

## OBSERVATORIO DE ECONOMÍA POLÍTICA – FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES (UBA)

### EVALUACION DE POLITICA PUBLICA: PROGRAMA PRODUCTOS ESENCIALES, ESTRUCTURA Y ALCANCES

“En el marco de Precios Cuidados, **64 productos mantendrán el precio durante seis meses** a partir de un acuerdo con empresas y supermercados. Encontrá lácteos, fideos, arroz, yerba y otros en 2500 puntos de venta en todo el país.”

<https://www.argentina.gob.ar/productos-esenciales>

#### A. CARACTERIZACIÓN DEL PROGRAMA PRODUCTOS ESENCIALES

El programa Productos Esenciales comenzó a funcionar el 22 de abril del 2019, en el marco del Programa Precios Cuidados (diseñado y ejecutado desde la gestión del Gobierno nacional anterior). Se encuentra bajo la órbita del Ministerio de Producción y Trabajo. A partir del acuerdo entre el Estado con empresas y supermercados, el Programa se propone mantener el precio de sesenta y cuatro productos por un período de seis meses (hasta el 22/10, y cabe resaltar que en el listado oficial sólo se encuentran 63 productos seleccionados, no los 64 que se sostiene formalmente<sup>1</sup>). Pretende tener alcance nacional, aunque es limitada la información oficial acerca de los tipos de comercios (hipermercados, supermercados, supermercados chinos, almacenes) en los cuales debería funcionar.<sup>2</sup>

El gobierno decide anunciar esta medida en un contexto en el cual la evolución del precio de los alimentos supera holgadamente los ingresos de los sectores medios y populares. En el siguiente cuadro se observa que, según el INDEC, *Alimentos y bebidas no alcohólicas* fue el quinto rubro en el cual más aumentaron los precios en términos interanuales (junio 2018 respecto a junio 2019), y se encuentra 5 puntos porcentuales por encima del nivel general.

**Cuadro 1. Índice de precios al consumidor. Variaciones de junio con respecto al mismo mes de 2018. Nivel nacional.**

Nivel general	55,8
<b>Alimentos y bebidas no alcohólicas</b>	<b>60,8</b>
Bebidas alcohólicas y tabaco	37,7
Prendas de vestir y calzado	43,1
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	55,6
Equipamiento y mantenimiento del hogar	58,6
Salud	61,9

<sup>1</sup> Ver al respecto el listado completo del programa Productos Esenciales en:

[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/listado\\_productos\\_esenciales\\_0.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/listado_productos_esenciales_0.pdf)

<sup>2</sup>Según se informa, el Programa se aplica en diferentes comercios:

“Los productos estarán disponibles en 2.500 puntos de venta de todo el país, en las siguientes cadenas de supermercados: Alfa Supermercados, Beltrán Supermercados, Blü, Borbotti Hipermercado, Carrefour, Cooperativa Obrera, Cordiez, Coto, Día, ElNene, El Túnel, Híper Único, Josimar, Jumbo, Disco, Vea, La Amistad, La Anónima, La Cumbre, La Economía, Omar y Vilanova, SuperCam, Supermercado Aida, Supermercado El César, Supermercado Todo, Supermercados Buenos Días, Supermercados Caceres, Tomás de León, Único Supermercados, Walmart y ZorzonSupermercados.”,

en: <https://www.iprofesional.com/economia/290892-supermercado-comercio-precios-El-lunes-comienza-Productos-Esenciales-los-articulos-disponibles-y-su-precio>

Transporte	63,3
Comunicación	65,3
Recreación y cultura	48,5
Educación	41,5
Restaurantes y hoteles	47,9
Bienes y servicios varios	61,6

Fuente: elaboración propia en base a INDEC.

Si observamos específicamente la evolución de algunos productos que integran el programa Productos Esenciales (cuadro 2), veremos que, en el Gran Buenos Aires<sup>3</sup>, en tres de los seis rubros el porcentaje de aumento interanual supera el 70%. En el caso de la leche alcanza el 85%.

