registró una caída del 11,2%, mientras que en destino descendió un 5,4%

La disminución en origen, al igual que el zapallito, se debe a la mayor oferta ocasionada por la baja del consumo.

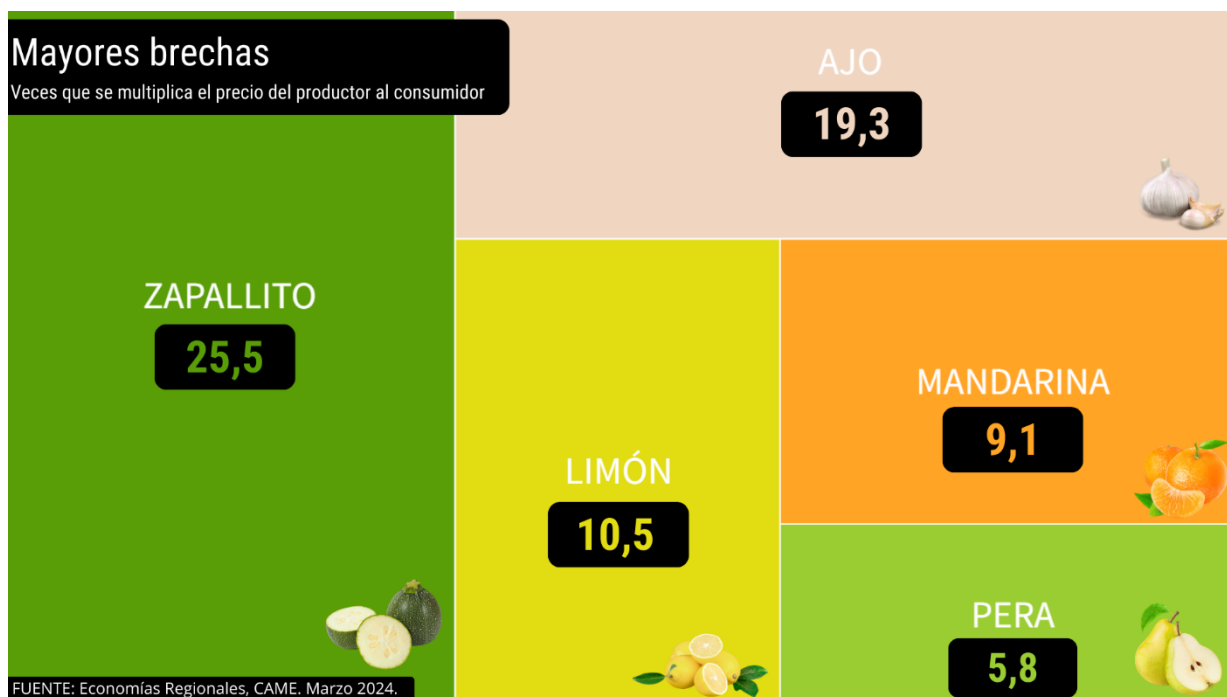
**Mandarina:** en marzo, la brecha se ubicó en 9,1. Es decir, por cada \$9,1 que pagó el consumidor, el productor recibió \$1.

Se observa que en origen los precios tuvieron una caída del 37,3%, mientras que en destino hubo un aumento del 20%.

**Pera:** la brecha entre origen y destino se ubicó en 5,8 veces.

Se observó un aumento del 3,1% en origen, mientras que en destino la variación fue adversa, marcando una caída del 4,9%.

### 3.1.1 – Productos con mayores brechas entre origen y destino. Marzo 2024.



### 3.2 – Menores brechas IPOD

**Repollo:** tuvo una brecha de 1,9 veces. Es decir, por cada \$1 que recibió el productor, el consumidor pagó \$1,9.

Sobre los precios, en origen aumentaron 68,3%, mientras que en destino se observó un incremento del 33,1%.

**Cebolla:** en marzo, la brecha entre origen y destino se ubicó en 1,9 veces; es decir que por cada \$1 cobrado por el productor, el consumidor pagó, en promedio, \$1,9 en destino.

Respecto a las variaciones mensuales de precios, en origen tuvieron un incremento del 54,8%, mientras que en destino fue del 21,9%.

**Huevos:** la brecha se ubicó en 1,8 veces.

Respecto a los precios, se registró un aumento en origen del 18,5%, mientras que en destino se registra una suba del 18,8%.

