

METODOLOGÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA CANASTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS

Los productos integrantes de la canasta fueron seleccionados atendiendo al peso que los mismos tienen en la canasta de consumo de las familias uruguayas. A su vez, las marcas seleccionadas fueron elegidas por ser las de mayor representatividad en los comercios que informan los precios de venta al Área Defensa del Consumidor de la Dirección General de Comercio en el marco del Sistema de Información de Precios al Consumidor (SIPC).

Para establecer las cantidades consumidas por una familia tipo (tres integrantes) en un mes, se recurrió a información brindada por el Instituto Nacional de Estadística, que elaboró una canasta sobre la base de la información relevada por la “Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares 2005 - 2006”. El supuesto que se utilizó fue el de aplicar todo el gasto de la familia en un determinado artículo al producto elegido para la canasta; por ejemplo, el gasto en agua de mesa al agua Salus.

La metodología para la construcción de la canasta fue la siguiente. Se aplicaron las cantidades definidas para los 24 productos seleccionados a los precios de las marcas informadas con mayor frecuencia al SIPC. Cuando un establecimiento no comercializa la marca seleccionada, se aplicó el precio promedio de mercado (PPdM) correspondiente a esa marca. Si la suma de los productos/marcas definidos no comercializados en la canasta más los productos/marcas cuyos precios se encuentran en revisión (E/R)¹ superan la cantidad de tres, se elimina ese establecimiento comercial del cálculo de la canasta, de forma de no distorsionar la medición.

Finalmente, dos de los productos (carne vacuna picada y pan flauta) se comercializan sin marca, por lo que se consideraron los precios proporcionados por los establecimientos al SIPC.

A continuación se presenta la lista de productos y marcas seleccionados y las correspondientes cantidades.

¹ Se trata de precios alejados de los valores medios que se encuentran en proceso de ratificación o rectificación por parte del establecimiento declarante.



MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO
ÁREA DEFENSA DEL CONSUMIDOR

| Producto | Marca comercial | Envase | Cantidad |
|---|------------------------|------------------------------------|-----------------|
| Aceite de girasol | Óptimo | envase de 900 cc. | 2 botellas |
| Agua con gas | Salus | 2 litros | 7 botellas |
| Arroz | Aruba | bolsa de 1 kg. | 2 paquetes |
| Arroz | Blue Patna | bolsa de 1 kg. | 1 paquete |
| Azúcar | Azucarlito | bolsa de 1 kg. | 3 paquetes |
| Café | El Chaná | envase de 250 gs. | 1 paquete |
| Carne picada vacuna con hasta 5% de grasa | Sin marca | 1 kilogramo | 2 kilogramos |
| Cerveza | Pilsen | botella de 1 litro | 2 botellas |
| Cocoa | Vascolet | paquete de 500 gs. | 1 paquete |
| Fideos al huevo | Adria | paquete de 500 gs. | 2 paquetes |
| Fideos semolados | Las Acacias | paquete de 500 gs. | 2 paquetes |
| Gaseosa | Coca Cola | envase de 1,5 litros no retornable | 6 botellas |
| Harina | Puritas | paquete de 1kg. | 2 paquetes |
| Leonesa | Schneck | 1 kilogramo | 1/2 kilogramo |
| Manteca | Conaprole | envase de 200 gs. | 2 paquetes |
| Margarina | Doriana | envase de 250 gs. | 1 paquete |
| Mayonesa | Hellmans | envase de 500 gs. | 1 paquete |
| Pan flauta | - | 215 gs. | 20 unidades |
| Pollo con menudos | Avícola del Oeste | 1 kilogramo | 4 kilogramos |
| Pulpa de tomate | Conaprole | envase de 1 litro | 1 paquetes |
| Queso rallado | Conaprole | envase de 80 gs. | 2 paquetes |
| Té | Hornimans | caja de 10 unidades | 2 paquetes |
| Vino | Santa Teresa | envase de 1 litro | 2 litros |
| Yerba | Canarias | envase de 1 kg | 2 paquetes |