

# La Cistella Bàsica Metropolitana. Cost, esforç i inflació per a la població metropolitana.

ESTUDIS TERRITORIALS – ÀREA DE DESENVOLUPAMENT DE POLÍTIQUES URBANÍSTIQUES

Octubre 2022



Aquest document ha estat elaborat pels membres de la **Secció d'Estudis Territorials** de l'Àrea de Desenvolupament de Polítiques Urbanístiques de l'Àrea Metropolitana de Barcelona:

Ernest Ruiz i Almar  
Clàudia Marco Garcia  
Anna Velasco i Relats  
Raúl Aparicio Moreno  
Montserrat Serrano i Martí

**Col·laboració:**

Beñat Azkoitia Olalde  
Aina Cornellà i Cort  
Maria José Orihuela Molina  
Marina Serra i Galindo

Octubre 2022

## Índex

1. Context i objectius.....	4
2. Metodologia i fonts de dades.....	6
2.1. Composició de la Cistella Bàsica Metropolitana, CBM.....	6
2.2. Classificació dels establiments .....	9
2.3. Renda neta mitjana per persona .....	12
2.4. Criteris per a la definició d'àrees d'estudi i treball de camp.....	14
3. L'anàlisi de les dades .....	17
3.1. El cost de la CBM .....	17
3.2. L'esforç de la CBM .....	21
3.3. L'impacte de la inflació.....	23
3.3.1. La inflació al conjunt de la CBM .....	23
3.3.2. La inflació als productes de la CBM.....	24
4. Discussió i conclusions .....	28
ANNEX .....	30

## 1. Context i objectius

La desigualtat social és un dels reptes més grans als quals s'enfronten les societats contemporànies. És una circumstància indesitjable en qualsevol comunitat que vulgui mantenir en el seu si unes mínimes relacions d'equilibri entre tots els ciutadans que en formen part. És una situació moralment dolenta, insostenible a qualsevol termini, que causa importants problemes socials, com són el trencament de la cohesió social, la reducció de la igualtat d'oportunitats i de resultats, l'aparició de la fragmentació social o l'erosió de la qualitat de les institucions als països democràtics.

No és, però, quelcom inevitable, ni que succeeixi sense més, de forma natural o cultural, ni és una realitat nova. Tampoc és inherent al procés de civilització, ni la contrapartida que s'ha d'acceptar per poder viure en una democràcia més o menys estable en el marc del sistema capitalista, sinó que és, precisament, una conseqüència directa d'aquest sistema econòmic, polític i social (i des de les accions que duen a terme les persones que tenen la capacitat per definir el seu funcionament). En la seva versió actual, basada en el neoliberalisme, la globalització enfocada cap a la propagació planetària del consum i no cap a la propagació del benestar humà, la desregulació, la financiarització, l'existència de grans oligopolis, l'acceleració tecnològica i la discriminació i divisió social, el capitalisme es caracteritza per unes dinàmiques que fomenten la distribució desigual dels recursos existents entre els membres de la societat. La desigualtat social es manifesta de diverses maneres però, atenent a aquest concepte de distribució desigual, està estretament relacionada amb els dèficits existencials que pateixen els ciutadans com a resultat de l'accés limitat que tenen a qualsevol recurs, servei, dret, oportunitat, bé o riquesa, a través dels quals haurien de poder desenvolupar plenament la seva vida en funció de les seves necessitats.

Probablement, és a les ciutats on les situacions de desigualtat són més perceptibles, ja que aquests territoris esdevenen els nodes de les xarxes globals que actuen com a forces motores geogràfiques de l'acumulació. En aquest context global, els espais urbans acaben sent els llocs on el capitalisme troba totes les facilitats per desenvolupar-se i, així, concentren i absorbeixen tot el valor que es genera globalment i, al mateix temps, desconcentren i rebutgen tot allò que no té valor. Aquesta dualitat concentració-desconcentració queda reflectida territorialment a les ciutats quan en elles és possible observar situacions de diferenciació espacial i social, en què existeixen uns espais privilegiats que concentren la població amb més recursos i uns altres, mancats dels estàndards urbans essencials on viu la població en situació de precarietat, que exerceixen la funció simultània de llocs on acumular tot allò que resulta molest, d'espais de concentració de la força de treball destinada a ocupar els llocs de treball de baixes capacitacions, baix valor afegit i mal retribuïts que necessita la metròpoli i, també, d'espais de reserva que puguin ser emprats en futurs processos de transformació urbana.

A la ciutat de Barcelona i el seu entorn metropolità, reflex d'un model de desenvolupament plenament integrat en aquest sistema, la desigualtat social és un fenomen present i intens. Les fragilitats ni són noves, ni són desconegudes, moltes d'elles es mantenen des de fa temps i totes tenen un marcat caràcter multifactorial i multidimensional. En l'etapa actual aquesta debilitat social continua produint-se, marcada encara pels impactes de la crisi econòmica dels anys 2007-2008 (la Gran Recessió), per les situacions derivades de la pandèmia de la COVID-19 (que va provocar, en primera instància, una crisi de demanda i, posteriorment, una crisi d'oferta i que, en el seu conjunt, ha tingut un impacte negatiu molt més intens sobre les classes més desfavorides) o l'actual conflicte entre Rússia i Ucraïna (amb les conseqüències que està tenint sobre les cadenes productives mundials, la disponibilitat de matèries primeres i recursos energètics, l'augment dels preus dels béns de consum o l'estabilitat geopolítica global, circumstàncies totes elles que acabaran afectant, novament, de manera més intensa a aquella part de la societat que es troba en pitjors condicions).

El present treball, que forma part de les anàlisis sobre situacions de risc, desigualtat i vulnerabilitat social que la Secció d'Estudis Territorials (SET) de l'Àrea de Desenvolupament de Polítiques Urbanístiques (ADPU) de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB) du a terme per l'àmbit territorial sobre el que aquesta administració té definides les seves competències, vol apropar-se a la qüestió de la desigualtat social metropolitana des de la perspectiva de la capacitat de compra de la ciutadania. L'anàlisi vol trobar resposta a la pregunta de si els comerços ajusten els seus preus en funció de la renda de les persones que habita en un determinat territori i, per tant, si els preus de la compra de determinats productes resulten més cars o més econòmics a uns indrets o altres atenent a la situació econòmica de la població. Per esclarir aquesta qüestió, s'ha centrat el focus d'interès en analitzar, en primer lloc, el **cost econòmic** del que en aquest treball s'ha anomenat la **Cistella Bàsica Metropolitana (CBM)** i, en segon lloc, en observar **l'esforç que ha de fer la població metropolitana per adquirir el conjunt de productes bàsics**, vinculats a les seves necessitats alimentàries, de neteja de la llar i d'higiene personal, que en formen part. En tots dos casos, s'ha tingut en compte la situació econòmica de la població quant a la renda de la que disposa i s'ha enfocat l'anàlisi amb una perspectiva territorial vinculada

al barris metropolitans. L'objectiu d'enfocar la qüestió de la desigualtat des d'aquest punt de vista és fer visible les diferències existents entre la població metropolitana quant a la seva capacitat de satisfer una de les necessitats vitals fonamentals com és l'alimentació i la higiene, oferint una perspectiva addicional i complementària a les que prèviament s'han tractat en altres treballs sobre la qüestió de la desigualtat social.

Per assolir aquest objectiu s'ha establert un pla de treball de quatre fases, basat en la recollida de dades mitjançant l'anàlisi de les fonts disponibles i un procés de treball de camp. Una primera fase en la què s'ha definit la CBM quant als productes que la componen i les quantitats necessàries de cadascun d'ells. La segona en la qual s'han localitzat i classificat els establiments comercials on es pot fer la compra de la CBM segons el seu rang de preus. La tercera, la que ha permès establir la renda neta mitjana per persona als diferents barris de l'AMB. La darrera fase és la que combina les tres primeres en el treball de camp de manera que es visiten els diversos supermercats identificats, a diferents barris metropolitans escollits segons la renda neta de les persones que els habiten i, a cada establiment, es recullen els preus dels productes que formen part de la CBM. La descripció detallada de tots els processos es troba inclosa en els apartats de metodologia i fonts de dades d'aquest text.

Respecte del treball de camp, cal mencionar que aquest s'ha decidit perllongar durant vuit mesos en un total de tres fases temporals, la primera els mesos d'octubre i novembre de l'any 2021, la segona els de febrer i març de l'any 2022 i la tercera el maig i juny de l'any 2022, la qual cosa ha permès recollir dades sobre **l'increment de preus esdevingut en els productes de la CBM en la situació d'inflació actual**. D'aquesta manera s'ha pogut disposar d'una informació molt actualitzada i precisa del que ha suposat aquesta circumstància per a la població metropolitana quant al cost i l'esforç addicional que ara ha de fer per adquirir els productes de la cistella, en un context on el cost de la vida està augmentant a un ritme molt superior al dels salaris, amb les conseqüències que això té sobre la ciutadania, especialment, aquella que prèviament a l'arribada de l'increment de la inflació es trobava en una situació de vulnerabilitat més intensa.

## 2. Metodologia i fonts de dades

La metodologia emprada en aquest estudi es basa en un treball de camp exhaustiu que ha permès obtenir els preus dels productes bàsics que componen la CBM als diferents barris metropolitans, classificats segons la renda neta mitjana per persona a cadascun d'ells, i tenint en compte els diferents tipus de supermercats que hi poden haver a cada barri classificats segons el seu rang de preus. A continuació s'explica detalladament com s'han dut a terme tots els procediments indicats.

### 2.1. Composició de la Cistella Bàsica Metropolitana, CBM

La **Cistella Bàsica Metropolitana (CBM)** es defineix com el **conjunt d'aliments i productes de neteja i d'higiene personal considerats essencials**, que han d'estar presents en **quantitats suficients per al manteniment i desenvolupament de la vida d'una persona adulta**, de manera que pugui **cobrir les seves necessitats bàsiques** durant el període de temps d'**un mes**. La composició de la CBM s'ha dissenyat prenent com a referència dues classificacions de cistella prèviament existents. Per una banda, la que defineix l'Institut Nacional de Estadística (INE) per al càlcul de l'Índex de Preus de Consum (IPC)<sup>1</sup> i, per altra banda, la cistella de consum bàsic que es defineix per al càlcul del salari de referència a l'Àrea Metropolitana de Barcelona. A diferència d'aquests estudis que consideren un ventall de béns molt ampli que inclouen, per exemple, el cost de l'habitatge, les despeses de la llar, el transport, les despeses personals i d'oci, la roba i els complements, l'educació o altres despeses, la CBM posa el focus d'interès, exclusivament, en els productes alimentaris, de neteja per la llar i d'higiene personal.

En relació a les quantitats necessàries dels productes que constitueixen la CBM, s'han pres com a referència aquelles que recomana la Societat Espanyola de Nutrició Comunitària (SENC)<sup>2</sup>, adaptant la quantitat del producte indicada per aquesta institució a la disponibilitat del producte al supermercat visitat. Això significa que si, per exemple, la SENC recomana per un adult una quantitat mensual d'arròs de 0,91 kg però al supermercat només es troben paquets d'arròs d'1 kg, la quantitat considerada del producte s'ha adaptat a la disponible a l'establiment. Tenint en compte totes aquestes qüestions, la **CBM ha quedat composta per 61 productes** (42 productes d'aliments i begudes, 11 productes de neteja per la llar i 8 productes d'higiene personal) i tal com es mostra a continuació a les figures 1.1 i 1.2<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Veure <https://www.ine.es/ipc01/coicop.htm#02>

<sup>2</sup> Veure <https://www.nutricioncomunitaria.org/es/noticia/guia-alimentacion-saludable-ap>

<sup>3</sup> La fitxa completa amb totes les especificacions necessàries per fer el treball de camp es mostra a l'Annex.

Productes	Especificacions del producte	Quantitats
<b>Productes d'aliments i begudes</b>		
Arròs	Arròs bàsic	1 kg
Pa	Barres de pa estil baguette o rústica	3 kg 12 barres de pa de 250 gr
Pastes alimentàries	Macarrons bàsics	1 kg
Altres productes de fleca	Galetes Maria o Maria Dorada	800 gr
Carn de boví	Bistec fresc envasat	600 gr
Carn de porcí	Llom de porc fresc envasat	1 kg
Carn d'aviram	Pollastre sencer envasat	2 kg
Productes de xarcuteria i carn assecada, salada o fumada	Pernil dolç	200gr
Altres carns comestibles fresques, refrigerades o congelades	Hamburgueses envasades	250 gr/ 6 hamburgueses
Peix fresc o refrigerat	Salmó fresc envasat o a granel (peixateria)	600 gr
Peix congelat	Filet de lluç o salmó congelat envasat	1,5 kg

Productes	Especificacions del producte	Quantitats
<b>Productes d'aliments i begudes</b>		
Llet	Brick de llet sencera natural	6 L
logurts	logurts naturals	2 kg
Formatge	Formatge tendre bàsic envasat a talls	500gr /600gr
Ous	Ous bàsics mitjans	1 dotzena
Mantega	Barra de mantega	250 gr / 1 barra
Oli	Oli d'oliva de 0,4 graus d'acidesa	1 L
Cítrics	Taronges a granel	1 kg
Cítrics	Mandarines a granel	1 kg
Cítrics	Llimones a granel	1 kg
Plàtans	Plàtan de Canàries a granel	3 kg
Pomes	Poma Golden a granel	3 kg
Peres	Pera Conference a granel	3 kg

Figura 1.1. Productes i quantitats de la Cistella Bàsica Metropolitana. Elaboració pròpia.

