



Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Informe técnico

Del productor al consumidor, los precios de los agroalimentos se multiplicaron por 3,8 veces en enero

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 3,8 veces más de lo que recibió el productor en la tranquera de su campo.

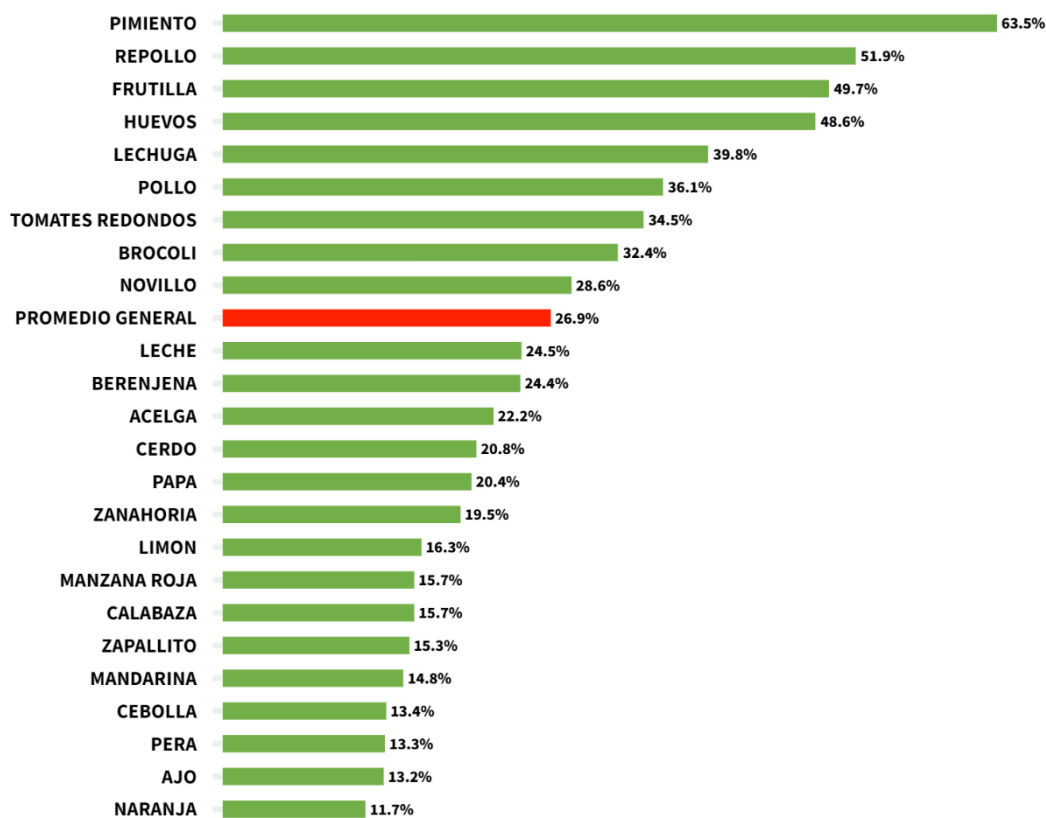
Esto quiere decir que, por cada peso (\$ 1) que recibió el productor, el consumidor pagó \$ 3,8 en góndola.

1 – Participación.

En promedio, la participación del productor explicó el 26,9% de los precios que pagó el consumidor en góndola.

