

La inflación en Salta



Salta 2011

Contacto

FUNDACIÓN ECONÓMICA DE DESARROLLO
Y CAPACITACIÓN REGIONAL

Rivadavia 690 - 1º Piso - Oficina 3

C.P. 4.400 Salta – Republica Argentina

Teléfono: (54 – 387) 421 7823

Email: INFO@FEDECAR.ORG

Definición

En términos económicos, la inflación es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios en el tiempo.

Generalmente se entiende como la caída del poder adquisitivo de los ingresos frente al nivel de precios.

Una inflación moderada, de hasta un 5% por año, se puede considerar como normal.

Planteo

El fin de este estudio es de presentar un valor mínimo para la inflación local. *A tal fin nos apoyamos en una canasta de productos "simples" de uso diario sin incluir productos ocasionales (como p.ej. material escolar) o productos especiales (como p.ej. la carne vacuna).*

El valor real de la inflación de "cada salteño" luego depende de sus preferencias, sus hábitos de consumo, etc.

En la actualidad argentina podemos observar una combinación de tres tipos de inflación:

- . **Inflación de demanda:** cuando la demanda general de bienes se incrementa, sin que el sector productivo haya tenido tiempo de adaptar su producción a esta demanda;
- . **Inflación de costos:** cuando los costos de la producción se encarecen, y los productores aumentan los precios para mantener su nivel de ganancias;
- . **Inflación autoconstruida:** ligada al hecho de que la gente prevé aumentos futuros de precios y ajustan su conducta de acuerdo a ello.

Metodología

El punto de partida es la verificación de precios de una canasta de alrededor de 45 productos de uso común. El precio histórico de marzo 2008 está comprobado por material de promoción indicando los precios regulares y de oferta. A través de un relevamiento de campo fueron tomados los precios actuales en varios supermercados de la ciudad de Salta entre el 2 y el 7 de marzo 2011.

Ponderación

En los cálculos de inflación se usa muchas veces el concepto de la *ponderación*, que implica la importancia de la participación que tiene un cierto producto dentro de una canasta determinada. De esta manera se puede toma en cuenta el consumo real y consecuentemente el impacto verdadero del incremento de precio de cada producto. Por el contrario, la ponderación permite modificar el resultado al asignar mayor / menor peso que corresponda a un determinado producto. Además es muy difícil poder tomar en cuenta todos los diferentes hábitos de consumo. Para evitar esta problemática hemos decidido no recurrir a la ponderación de los resultados obtenidos en el presente estudio.

Alcance

Como obviamente no podemos tomar en cuenta todos los productos que componen una canasta familiar se ha tomado un universo de 45 productos "simples", que en general son consumidos diariamente por una familia tipo.

Observación

En muchos casos pudimos constatar que el productor modificó el tamaño del envase para esconder los aumentos de precios. Hemos ajustado el calculo nuestro para reflejar esta realidad.

Ejemplos: Un pote de queso untable bajó de 320 gramos a 300 gramos, un sobre de jugo en polvo pasó de contener 35 gramos de producto a tan solo 25 gramos.

Resumen

En base a unos 45 productos relevados estimamos un piso de inflación del **21,5 % anual** para el periodo de marzo 2010 a marzo 2011.

¿Qué significa eso? Este valor muestra el incremento de precio en productos de uso regular que no están en la atención de los consumidores. A este valor hay que sumar muchos otros incrementos de precios como p.ej. la carne, los alquileres, los útiles de colegio, los impuestos etc.

Actualmente –por razones de público conocimiento- es casi imposible tener un valor exacto de la inflación (más allá de las diferencias de consumo). **Por lo tanto ofrecemos con el 21,5 % un valor de base para que los salteños puedan estimar su inflación personal, durante el período de tiempo citado.**

Por sector

Hemos agrupado los artículos en un total de ocho categorías: congelados, verduras, higiene personal, bebidas alcohólicas, limpieza, lácteos, enlatados, y almacén / otros:

Evolución sobre un año

Rubro	Mrz-10	Mrz-11	Diferencia
HIGIENE PERS.	\$ 29,46	\$ 40,32	36,9%
OTROS	\$ 24,81	\$ 31,98	28,9%
BEBIDAS ALC.	\$ 61,48	\$ 76,83	25,0%
LACTEOS	\$ 54,50	\$ 67,37	23,6%
LIMPIEZA	\$ 57,96	\$ 69,99	20,8%
ENLATADOS	\$ 35,97	\$ 42,91	19,3%
CONGELADOS	\$ 49,65	\$ 57,61	16,0%
VERDURAS	\$ 32,36	\$ 33,55	3,7%
GRAN TOTAL	\$346,19	\$420,57	21,5%

Detalles

También hemos analizado la inflación en los últimos tres años. En promedio los precios han subido un 25% cada año entre 2008 y 2011.