Productes	Especificacions del producte	Quantitats
<b>Productes d'aliments i begudes</b>		
Hortalisses de fulla o de tija i herbes culinàries	Enciams llargs romans sencers	1 kg
Cols fresques o refrigerades	Cols llises a granel	4 kg
Hortalisses conreades pel seu fruit	Carbassons a granel	2,5 kg
Hortalisses amb arrel o bulb i bolets	Patates blanques o nova a granel	1 kg
Llegums secs	Cigrons secs	1kg
Llegums secs	Montgetes seques	1kg
Llegums secs	Llenties seques	1kg
Llegums en conserva	Pot de cigrons cuits	entre 400 gr i 600 gr
Verdures congelades	Mongeta tendra plana congelada	700 gr / 1kg
Sucre	Sucre blanc refinat	1 kg
Mermelada i confitures	Pot de mermelada de préssec	350 gr / 450gr
Xocolata	Tauleta de xocolata amb llet	125 gr o 150gr
Sal	Sal bàsica marina	1 kg
Cafè	Café molt natural	250 gr
Cacau	Pot de cacau bàsic	1 pot
Aigua mineral	Pack d'ampolles	10 L
Sucs	Brick de suc taronja natural exprmut	2 L
Vi	Brick de vi negre	1 L
Cervesa	Pack de cerveses de llauna	2 L

Productes	Especificacions del producte	Quantitats
<b>Productes de neteja per la llar</b>		
Lleixiu	Lleixiu bàsic	2 L
Baieta	Pack de baietes bàsiques multiusos	1 pack
Paper de cuina	Rotllos de paper cuina	1 pack
Paper de WC	Rotllos de paper WC bàsic	1 pack
Paper d'alumini	Paper d'alumini de 30 m	1 rotllo
Bosses d'escombraries	Bosses de 30 L bàsiques	1 pack
Detergent per la roba	Ampolla de sabó bàsic marsella	2 L
Suavitant per la roba	Ampolla de suavitzant bàsic	2 L
Sabó de rentar plats	Ampolla de sabó bàsic de rentar plats	1 L
Neteja vidres	Ampolla de neteja vidres	1 L
Producte de neteja multiús	Ampolla de netejador multiús	1 L
<b>Productes d'higiene personal</b>		
Xampú	Xampú bàsic	1 ampolla
Gel de cos	Gel de cos bàsic	1 ampolla
Suavitant de cabell	Suavitant del cabell bàsic	1 ampolla
Desodorant	Desodorant bàsic	1 roll-on
Pasta de dents	Tub de pasta de dents bàsic	1 tub
Crema hidratant	Crema hidratant normal de pot llarg o capsa rodona	1 ampolla
Compreses	Compreses normals amb ales	2 paquets
Tampons	Tampons regulars/normals (capsa groga)	1 capsa

Figura 1.2. Productes i quantitats de la Cistella Bàsica Metropolitana. Elaboració pròpia.

## 2.2. Classificació dels establiments

Per establir la classificació dels establiments comercials que permeten l'adquisició dels productes que constitueixen la CBM, s'ha partit d'una base cartogràfica de referència on estan registrats tots els grans magatzems, els hipermercats, els supermercats i els superserveis existents a l'AMB a l'any 2019. De tota la informació continguda en aquesta base, s'han descartat tots els establiments que no permeten obtenir tots els productes de la CBM (establiments especialitzats en una gamma concreta de productes, com per exemple Bon Àrea, Clarel o La Sirena), els comerços d'autoservei (Coviran, Coaliment i els supermercats exprés) i els mercats municipals de barri. Aquest darrer tipus d'establiments no s'ha tingut en compte, a més a més, perquè no estan presents a tots els barris metropolitans i perquè la recollida d'informació és més complexa en tots els aspectes (establiments especialitzats, dificultat de trobar tots els productes de la CBM, diversitat i heterogeneïtat de productes).

Una vegada feta la selecció dels establiments a considerar en aquest estudi, s'ha procedit a **classificar-los segons el seu rang de preus** en base a la classificació que facilita l'Organització de Consumidors i Usuaris (OCU)<sup>4</sup>. Aquesta organització analitza anualment més de 1.000 hipermercats i supermercats de 65 ciutats de tot l'estat espanyol per comprovar el preu de 238 productes d'alimentació, de neteja per la llar i higiene personal freqüents en les cistelles de la compra dels consumidors, tant de marques blanques, com de marques de fabricants. Amb aquesta dades, l'organització calcula el preu de quatre cistelles que anomenen "Cesta OCU" (que inclou tots els productes, inclosos els frescs), "Cesta Econòmica" (que inclou els productes bàsics d'alimentació, drogueria i higiene escollits amb el preu més econòmic), "Cesta Envasados de Marca" (que inclou els productes d'alimentació, drogueria i higiene escollits entre les marques líders del mercat) i "Cesta Fresca" (que inclou verdures, fruites, carns, peix i mol·luscs frescs d'una categoria precisa, per exemple, un enciam del tipus iceberg).

En el cas d'aquest estudi s'ha escollit com a referència la "Cesta Econòmica" i la classificació dels establiments (principalment, supermercats) que es deriva d'ella, **basada en l'elaboració d'un índex de base 100** que augmenta segons el cost que té la cistella als supermercats visitats. L'elecció d'aquesta referència de cistella i dels comerços queda justificada perquè és la que inclou tots els productes bàsics que necessita un adult en el seu dia a dia que estan continguts a la CBM. Quant als supermercats, en el seu estudi l'OCU contempla comerços que no existeixen al territori metropolità de Barcelona i per això en la classificació establerta en aquest treball s'han tingut en compte només aquells que sí que hi estan presents, ajustant-la en tres grups: **econòmics (de 100 a 104), mitjans (de 105 a 119)<sup>5</sup> i cars (120 o més)** i, en algun cas, agrupant les submarques d'una mateixa cadena (per exemple, en el cas dels diferents establiments de la cadena Condis i Dia). A la taula de la figura 2 apareix el llistat dels supermercats considerats, ordenats segons l'índex de la cistella econòmica de la OCU, la seva categoria de preu i el nombre d'establiments que hi ha a l'AMB de cada cadena. Aquest últim aspecte s'ha tingut en compte perquè s'ha intentat sempre visitar aquells supermercats d'implantació més freqüent amb l'objectiu de mantenir la homogeneïtat en les dades recollides.

<sup>4</sup> Veure enllaç a <https://www.epdata.es/supermercados-ambito-local-mas-caros-mas-baratos-espana/6e3284f8-b7dc-49da-ab65-88b5cff282b7>

<sup>5</sup> Amb l'objectiu de simplificar la classificació dels establiments, a la categoria dels de preu mitjà, s'han agrupat tres subcategories que es corresponen als establiments de preu mitjà-baix (105 a 109), mitjà (110-114) i mitjà alt (115-119).

Supermercats	Índex de la cistella econòmica de la OCU a l'AMB	Categoria preu	Nombre d'establiments a l'AMB
Alcampo	101	econòmic	3
Lidl	103	econòmic	37
Mercadona	104	econòmic	93
Consum i Consum Bàsic	104	econòmic	17
Carrefour	105	mitjà	9
Dia Market (inclou Cada Dia, Maxi Dia i Dia Fresh)	107	mitjà	204
Aldi	107	mitjà	11
Bon Preu	109	mitjà	43
Caprabo	118	mitjà	145
Esclat	118	mitjà	4
Hiperacor	122	car	2
Condis (inclou Condis Shop i Condis life)	128	car	270
El Corte Inglés	131	car	6
Supercor	133	car	1
Sorli Discou	164	car	70

Figura 2. Supermercats, índex de la cistella econòmica de la OCU, categoria de preu i nombre d'establiments que hi ha a l'AMB de cada cadena. Elaboració pròpia a partir de les dades de la OCU i les de la base cartogràfica de supermercats 2019.

El mapa de la figura 3 es mostren els establiments de l'AMB 2019 classificats segons l'índex OCU de la cistella econòmica.

# Classificació dels establiments segons l'índex OCU de la cistella econòmica, 2019

Àrea metropolitana de Barcelona

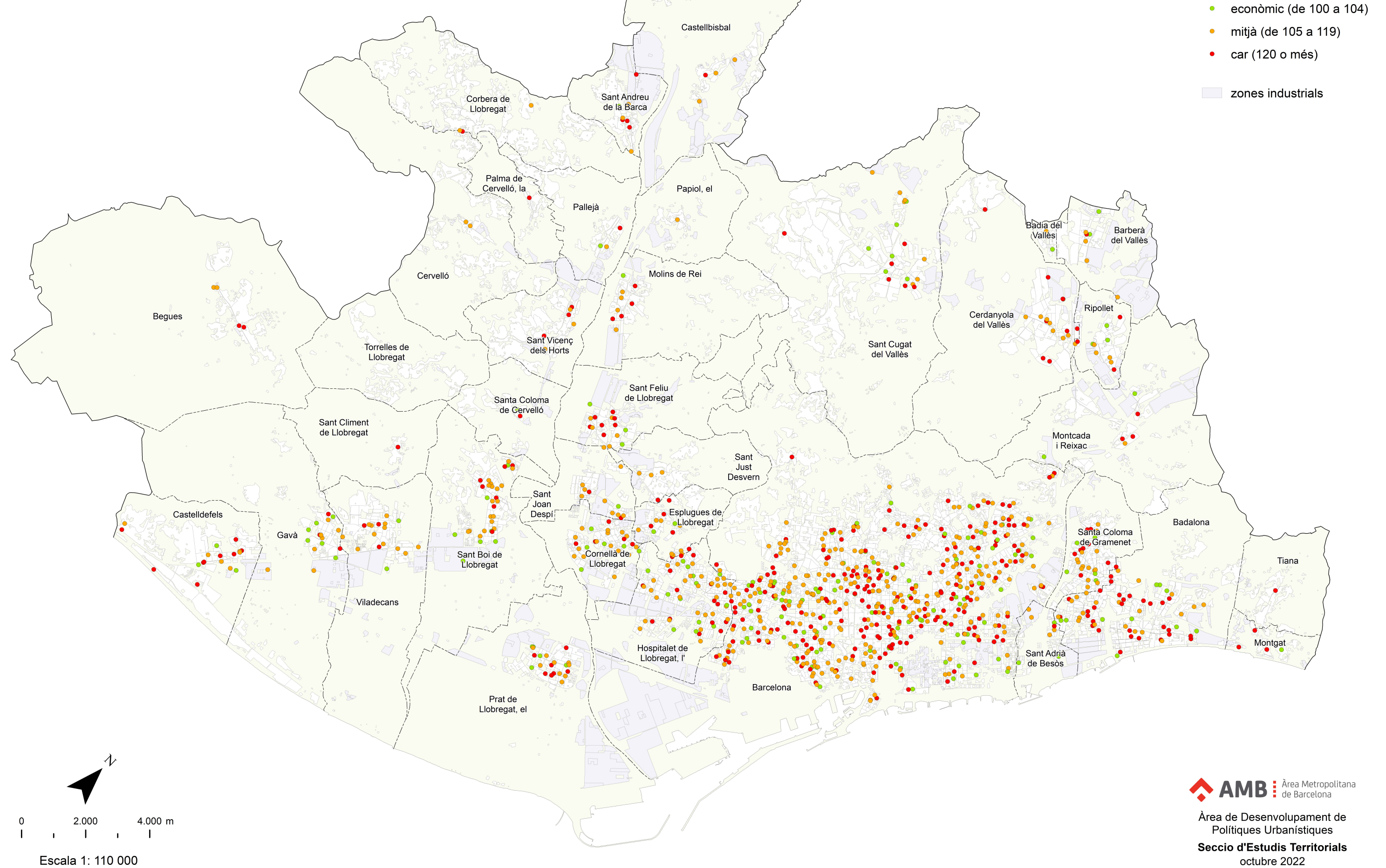


Figura 3. Classificació dels establiments segons l'índex OCU de la cistella econòmica, 2019. Elaboració pròpia a partir de les dades de la OCU i les de la base cartogràfica de supermercats 2019.

### 2.3. Renda neta mitjana per persona

Una vegada definida la CBM i establerta la classificació dels establiments, el següent pas és **conèixer la renda que disposa la població metropolitana per poder fer front a l'adquisició de la cistella**. En aquest cas, s'utilitzen les dades que proporciona l'estadística de l'*Atlas de la Distribución de Renta de los Hogares*, (ADRH), que elabora l'Institut Nacional de Estadística (INE) amb col·laboració amb l'Agència Tributària i es publica en el marc de les seves estadístiques experimentals. L'ADRH inclou les dades de renda al nivell territorial més desagregat possible, és a dir, al de les seccions censals, a partir del creuament de les dades de totes dues institucions. Amb la combinació de les dues fonts és possible obtenir una **informació molt detallada que permet atribuir les rendes de cada perceptor al lloc on resideix**. Aquesta estadística conté informació per a tota la població resident en habitatges familiars (s'exclou la població resident en habitatges col·lectius) a data 1 de gener de l'any següent al període de referència de las dades de renda, per a tot el territori espanyol (excepte d'aquelles persones que viuen a aquelles comunitats autònomes amb hisenda pròpia). Respecte les dades, l'estadística inclou informació de renda neta mitjana per persona, la renda neta mitjana per llar, la distribució de la renda bruta per font d'ingrés i l'índex de renda per llar, amb l'objectiu que sigui possible conèixer quina és la situació econòmica de la ciutadania de l'àrea metropolitana de Barcelona, mitjançant la seva localització precisa i, addicionalment, poder mostrar les desigualtats existents entre cadascun del territoris metropolitans.