El aumento superior de los precios de *Alimentos y bebidas no alcohólicas* por sobre el *Nivel general* del Índice de Precios al Consumidor (IPC)<sup>4</sup>, se relaciona con la hipótesis acerca de que los productos seleccionados para integrar el listado de Productos Esenciales, incrementaron sus precios de modo exponencial antes de ingresar al programa. Además, teniendo en cuenta que la mayoría de los 64 productos son elaborados por firmas que también cubren el segmento de primeras marcas, esto les permite ampliar el rango de ventas tanto a sectores sociales altos y medios-altos, como así también a franjas medias, medias-bajas y populares de la sociedad. Contando en este segundo segmento con la promoción y publicidad oficial.

**Cuadro 2. Índice de precios al consumidor. Variaciones de junio con respecto al mismo mes de 2018 en productos que integran Productos Esenciales.**

<b>Alimentos y bebidas no alcohólicas</b>	<b>59,8</b>
Aceites, grasas y manteca	76,3
Leche, productos lácteos y huevos	85,0
Café, té, yerba y cacao	72,1
Azúcar, dulces, chocolate, golosinas, etc.	60,0
Bebidas no alcohólicas	59,8
Aguas minerales, bebidas gaseosas y jugos	56,1

Elaboración propia en base a INDEC.

**B. CARACTERÍSTICAS DEL RELEVAMIENTO Y VISIBILIDAD DEL PROGRAMA PRODUCTOS ESENCIALES.**

Teniendo en cuenta la importancia del acceso a los alimentos para la reproducción de las condiciones de vida de las familias, y la elevada proporción de ingresos que los sectores medios y populares destinan a la compra de este tipo de productos, desde el Observatorio de Economía Política de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA se

<sup>3</sup> El INDEC no informa estas variaciones a nivel nacional.

<sup>4</sup> El IPC es un indicador elaborado por el INDEC, que mide la evolución promedio de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en un área determinada. Para más información ver:

[https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/ipc\\_que\\_es\\_06\\_16.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/ipc_que_es_06_16.pdf)

realizó un relevamiento en comercios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, para conocer el alcance del Programa y la disponibilidad de los productos.

El relevamiento fue realizado en la semana del 17 al 23 de junio, a partir de una muestra intencional (no representativa) en 48 establecimientos de la CABA.

Es importante aclarar que, según el relevamiento realizado, el Programa no tiene presencia en los **supermercados chinos**, razón por la cual este tipo de comercios no fueron tenidos en cuenta para el análisis.

### Cuadro 3. Comercios relevados según tipo

Tipo de comercio	Cantidad relevados
Cadena de supermercado	38
Supermercado chino	7
Hipermercado	2
Supermercado	1
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>

Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales

Un primer acercamiento a la información disponible permite afirmar que el programa Productos Esenciales tiene visibilidad, con su cartelería correspondiente, en el 84% de los locales comerciales. No obstante, en comparación con el anterior Programa de Precios Cuidados, su presencia es menor (dado que la visibilización de este último llega al 97%), a pesar de montar la cartelería de Productos Esenciales bajo la de Precios Cuidados, en un esquema comunicacional poco claro y específico en cuanto a la distinción de uno y otro.

GRÁFICO 1: PRESENCIA DEL PROGRAMA PRODUCTOS ESENCIALES

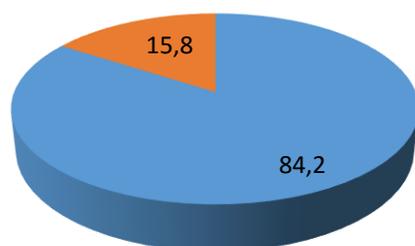
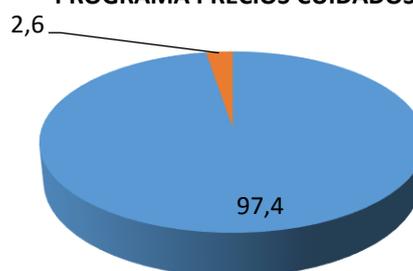


