

## **Informe técnico**

### **IPOD: en noviembre, el consumidor pagó 3,6 veces más de lo que cobró el productor de las economías regionales**

De acuerdo al 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 3,6 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 \$3,6 en góndola.**

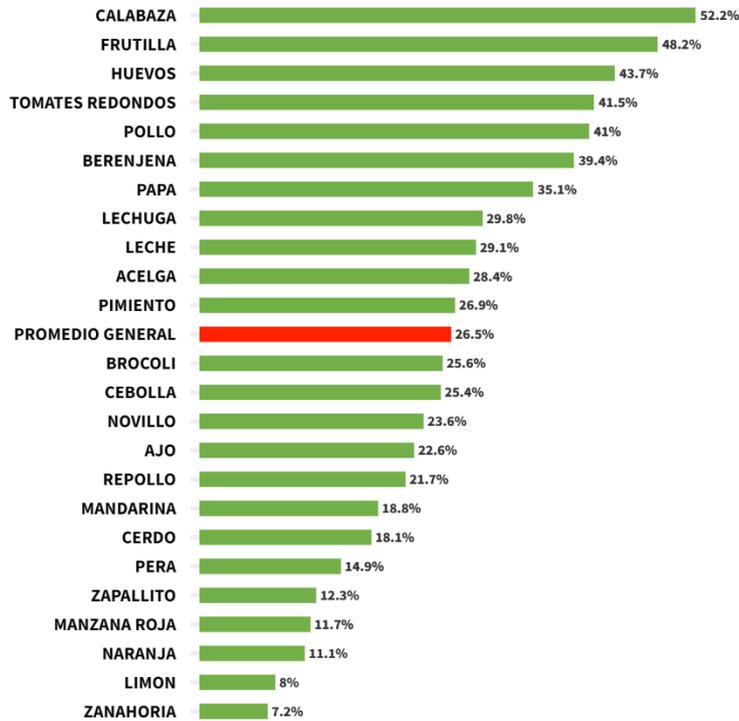
#### **1 – Participación**

En promedio, la participación del productor explicó el 26,5% de los precios que pagó el consumidor en góndola.

Por segundo mes consecutivo, los productores de calabaza tuvieron la mayor participación, aportando el 52% sobre el precio de venta final. En el otro extremo, encontramos a los productores de zanahoria, quienes solo participaron con el 7% del precio de góndola.

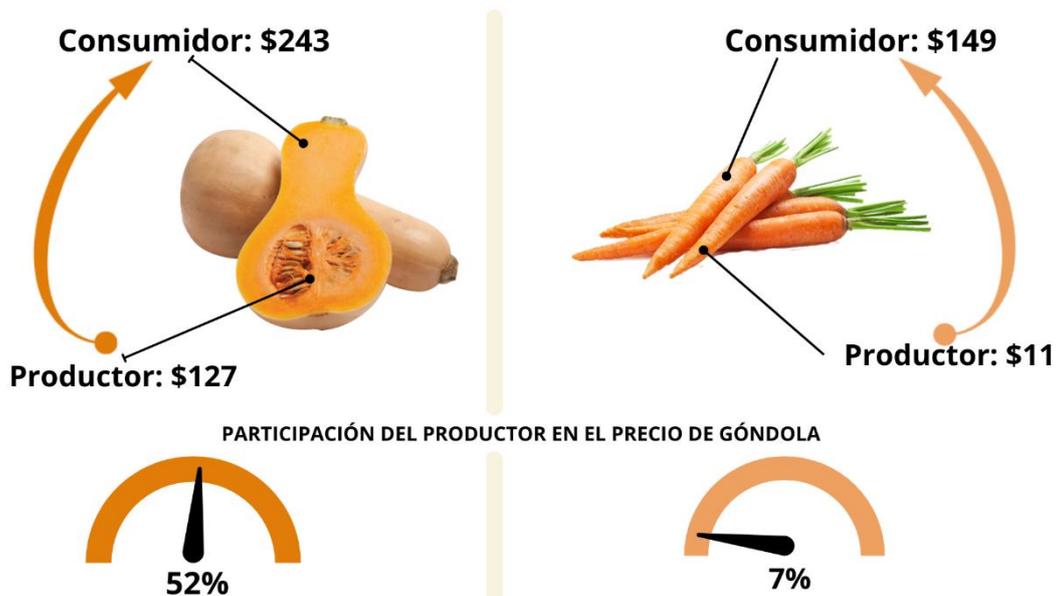
## 1.1 – Participación del productor regional en el precio de góndola.

### Índice de Precios en Origen y Destino Participación del productor. Noviembre 2022.



Fuente: Economías Regionales, CAME

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



FUENTE: Economías Regionales, CAME. Noviembre 2022.

## 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.

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 noviembre de 2022, los precios de la **canasta frutihortícola** que compone el IPOD se multiplicaron 5,1 veces desde el campo hasta la góndola.