En l'estudi de la CBM s'utilitzen les **dades de renda neta mitjana per persona dels anys 2018 i 2020**. En tots dos casos, les dades de renda per secció censal de l'any es classifiquen segons la mediana<sup>6</sup> de l'AMB en base a la proposta que fa l'Organització per a la Cooperació i Desenvolupament Econòmic (OCDE)<sup>7</sup> per classificar les zones d'un territori segons aquesta variable econòmica i, especialment, veure quines són aquelles que estan per sota d'aquesta mediana. La classificació original ha estat adaptada per als grups per sobre del 100% de la mediana, afegint-ne de nous amb l'objectiu de millorar la informació que dona aquest índex pel territori metropolità. La classificació de les rendes de l'any 2018 s'ha emprat, exclusivament, per seleccionar les àrees d'estudi que s'han visitat durant el treball de camp perquè era la que estava disponible quan es va iniciar l'estudi, mentre que la classificació de les rendes de l'any 2020 s'ha utilitzat per calcular l'esforç que cal fer per adquirir els productes de la CBM, ja que aquestes dades estan temporalment més properes al moment en que s'ha dut a terme el treball de camp. Tot i que les rendes d'aquests dos anys són diferents, els territoris identificats a través de les dades de l'any 2018, continuen estant als mateixos grups de renda establerts a partir de la mediana a l'any 2020. La classificació de les rendes per a aquest darrer any ha quedat establerta segons mostra la figura 4.

Renda neta mitjana per persona 2020			
Índex segons mediana	Renda neta anual	Renda neta mensual	Grup de renda
menys de 60	de 5.092 € a 8.725 €	de 424 € a 727 €	Pobresa relativa
de 60 a 75	de 8.746 € a 10.886 €	de 729 € a 907 €	Baixa
de 75 a 100	de 10.918 € a 14.532 €	de 910 € a 1.211 €	Mitjana baixa
de 100 a 125	de 14.544 € a 18.169 €	de 1.212 € a 1.514 €	Mitjana-mitjana baixa
de 125 a 150	de 18.193 € a 21.803 €	de 1.516 € a 1.817 €	Mitjana-mitjana alta
de 150 a 175	de 21.831 € a 25.421 €	de 1.819 € a 2.118 €	Mitjana alta
175 i més	de 25.484 € a 31.670 €	de 2.124 € a 2.639 €	Alta i molt alta

Figura 4. Renda neta mitjana per persona, 2020. Elaboració pròpia.

L'índex segons la mediana de la renda neta mitjana per persona de l'any 2020 es pot veure territorialitzada per seccions censals en el següent mapa (figura 5).

<sup>6</sup> La mediana és el punt central d'un rang de valors, per tant, hi ha el mateix nombre de valors per sota i per sobre de la mediana. En aquest cas, la mediana deixa el mateix nombre de seccions censals per sota i per sobre seu.

<sup>7</sup> OCDE (2019). Under Pressure: The Squeezed Middle Class. Disponible a <https://www.oecd.org/social/under-pressure-the-squeezed-middle-class-689afed1-en.htm>

# Renda neta mitjana per persona, 2020 Índex segons mediana AMB

Àrea metropolitana de Barcelona per seccions censals

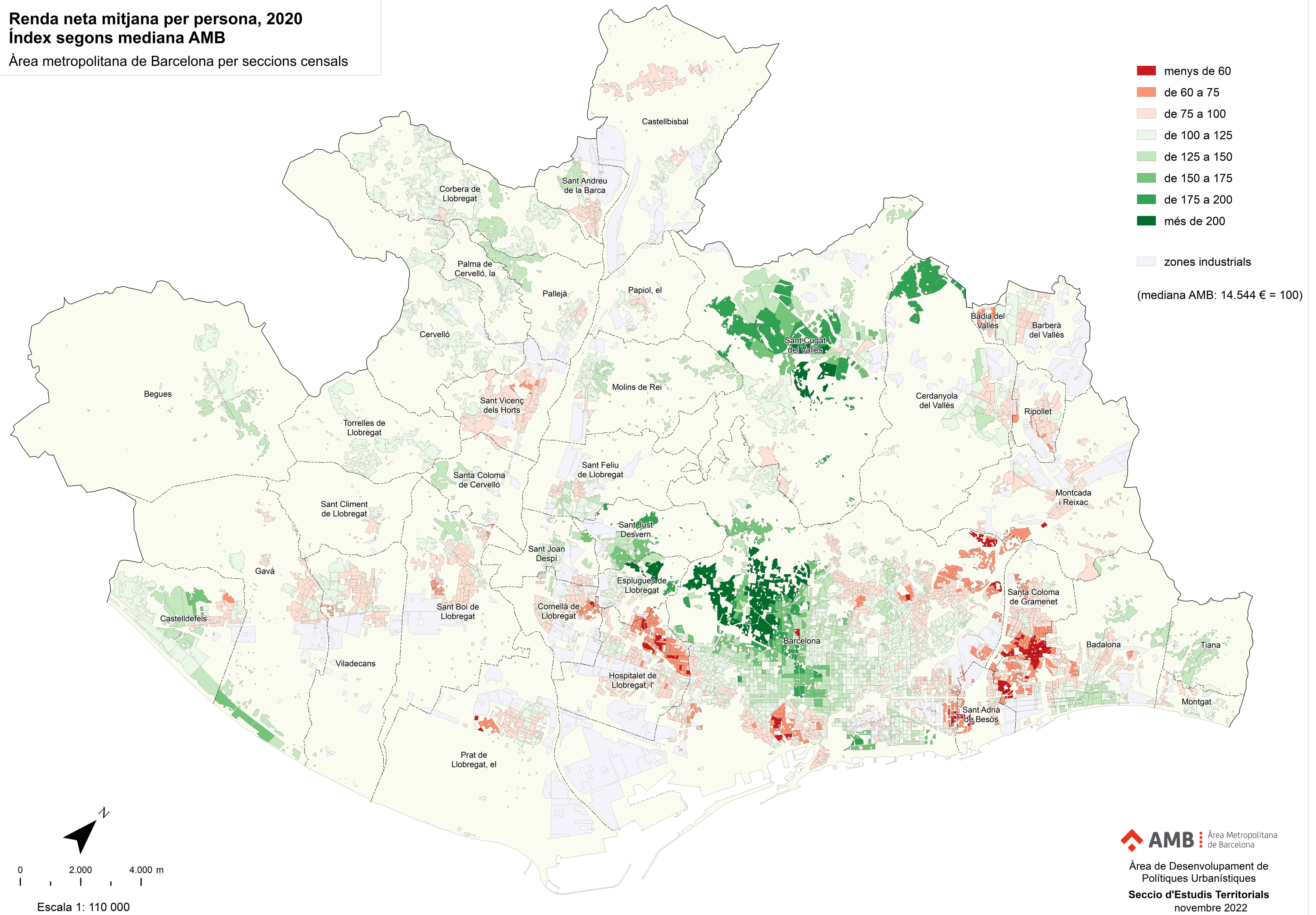


Figura 5. Renda neta mitjana per persona, 2020. Índex segons mediana, AMB. Elaboració pròpia.

#### **2.4. Criteris per a la definició d'àrees d'estudi i treball de camp**

Una vegada establerta la composició de la cistella bàsica metropolitana, la classificació dels establiments i l'índex de renda neta mitjana per persona sobre el territori de l'AMB, s'han fixat els següents criteris per a la definició de les àrees d'estudi i el treball de camp.

1. Per cada grup de renda, **s'han seleccionat tres barris localitzats a diferents indrets del territori metropolità** amb l'objectiu d'aconseguir una informació prou exhaustiva que permetés caracteritzar-los adequadament. Per exemple, pel grup de renda mitjana baixa (entre el 75% i el 100%) s'han visitat el barris de Can Tintorer-Can Tries-les Ferreres-Bruguers a Gavà, Singuerlín a Santa Coloma de Gramenet i Centre Urbà a Barberà del Vallès.
2. **A cadascun d'aquests barris s'ha identificat un supermercat per cada categoria de preu** (econòmic, mitjà i car) de manera que cada visita comportava recollir la informació dels productes que componen la CBM a tres supermercats diferents. S'han tingut en compte els següents aspectes:
  - a- Seguint el criteri de considerar en primer lloc els supermercats amb una implantació territorial més gran per obtenir dades homogènies a tot el territori metropolità, quan ha estat possible s'han prioritzat les cadenes Mercadona, Dia Market i Condis.
  - b- Quan al barri on s'ha dut a terme el treball de camp no ha estat possible trobar un d'aquests comerços, s'ha escollit el més proper a l'emplaçament original amb la condició que fos de la mateixa cadena i la nova zona escollida tingués el mateix nivell de renda. En el cas que no hi hagués cap en les proximitats immediates, s'ha escollit un altre dels identificats en la classificació dels establiments tenint en compte, en primer lloc, que estes al mateix barri, que fos de la mateixa categoria del que no estava present, que la seva implantació territorial a la AMB fos la següent més important.
  - c- Excepcionalment, si a l'hora de recollir la informació sobre els preus dels productes que componen la CBM durant el transcurs del treball de camp, n'hi ha algun que no s'ha pogut comptabilitzar perquè no es trobava disponible al supermercat visitat, s'ha identificat amb el valor nul. Posteriorment, durant el procés d'anàlisi de les dades, s'ha substituït aquest valor pel preu d'aquell producte en un supermercat de les mateixes característiques (nivell i cadena comercial) en el mateix període de la recollida de dades.

Al mapa de la figura 6 es mostren les àrees d'estudi segons l'índex de la mediana de renda de l'AMB 2020 i els supermercats visitats. A la taula de la figura 7 s'hi afegixen els noms de les cadenes de supermercats visitats. En total, s'ha recollit informació dels 61 productes que componen la CBM a 63 supermercats de 21 barris de 12 municipis de l'AMB. Cal mencionar que de cadascun dels 61 productes que componen la CBM s'ha recollit el seu preu mínim (majoritàriament productes de marca blanca) i el seu preu màxim (majoritàriament productes de marca) a cada supermercat amb l'objectiu de tenir informació qualitativa addicional que permeti distingir el cost i l'esforç de la CBM si s'opta per adquirir un o altre tipus de productes. Això significa que en total s'han obtingut els preus d'aproximadament 7.686 productes de consum habitual.

# Àrees d'estudi segons índex de la mediana de renda de l'AMB 2020 i supermercats visitats

Àrea metropolitana de Barcelona

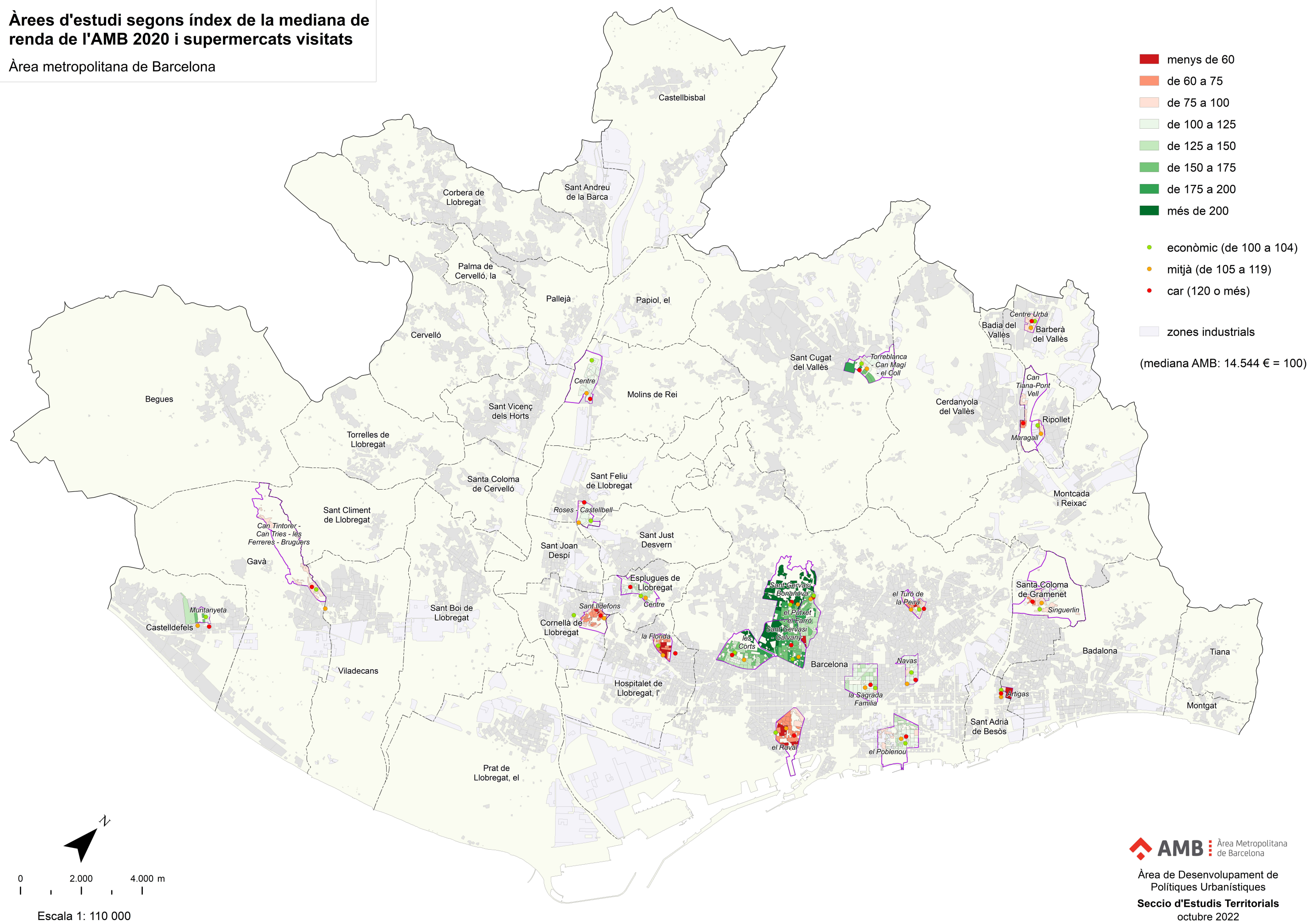


Figura 6. Àrees d'estudi segons índex de la mediana de renda de l'AMB 2020 i supermercats visitats. Elaboració pròpia.