GRÁFICO 2: PRESENCIA DEL PROGRAMA PRECIOS CUIDADOS



■ SI  
■ NO

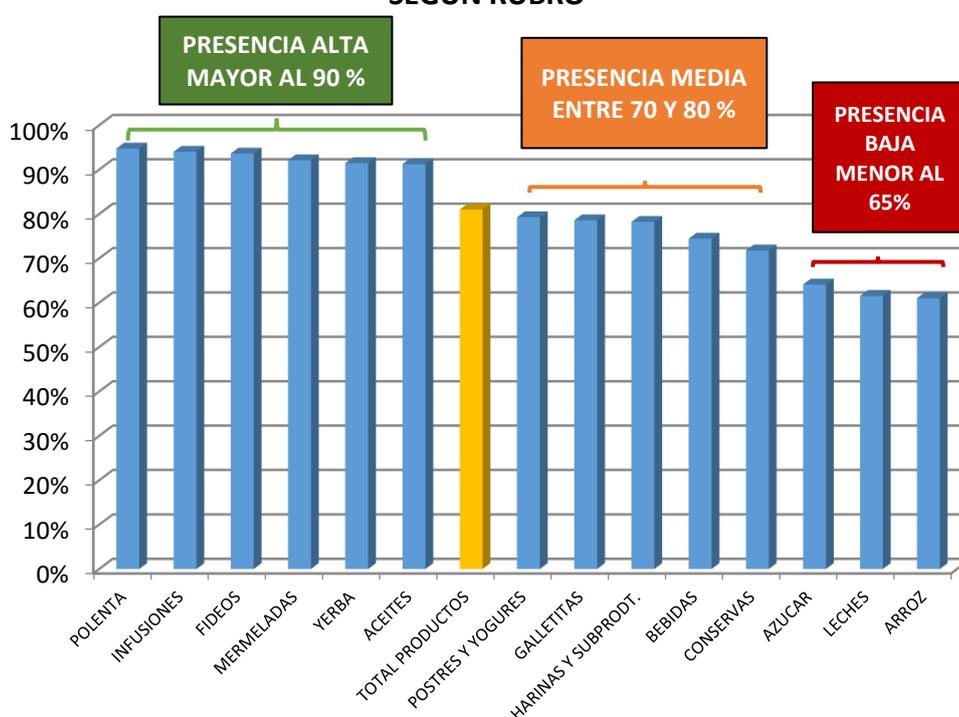
Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales

### C. ANÁLISIS DE EXISTENCIA Y PRESENCIA DE BIENES DEL PROGRAMA PRODUCTOS ESENCIALES.

Los productos del Programa se encuentran divididos en **trece rubros o ramas**, los cuales incluyen una determinada cantidad de productos. En el gráfico 3 se presenta el porcentaje de existencia de cada rubro en los comercios relevados. En primer lugar, tomando en cuenta la totalidad de los mismos, se observa que la existencia en las

góndolas alcanza el 81%. No obstante, la información relevada también permite afirmar que la presencia de los rubros no es homogénea. En este sentido, se observa que existen ramas con una presencia alta, mayor al 90%, (polenta, infusiones, fideos, mermelada, yerba y aceite); otros con existencia media, que oscila entre el 70 y el 80% (postres y yogures, galletitas, harinas y subproductos, bebidas y conservas); y aquellos con una baja presencia que no supera el 65% (azúcar, leche y arroz).