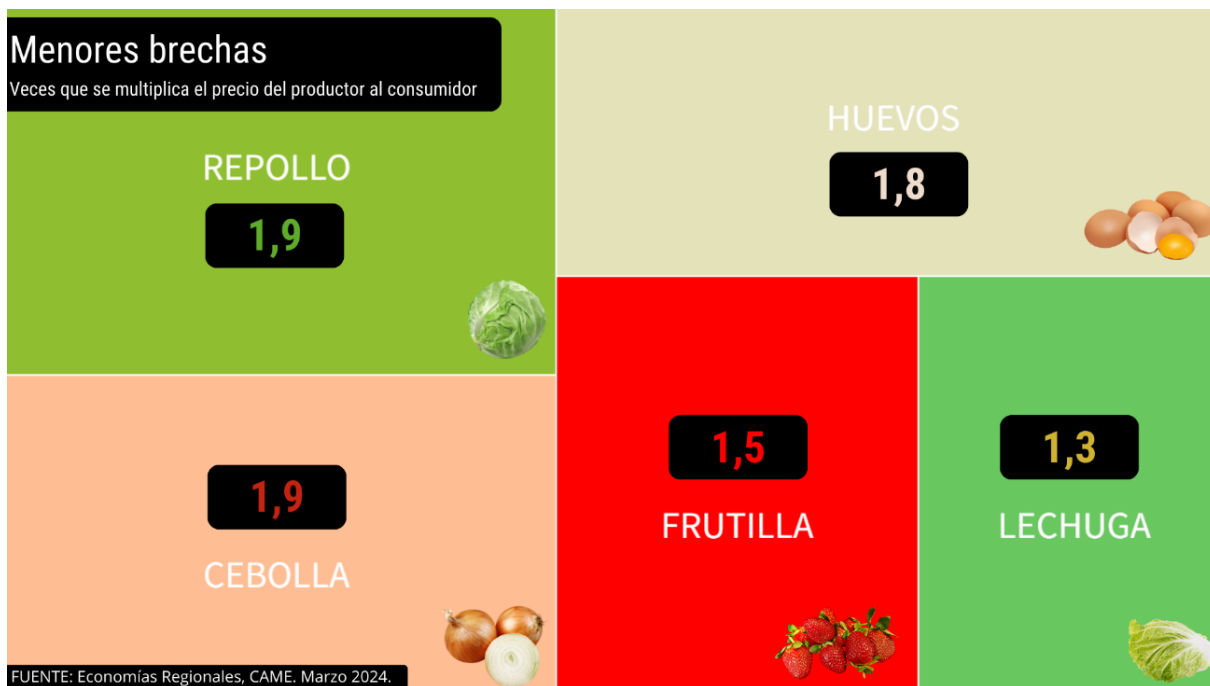
**Frutilla:** entre origen y destino, los precios se multiplicaron por 1,5 veces. En origen, tuvo un aumento del 38,9%, mientras que en destino se observa una suba del 9,9%.

**Lechuga:** en el mes de marzo, la brecha de precios estuvo en 1,3 veces.

Respecto a las variaciones mensuales de los precios, en origen tuvieron un aumento del 407,8%, mientras que en destino subieron un 44,3%.

El aumento en origen, según informaron los productores, se debe al impacto de los últimos eventos climáticos, como inundaciones y altas temperaturas en provincias como Santa Fe y Buenos Aires, que dañaron parte de la producción y provocaron una disminución en la oferta.

### **3.2.1 – Productos con menores brechas entre origen y destino. Marzo 2024.**



#### 4 – Canasta IPOD, precios de origen, destino, brechas. Marzo 2024.

## BRECHA IPOD: diferencia entre el precio de Origen y el precio de Destino MARZO 2024

	Precio Origen (\$ por KG)	Precio promedio mercado concentrador (distintas calidades) (\$ 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	398,47	1217,10	1434,84	3,60	27,8%	0,03	<b>4,58</b>	27,8%
AJO*	30,00	180,65	578,27	19,28	5,2%	0,05		5,2%
BERENJENA	500,55	646,93	1516,55	3,03	33,0%	0,03		33,0%
BROCOLI	1112,01	1837,12	2851,17	2,56	39,0%	0,00		39,0%
CALABAZA	185,00		532,97	2,88	34,7%	0,13		34,7%
CEBOLLA	513,90	556,30	963,42	1,87	53,3%	0,20		53,3%
LECHUGA	2351,38	2090,58	3067,98	1,30	76,6%	0,03		76,6%
PAPA	275,26	456,16	899,77	3,27	30,6%	1,03		30,6%
PIMIENTO ROJO	932,78	715,25	2649,42	2,84	35,2%	0,04		35,2%
REPOLLO	650,57	579,27	1265,14	1,94	51,4%	0,01		51,4%
LIMON	75,59	307,53	791,00	10,46	9,6%	0,51		9,6%
MANDARINA	160,00	479,66	1462,67	9,14	10,9%	0,06		10,9%
MANZANA ROJA	374,34	1164,50	2163,39	5,78	17,3%	0,41		17,3%
NARANJA	350,00	1306,84	1901,73	5,43	18,4%	0,60		18,4%
PERA	250,00	733,06	1460,58	5,84	17,1%	0,27		17,1%
FRUTILLA	2500,00	4009,09	3763,88	1,51	66,4%	0,00		66,4%
TOMATES REDONDOS	382,98	666,89	1548,12	4,04	24,7%	0,45		24,7%
ZANAHORIA	272,04	542,52	898,49	3,30	30,3%	0,16	30,3%	
ZAPALLITO	51,85	800,38	1323,48	25,53	3,9%	0,55	3,9%	
LECHE	325,00		1103,32	3,39	29,5%	3,39	<b>3,07</b>	29,5%
HUEVOS*	1295,11		2308,47	1,78	56,1%	1,78		56,1%
POLLO	1087,44		2588,09	2,38	42,0%	1,02		42,0%
NOVILLO	1300,00		6837,09	5,26	19,0%	2,29		19,0%
CERDO	1152,50		5957,23	5,17	19,3%	0,71		19,3%
IPOD Frutihortícola-Ganadero							<b>3,44</b>	
PARTICIPACIÓN PROMEDIO DEL PRODUCTOR EN EL PRECIO								<b>31,3%</b>

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 de la Secretaría de Bioeconomía; 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.