Àrees d'estudi segons índex de la mediana de renda de l'AMB 2020 i supermercats visitats							
Índex segons mediana	Grup de renda	Data de visita	Municipi	Barri	Supermercats		
					Econòmic	Mitjà	Car
menys de 60	Pobresa Relativa	01-10-2021	Badalona	Artigas	Mercadona	Bon Preu	Condis
		18-02-2022	l'Hospitalet de Llobregat	la Florida	Mercadona	Dia Market	Condis
		29-04-2022	Barcelona	el Raval	Consum	Dia Market	Condis
de 60 a 75	Baixa	08-10-2021	Cornellà de Llobregat	Sant Ildefons	Mercadona	Dia Market	Condis
		25-02-2022	Barcelona	El Turó de la Peira	Mercadona	Dia Market	Condis
		13-05-2022	Ripollet	Maragall - Can Tiana - Pont Vell	Lidl	Dia Market	Sorli Discau
de 75 a 100	Mitjana baixa	15-10-2021	Barberà del Vallès	Centre Urbà	Mercadona	Dia Market	Condis
		04-03-2022	Santa Coloma de Gramenet	Singuerlin	Consum	Dia Market	Condis
		06-05-2022	Gavà	Can Tintorer-Can Tries-les Ferreres-Bruguers	Mercadona	Caprabo	Condis
de 100 a 125	Mitjana-mitjana baixa	22-10-2021	Sant Feliu de Llobregat	Roses-Castellbell	Mercadona	Bon Preu	Condis
		25-02-2022	Barcelona	Navas	Mercadona	Bonpreu	Condis
		03-06-2022	Molins de Rei	Centre	Mercadona	Dia Market	Condis
de 125 a 150	Mitjana-mitjana alta	22-10-2021	Esplugues de Llobregat	Centre	Mercadona	Aldi	Condis
		04-03-2022	Barcelona	Sagrada Família	Mercadona	Dia Market	Sorli Discau
		27-05-2022	Barcelona	Les corts	Consum	Dia Market	Condis
de 150 a 175	Mitjana alta	05-11-2021	Castelldefels	Muntanyeta	Mercadona	Dia Market	Condis
		11-03-2022	Barcelona	el Putxet-el Farrò	Consum	Dia Market	Condis
		29-04-2022	Barcelona	Poblenou	Mercadona	Bon Preu	Condis
175 i més	Alta i molt alta	12-11-2021	Barcelona	Sant Gervasi-Bonanova	Mercadona	Caprabo	Sorli Discau
		11-03-2022	Barcelona	Sant Gervasi-Galvany	Mercadona	Caprabo	Condis
		13-05-2022	Sant Cugat del Vallès	Torre Blanca-Can Magí-el Coll	Mercadona	Caprabo	Condis

Figura 7. Àrees d'estudi segons índex de la mediana de renda de l'AMB 2020 i supermercats visitats. Elaboració pròpia.

### 3. L'anàlisi de les dades

En aquest apartat es procedirà a analitzar les dades que s'han obtingut en el treball de camp als diferents territoris metropolitans, escollits en funció del seu índex de renda, i al tipus de supermercats estudiats, escollits en funció del seu rang de preus. Es tractaran els següents aspectes:

1. S'analitzaran les dades obtingudes en relació al **cost de la CBM**. El concepte de cost s'entendrà com la despesa econòmica que cal realitzar per adquirir la Cistella Bàsica Metropolitana i tots els productes que la componen.
2. S'analitzaran les dades obtingudes en relació a l'**esforç de la CBM**. El concepte d'esforç s'entendrà com el percentatge de la mediana de la renda mensual per persona que caldrà destinar per adquirir la Cistella Bàsica Metropolitana i tots els productes que la componen.
3. Finalment, s'analitzarà l'**impacte de la inflació** en el conjunt de la Cistella Bàsica Metropolitana. Addicionalment s'observarà l'evolució dels preus d'alguns productes alimentaris que formen part de la "*Guía de productos esenciales para una cesta de la compra nutricionalmente de calidad, saludable y sostenible*" que ha editat recentment la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Ministeri de Consum del Govern d'Espanya<sup>8</sup>.

#### 3.1. El cost de la CBM

Als barris de l'AMB les rendes mensuals disponibles per fer front al cost de la CBM oscil·len entre els 665 € i els 2.416 €. El cost de la CBM en aquests territoris no varia significativament si s'observen els preus dels productes que la componen a supermercats de la mateixa categoria de preu. Sí que hi ha diferències si es compara el cost entre supermercats de diferent categoria o si la cistella inclou productes de marca blanca o de marca.

El cost de la CBM, és a dir, la despesa econòmica que cal realitzar per adquirir tots els productes que la componen, s'analitza a partir dels criteris fixats a l'apartat 2 d'aquest treball i de les dades recopilades durant el treball de camp i queda reflectida en quatre taules. La primera, mostra els barris i municipis visitats durant el treball de camp classificats segons l'índex de la mediana de renda per persona (figura 8). La segona taula, mostra el cost mitjà de la CBM si s'adquireixen productes de marca blanca (figura 9). La tercera mostra el cost mitjà de la CBM si s'adquireixen productes de marca (figura 10) i, la quarta, reflecteix la diferència del cost mitjà de la CBM respecte si la compra es fa amb els productes de marca blanca o amb els productes de marca (figura 11).

A la figura 8, es mostren els **21 barris visitats** durant el treball de camp classificats segons l'índex obtingut a partir de la mediana de renda per persona de l'AMB a l'any 2020. Per cadascun d'ells, a partir dels rangs de rendes netes anuals i rendes netes mensual que apareixen a la figura 4, s'ha calculat una **mediana de la renda anual i una mediana de renda mensual per persona**, de manera que quedin establerts els imports de què disposa un ciutadà que viu en un d'aquests territoris per assumir el cost de la CBM. Els valors que s'han tingut en compte han estat els de les medianes de renda mensual per persona perquè una de les premisses de la CBM és que una persona adulta pugui cobrir les seves necessitats bàsiques durant aquest període de temps.

Si s'observa, en primer lloc, el conjunt de l'AMB, **la mediana de les rendes per aquest territori a l'any 2020 se situa als 14.544 € anuals, que suposa una mediana de renda mensual de 1.212 €**. Quant als barris, el rang de valors de la mediana de renda anual se situa entre els 7.976 € dels barris amb un índex de renda inferior a 60 i els 28.987 € dels barris per sobre els 175, mentre que el rang de la mediana de renda mensual oscil·la entre els 665 € i els 2.416 € dels dos mateixos grups. En tots dos casos, les rendes inferiors a 60 són, pràcticament quatre vegades més baixes que les que estan per sobre de 175.

<sup>8</sup> Veure [https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/PRODUCTOS\\_ESENCIALES.pdf](https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/PRODUCTOS_ESENCIALES.pdf)

Classificació del barri segons l'índex de la mediana de renda neta per persona de l'AMB 2020				
Barri	Municipi	Índex segons mediana anual (14.544 €=100)	Mediana renda (anual)	Mediana renda (mensual)
Artigues La Florida El Raval	Badalona l'Hospitalet de Llobregat Barcelona	menys de 60	7.976 €	665 €
Sant Ildefons El Turó de la Peira Maragall i Can Tiana-Pont Vell	Cornellà de Llobregat Barcelona Ripollet	60 a 75	9.904 €	825 €
Centre Urbà Singuerlin Can Tintorer-Can Tries-les Ferreres-Bruguers	Barberà del Vallès Santa Coloma de Gramenet Gavà	75 a 100	12.829 €	1.069 €
Centre Roses-Castellbell Navas	Sant Feliu de Llobregat Molins de Rei Barcelona	100 a 125	16.046 €	1.337 €
Centre Sagrada Família Les Corts	Esplugues de Llobregat Barcelona Barcelona	125 a 150	19.420 €	1.618 €
Muntanyeta el Putxet-el Farrò Poblenou	Castelldefels Barcelona Barcelona	150 a 175	23.146 €	1.929 €
Sant Gervasi-Bonanova Sant Gervasi-Galvany Torre Blanca-Can Magí-el Coll	Barcelona Barcelona Sant Cugat del Vallès	175 i més	28.987 €	2.416 €
<b>AMB</b>			<b>14.544 €</b>	<b>1.212 €</b>

Figura 8. Classificació del barri segons l'índex de la mediana de renda de l'AMB 2020. Elaboració pròpia.

A les taules de les figures 9 i 10, es poden observar les dades obtingudes durant el treball de camp quant al cost de la Cistella Bàsica Metropolitana, si la compra es fa adquirint productes majoritàriament de marca blanca (que acostumen a ser els que tenen el preu mínim) com productes majoritàriament de marca (que acostumen a ser els que tenen el preu màxim). Amb l'objectiu de simplificar les dades recollides i facilitar el seu anàlisi i comprensió, les xifres del cost de la cistella que es mostren a ambdues taules són el resultat de calcular la **mitjana dels preus de la CBM dels tres períodes considerats** per cada tipus de supermercat (econòmics, mitjans i cars) visitats a cada barri.

Les dades indiquen que el **cost mitjà de la CBM amb productes de marca blanca a l'AMB** (figura 9) és de 152 € en els supermercats econòmics, de 157 € en els supermercats mitjans i de 189 € en els supermercats cars. Al primer grup el cost mitjà de la CBM oscil·la entre els 149 € (grup de 175 i més) i els 155 € (grup de 75 a 100). Als supermercats mitjans, el cost mitjà de la CBM se situa entre els 150 € (grup de 60 a 75) i els 162 € (grup de 100 a 125) i als supermercats cars els preus varien entre els 178 € (grup de 125 a 150) i els 201 € (grup de 175 i més).

Quant a **les diferències de preus entre supermercats de diferents categories al conjunt de l'AMB**, considerant, també, els productes de marca blanca, aquestes són força significatives. Si la compra es realitza a un supermercat de rang mitjà el preu de la CBM és 5 € més car que en un supermercat de rang econòmic. Les diferències entre aquestes dues categories de supermercats en tots els barris visitats segons la classificació de l'índex de la mediana, oscil·len entre els 0 € i els 11 €, és a dir, **l'estalvi de la compra de la CBM** en un supermercat econòmic és més gran que en un supermercat mitjà. Les diferències més significatives se situen en els barris amb un índex 100 a 125 i els de 175 i més.

Si la compra de la CBM es realitza a un supermercat car, aquesta és 33 € més cara respecte dels supermercats mitjans. Les diferències de preus entre aquests supermercats se situen entre els 22 € i els 47 €, per tant, comprant la CBM en un supermercat de rang mitjà es poden estalviar aquestes quantitats de diners. Les diferències de preus més grans es localitzen als barris amb un índex de la mediana de 60 a 75 i de 150 a 175. En canvi, **el cost de la CBM més elevat amb productes de marca blanca al conjunt de l'AMB es localitza entre els supermercats cars respecte dels supermercats econòmics** amb una diferència de preu de 38 € més. Les diferències de preu entre aquests dos supermercats es troben

entre els 25 € i els 50 €, és a dir, l'estalvi que suposa comprar en un supermercat econòmic en comparació a un supermercat car és la més gran. Les diferències de preu més importants entre el cost de la CBM en aquest conjunt de supermercats, se situen en els barris amb un índex de 150 a 175 i de 175 i més.