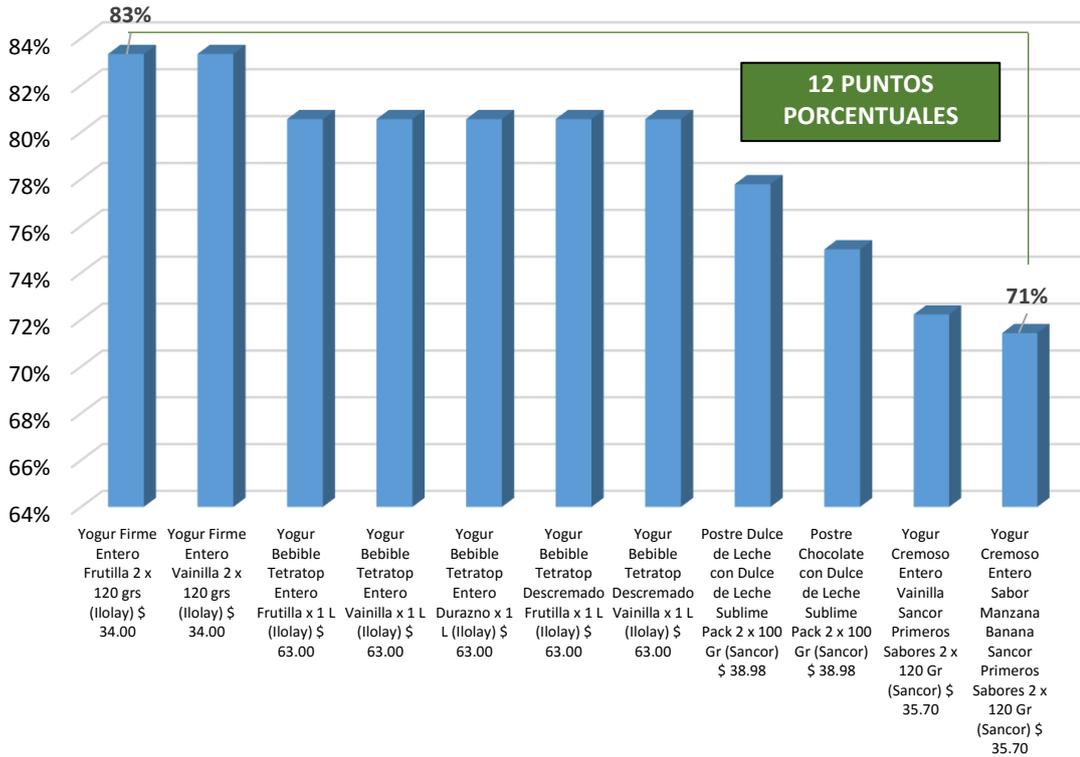
**GRÁFICO 3: PORCENTAJE DE EXISTENCIA DE PRODUCTOS SEGÚN RUBRO**



Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales

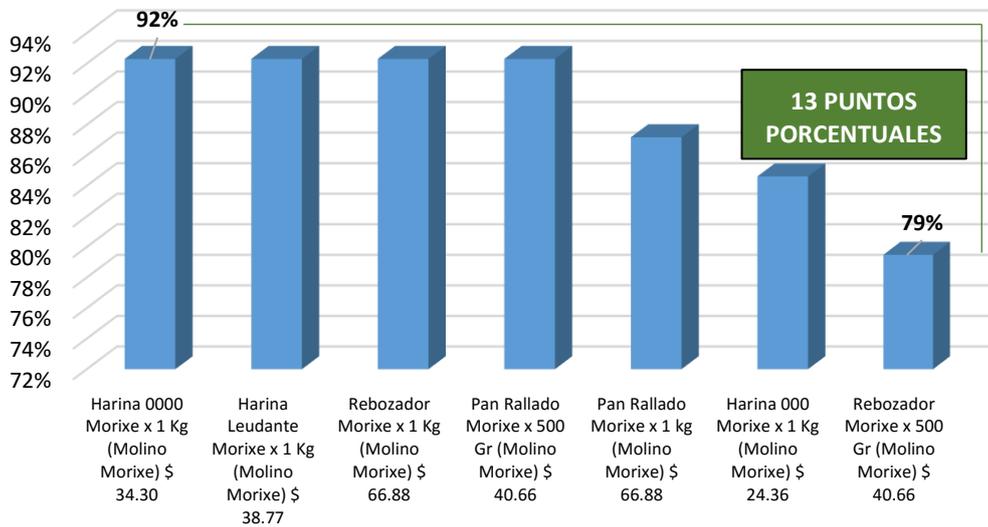
Ahora bien, los rubros con presencia media y baja presentan amplias diferencias cuando los productos son mirados por separado. En los gráficos 4, 5, 6 y 7 se presentan individualmente los productos que integran los rubros con **presencia media**. Allí se observa que en *Postres y Yogures* la diferencia entre el **Yogur Firme Entero Frutilla 2 x 120 gramos Ilolay** y el **Yogur Cremoso Entero Sabor Manzana Banana Sancor Primeros Sabores 2 x 120 Gramos Sancor** alcanza los 12 puntos porcentuales (p.p.). Luego, entre las *Harinas y Subproductos*, la distancia entre la *Harina 0000 Morixe x 1 Kilo* y el *Rebozador Morixe por 500 Gramos* es de 13 p.p. Por último, en las ramas *Galletitas*, *Bebidas*, y *Conservas* la diferencia entre los productos oscila entre el 25 y 28%.

