

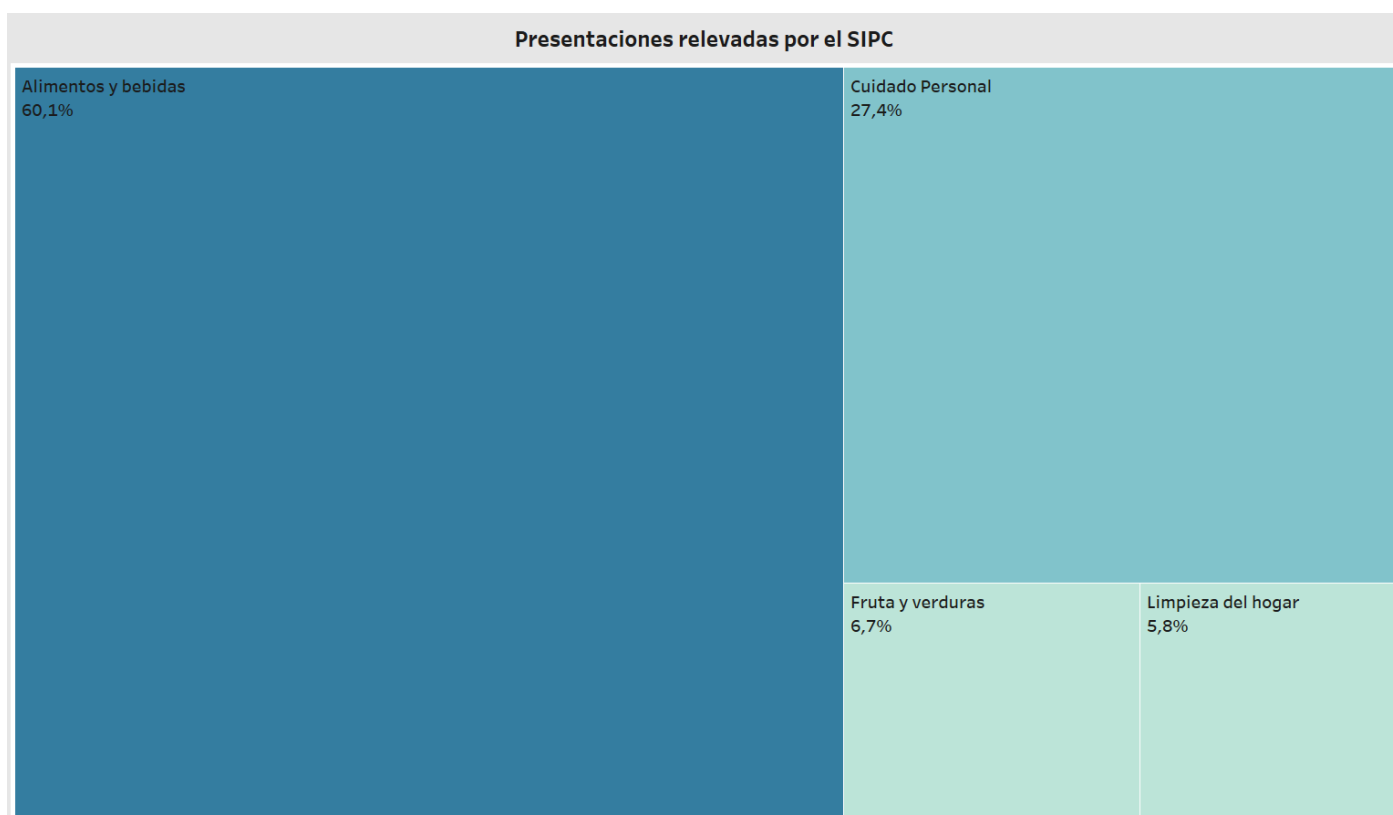
# Evolución intra-anual de precios en el período enero – junio 2023

## Introducción

En este informe, presentamos un análisis estadístico intra-anual del comportamiento de los precios reportados al Sistema de Información de Precios al Consumidor (en adelante, SIPC) en el primer semestre del año 2023. Se trata de un resumen de la información que diariamente se brindó a los consumidores en el SIPC. No constituye una medición de la inflación<sup>1</sup>.