Cost mitjà de la CBM amb productes de marca blanca						
Índex segons mediana anual (14.457 €=100)	Supermercats econòmics	Supermercats mitjans	Supermercats cars	Diferències entre supermercats		
				mitjans-econòmics	cars-mitjans	cars-econòmics
menys de 60	151 €	159 €	188 €	8 €	29 €	37 €
60 a 75	150 €	150 €	185 €	0 €	35 €	35 €
75 a 100	155 €	157 €	190 €	2 €	34 €	36 €
100 a 125	151 €	162 €	190 €	11 €	28 €	39 €
125 a 150	154 €	156 €	178 €	3 €	22 €	25 €
150 a 175	151 €	154 €	201 €	3 €	47 €	50 €
175 i més	149 €	160 €	193 €	11 €	33 €	44 €
<b>AMB</b>	<b>152 €</b>	<b>157 €</b>	<b>189 €</b>	<b>5 €</b>	<b>33 €</b>	<b>38 €</b>

Figura 9. Cost mitjà de la CBM amb els productes de marca blanca i les diferències entre supermercats. Elaboració pròpia.

Pel que fa **el cost mitjà de la CBM amb productes de marca** (figura 10) , els preus són notablement superiors en comparació amb la CBM composta per productes de marca blanca. A l'AMB, el cost mitjà de la CBM en els supermercats econòmics és amb aquest tipus de productes de 217 €, amb una forquilla de preus entre els 204 € (grup de 175 i més) i els 230 € (grup de 75 a 100). Als supermercats mitjans la CBM té un cost mitjà de 247 € amb un rang de preus entre els 223 € (grup de 150 a 175) i els 305 € (grup de 175 i més) i la cistella dels supermercats cars té un cost mitjà de 278 €, variant els preus entre els 266 € (grup de 125 a 150) i els 293 € (grup de 175 i més).

**Les diferències de preus de la CBM amb productes de marca entre les diferents categories de supermercats** són encara més significatives que amb els productes de marca blanca i, per tant, també ho són els estalvis potencials que es poden assolir. A l'AMB, el preu de la CBM amb productes de marca en els supermercats mitjans és de 30 € més cara respecte els supermercats econòmics, amb unes diferències de preu entre aquests dos grups que oscil·len entre els 3 € (grup de 125 a 150) i els 101 € (grup de 175 i més).

Quant als supermercats cars la diferència de preu és de 31 € respecte els supermercats mitjans, amb una forquilla de preus entre els -12 € (excepcionalment, en aquest cas, surt més a compte comprar en un supermercat car que no en un supermercat mitjà) i els 61 €, i les diferències de preus més elevades se situen en els barris amb un índex de 60 a 75 i de 150 a 175. Novament, **l'estalvi més gran es produeix quan s'analitzen els costos mitjans de la CBM entre els supermercats cars i els supermercats econòmics** amb una diferència de preu mitjà al conjunt de l'AMB de 61 € més. Les diferències de preus entre aquestes dues categories d'establiments se situen entre els 39 € i els 89 €, sobretot en els barris localitzats a l'índex de 60 a 75 i de 175 i més.

Cost mitjà de la CBM amb productes de marca						
Índex segons mediana anual (14.457 €=100)	Supermercats econòmics	Supermercats mitjans	Supermercats cars	Diferències entre supermercats		
				mitjans-econòmics	cars-mitjans	cars-econòmics
menys de 60	227 €	243 €	271 €	16 €	28 €	45 €
60 a 75	202 €	229 €	289 €	26 €	61 €	87 €
75 a 100	230 €	247 €	269 €	17 €	22 €	39 €
100 a 125	206 €	255 €	284 €	49 €	29 €	78 €
125 a 150	224 €	227 €	266 €	3 €	39 €	42 €
150 a 175	223 €	223 €	270 €	0 €	48 €	47 €
175 i més	204 €	305 €	293 €	101 €	-12 €	89 €
<b>AMB</b>	<b>217 €</b>	<b>247 €</b>	<b>278 €</b>	<b>30 €</b>	<b>31 €</b>	<b>61 €</b>

Figura 10. Cost mitjà de la CBM amb els productes de marca i les diferències entre supermercats. Elaboració pròpia.

Adicionalment, a la taula de la figura 11 es mostren **les diferències del cost mitjà de la CBM entre els productes de marca blanca i els productes de marca, classificades en relació a l'índex de mediana anual i les tres categories de supermercats**. A l'AMB, la diferència del cost mitjà de la CBM entre els productes de marca blanca i els productes de marca és de 65 € en els supermercats econòmics, de 90 € en els supermercats mitjans i de 88 € en els supermercats cars. Observant les dades per rangs de supermercats, en els econòmics la diferència més alta del cost mitjà de la CBM es localitza al grup de menys de 60, amb 76 € entre els productes de marca blanca i els productes de marca. En els supermercats mitjans la diferència més gran de preus entre els productes de marca blanca i els productes de marca és de 145 € al grup de 175 i més i, en els supermercats cars la diferència més destacada és de 104 € al grup de 60 a 75. Novament, es poden apreciar les diferències de preus entre els diferents tipus de supermercats i de productes i, per tant, la possibilitat d'estalviar segons com es faci la compra de la CBM.

Diferència del cost mitjà de la CBM entre productes de marca blanca i productes de marca			
Índex segons mediana anual (14.457 €=100)	Supermercats econòmics	Supermercats mitjans	Supermercats cars
menys de 60	76 €	84 €	83 €
60 a 75	52 €	79 €	104 €
75 a 100	75 €	90 €	79 €
100 a 125	55 €	93 €	94 €
125 a 150	70 €	71 €	88 €
150 a 175	72 €	68 €	70 €
175 i més	55 €	145 €	100 €
<b>AMB</b>	<b>65 €</b>	<b>90 €</b>	<b>88 €</b>

Figura 11. Diferència del cost mitjà de la CBM entre productes de marca blanca i productes de marca. Elaboració pròpia.

### 3.2. L'esforç de la CBM

L'esforç necessari que ha de fer el grup amb les rendes més baixes és, pràcticament, quatre vegades més gran que el que ha de fer el de les rendes més altes. Aquest esforç augmenta segons el tipus de supermercat que s'escull per fer la compra i si els productes són de marca blanca o de marca.

El segon aspecte a tractar respecte de la CBM és el de l'esforç, **entès com el percentatge de la mediana de la renda mensual per persona que caldrà destinar per adquirir la Cistella Bàsica Metropolitana** i tots els productes que la componen. Aquesta qüestió és fonamental considerar-la perquè, tot i que s'ha pogut comprovar que el cost de la CBM es manté relativament estable si es considera el mateix moment, el mateix nivell de supermercat i tipus de producte independentment del territori que s'observi, l'esforç que ha de fer una persona per comprar tots els productes, no és ni de bon tros el mateix. Atinent a l'índex establert, a la mediana de renda mensual calculada, al cost de la cistella obtingut mitjançant el treball de camp, al nivell del supermercat i al tipus de producte, és possible calcular l'esforç que ha de fer qualsevol ciutadà per adquirir la CBM, tal com mostren les figures 12 i 13.

Respecte del **productes de marca blanca** (figura 12) als supermercats econòmics, l'esforç mitjà a l'AMB en relació de la mediana de la renda d'aquest territori és del 12,50%. Aquest percentatge s'enfila fins el 12,94% als supermercats mitjans i arriba al 15,63% als supermercats cars. Si s'observen cadascun dels grups de renda respecte dels supermercats econòmics, l'esforç per adquirir la CBM oscil·la el 22,68% del grup de menys de 60 i el 6,18% del grup de 175 i més. Als supermercats mitjans els percentatges dels mateixos grups es mouen en la forquilla que va del 23,88% al 6,62%, mentre que als supermercats cars el rang va del 28,30% al 7,99%. En tots tres casos, **l'esforç que ha de fer el grup amb les rendes més baixes és, pràcticament, quatre vegades més gran que el que han de fer el de les rendes més altes.**

Esforç de la CBM amb productes de marca blanca										
Índex segons mediana anual (14.544 €=100)	Mediana renda (mensual)	Supermercats econòmics			Supermercats mitjans			Supermercats cars		
		Cost mitjà CBM	Renda-CBM	Esforç per adquirir la CBM	Cost mitjà CBM	Renda-CBM	Esforç per adquirir la CBM	Cost mitjà CBM	Renda-CBM	Esforç per adquirir la CBM
menys de 60	665 €	151 €	514 €	22,68%	159 €	506 €	23,88%	188 €	477 €	28,30%
60 a 75	825 €	150 €	675 €	18,21%	150 €	675 €	18,16%	185 €	640 €	22,45%
75 a 100	1.069 €	155 €	915 €	14,46%	157 €	912 €	14,66%	190 €	879 €	17,80%
100 a 125	1.337 €	151 €	1.186 €	11,29%	162 €	1.175 €	12,13%	190 €	1.147 €	14,24%
125 a 150	1.618 €	154 €	1.465 €	9,50%	156 €	1.462 €	9,66%	178 €	1.440 €	11,02%
150 a 175	1.929 €	151 €	1.778 €	7,83%	154 €	1.775 €	8,00%	201 €	1.728 €	10,41%
175 i més	2.416 €	149 €	2.266 €	6,18%	160 €	2.256 €	6,62%	193 €	2.223 €	7,99%
<b>AMB</b>	<b>1.212 €</b>	<b>152 €</b>	<b>1.060 €</b>	<b>12,50%</b>	<b>157 €</b>	<b>1.055 €</b>	<b>12,94%</b>	<b>189 €</b>	<b>1.023 €</b>	<b>15,63%</b>

Figura 12. Esforç mitjà de la CBM amb els productes de marca blanca als diferents supermercats. Elaboració pròpia.

Quant als **productes de marca** (figura 13), l'esforç mitjà a l'AMB es mou entre el 17,87% dels supermercats econòmics, el 20,37% dels supermercats mitjans i el 22,91% dels supermercats cars. Als grups de renda respecte del tipus de supermercat, l'esforç als econòmics se situa entre el 34,10% del grup de renda més baixa i el 8,45% al de renda més alta. Als mitjans es mou entre el 36,58% i el 11,54%, mentre que als cars entre el 40,82% i el 12,14%. Novament **l'esforç del grup amb les rendes més baixes respecte del de les rendes més altes és d'entre tres i quatre vegades més alt.**

Esforç de la CBM amb productes de marca										
Índex segons mediana anual (14.544 €=100)	Mediana renda (mensual)	Supermercats econòmics			Supermercats mitjans			Supermercats cars		
		Cost mitjà CBM	Renda-CBM	Esforç per adquirir la CBM	Cost mitjà CBM	Renda-CBM	Esforç per adquirir la CBM	Cost mitjà CBM	Renda-CBM	Esforç per adquirir la CBM
menys de 60	665 €	227 €	438 €	34,10%	243 €	422 €	36,58%	271 €	393 €	40,82%
60 a 75	825 €	202 €	623 €	24,52%	229 €	597 €	27,69%	289 €	536 €	35,05%
75 a 100	1.069 €	230 €	839 €	21,51%	247 €	822 €	23,11%	269 €	800 €	25,19%
100 a 125	1.337 €	206 €	1.131 €	15,40%	255 €	1.082 €	19,07%	284 €	1.053 €	21,24%
125 a 150	1.618 €	224 €	1.394 €	13,85%	227 €	1.391 €	14,05%	266 €	1.352 €	16,46%
150 a 175	1.929 €	223 €	1.706 €	11,56%	223 €	1.706 €	11,54%	270 €	1.658 €	14,02%
175 i més	2.416 €	204 €	2.211 €	8,45%	305 €	2.111 €	12,62%	293 €	2.122 €	12,14%
<b>AMB</b>	<b>1.212 €</b>	<b>217 €</b>	<b>995 €</b>	<b>17,87%</b>	<b>247 €</b>	<b>965 €</b>	<b>20,37%</b>	<b>278 €</b>	<b>934 €</b>	<b>22,91%</b>

Figura 13. Esforç mitjà de la CBM amb els productes de marca als diferents supermercats. Elaboració pròpia.

Si es comparen les xifres d'ambdues taules (figura14), en primer lloc quant a les mitjanes de l'AMB, l'esforç necessari per adquirir la CBM amb productes de marca és superior en 5,37 punts percentuals als supermercats econòmics, en 7,43 punts als supermercats mitjans i en 7,28 punts als supermercats cars. Respecte dels percentatges per grups de renda, les diferències al grup de menys de 60 són d'11,43 punts més als supermercats econòmics, 12,70 als mitjans i 12,52 als cars. Al grup de 175 i més, les diferències en punts percentuals són superiors en 2,27 punts percentuals als supermercats econòmics, 6 punts percentuals als mitjans i 4,16 punts percentuals als cars.

Diferència de l'esforç de la CBM amb productes de marca blanca i productes de marca			
Índex segons mediana anual (14.457 €=100)	Supermercats econòmics	Supermercats mitjans	Supermercats cars
menys de 60	11,43%	12,70%	12,52%
60 a 75	6,31%	9,53%	12,60%
75 a 100	7,05%	8,45%	7,38%
100 a 125	4,10%	6,94%	7,00%
125 a 150	4,35%	4,39%	5,43%
150 a 175	3,73%	3,54%	3,61%
175 i més	2,27%	6,00%	4,16%
<b>AMB</b>	<b>5,37%</b>	<b>7,43%</b>	<b>7,28%</b>

Figura 14. Diferència de l'esforç mitjà de la CBM amb els productes de marca blanca i productes de marca. Elaboració pròpia.