**GRÁFICO 4: EXISTENCIA POSTRES Y YOGURES**



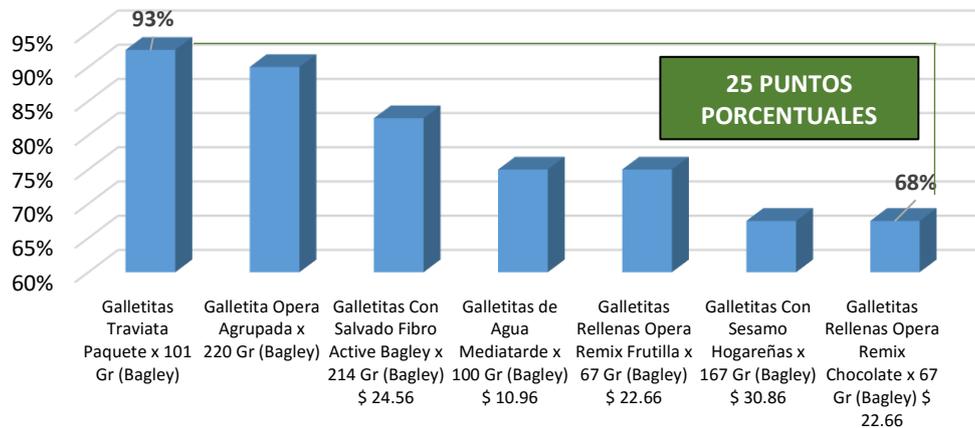
Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales.

**GRÁFICO 5: EXISTENCIA DE HARINAS Y SUBPRODUCTOS**



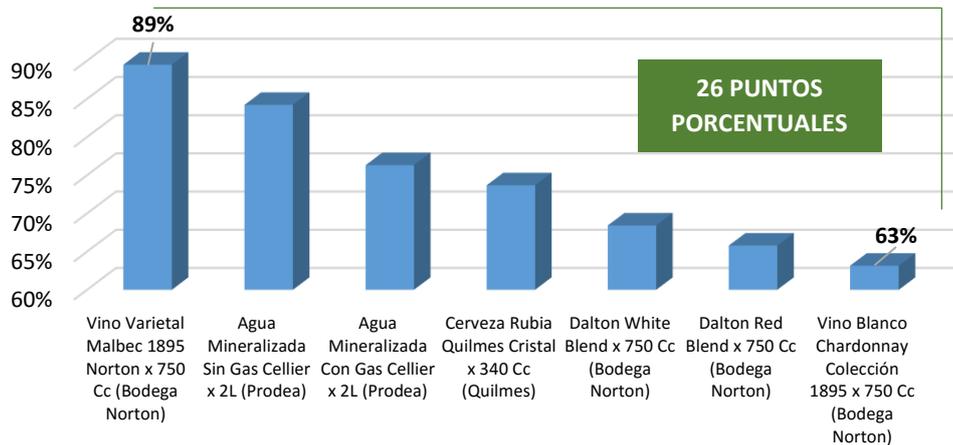
Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales