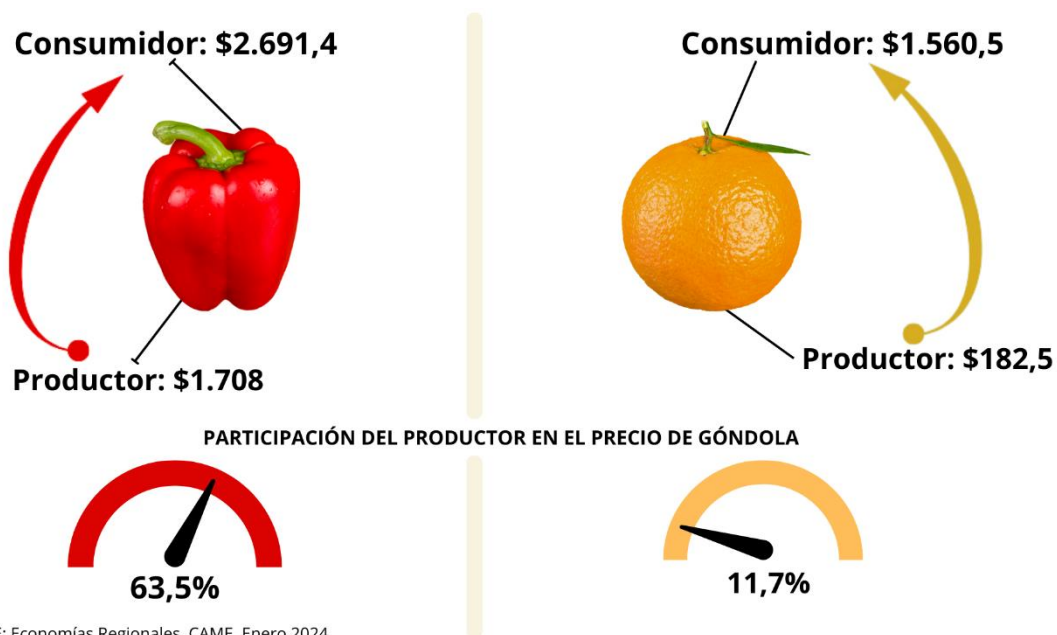
Los productores de **pimiento rojo** tuvieron la mayor participación, con un aporte del 63,5% sobre el precio de venta final. En el otro extremo encontramos a los productores de **naranja**, quienes sólo participaron con el 11,7% del precio de góndola.

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. Enero 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 enero del 2024, los precios de la **canasta frutihortícola** del **IPOD** se multiplicaron 5,6 veces desde el campo hasta la góndola.

Es decir que, por cada peso (\$ 1) que recibió un productor frutihortícola, el consumidor pagó \$ 5,6.

2.2 – IPOD ganadero: compuesto por cinco 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. Esto es porque algunos cuentan con sustitutos directos y otros no, por lo que aquellos que no lo tienen, se los pondera 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 Agricultura, Ganadería y Pesca (SAGyP)— en volúmenes consumidos totales en Argentina desde 2019.

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

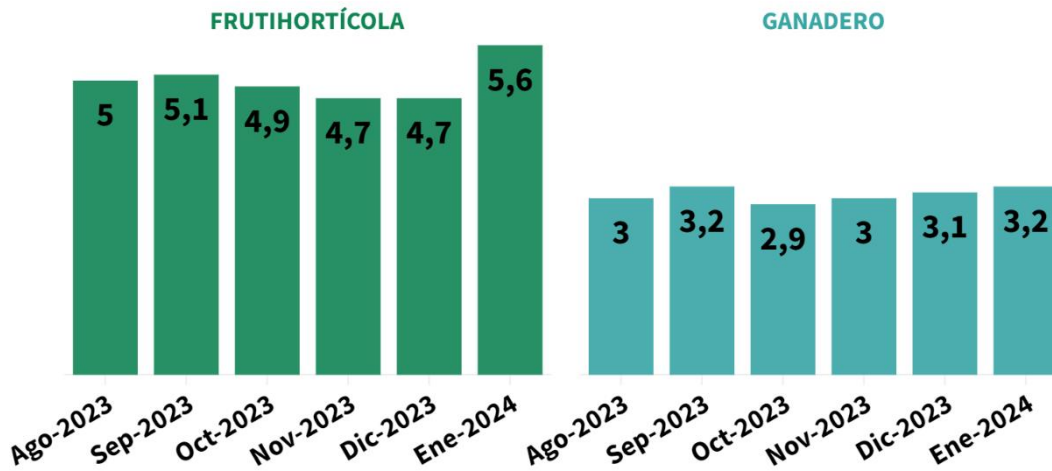
En el caso de las carnes se pondera por volúmenes consumidos, en base a los datos de la SAGyP.

Durante el mes de enero del 2024, los precios de la **canasta ganadera** del IPOD se multiplicaron por 3,2 veces desde el campo hasta la góndola.