Una dada que apareix a les dues taules anteriors i que resulta rellevant mencionar és la de la columna "Renda-CBM". Aquesta dada mostra la **quantitat teòrica de diners que quedarien disponibles a les persones de cadascun dels grups de renda per fer front a tota la resta de despeses de la llar**, una vegada descomptat l'import de la CBM. Aquestes quantitats són les que caldria destinar a cobrir els pagaments relacionats amb l'habitatge, el vestir, el transport, l'educació, etc. El primer fet que cal destacar respecte d'aquesta dada són les **grans diferències que hi ha entre els diferents grups de renda**. Si la compra es fa amb producte de marca blanca els rang de valors oscil·la entre els 514 € que tindrien disponibles les persones del grup de menys de 60 i els 2.266 € del grup de 175 i més, això és 4,4 vegades més aquests darrers. Si la compra es fa amb productes de marca, els valors varien entre els 448 € i els 2.211 €, és a dir, cinc vegades de diferència. Aquestes dades posen damunt la taula, en primer lloc, la qüestió de les **grans desigualtats que hi ha al territori metropolità de Barcelona** i, en segon lloc, **que hi ha una part de la ciutadania que experimenta greus mancances i que té grans dificultats per poder dur a bon terme una vida digna amb totes les seves necessitats vitals cobertes amb els ingressos de què disposa**.

### 3.3. L'impacte de la inflació

La situació econòmica global ha causat un augment de preus molt considerable. Pràcticament els preus de tots els productes han experimentat pujades molt notables. L'augment mitjà s'ha situat al voltant del 20%, amb variacions depenent del tipus de producte observat.

Quan es va plantejar l'elaboració d'aquest estudi, entre els seus objectius inicials existia el d'observar les variacions de preus dels productes que componen la CBM en relació als diferents territoris analitzats, al tipus de supermercats visitats i al tipus de productes escollits. No existia, però, un objectiu clarament definit en relació als increments de preus vinculats a l'espiral inflacionista experimentada durant els darrers mesos perquè al final del primer semestre de 2021, el moment en que es va començar a perfilar el treball, aquesta se situava al 2,7% i, tot i que seguia una tendència a l'alça des d'inicis d'any, els seus augments eren moderats.

No va ser fins al mes d'octubre de 2021, justament quan es va iniciar el treball de camp, que la inflació va començar a mostrar signes preocupants. Producte de la desacceleració de la producció industrial, del comerç internacional, de la inversió empresarial i del creixement del PIB real que ja havien començat a l'any 2019 i accentuada per l'escassetat de producció i la ruptura de la cadena de subministraments iniciada amb la pandèmia de la COVID-19 als anys 2020 i 2021 i, posteriorment pel conflicte entre Rússia i Ucraïna de l'any 2022<sup>9</sup>, aquell mes va arribar al 5,4% i, a partir de llavors, va anar pujant seguint un patró d'ascens vertiginós que va culminar, per ara, al mes de juliol de 2022 amb un valor definitiu confirmat per l'Institut Nacional de Estadística (INE) del 10,8%. Davant d'aquest escenari, es va decidir que es farien tres visites separades suficientment en el temps (les ja mencionades compreses entre el mes d'octubre de 2021 i el mes de juny de 2022), de manera es pogués observar l'impacte de la inflació sobre la CBM i, per tant, en les butxaques dels consumidors metropolitans.

A partir de la informació obtinguda amb el treball de camp, s'han elaborat dues taules principals. En primer lloc (figura 15), una que mostra els preus totals de la CBM en cada període de recollida de dades, segons nivell de preus i tipus de supermercat. En segon lloc (figura 16), una taula que conté l'evolució dels preus d'un subconjunt de productes que formen part de la CBM, també per cadascun dels períodes de recollida de dades.

#### 3.3.1. La inflació al conjunt de la CBM

En la taula de la figura 15 s'analitzen els preus del conjunt de la CBM mínima (majoritàriament marca blanca) i màxima (majoritàriament productes de marca) per cada categoria de supermercat en cada període. El preu que consta en aquesta taula és la mitjana del cost de la CBM dels 21 supermercats visitats a cada període. Observant els preus es pot apreciar clarament l'impacte de la inflació ja que es produeix un augment dels preus de la CBM, en tots els tipus d'establiments, al llarg del període d'estudi. Aquest increment es dona tant en els productes de marca blanca com en els de marca, però amb variacions importants segons la tipologia de supermercats i també segons si s'analitza el preu mínim o el màxim de la CBM.

En el cas dels **preus mínims de la CBM**, es pot observar que els supermercats econòmics i mitjans presenten un fort augment situat al voltant del 18% (uns 25€ en xifres absolutes), mentre que els supermercats més cars presenten un increment destacable però menor (15,47€; 8,48%). Tot i això, cal tenir en compte que els preus de les cistelles dels supermercats econòmics i mitjans es mantenen força per sota que els dels supermercats cars, encara que hagin reduït les seves diferències: si al principi del període la diferència entre comprar en un supermercat econòmic i un car era d'uns 42€, al darrer període aquesta diferència s'ha reduït fins als 33€; mentre que en el cas dels supermercats mitjans, la seva diferència amb els cars era de 38€ al inici i de 28€ al final.

Pel que fa als **preus màxims de la CBM**, l'anàlisi de la taula ens permet observar que en els supermercats econòmics és on l'increment de preus entre el primer i el darrer període és major (40,91€; un 21,19%), seguits dels supermercats mitjans (34,18€; 14,35%) i finalment dels més cars (19,29€; 7,22%). Els supermercats econòmics pateixen un major increment dels preus dels productes de marca respecte a l'increment que pateixen els productes de marca blanca, mentre

<sup>9</sup> Veure <https://www.sinpermiso.info/textos/el-debate-de-la-inflacion>

que en els supermercats de categoria mitjana i cara l'increment absolut és major però l'increment relatiu és menor en els productes de marca que en els productes de marca blanca. De nou, les diferències de preu entre categories de supermercats són importants però disminueixen al llarg del període estudiat: mentre que a la tardor de 2021 (primer període) comprant productes de marca era 74€ més barat a un supermercat econòmic que a un car, a la primavera de 2022 (tercer període) aquesta diferència es redueix fins als 52€; la diferència entre els mitjans i els cars a l'inici era de 29€ mentre que al final era de 14€.

Categoria dels supermercats	Mitjana del preu mínim de la CBM (marca blanca)			Mitjana del preu màxim de la CBM (marca)		
	Econòmic	Mitjà	Car	Econòmic	Mitjà	Car
<b>Primer període (1/10/21 - 12/11/21)</b>	139,71 €	144,51 €	182,39 €	193,05 €	238,13 €	267,19 €
<b>Segon període (18/02/22 - 11/03/22)</b>	150,44 €	156,10 €	188,11 €	222,78 €	230,35 €	279,41 €
<b>Tercer període (29/04/22 - 06/06/22)</b>	164,45 €	169,97 €	197,86 €	233,96 €	272,31 €	286,48 €
<b>Increment absolut</b>	<b>24,74 €</b>	<b>25,47 €</b>	<b>15,47 €</b>	<b>40,91 €</b>	<b>34,18 €</b>	<b>19,29 €</b>
<b>Increment relatiu</b>	<b>17,71%</b>	<b>17,62%</b>	<b>8,48%</b>	<b>21,19%</b>	<b>14,35%</b>	<b>7,22%</b>

Figura 15. Variació dels preus de la CBM segons període i categoria de supermercats. Elaboració pròpia.

### 3.3.2. La inflació als productes de la CBM

Per analitzar els efectes de la inflació sobre determinats productes puntuals, s'ha fet una selecció del conjunt dels que estan inclosos a la CBM (figura 16) prenent com a referència la "Guía de productos esenciales para una cesta de la compra nutricionalmente de calidad, saludable y sostenible"<sup>10</sup>, que ha elaborat recentment el Ministeri de Consum del Govern d'Espanya, amb l'objectiu d'establir un acord amb les grans cadenes de supermercats per protegir el poder adquisitiu de les famílies treballadores assegurant una cistella de la compra assequible. Aquest objectiu s'assoliria elaborant una cistella de productes bàsics amb preus fixats que inclogui productes que variïn setmanalment i que continguin aliments frescos i, també, que segueixin criteris nutricionals, de salut i de sostenibilitat.

D'aquest subconjunt de productes, s'ha observat **els preus dels més econòmics** (majoritàriament els de marca blanca) dels supermercats de referència de cada grup principal (Mercadona, Dia Market i Condis), per tenir uns preus comparables i evitar les variacions que es generen si s'observen diferents supermercats i productes de diferents marques. Per cada període de treball de camp s'ha escollit la moda<sup>11</sup> dels preus del producte analitzat, excepte quan el preu variava molt al llarg del període que s'ha optat per calcular la mitjana de les dades disponibles. Els productes seleccionats s'han agrupat, també seguint els criteris de la guia del Ministeri, en els blocs següents: Hortalisses i fruites, cereals, olis vegetals i proteïnes. Addicionalment, s'han afegit tres categories que contemplin altres productes alimentaris, begudes i productes de neteja que, tot i no estar inclosos a la guia del ministeri, sí que ho estan a la CBM i s'ha considerat important tenir en compte.

Si, en primera instància, s'observa l'impacte de la inflació sobre el cost total dels productes seleccionats per tipus de supermercat en cadascun dels tres períodes, es pot apreciar que en el cas dels **supermercats econòmics** representats per la cadena Mercadona, el conjunt de productes passa de costar **71,87 € a 87,77 €**, fet que suposa un **increment absolut de 15,90 €** i un de **relatiu del 22,12 %**. En el cas dels **supermercats mitjans** representats per la cadena Dia, els

<sup>10</sup> Veure [https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/PRODUCTOS\\_ESENCIALES.pdf](https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/PRODUCTOS_ESENCIALES.pdf)

<sup>11</sup> En estadística, la moda és el valor de la variable que es repeteix més vegades i, per tant, el que té la freqüència absoluta més alta. Font: IDESCAT (2010) Glossari estadístic i temàtic. [en línia] Barcelona: Idescat, Generalitat de Catalunya. [Consulta 18/10/22] Disponible a: <https://www.idescat.cat/serveis/biblioteca/docs/cat/glossariae.pdf>

preus inicials i finals són molt similars als del grup anterior amb un cost total que varia dels **70,33 € als 87,30 €**, la qual cosa suposa un **augment de 16,97 €, un 24,13%**. En el cas del **supermercats cars**, representats pels de la cadena Condis, els preus són superiors al llarg del període d'anàlisi però els increments absoluts i relatius són força menors. Així, el preu inicial era de **83,24€** mentre que el final era de **93,66€**, amb un augment de **10,42€** que representen un **12,52%**. Aquest primer anàlisi permet assenyalar un fet prou rellevant com és que **els supermercats amb preus més baixos han tingut un augment de preus més gran que els supermercats més cars**. Una explicació d'aquesta circumstància pot ser que els establiments més cars partien d'uns preus molts alts i, per tant, disposaven d'un marge d'augment menor. En alguns casos, verificats durant el treball de camp, algunes marques presents en aquests establiments han **compensat els encariments dels seus productes mantenint els preus però disminuint les seves quantitats**, en una pràctica que s'anomena **reduflació** i que permet entendre la contenció del cost de la cistella en aquests supermercats. Respecte de l'encariment de productes al supermercats econòmics, és important considerar l'impacte que aquest fet que pot tenir en les persones amb rendes més baixes que són els clients potencials més habituals en aquests establiments que ofereixen productes amb costos més moderats.

Si s'observen les dades per cadascun dels blocs, **tots els grups dels aliments veuen augmentar els seus preus** tot i que amb intensitats diverses. D'entre ells, **el que experimenta un increment menor és el de les begudes**, on els percentatges d'augment oscil·len entre el 4,59% al Condis, el 6,77% al Mercadona i el 15,98% al Dia.

El **següent grup amb els increments menys intensos és el de les hortalisses i fruites** que té una variació dels preus molt desigual entre les tres cadenes de supermercats. Els augments més importants en aquest grup es donen al Mercadona i al Dia (del 15,60% i del 20,38%, respectivament), mentre que al Condis l'augment és molt menor (3,18%). Els **altres productes alimentaris** que s'han analitzat (sucre, melmelada, sal i cafè) situen els seus augments en un 15,56% (Mercadona), un 22,29% (Dia) i un 23,53% (Condis).

La **resta de grups analitzats experimenten increments força importants** amb una intensitat similar entre ells. En primer lloc, el **grup dels cereals experimenta un increment intens d'entre un 20% i un 29% en totes les cadenes**. Els **olis vegetals** (únicament s'ha tingut en compte l'oli d'oliva), **augmenten el seu cost un 24,69%** al Dia, mentre que en el **Mercadona i el Condis** l'increment s'enfila fins al **35,94%**. El **grup de les proteïnes té uns augments diferenciats en cada cadena**, sent al **Condis d'un 17,88%**, al **Dia d'un 27,36%** i al **Mercadona puja fins al 34,18%**. Per últim, els **productes de neteja analitzats augmenten més d'un 30%** en totes les cadenes, arribant al **50,95% en el cas del Dia**.