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

### 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* en volúmenes consumidos totales en Argentina durante 2019.

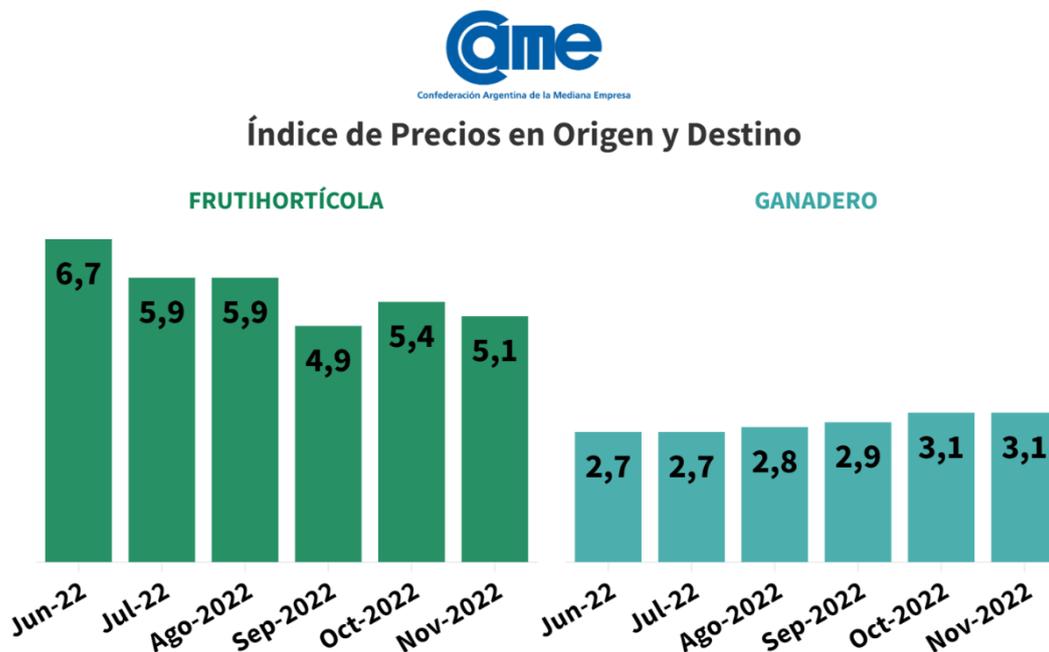
A partir de esto, leche y huevos no tienen ponderación.

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

Durante el mes de noviembre de 2022, 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.



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 3,6 veces más en noviembre.

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

**Zanahoria:** es el producto con mayor brecha entre productor y consumidor. En noviembre, la brecha fue de 13,9 veces, es decir, por cada peso que cobró el productor de zanahoria, el consumidor pagó \$13,9.

En origen, se registra una baja mensual del 1% en los precios recibidos por el productor.

En destino, el consumidor no registra variaciones en el precio.

**Limón:** es el segundo producto con mayor brecha entre productor y consumidor. En noviembre, su precio se multiplicó 12,4 veces desde que salió del campo hasta llegar al consumidor.

En origen, se registra una suba mensual del 103,7% en los precios debido a las sequías que afectan especialmente la zona de Salta, lo que reduce fuertemente la oferta, haciendo incrementar los precios. Vale destacar que los productores nos han indicado que por las sequías las cosechas no son buenas y se espera escasas en los próximos meses.

Por su parte, en destino se observa que los precios crecieron, en promedio, 24%.

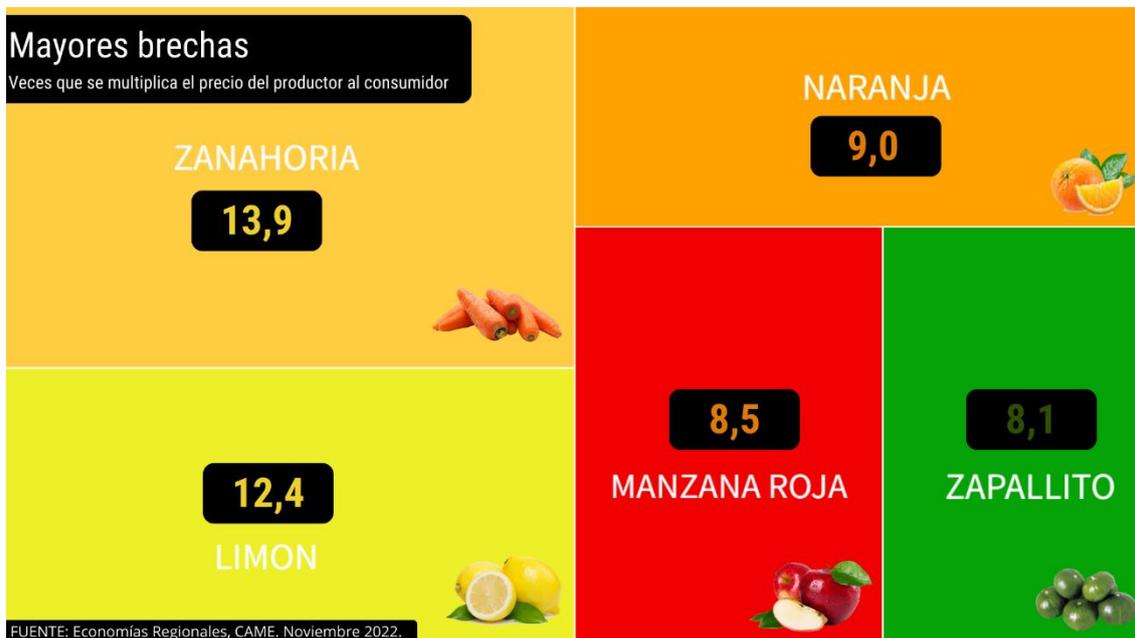
**Naranja:** la brecha de precios estuvo ubicada en las 9, es decir, el consumidor pagó \$9 por cada \$1 cobrado por el productor.