**GRÁFICO 6: EXISTENCIA DE GALLETITAS**



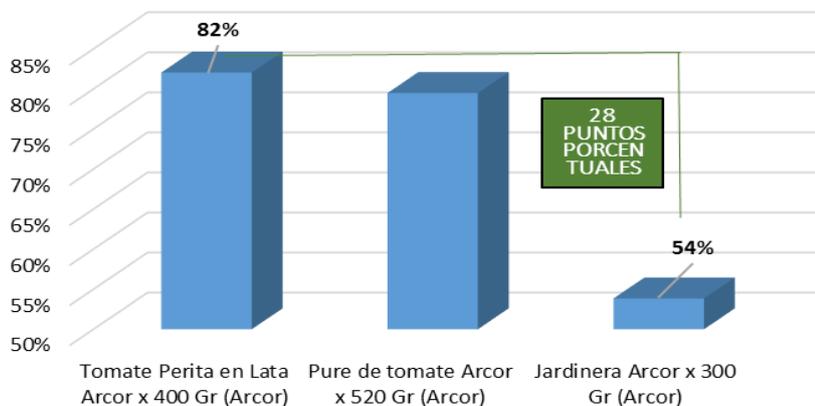
Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales.

**GRÁFICO 7: EXISTENCIA DE BEBIDAS**



Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales.

**GRÁFICO 8: EXISTENCIA DE CONSERVAS**



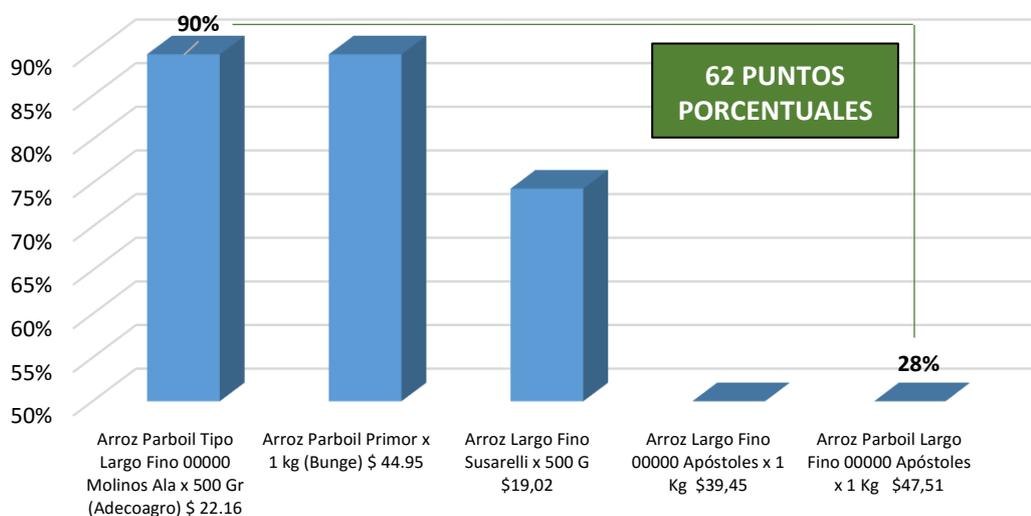
Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales

Luego, en los gráficos 9, 10 se detalla la presencia de los productos pertenecientes a las ramas con **presencia baja**. El *Arroz* (gráfico 9) es el rubro donde se observa la mayor dispersión entre aquellos productos con presencia en góndola, respecto a aquellos que no lo están: la misma alcanza el 62% entre el Arroz Parboil Tipo Largo Fino 00000 Molinos Ala por 500 Gramos, en comparación con el Arroz Parboil Largo Fino 00000 Apóstoles por 1 kilo. Esta elevada dispersión hace que el Arroz ingrese en la categoría presencia baja.

