

Ministerio de Industria y Comercio

**SISTEMA NACIONAL INTEGRADO DE PROTECCION AL
CONSUMIDOR (SNIPC)**

- INFORME INTERANUAL DEL SISTEMA DE MONITOREO DE PRECIOS DEL SNIPC-

**INFORME SOBRE VARIACION ANUAL DE PRECIOS PROMEDIO DE VENTA DE PRODUCTOS
BÁSICOS DE LA CANASTA FAMILIAR**

PERIODO DE REFERENCIA: (1-20 NOVIEMBRE 2003 vs. 1-20 NOVIEMBRE 2004)

Se adjunta a la presente: (ver cuadro adjunto)

El informe presenta la variación de precios promedio de (i) 43 productos que mas bajaron de precios (mas del 15% dentro del periodo de referencia analizado) y (ii) 33 productos que mas aumentaron de precio (mas del 15% dentro del periodo de referencia analizado). Los mismos están ordenados en forma de ranking de mayor a menor, conforme al porcentaje de variación que sobrellevaron.

El objetivo de este trabajo se enmarca en la acción de promover la protección y defensa de los intereses económicos del consumidor, en particular su derecho básico a estar informado, brindándole una adecuada divulgación sobre las características (entre ellos precios) de los principales productos de la canasta familiar ofertados en el mercado, lo cual asegura su libertad a decidir y la equidad en las contrataciones.

Los datos incluyen: El Rubro del Producto, Especificaciones/ Marca, Precios Promedios de Noviembre 2003 y Noviembre 2004 de los productos que calificaron para el análisis en función a criterios pre-establecidos por el Sistema de Monitoreo de Precios del SNIPC y conforme a la siguiente ficha técnica:

Ficha Técnica del informe:

1. Limitación y alcance del Informe: El informe se limita a brindar información sobre "precios" de principales productos de la canasta básica familiar de venta en supermercados del área metropolitana a consumidores urbanos que aumentaron o disminuyeron de precio dentro del periodo de referencia indicado. No incluye información sobre composición, calidad y riesgos que eventualmente puedan presentar los productos.
2. Las encuestas se llevaron a cabo por funcionarios del MIC de las Direcciones de Defensa al Consumidor y Comercio Interior dos (2) días de cada semana del periodo en cuestión
3. Valores expresados en guaraníes corrientes
4. Precios de productos de venta al consumidor final (urbano)
5. Locales encuestados: 20 supermercados del Gran Asunción
6. Marcas incluyen productos nacionales e importados
7. Los productos genéricos (a granel) no se categorizan por marcas

Comentarios:

Con respecto a los productos que bajaron de precio:

Como se puede apreciar en el cuadro adjunto, de los 43 principales productos que mas bajaron de precio de NOVIEMBRE 2003 a NOVIEMBRE 2004, 11 de ellos bajaron entre el 30% y 50%. Los primeros 5 productos del ranking que mas disminuyeron de precio son: extracto de tomate, locro a granel, comino, papa negra y puré de tomate.

Con respecto a los productos de venta “a granel”, se identifican arroz, harina y locro, siendo este ultimo el de mayor disminución. Con relación a las frutas, las que mas bajaron de precios fueron 4: limón real, pera, manzana y naranja (en ese orden de importancia y dentro de un rango del 23% al 36%, subrayando que la pera y la manzana son de origen importado). Entre la hortalizas, se observan que bajaron de precio la papa negra, el ajo, la batata y la zanahoria (rango entre el 23% y el 38% de baja). Entre otros productos importados que han disminuido de precio, se destacan principalmente los siguientes: extractos y puré de tomates, lácteos: queso sándwich y manteca; mayonesas, fideo empaquetado, harinas y aceite de girasol.

Los restantes productos que también disminuyeron mas del 15% son los siguientes: **harina de trigo y con leudante, fideo envasado importado, arroz envasado, corazón bovino, riñón porcino, puchero de ave, queso sándwich importado, manteca importada, huevos de gallina de marca propia, aceite de girasol, lenteja, sal fina, vinagre, mayonesa importada, ketchup, chocolate instantáneo, papel higiénico, detergente liquido, jabón de baño, crema dental y toallas higiénicas.**

Con respecto a productos que aumentaron de precio:

Como se puede apreciar en el cuadro adjunto, de los 33 principales productos que mas aumentaron de precio de NOVIEMBRE 2003 a NOVIEMBRE 2004, 8 de ellos aumentaron mas del 50%. A su vez se distingue que tales productos se centran en dos rubros: Hortalizas (3) y Yerba Mate Empaquetada (5). Con respecto a las tres hortalizas, (cebolla de cabeza, locote y repollo blanco), el rango de porcentaje de aumento que han experimentado de noviembre de 2003 a noviembre de 2004 va de 76% hasta 109%. Con respecto a la yerba mate empaquetada, aumentó en promedio en un 53% dentro del mismo periodo. A su vez, se observa que la yerba mate de venta “a granel”, también experimentó un aumento de 37.13%, menor al del promedio de la yerba empaquetada.

De los 33 productos citados, 7 de ellos corresponden al rubro de “Yerba Mate” (21% del total); 6 de ellos son hortalizas (cebolla de cabeza y de hoja, locote, repollo blanco, lechuga y tomate tipo “perita”). Los restantes productos que también aumentaron mas del 15% son los siguientes: **harina de maíz, almidón, fideo envasado importado, pechuga de pollo, embutidos (chorizo de viena y jamón cocido), queso “Paraguay”, margarina, café instantáneo, detergente liquido, lavandina, jabón en polvo para lavar, gas licuado de petróleo y carbón vegetal.**