## Presentaciones y Establecimientos

El SIPC releva los precios diarios de un total de 208 presentaciones<sup>2</sup> (5 de ellas fueron incorporadas al relevamiento en mayo). Las presentaciones elegidas son representativas de 85 artículos que se clasifican en las siguientes categorías: alimentos y bebidas (125 presentaciones), cuidado personal (57 presentaciones), frutas y verduras (14 presentaciones), y limpieza del hogar (12 presentaciones).



<sup>1</sup> La inflación es medida por el INE considerando una canasta de productos y servicios amplia.

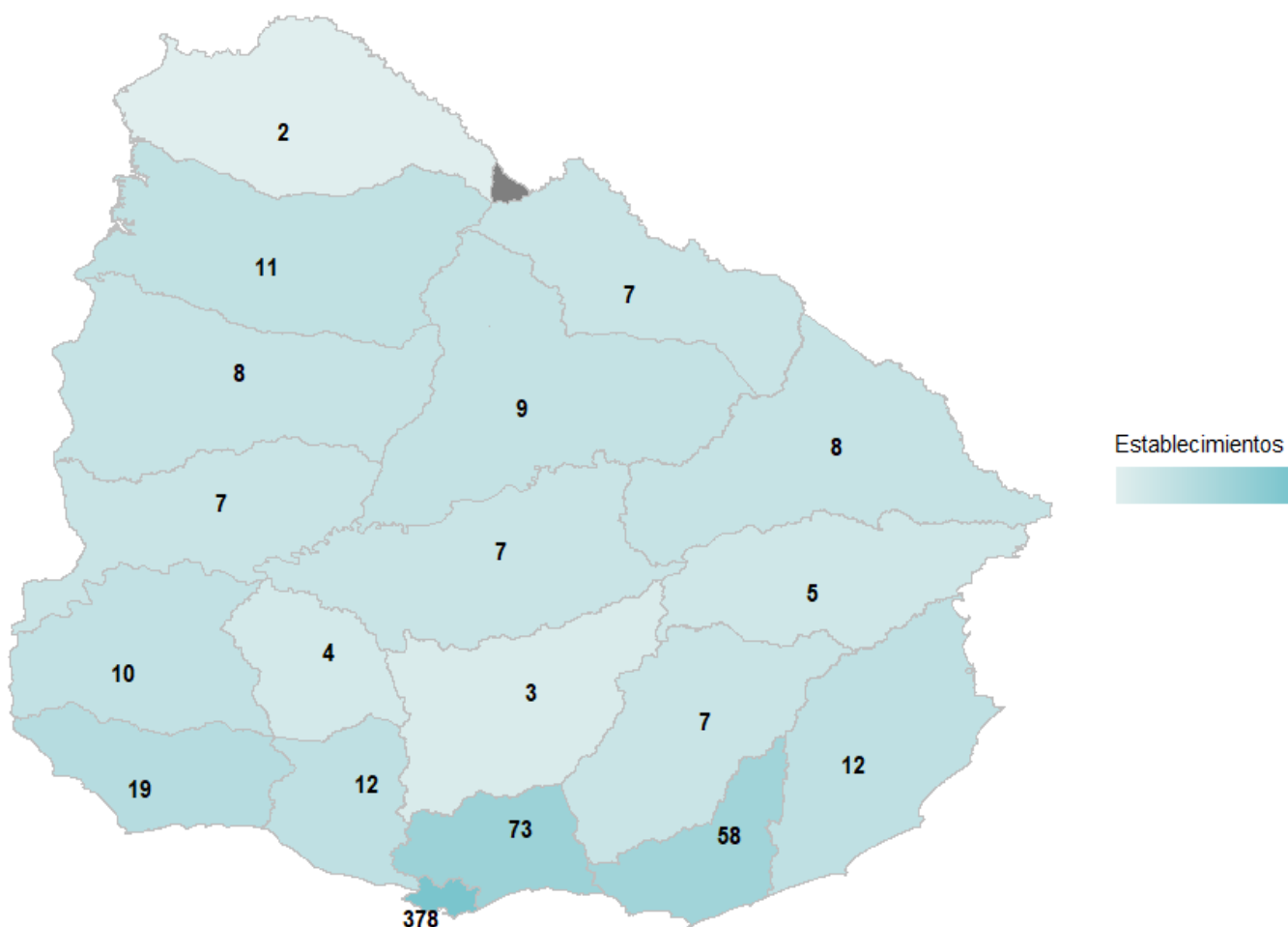
<sup>2</sup> Las presentaciones son los productos en su versión más detallada (especificando marca, peso, cantidad y variedad).