Respecto a los precios, en origen se observa una suba del 9% mientras que, en destino, el aumento de precios respecto de octubre fue de 17,5%.

**Manzana Roja:** en noviembre, la brecha estuvo en 8,5 veces. Respecto a los precios, en origen no se registran variaciones en los precios. En destino, por su parte, se observó un aumento del 12%.

**Zapallito:** la brecha entre origen y destino se ubicó en 8,1 veces. En origen, se observa un aumento de 1,4%, mientras que en destino se registra una baja de 30%.

### 3.1.1 – Productos con mayores brechas entre Origen y Destino. Noviembre 2022.



### 3.2 – Menores brechas IPOD

**Calabaza:** la calabaza fue el producto con la brecha más baja en el mes de noviembre, alcanzando un diferencial de 1,9 veces. Sobre los precios, se observó que en origen la calabaza aumentó 1%, mientras que en destino el aumento alcanzó el 14,5%.

**Frutilla:** en noviembre, 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 61,5%, mientras que, en destino, el aumento llegó al 1%.

**Huevos:** la brecha de precios se ubicó en 2,3 veces.

Respecto de precios, se registró un aumento en origen del 1%, mientras que, en destino, la suba llegó al 4,5%.

**Tomates Redondos:** entre origen y destino, los precios se multiplicaron por 2,4 veces. En origen, no se observan variaciones en los precios, mientras que en destino se observa una caída del 6%.

**Pollo:** en el mes de noviembre, la brecha de precios estuvo en 2,4 veces. Respecto a las variaciones de precios, no se observan variaciones mensuales significativas en origen o destino.

### 3.2.1 – Productos con menores brechas entre Origen y Destino. Noviembre 2022.



## 4 – Canasta IPOD, precios de origen, destino, brechas. Noviembre 2022.

BRECHA IPOD: diferencia entre el precio de Origen y el precio de Destino NOVIEMBRE 2022								
	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)	Indice IPOD ponderado	Participación del productor en el precio de gondola
ACELGA	47,50		167,03	3,52	28,4%	0,04	<b>5,09</b>	28,4%
AJO	28,75		127,04	4,42	22,6%	0,01		22,6%
BERENJENA	117,50		298,14	2,54	39,4%	0,04		39,4%
BROCOLI	77,22		302,07	3,91	25,6%	0,01		25,6%
CALABAZA	126,67		242,76	1,92	52,2%	0,11		52,2%
CEBOLLA	84,08		331,41	3,94	25,4%	0,38		25,4%
LECHUGA	92,50		310,71	3,36	29,8%	0,05		29,8%
PAPA	78,13		222,34	2,85	35,1%	0,85		35,1%
PIMIENTO ROJO	131,67		489,21	3,72	26,9%	0,08		26,9%
REPOLLO	47,50		218,96	4,61	21,7%	0,02		21,7%
LIMON	13,75		171,01	12,44	8,0%	0,40		8,0%
MANDARINA	35,88		190,83	5,32	18,8%	0,54		18,8%
MANZANA ROJA	50,00		426,38	8,53	11,7%	0,55		11,7%
NARANJA	21,25		191,31	9,00	11,1%	0,66		11,1%
PERA	36,50		245,23	6,72	14,9%	0,25		14,9%
FRUTILLA	350,00		726,35	2,08	48,2%	0,00		48,2%
TOMATES REDONDOS	102,50		246,80	2,41	41,5%	0,21		41,5%
ZANAHORIA	10,75		149,04	13,86	7,2%	0,58	7,2%	
ZAPALLITO	24,33		198,56	8,16	12,3%	0,33	12,3%	
LECHE	58,14		199,67	3,43	29,1%	3,43	<b>3,12</b>	29,1%
HUEVOS	175,49		401,46	2,29	43,7%	2,29		43,7%
POLLO	198,61		484,54	2,44	41,0%	1,04		41,0%
NOVILLO	280,25		1189,42	4,24	23,6%	1,85		23,6%
CERDO	211,67		1167,24	5,51	18,1%	0,76		18,1%
IPOD Frutihortícola-Ganadero							<b>3,62</b>	
PARTICIPACIÓN PROMEDIO DEL PRODUCTOR EN EL PRECIO								<b>26,5%</b>

Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME)

## 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 a 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.