

# El consumidor pagó en noviembre 4,56 veces más de lo que percibió el productor

26/12/2020

La brecha de precios entre lo que pagó el consumidor y lo que recibió el productor por los productos agropecuarios en el campo tuvo una caída mensual de 4% en noviembre. La variación fue impulsada por bajas en las brechas de la calabaza (-58%), la papa (-34,1%) y la pera (-21%). En los tres casos se dio por las fuertes mejoras en los precios que recibió el productor frente a la menor oferta.

Así, en promedio, los consumidores pagaron 4,31 veces más de lo que cobró el productor por los bienes en la tranquera de sus campos, cuando en octubre la diferencia fue de 4,49 veces. La participación del productor en el precio final subió 8,5% con respecto a octubre, ubicándose en 30,7% y alcanzando su máximo valor histórico desde que comenzó a medirse en enero de 2016. La participación promedio enero-noviembre también registró su valor más alto (26,4%).

En origen, los precios tuvieron una suba promedio de 15,8%, mientras que en destino los comercios minoristas midieron una suba de 3,4% y los hipermercados de 4,6%.

Los datos surgen del Índice de Precios en Origen y Destino (IPOD), que elabora el sector de Economías Regionales de CAME en base a los precios de origen de las principales zonas de producción y a más de 700 precios de cada producto en destino, relevados no solo en verdulerías y mercados por un equipo de 30 encuestadores, sino también mediante un monitoreo de los precios online de los principales hipermercados del país durante la segunda quincena del mes.

En noviembre, la brecha mayor se detectó en la manzana roja, cuyo precio se multiplicó por 15,01 veces desde que salió del campo. La siguieron la zanahoria (11,53 veces), la pera (8,11

veces) y el pimiento rojo (5,11 veces).

Los productos con menores brechas, en tanto, fueron la calabaza (1,55 veces), la acelga (1,78 veces), la papa (1,98 veces) y la frutilla (2,17).

La brecha promedio de los cuatro productos con menos distorsiones de precios entre que salen del campo y llegan al consumidor fue de 1,87 veces. Mientras que, en los cuatro productos con más brecha, el promedio fue 9,94 veces, es decir, 5,3 veces más.