Es decir que, por cada peso (\$ 1) que recibió un productor ganadero, el consumidor debió pagar \$ 3,2.

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 cinco ganaderos, el consumidor pagó 3,8 veces más en enero.

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.

Naranja: es el producto con mayor brecha entre productor y consumidor. La brecha de precios estuvo ubicada en 8,5 puntos, es decir, el consumidor pagó \$ 8,5 por cada \$ 1 cobrado por el productor. Respecto a los precios, en origen no variaron, mientras que en destino subieron 63,3%.

Ajo: en enero la brecha fue de 7,6 veces, es decir, por cada \$ 1 que cobró el productor de ajo, el consumidor pagó \$ 7,6. En origen no se registraron variaciones, mientras que en destino se observó un incremento del 24,1%.

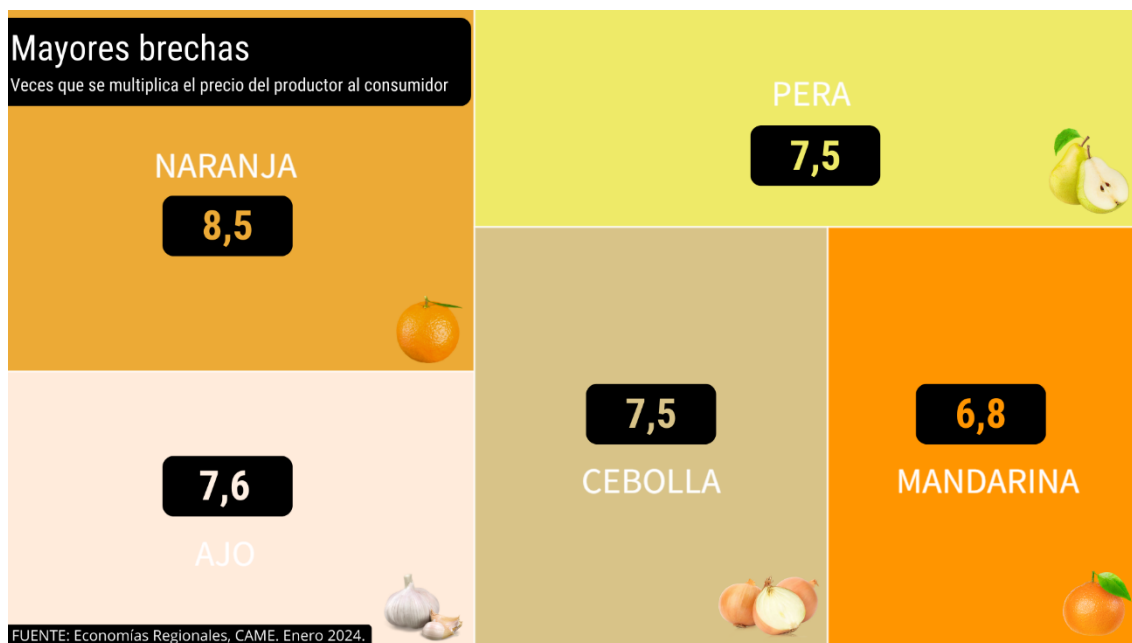
Pera: es el tercer alimento con mayor brecha entre productor y consumidor. En enero su precio se multiplicó por 7,5 veces desde que salió del campo hasta llegar al consumidor. En origen se registró un aumento del 23,2%, mientras que en destino subió un 34,6%. La suba en origen se debió, según los productores relevados, a que queda menos fruta natural y se está comercializando gran parte de la que está en cámara de frío.

Cebolla: en enero la brecha se ubicó en 7,5. Es decir, por cada \$ 7,5 que pagó el consumidor, el productor recibió \$ 1. Se observó que en origen los precios tuvieron una suba del 8,3%, mientras que en destino hubo un aumento del 21,7%.

Mandarina: la brecha entre origen y destino se ubicó en 6,8 veces. Se observó un aumento del 8,6% en origen, mientras que en destino la suba fue del 103%.

El aumento en origen se debe a que se está terminando la producción y hay menos oferta.

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



3.2 – Menores brechas IPOD.