Si se centra l'atenció en alguns **productes concrets**, cal mencionar que en el grup de les **hortalisses i les fruites**, les seves **variacions**, en alguns casos negatives, denoten l'existència d'un **factor estacional** que justificaria aquestes variacions. Tot i que la producció industrial en hivernacles o les importacions des de països llunyans facilitin la disponibilitat durant tot l'any d'aquests aliments, les èpoques en què n'és la temporada es produeix una disminució dels preus degut a l'augment de la seva oferta. Un producte que destaca especialment quant a la seva evolució de preus és el **plàtan de Canàries**, que pateix un increment d'entre el **37% i el 39%**. Aquesta pujada **no és només atribuïble a l'estacionalitat** o l'augment dels preus del transport, sinó que cal considerar el factor de **l'erupció del volcà** a la zona de Cumbre Vieja a l'illa de **la Palma** (que al 2021 va ser la segona illa productora de tot l'arxipèlag amb un 21% del total comercialitzat) i a **factores meteorològics** (temporals de vent) que van afectar l'oferta.

Un altre element que cal considerar respecte de la inflació és el **conflicte bèl·lic entre Rússia i Ucraïna** que ha agreujat encara més les situacions preexistents ja mencionades anteriorment. La situació a Europa **ha conduït a un shock d'oferta** en tots els àmbits (matèries primeres, mitjans intermedis, combustibles, energia, logística, etc.) que ha tingut impactes severos. En el cas de la CBM i els productes considerats en aquest apartat relatiu a l'impacte de la inflació, l'afectació és múltiple.

En primer lloc, les **matèries primeres escassegen** i són més cares. En segon lloc, els **moviments especulatiu sobre les matèries primeres augmenten**<sup>12</sup>. En tercer lloc, **Ucraïna és un país on es produeix en gran quantitat productes agrícoles** i al trobar-se immersa en la guerra **aquesta producció no arriba als mercats** amb les conseqüències que això té en els costos dels aliments bàsics quan disminueix la oferta i, consegüentment, **augmenten els preus**. Aquest serien

<sup>12</sup> Veure a <https://www.lighthousereports.nl/investigation/pension-funds-gambling-with-savings-and-fuelling-hunger/>

els casos de dels **derivats del blat** (pa, pasta i galetes), del propi **oli de gira-sol** i, de retruc de l'oli d'oliva bàsic, o la mantega com a substituïts del primer i dels productes procedents dels animals que s'alimenten de pinsos i farratges (carn, làctics, ous).

Entre els **productes on aquest augment ha estat més intens** destaquen **les galetes** (entre el 26,26% i el 50,00%), **l'oli d'oliva** (24,69%-35,94%), **la mantega** (que al Mercadona arriba a augmentar un 70,83%) i **els ous** (entre 31% i 40%). Les proteïnes d'origen vegetal (llegums) també han vist augmentats els seus preus de manera molt intensa.

Altres **productes no alimentaris que han vist augmentar molt el seu preu**, com a resultat de l'augment del cost de l'energia i la falta de matèries primeres derivada de totes aquestes situacions que s'han citat, quedarien il·lustrats pel cas del **paper d'alumini** que ha tingut un augment del 33,33% al Mercadona, del 60% al Dia i del 47,65% al Condis.

Producte / Data	Mercadona					Dia Market					Condis				
	1/10/21 - 12/11/21	18/02/22 - 11/03/22	29/04/22 - 06/06/22	Increment del preu		1/10/21 - 12/11/21	18/02/22 - 11/03/22	29/04/22 - 06/06/22	Increment del preu		1/10/21 - 12/11/21	18/02/22 - 11/03/22	29/04/22 - 06/06/22	Increment del preu	
				€	%				€	%				€	%
<b>Hortalisses i Fruites</b>															
Taronges (1Kg a granel)	1,99 €	1,39 €	1,49 €	-0,50 €	-25,13%	1,79 €	1,39 €	1,49 €	-0,30 €	-16,76%	2,49 €	1,79 €	1,79 €	-0,70 €	-28,11%
Mandarines (1Kg a granel)	2,39 €	1,99 €	1,84 €	-0,55 €	-23,01%	2,45 €	1,99 €	2,39 €	-0,06 €	-2,45%	1,89 €	2,59 €	1,99 €	0,10 €	5,29%
Llimones (1Kg a granel)	2,46 €	1,89 €	2,39 €	-0,07 €	-2,85%	2,29 €	1,89 €	2,39 €	0,10 €	4,37%	2,52 €	1,99 €	2,29 €	-0,23 €	-9,13%
Plàtan de Canàries (3Kg a granel)	6,45 €	8,37 €	8,97 €	2,52 €	39,07%	6,45 €	8,37 €	8,97 €	2,52 €	39,07%	8,07 €	11,22 €	11,07 €	3,00 €	37,17%
Poma Golden (3Kg a granel)	5,07 €	5,07 €	5,37 €	0,30 €	5,92%	4,73 €	5,07 €	5,37 €	0,64 €	13,53%	4,17 €	4,47 €	4,47 €	0,30 €	7,19%
Pera Conference (3Kg a granel)	5,37 €	5,37 €	5,37 €	0,00 €	0,00%	4,47 €	5,37 €	5,67 €	1,20 €	26,85%	6,87 €	6,87 €	6,87 €	0,00 €	0,00%
Enciam llarg (2 unitats)	1,43 €	1,39 €	1,46 €	0,03 €	2,10%	1,39 €	1,39 €	1,49 €	0,10 €	7,19%	1,89 €	1,79 €	2,05 €	0,16 €	8,47%
Col (4Kg a granel)	4,00 €	4,00 €	5,00 €	1,00 €	25,00%	3,96 €	3,96 €	3,96 €	0,00 €	0,00%	6,76 €	3,96 €	5,16 €	-1,60 €	-23,67%
Carbassó (2,5Kg a granel)	2,62 €	4,58 €	4,73 €	2,11 €	80,53%	2,63 €	4,26 €	4,73 €	2,10 €	79,85%	3,31 €	4,18 €	3,52 €	0,21 €	6,34%
Patata blanca (1Kg a granel)	1,49 €	1,49 €	1,84 €	0,35 €	23,49%	1,49 €	1,49 €	1,64 €	0,15 €	10,07%	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,00 €	0,00%
<b>TOTAL Hortalisses i Fruita</b>	<b>33,27 €</b>	<b>35,54 €</b>	<b>38,46 €</b>	<b>5,19 €</b>	<b>15,60%</b>	<b>31,65 €</b>	<b>35,18 €</b>	<b>38,10 €</b>	<b>6,45 €</b>	<b>20,38%</b>	<b>38,96 €</b>	<b>39,85 €</b>	<b>40,20 €</b>	<b>1,24 €</b>	<b>3,18%</b>
<b>Cereals</b>															
Arròs (1 paquet de 1Kg)	0,79 €	0,95 €	0,95 €	0,16 €	20,25%	0,79 €	0,95 €	0,95 €	0,16 €	20,25%	0,85 €	0,99 €	0,99 €	0,14 €	16,47%
Pa (12 barres)	4,80 €	4,80 €	5,40 €	0,60 €	12,50%	4,56 €	4,80 €	5,88 €	1,32 €	28,95%	5,88 €	7,08 €	7,32 €	1,44 €	24,49%
Pasta (1 paquet de 1Kg)	0,90 €	1,10 €	1,20 €	0,30 €	33,33%	0,93 €	1,13 €	1,25 €	0,32 €	34,41%	0,98 €	1,16 €	1,20 €	0,22 €	22,45%
Galetes Maria (1 paquet de 800gr)	0,90 €	1,00 €	1,35 €	0,45 €	50,00%	0,99 €	1,09 €	1,25 €	0,26 €	26,26%	0,99 €	1,10 €	1,40 €	0,41 €	41,41%
<b>TOTAL Cereals</b>	<b>7,39 €</b>	<b>7,85 €</b>	<b>8,90 €</b>	<b>1,51 €</b>	<b>20,43%</b>	<b>7,27 €</b>	<b>7,97 €</b>	<b>9,33 €</b>	<b>2,06 €</b>	<b>28,34%</b>	<b>8,70 €</b>	<b>10,33 €</b>	<b>10,91 €</b>	<b>2,21 €</b>	<b>25,40%</b>
<b>Olis vegetals</b>															
Oli d'oliva suau (1 ampolla de 1L)	3,20 €	3,65 €	4,35 €	1,15 €	35,94%	3,20 €	3,65 €	3,99 €	0,79 €	24,69%	3,20 €	3,65 €	4,35 €	1,15 €	35,94%
<b>Proteïnes</b>															
Pollastre sencer (2Kg)	5,50 €	5,90 €	7,65 €	2,15 €	39,09%	5,50 €	5,90 €	6,58 €	1,08 €	19,64%	5,50 €	5,90 €	6,50 €	1,00 €	18,18%
Llet (6 L)	3,72 €	4,14 €	4,50 €	0,78 €	20,97%	3,72 €	4,14 €	4,50 €	0,78 €	20,97%	3,72 €	4,14 €	4,41 €	0,69 €	18,55%
logurts (16 unitats)	2,10 €	2,25 €	2,40 €	0,30 €	14,29%	1,90 €	2,00 €	2,38 €	0,48 €	25,26%	2,37 €	2,40 €	2,66 €	0,29 €	12,24%
Ous (1 dotzena)	1,40 €	1,55 €	1,95 €	0,55 €	39,29%	1,45 €	1,55 €	1,99 €	0,54 €	37,24%	1,79 €	1,89 €	2,35 €	0,56 €	31,28%
Mantega (1 paquet de 250gr)	1,20 €	1,65 €	2,05 €	0,85 €	70,83%	1,45 €	1,99 €	2,12 €	0,67 €	46,21%	2,29 €	2,29 €	2,29 €	0,00 €	0,00%
Cigrons secs (1 paquet de 1Kg)	1,90 €	2,20 €	2,60 €	0,70 €	36,84%	1,95 €	2,20 €	2,59 €	0,64 €	32,82%	2,29 €	2,79 €	2,79 €	0,50 €	21,83%
Mongetes seques (1 paquet de 1Kg)	1,55 €	1,55 €	2,00 €	0,45 €	29,03%	1,55 €	1,55 €	1,99 €	0,44 €	28,39%	1,98 €	2,15 €	2,58 €	0,60 €	30,30%
Llenties seques (1 paquet de 1Kg)	1,30 €	1,75 €	2,00 €	0,70 €	53,85%	1,37 €	1,70 €	2,00 €	0,63 €	45,99%	1,99 €	2,15 €	2,27 €	0,28 €	14,07%
Cigrons cuits (1 pot de 400gr)	0,67 €	0,80 €	0,80 €	0,13 €	19,40%	0,70 €	0,80 €	0,80 €	0,10 €	14,29%	0,67 €	0,79 €	0,79 €	0,12 €	17,91%
<b>TOTAL Proteïnes</b>	<b>19,34 €</b>	<b>21,79 €</b>	<b>25,95 €</b>	<b>6,61 €</b>	<b>34,18%</b>	<b>19,59 €</b>	<b>21,83 €</b>	<b>24,95 €</b>	<b>5,36 €</b>	<b>27,36%</b>	<b>22,60 €</b>	<b>24,50 €</b>	<b>26,64 €</b>	<b>4,04 €</b>	<b>17,88%</b>
<b>Altres productes alimentaris</b>															
Sucres blancs (1 paquet de 1Kg)	0,73 €	0,80 €	0,79 €	0,06 €	8,22%	0,75 €	0,79 €	0,80 €	0,05 €	6,67%	0,79 €	0,80 €	0,80 €	0,01 €	1,27%
Mermelada de préssec (1 pot de 350-450gr)	1,05 €	1,25 €	1,25 €	0,20 €	19,05%	0,94 €	1,15 €	1,22 €	0,28 €	29,79%	0,99 €	0,99 €	1,19 €	0,20 €	20,20%
Sal (1 paquet de 1Kg)	0,22 €	0,25 €	0,25 €	0,03 €	13,64%	0,22 €	0,25 €	0,25 €	0,03 €	13,64%	0,23 €	0,25 €	0,30 €	0,07 €	30,43%
Cafè (1 paquet de 250gr)	1,15 €	1,40 €	1,35 €	0,20 €	17,39%	1,23 €	1,48 €	1,57 €	0,34 €	27,64%	1,05 €	1,49 €	1,49 €	0,44 €	41,90%
<b>TOTAL Altres</b>	<b>3,15 €</b>	<b>3,70 €</b>	<b>3,64 €</b>	<b>0,49 €</b>	<b>15,56%</b>	<b>3,14 €</b>	<b>3,67 €</b>	<b>3,84 €</b>	<b>0,70 €</b>	<b>22,29%</b>	<b>3,06 €</b>	<b>3,53 €</b>	<b>3,78 €</b>	<b>0,72 €</b>	<b>23,53%</b>
<b>Begudes</b>															
Aigua mineral (10L; pack de 6 unitats de 1,5L)	1,08 €	1,26 €	1,14 €	0,06 €	5,56%	1,14 €	1,26 €	1,26 €	0,12 €	10,53%	1,68 €	1,68 €	1,68 €	0,00 €	0,00%
Vi (1 brick de 1L)	0,85 €	0,90 €	0,95 €	0,10 €	11,76%	0,80 €	1,10 €	1,10 €	0,30 €	37,50%	0,80 €	0,88 €	0,89 €	0,09 €	11,25%
Cervesa (pack de 6 unitats de 0,33L)	1,32 €	1,38 €	1,38 €	0,06 €	4,55%	1,44 €	1,50 €	1,56 €	0,12 €	8,33%	2,10 €	2,22 €	2,22 €	0,12 €	5,71%
<b>TOTAL Begudes</b>	<b>3,25 €</b>	<b>3,54 €</b>	<b>3,47 €</b>	<b>0,22 €</b>	<b>6,77%</b>	<b>3,38 €</b>	<b>3,86 €</b>	<b>3,92 €</b>	<b>0,54 €</b>	<b>15,98%</b>	<b>4,58 €</b>	<b>4,78 €</b>	<b>4,79 €</b>	<b>0,21 €</b>	<b>4,59%</b>
<b>Productes de neteja</b>															
Lleixiu (1 ampolla de 2L)	0,62 €	0,70 €	0,80 €	0,18 €	29,03%	0,65 €	0,75 €	0,85 €	0,20 €	30,77%	0,65 €	0,70 €	0,79 €	0,14 €	21,54%
Paper d'alumini (1 rotlle de 30m)	1,65 €	1,85 €	2,20 €	0,55 €	33,33%	1,45 €	1,99 €	2,32 €	0,87 €	60,00%	1,49 €	1,75 €	2,20 €	0,71 €	47,65%
<b>TOTAL Productes de neteja</b>	<b>2,27 €</b>	<b>2,55 €</b>	<b>3,00 €</b>	<b>0,73 €</b>	<b>32,16%</b>	<b>2,10 €</b>	<b>2,74 €</b>	<b>3,17 €</b>	<b>1,07 €</b>	<b>50,95%</b>	<b>2,14 €</b>	<b>2,45 €</b>	<b>2,99 €</b>	<b>0,85 €</b>	<b>39,72%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>71,87 €</b>	<b>78,62 €</b>	<b>87,77 €</b>	<b>15,90 €</b>	<b>22,12%</b>	<b>70,33 €</b>	<b>78,90 €</b>	<b>87,30 €</b>	<b>16,97 €</b>	<b>24,13%</b>	<b>83,24 €</b>	<b>89,09 €</b>	<b>93,66 €</b>	<b>10,42 €</b>	<b>12,51%</b>

