

Los alimentos aumentaron por debajo de la inflación, aunque hay cuatro productos que lideran el incremento de precios

20/11/2024



Los alimentos aumentaron menos que la inflación. Según CONINAGRO (Confederación Intercooperativa Agropecuaria Limitada) en términos interanuales, la inflación de los alimentos registró un incremento del 183,2%, por debajo de la inflación general, que alcanzó el 193%.

Además, según este mismo análisis, los precios de los alimentos mostraron una suba inferior a la del índice general que fue del 2,7% en octubre, y también fue menor que el pasado mes de septiembre, cuando llegó al 3,5%. Dentro de este marco, los productos que más aumentaron durante el mes de octubre fueron el limón (71,6%), huevos (3,9%), aceite (2,3%) y papa

(2,3%). En el otro lado, los productos que bajaron sus precios durante el mes pasado, fueron la cebolla (-21,1%), tomate (-6,5%), harina (-4,2%) y azúcar (-4,1%).

«Desde la entidad hacemos un seguimiento de todos los productos que están vinculados a las actividades de las cooperativas. Nuestro trabajo demuestra que, si bien algunos productos han sufrido un incremento por encima de la inflación, en líneas generales el resto se mantuvo por debajo. En muchos casos, las variaciones en los precios se deben más que nada a cuestiones estacionales. La carne es uno de los alimentos que menos aumentó durante este último año», dijo a FM Vos 94.5 Elbio Laucirica, presidente de CONINAGRO.

«El sector no es formador de precio. De hecho, del valor final del producto cada productor recibe solamente un 25 %. De lo que resta, el 35 % son impuestos, mientras que un 40 % se divide en logística, distribución y diversos pagos de servicios comerciales», aclaró.

Luego, se refirió en particular a la caída en el consumo de carne vacuna. «Lo que hemos percibido en cuanto a este tema, es que hay un cambio en el comportamiento de las costumbres y la alimentación de los argentinos. Existe una disminución bastante visible del consumo interno de la carne vacuna. Ante esto, es imperioso para el sector alcanzar nuevos mercados en el exterior. Sobre este punto venimos trabajando con el gobierno nacional para poder acceder a mercados importantes como Japón y Corea. Las exportaciones deben compensar la caída en el consumo interno», aseguró Laucirica.

«Si queremos exportar o darles una salida a nuestros productos, tenemos que acomodarnos a las exigencias de los mejores mercados del mundo. Por ello, desde CONINAGRO propiciamos toda la cuestión de la trazabilidad obligatoria en la hacienda. Las certificaciones es lo que impone el mercado, y nosotros no podemos darnos el lujo de quedarnos atrás caprichosamente», expresó.

Por último, sostuvo que desde CONINAGRO siempre se apunta a fortalecer al sector primario. «Lo que venimos estudiando desde nuestra entidad de forma conjunta con otros organismos

es cómo ayudar a los productores. Lo que pasa es que uno puede ser muy buen productor en su campo, pero si después no puede vender, nada sirve. La idea siempre es poder asesorarlos y mejorar las condiciones de venta. Se debe mejorar la capacidad crediticia de algunas producciones. Hay limitaciones que se presentan en los distintos eslabones de la cadena que restringen la posibilidad de comercializar eficientemente la producción», concluyó.