Pimiento rojo: tuvo una brecha de 1,6 veces. Es decir, por cada \$ 1 que recibió el productor, el consumidor pagó \$ 1,6. Sobre los precios, en origen aumentaron 28,9%, mientras que en destino se observó una baja del 27,7%. El aumento en origen se dio, según informaron los productores, a la menor oferta ocasionada por el impacto de las altas temperaturas y la sequía.

Repollo: en enero 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 aumento del 63%, mientras que en destino hubo un aumento del 8,2%. El aumento en origen, según nos informaron los productores, se debe al impacto de las altas temperaturas en provincias como Santa Fe y Buenos Aires, que dañaron parte de la producción y provocaron una disminución en la oferta.

Frutilla: la brecha se ubicó en 2 veces. Respecto a los precios, se registró un aumento en origen del 11,4%, mientras que en destino se observó una suba del 20,5%. Se debió a un incremento en la demanda.

Huevos: entre origen y destino los precios se multiplicaron por 2,1 veces. En origen tuvo un aumento del 0,6%, mientras que en destino la suba fue del 3,3%.

Lechuga: en el mes de enero la brecha de precios estuvo en 2,5 veces. Respecto a las variaciones mensuales de los precios, en origen tuvieron un aumento del 45,8%, mientras que en destino subió un 34,2%. El incremento en origen, al igual que el repollo, se debió a la menor oferta ocasionada por las altas temperaturas.

3.2.1 – Productos con menores brechas entre origen y destino. Enero 2024.



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

**BRECHA IPOD: diferencia entre el precio de Origen y el precio de Destino
ENERO 2024**

	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	180,55	367,44	814,62	4,51	22,2%	0,04	5,60	22,2%
AJO*	55,00	107,88	415,97	7,56	13,2%	0,01		13,2%
BERENJENA	270,33	538,59	1107,53	4,10	24,4%	0,06		24,4%
BROCOLI	450,00	616,34	1389,50	3,09	32,4%	0,01		32,4%
CALABAZA	82,50		524,66	6,36	15,7%	0,31		15,7%
CEBOLLA	65,00	245,85	486,62	7,49	13,4%	0,72		13,4%
LECHUGA	509,04		1278,60	2,51	39,8%	0,05		39,8%
PAPA	168,16	320,46	824,54	4,90	20,4%	1,41		20,4%
PIMIENTO ROJO	1708,00		2691,44	1,58	63,5%	0,04		63,5%
REPOLLO	361,33		696,32	1,93	51,9%	0,01		51,9%
LIMON	155,00	456,22	951,91	6,14	16,3%	0,23		16,3%
MANDARINA	190,00	512,86	1287,77	6,78	14,8%	0,47		14,8%
MANZANA ROJA	275,00	1139,31	1750,76	6,37	15,7%	0,42		15,7%
NARANJA	182,50	878,25	1560,54	8,55	11,7%	0,83		11,7%
PERA	212,50	705,83	1592,10	7,49	13,3%	0,23		13,3%
FRUTILLA	1633,33	2006,36	3284,38	2,01	49,7%	0,01	49,7%	
TOMATES REDONDOS	343,75		996,77	2,90	34,5%	0,31	34,5%	
ZANAHORIA	150,00	387,44	767,61	5,12	19,5%	0,24	19,5%	
ZAPALLITO	131,67	419,89	859,69	6,53	15,3%	0,20	15,3%	
LECHE	190,32		775,76	4,08	24,5%	4,08	24,5%	
HUEVOS*	828,55		1703,20	2,06	48,6%	2,06	48,6%	
POLLO	730,39		2025,07	2,77	36,1%	1,18	36,1%	
NOVILLO	1630,00		5705,06	3,50	28,6%	1,52	28,6%	
CERDO	1266,67		6088,04	4,81	20,8%	0,66	20,8%	
IPOD Frutihortícola-Ganadero							3,78	
PARTICIPACIÓN PROMEDIO DEL PRODUCTOR EN EL PRECIO								26,9%

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 (MCBA) 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 (hoy SAGyP); 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 sólo 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 la Ciudad de Buenos Aires, la 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.