Por su parte, consideramos que debe prestarse especial atención al rubro *Leches*. En primer lugar, por su baja presencia en las góndolas. Es la única rama en la cual ningún producto supera el 80% de existencia; y en los casos de la leche en tetrabrik Apóstoles entera y descremada, la presencia es de 53 y 51% respectivamente. Luego, debido a que esta situación contrasta con el aumento del 85% que, según el INDEC, ha sufrido el precio de *Leche, productos lácteos y huevos* en el último año (junio 2018-junio 2019). Por último, porque el precio de referencia del Programa es un 30% menor que la primera marca, y porque la leche es un alimento fundamental en el desarrollo de los niños.

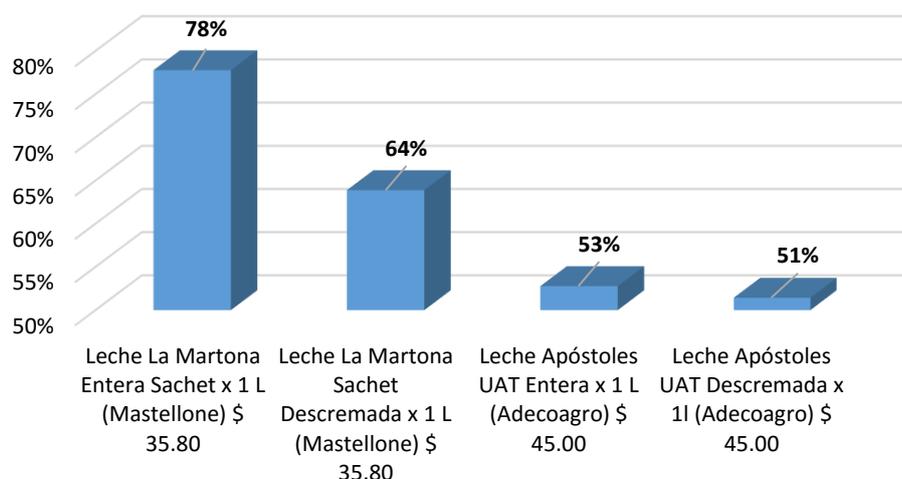
En el caso del *Azúcar*, es el único producto que integra el rubro, y su presencia en góndola es del 64%.

**GRÁFICO 9: EXISTENCIA DE ARROZ**



Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales.

**GRÁFICO 10: EXISTENCIA DE LECHE**



Elaboración propia en base a Relevamiento de Productos Esenciales.

#### **D. CONCLUSIONES PRELIMINARES**

El programa Productos Esenciales es una iniciativa del gobierno nacional aplicado desde fines de abril de 2019 ante el acelerado aumento del precio de los alimentos que profundizó el cuadro inflacionario del modelo económico, sobre todo, desde la devaluación del año 2018 (por ejemplo, el rubro Alimentos y bebidas no alcohólicas aumentó, según el INDEC, un 60% en términos interanuales -junio 2018 – junio 2019-). Esto ocasionó un malestar creciente en la mayoría de la ciudadanía en general y el Programa emerge asociado a un diseño de urgencia con la finalidad de paliar la situación inflacionaria creciente en el contexto de un año electoral clave para la continuidad de la gestión gubernamental.<sup>5</sup>

El Programa ofrece sólo 64 productos (nominados como “esenciales” pero que responden a una variedad no expresamente adecuada a una alimentación considerada

<sup>5</sup> Cabe señalar que la situación de aumento superior de precios de la mayoría de los productos alimenticios por sobre el índice inflacionario (promedio de una canasta de productos y servicios variados) se enlaza además con la posibilidad de esgrimir como hipótesis que los productos que fueron seleccionados para integrar el listado de bienes seleccionados para el actual programa gubernamental de regulación comercial, incrementaron sus precios de modo exponencial antes de ser incorporados a dicho listado. Asimismo, como la mayoría de estos 64 (o 63?) productos (considerados “esenciales”) son elaborados por grandes firmas productoras y propietarias de grandes marcas de esta serie de productos, el efecto de mercado para muchas de estas grandes firmas empresariales, les posibilita ampliar el rango de acción de venta y proseguir con la concentración de porciones clave de mercado, al segmentar su oferta en base a una tradicional entrega de productos con marcas reconocidas que aumentan su precio y se destinan a un mercado consumidor representante de sectores socioeconómicos más acomodados y acotados, en paralelo a un segundo mercado constituido por sus segundas marcas, ahora bajo publicidad y promoción oficial estatal, orientado a un mercado de consumidores desclasados de sectores medios y medio-bajos, junto a sectores populares clásicos.

saludable) y fue acordado para tener presencia preferentemente en cadenas de supermercados, en tan sólo un total de 2500 comercios en todo el país.