En el primer semestre, han reportado diariamente al SIPC un promedio de 640 establecimientos de distribución minorista de todo el país, los cuales se encuentran distribuidos en el territorio nacional de la siguiente forma: 59,1% en Montevideo y 40,9% en el interior.

Dentro de Montevideo, el 89,9% de los establecimientos que envían datos corresponden a cadenas de supermercados o cadenas de farmacias<sup>3</sup>, el 10,1% restante corresponde a supermercados que no conforman una cadena. Dentro de estos últimos, un 39,5% integran con otros supermercados algún grupo de compra (Cardinal, Central Mayorista, Grupal, Grupo más, Planeta, Tamisur, y Ubesur).

En el interior del país, el 86,3% de los que reportan al SIPC son cadenas de supermercados o cadenas de farmacias, el 13,7% son supermercados que no conforman una cadena. Un 41,2% de los supermercados integran algún grupo de compra (Central Mayorista, Grupal, Grupo más, Tamisur, y Ubesur).

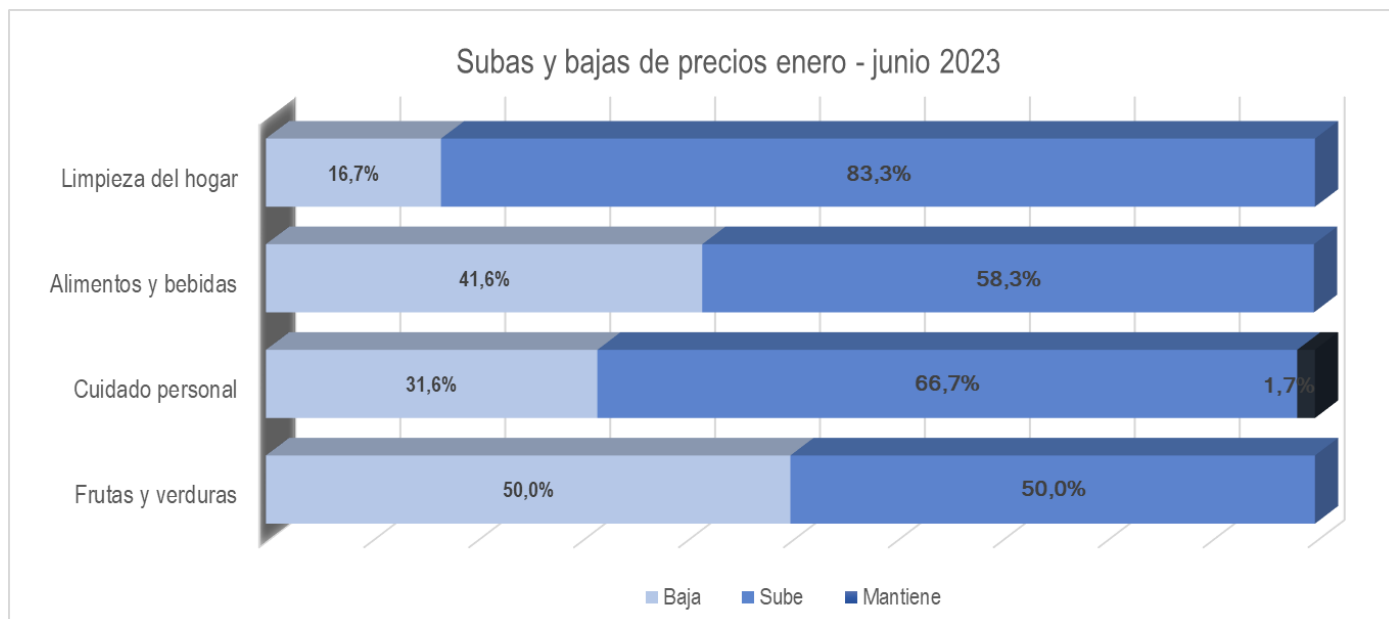
#### Distribución de los establecimientos que envían datos al SIPC



<sup>3</sup> Cadenas de supermercados y farmacias: Devoto, Devoto Expres, Disco, El Clon, El Dorado, Farmaglobal, Farmashop, Frog, Géant, Kinko, Macro, Micromacro, Pigalle, Red Expres, Red Market, San Roque, Ta-ta, y Tienda Inglesa.