Evolución sobre tres años: de 2008 a 2011

Rubro	Mrz-08	Mrz-10	Mrz-11	Diferencia
CONGELADOS	\$ 26,55	\$ 49,65	\$ 57,61	117,0%
LACTEOS	\$ 34,82	\$ 54,50	\$ 67,37	93,5%
BEBIDAS ALC.	\$ 39,82	\$ 61,48	\$ 76,83	92,9%
HIGIENE PERS.	\$ 22,13	\$ 29,46	\$ 40,32	82,2%
OTROS	\$ 18,90	\$ 24,81	\$ 31,98	69,2%
VERDURAS	\$ 20,45	\$ 32,36	\$ 33,55	64,1%
ENLATADOS	\$ 27,85	\$ 35,97	\$ 42,91	54,1%
LIMPIEZA	\$ 48,84	\$ 57,96	\$ 69,99	43,3%
GRAN TOTAL	\$ 239,36	\$ 346,19	\$ 420,57	75,7%

Tres categorías de producto han „doblado“ sus precios de 2008 a 2011: **los productos congelados, las bebidas alcohólicas y los lácteos.**

El menor incremento podemos observar en la categoría de limpieza y de enlatados.

Es importante resaltar las enormes diferencias de crecimiento de precio que se pueden observar entre los distintos rubros. En los últimos tres años los congelados subieron casi tres veces más rápido que los productos de limpieza.

Inflación USD

Convirtiendo el precio de la canasta relevada a dólares, podemos calcular la inflación en esta moneda extranjera de referencia.

Mrz-08	Mrz-10	Mrz-11	Diferencia
76,12 USD	95,93 USD	104,47 USD	37,3%

Con un promedio anual del 12,4% la inflación en dólares esta a la mitad de la tasa de inflación en pesos argentinos.

Conclusión

La Provincia de Salta (igual que las demás provincias argentinas) esta sufriendo el efecto de la inflación. Con un piso de inflación en Salta estimado en un 21,5% anual los ciudadanos salteños estan perdiendo poder adquisitivo todos los días.

Si bien creemos que los incrementos del sueldo alcanzan compensar todavia el efecto inflacionario, la pregunta importante es "hasta cuando será así?".

Los incrementos de precios de Marzo 2010 a Marzo 2011 han sido por debajo del promedio de los últimos tres años (2008-2011). No podemos concluir que esto significa que se esta frenando la inflación. Más bien tememos que debido al carácter electoral de este año se tardarán en manifestar algunos aumentos. Si fuera así, habría que prepararse para un fuerte aumento de los precios entre fines de 2011 y principios del 2012.

¿Que hacer?

Más allá de la necesidad de sincerar la medición de la inflación al nivel nacional y provincial y de terminar consecuentemente con una proliferación de mediciones alternativas, **es ahora el momento de actuar de los consumidores.**

Si bien no se puede evitar la inflación en el escenario económico actual, su "magnitud" se define en gran parte en la "caja del supermercado". Los consumidores tienen que comparar precios, buscar ofertas y castigar aumentos de precios con cambio de habitos y frecuencias de consumo.

Objeto

La **Fundación Económica de Desarrollo y Capacitación Regional (FEDECAR)** tiene por objeto realizar toda clase de actividades tendientes al desarrollo, información, asesoramiento, capacitación y difusión en el área económica, política y social.

- **Fuente de información de la actualidad empresarial y de la economía regional.**
- **Asesoramiento en general, tanto a organismos estatales como a privados.**
- **Capacitación con clara orientación regional.**
- **Promoción de las economías regionales y de la cooperación interregional (ZICOSUR).**
- **Centro regional de apoyo socio-económico.**
- **Incentivadora del desarrollo de actividades de Responsabilidad Social Empresaria.**

Autoridades

Presidente: Dr. Sebastián Alderete

Vice-Presidente: Lic. Roberto Dabusti

Secretario: Dr. Néstor Álvarez Sabbaga

Tesorero: Cr. Samuel Saravia

Internet

Para mayor información, ingrese en nuestro sitio Web

[http:// WWW.FEDECAR.ORG](http://WWW.FEDECAR.ORG)

Contacto

Nuestros datos de contacto son los siguientes:

Domicilio: Rivadavia 690, 1° piso, Oficina 3

Teléfono: **0387 4212292**

Correo electrónico: **INFO@FEDECAR.ORG**