Según el relevamiento realizado, su implementación es dispar en relación al tipo de comercios y a los rubros de los productos.

- Los productos del Programa **no tienen presencia en los supermercados “chinos” y pequeños comercios barriales (despensas, almacenes, fiambrerías, entre otros)**. Este es un dato relevante debido a la cercanía de este tipo de establecimientos respecto a las viviendas y/o lugares de trabajo de los consumidores.
- La visibilidad del programa es elevada en el 84% de los comercios relevados.
- Tomando la totalidad de los productos, la existencia en góndola alcanza el 81%.
- Es posible dividir los rubros en tres categorías según su presencia en góndola. Las ramas polenta; infusiones; fideos; mermeladas; yerba; y aceite tienen una **presencia alta, mayor al 90%**. Por su parte, Yogures y postres; galletitas; harinas y subproductos; bebidas; y conservas presentan una **existencia media, que oscila entre el 70 y 80%**. Por último, leches; azúcar; y arroz son los rubros con **baja presencia, menor al 65%**.
- Cabe destacar la baja presencia en góndolas de la leche, sobre todo en el caso del tetrabrik. La misma constituye un alimento fundamental para el desarrollo de los niños (sobre todo en un escenario social de marcada reducción del consumo de lácteos); y los precios correspondientes al Programa presentan una diferencia del 30% respecto a las primeras marcas.

Para finalizar, sostenemos que la importancia del acceso a los alimentos para la reproducción de las condiciones de vida de las familias, y la elevada proporción de ingresos que los sectores medios y populares destinan a la compra de alimentos, tornan fundamental el rol estatal para ejercer tareas de regulación-control, y para ampliar el Programa tanto en términos geográficos, como así también en cuanto a la calidad y cantidad de productos.

## E. FICHA TÉCNICA

El relevamiento fue realizado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) entre el 17 y el 23 de junio de 2019. Se trató de una muestra intencional (no representativa) de cuarenta y ocho comercios, distribuidos de la siguiente manera:

Comuna	Barrio	Comercios relevados
1	Montserrat	4
	San Nicolás	2
	San Telmo	3
2	Recoleta	1
3	Balvanera	3
4	Barracas	1
5	Almagro	4
7	Flores	5
10	Versailles	2
11	Devoto	2
12	Saavedra	4
	Urquiza	1
13	Cañitas - Belgrano	1
	Colegiales	5
14	Palermo	2
15	Agronomía	2
	Parque Chas	3
	Villa Crespo	3
<b>Total</b>		<b>48</b>

Según el relevamiento realizado, el Programa no tiene presencia en los supermercados chinos, razón por la cual este tipo de comercios no fueron tenidos en cuenta para el análisis. Considerando esta situación, el estudio fue elaborado en base a cuarenta y un comercios.

### **EQUIPO OEP UBA RESPONSABLE DEL ESTUDIO:**

**DISEÑO Y COORDINACION GENERAL DEL ESTUDIO:** Walter Bosisio

### **EQUIPO DE RELEVAMIENTO:**

Sandra Guimenez, Malena Viu, Martina Arzy, Carolina Buffoni, Mora Vinokur, Luciana Kirjner, Malena Aguas, Carolina Garcia Bauer, Lara Gervai, Mara Palazzo, Malena Aguas, Camila Charvay, Pablo Swiec, Santiago Vanderstichel, Alejandro González, Walter Bosisio.

**CARGA DE DATOS:** Alejandro González y Malena Aguas

**PROCESAMIENTO, ANALISIS, INFORME FINAL:** Pablo Swiec y Walter Bosisio