## Análisis de precios en el período enero a junio 2023

Para la medición se empleó el Precio Promedio de Mercado (PPdM), el cual es determinado a partir de los precios promedio mensuales para cada presentación entre todos los establecimientos que enviaron datos. El siguiente gráfico muestra, por categorías, la cantidad de presentaciones cuyos precios PPdM subieron o bajaron en el semestre:



Durante el primer semestre, las categorías que presentan mayoritariamente productos con aumentos de PPdM son: limpieza del hogar, alimentos y bebidas y cuidado personal.

Dentro de la categoría de limpieza del hogar, se registraron aumentos promedios de los PPdM de 5,1%, mientras que las presentaciones que bajaron de precio lo hicieron en promedio 7,7%.

Por su parte, en la categoría de alimentos y bebidas aumentaron de PPdM 70 presentaciones y lo hicieron en promedio un 4,5%. Las presentaciones que bajaron lo hicieron en promedio 5,1%.

En cuanto a la categoría de cuidado personal las presentaciones que aumentaron sus PPdM lo hicieron en promedio un 3,5% y las que lo redujeron lo hicieron en un 3,1%.

Por último, se encuentra la categoría de frutas y verduras, siendo esta la más volátil de las cuatro. Las presentaciones que aumentaron de PPdM lo hicieron en promedio 42,9% mientras que las que disminuyeron lo hicieron en promedio 16,1%.



A continuación, se incluyen tablas con las presentaciones con mayor aumento y mayor rebaja de precios en el primer semestre de 2023, teniendo en cuenta la totalidad de las categorías analizadas:

Presentaciones	Variación suba
Papa Rosada, 1 kg.	61,7%
Tomate Perita, 1 kg.	59,8%
Papa Blanca, 1 kg.	58,0%
Manzana Fuji, 1 kg.	55,6%
Manzana Red Deliciosa, 1 kg.	44,0%
Huevos colorados Super huevo Envase 1/2 docena	20,5%
Huevos colorados El Jefe Envase 1/2 docena	20,4%
Paleta vacuna Con Hueso - Sin Marca 1 kg.	17,8%
Huevos colorados Prodhin Envase 1/2 docena	17,7%
Tomate Americano, 1 kg.	16,3%

Presentaciones	Variación baja
Lechuga Crespa, 1 unidad	-34,4%
Zapallo Calabacín, 1 kg.	-30,4%
Lechuga Mantecosa, 1 unidad	-29,4%
Aceite de girasol Uruguay Envase 900 cc	-24,8%
Champú Suave Envase 930 ml.	-21,9%
Nalga vacuna Con Hueso - Sin Marca 1 kg.	-18,5%
Aceite de soja Río de la Plata Envase 900 cc	-15,8%
Jabón en polvo máquina Skip - Paquete azul Paquete 800 grs.	-15,1%
Aceite de soja Condesa Envase 900 cc	-13,2%
Pollo entero fresco con menudos Avícola del Oeste 1 kg.	-12,1%

Otro aspecto relevante para analizar tiene que ver con la variabilidad de precios entre establecimientos. Teniendo en cuenta solo los productos que se venden con marca, la categoría que contiene presentaciones con menor coeficiente de variación<sup>4</sup> promedio es la de alimentos y bebidas. Para este grupo, el coeficiente de variación oscila entre 21,1% y 3,3%. La menor dispersión de precios se registró en una marca de galletitas al agua, es decir, esa presentación presentó precios similares en todos los establecimientos que enviaron datos al SIPC.

Por otro lado, el grupo que tuvo en promedio mayor dispersión de precios corresponde a la categoría cuidado personal. En particular, una marca de algodón fue la que registró mayor dispersión de precios entre establecimientos para el período analizado.

---

<sup>4</sup> El coeficiente de variación de una variable se calcula como el cociente entre su desvío estándar y su media aritmética.