Figura 16. Variació dels preus als productes de la CBM segons període i categoria de supermercats. Elaboració pròpia.

#### 4. Discussió i conclusions

Les **importantíssimes situacions disruptives** que s'han produït al món en els darrers 10 anys (Gran Recessió, pandèmia de la COVID-19 i guerra de Rússia i Ucraïna) han tingut un impacte molt significatiu en la societat. La seva superposició sense solució de continuïtat, ha **afectat negativament la capacitat de resistència de la ciutadania** que veu com les seves expectatives de progrés es redueixen cada vegada que arriba una crisi com les mencionades. Totes elles han causat fortes tensions però, especialment en l'àmbit de la **desigualtat social** els seus impactes han estat molt importants, estenent aquesta xacra a totes les esferes de la vida i **fent augmentar les situacions de precarietat a cada vegada més sectors de la societat**, més intensament entre **les classes socials més desfavorides** que, respecte de les seves condicions de vida, parteixen d'una **situació de debilitat més gran** que les de la resta.

En aquest treball s'han volgut mostrar les conseqüències de les situacions mencionades i els impactes que tenen sobre la ciutadania analitzant una qüestió tan bàsica com és la de la cistella de la compra des de la perspectiva del seu cost, de l'esforç que suposa adquirir els productes que la componen per a les persones que habiten a l'AMB i de l'augment de la inflació que s'està produint en aquests moments. Tot i que **quan s'analitzen les dades del cost de la CBM es pot apreciar que no hi ha diferències significatives entre els preus dels productes** a supermercats del mateix nivell als diferents indrets estudiats, **sí que queda clar que hi ha diferències notables segons els diferents nivells d'establiments seleccionats i el tipus de producte adquirit**. Una qüestió que és important assenyalar respecte de les diferències de preus de la cistella entre els diferents supermercats, sobretot en el cas dels supermercats mitjans i cars, és que durant el treball de camp s'ha observat que, majoritàriament, en els barris visitats amb major nivell de renda (de 150 a 175 i de 175 i més), existeix una disponibilitat molt més àmplia de productes de marca i molt més diversa per poder adquirir la CBM en comparació amb barris que pertanyen al grup amb les rendes més baixes (menys de 60 i de 60 a 75), on l'elecció queda pràcticament limitada entre el producte de marca blanca i un únic producte de marca. Igualment, **les diferències existeixen quan s'observa l'esforç que han de fer els ciutadans** per adquirir els productes de la cistella segons el seu nivell de renda, de manera que **l'esforç es quadruplica en les rendes més baixes respecte de les més altes**. També, cal destacar la qüestió de la **renda que queda a disposició de la ciutadania una vegada feta la despesa de la CBM** que en el cas de les més baixes **queda reduïda a unes quantitats que dificulten molt poder fer front a la resta de despeses** que cal assumir per viure a l'AMB. Si a totes aquestes situacions s'hi afegeix la que causa l'increment de la inflació (desproporcionadament intens respecte de l'increment dels salaris) o les mesures qüestionables que s'estan utilitzant per combatre-la (increment dels tipus d'interès en una crisi d'oferta, no de demanda, que els propis responsables del Banc Central Europeu qüestionen i adverteixen que poden causar profunda i llarga recessió<sup>13</sup>), la situació que es deriva no pot ser res menys que molt preocupant.

Com ja s'ha mencionat **aquests impactes negatius són molt més importants entre les classes socials menys afavorides**, fins arribar a un punt en què les persones que hi pertanyen **no poden satisfer les seves necessitats vitals més bàsiques**. En relació a la seva capacitat de compra d'aquests productes bàsics d'alimentació i d'higiene personal **cal entendre que aquestes persones pateixen més perquè el seu patró de consum està basat en l'obtenció de productes de primera necessitat**, la compra dels quals no pot ser aplaçada en el temps quan les circumstàncies econòmiques, per exemple les derivades de la inflació creixent, puguin ser més favorables. Aquesta situació, coneguda tècnicament com a "**demanda rígida**" comporta encara una **afectació addicional** sobre aquesta població, quan els increments de preus afecten als productes més bàsics (aliments i productes de primera necessitat de la gamma més econòmica), convertint la seva cistella, i la seva situació personal, en la més vulnerable de totes. **Respecte de la inflació, aquests grups també pateixen més les seves conseqüències**, no només per l'augment de preus o la seva incapacitat per aplaçar compres, **sinó perquè la seva propensió al consum és més gran** a l'haver de destinar els seus ingressos a les necessitats més bàsiques inajornables. Aquesta circumstància comporta, addicionalment, una menor capacitat d'estalvi i, per tant, una propensió major ha haver de dependre dels sistemes de crèdit per adquirir béns. Donades les circumstàncies actuals, en què les polítiques antiinflacionàries dels bancs centrals dels estats o altres organismes supranacionals es centren en les pujades del tipus d'interès per intentar resoldre una crisi d'oferta que és immune a aquestes solucions d'ajustament quantitatiu (les quals, a més a més, acabaran provocant una nova fase de recessió econòmica), la seva situació no pot fer res més que empitjorar, tant si és perquè l'accés a nous préstecs els és més difícil, com per si els que ja tenen concedits els resulta més difícil de retornar a l'augmentar la quantia de les quotes a les que han de fer front. És per tots aquests motius que s'afirma que la inflació sí que entén de classes socials, que aquesta comporta una societat més desigual i que afecta més intensament als més pobres perquè per a aquestes persones la inflació actua com si fos un impost<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Veure a [https://www.eldiario.es/economia/bce-admite-politica-monetaria-machete-pescaderia-bisturi-confirma-subidas-tipos\\_1\\_9619595.html](https://www.eldiario.es/economia/bce-admite-politica-monetaria-machete-pescaderia-bisturi-confirma-subidas-tipos_1_9619595.html)

<sup>14</sup> Veure a [https://www.infolibre.es/economia/berzosa-inflacion-impuesto-pobres-salarios-deben-subir-bajos\\_1\\_1295787.html](https://www.infolibre.es/economia/berzosa-inflacion-impuesto-pobres-salarios-deben-subir-bajos_1_1295787.html)

Davant d'una situació com la descrita, i per tal d'evitar les nefastes conseqüències a mitjà i llarg termini de l'augment de vulnerabilitat, cal **habilitar accions que escurcin les, cada vegada més presents i intenses, situacions de desigualtat entre la ciutadania** i que **millorin, especialment, les condicions de vida de les classes socials més debilitades**. En relació a la Cistella Bàsica Metropolitana, les propostes com la del Ministeri de Consum que apunten en la línia d'establir un conjunt de productes essencials de qualitat, saludables i sostenibles a un cost assequible, poden ser una bona iniciativa. També aquelles que caminen en la direcció d'establir polítiques de seguretat alimentària que, respecte dels aliments, busquen que hi hagi disponibilitat, que siguin accessibles econòmicament i físicament, que la seva utilització sigui correcte (establint bones pràctiques de salut i alimentàries) i que hi hagi estabilitat en el seu accés<sup>15</sup>. Altres possibilitats positives vinculades amb l'autonomia que han de tenir les persones respecte de la seva alimentació és la provisió, a aquelles que es trobin en dificultats, de mitjans de pagament per a que puguin escollir lliurement els productes alimentaris que considerin oportuns, enlloc d'aquells que els hi són oferts per la via de les donacions<sup>16</sup>. Igualment, s'haurien de contemplar mecanismes per controlar la pressió que sobre els productes bàsics d'alimentació exerceixen els fons d'inversió especulatiu quan dirigeixen el seu focus d'interès envers aquest tipus de bens de primera necessitat o observar amb atenció els beneficis que tota la cadena d'intermediaris obté en el procés de distribució i comercialització dels aliments. L'objectiu final hauria de ser la consecució d'una redistribució més igualitària d'aquests productes, al mateix temps que de les rendes i de la riquesa, evitant la tendència actual a la seva concentració en unes, cada vegada més, poques mans que és la causa principal de la desigualtat creixent.

---

<sup>15</sup> Veure <https://www.amb.cat/web/amb/alimentacio>

<sup>16</sup> Veure [https://jotriocomtu.caritas.barcelona/?\\_ga=2.120785165.448794923.1666251148-1939557894.1666251148](https://jotriocomtu.caritas.barcelona/?_ga=2.120785165.448794923.1666251148-1939557894.1666251148)

**ANNEX**

Cistella Bàsica Metropolitana				Barri i municipi:		
Supermercat:						
Productes	Especificacions del producte	Quantitats	Observacions	Marques*	preu mínim	preu màxim
<b>Productes d'aliments i begudes</b>						
Arròs	Arròs bàsic	1 kg	No integral, ni basmati, ni bomba.			
Pa	Barres de pa estil baguette o rústica	3 kg 12 barres de pa de 250 gr	La més econòmica i la més cara.			
Pastes alimentàries	Macarrons bàsics	1 kg	No pasta fresca, ni integral, ni gourmet.			
Altres productes de fleca	Galetes Maria o Maria Dorada	800 gr				
Carn de boví	Bistec fresc envasat	600 gr	Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Carn de porcí	Llom de porc fresc envasat	1 kg	Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Carn d'aviram	Pollastre sencer envasat	2 kg	Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Productes de xarcuteria i carn assecada, salada o fumada	Pernil dolç	200gr	Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Altres carns comestibles fresques, refrigerades o congelades	Hamburgueses envasades	250 gr/ 6 hamburgueses	Refrigerada o congelada. 2 hamburgueses o 6 hamburgueses. Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Peix fresc o refrigerat	Salmó fresc envasat o a granel (peixateria)	600 gr	Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Peix congelat	Filet de lluç o salmó congelat envasat	1,5 kg	Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Llet	Brick de llet sencera natural	6 L	1 pack de 6 bricks			
Iogurts	Iogurts naturals	2 kg	4 packs de 4 iogurts o 2 packs de 8 iogurts			
Formatge	Formatge tendre bàsic envasat a talls	500gr /600gr	2 paquets de 200gr o 250gr. Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Ous	Ous bàsics mitjans	1 dotzena	No campers, ni eco, ni gallines en llibertat.			
Mantega	Barra de mantega	250 gr / 1 barra				
Oli	Oli d'oliva de 0,4 graus d'acidesa	1 L	No verge extra.			

Cítrics	Taronges a granel	1 kg	Excepcionalment, el preu de la bossa, d'un màxim de 2 kg.			
Cítrics	Mandarines a granel	1 kg	Excepcionalment, el preu de la bossa, d'un màxim de 2 kg.			
Cítrics	Llimones a granel	1 kg	Excepcionalment, el preu de la bossa, d'un màxim de 2 kg.			
Plàtans	Plàtan de Canàries a granel	3 kg	No banana.			
Pomes	Poma Golden a granel	3 kg	Excepcionalment, el preu de la bossa, d'un màxim de 3 kg.			
Peres	Pera Conference a granel	3 kg	Excepcionalment, el preu de la bossa, d'un màxim de 3 kg.			
Hortalisses de fulla o de tija i herbes culinàries	Enciams llargs romans sencers	1 kg	No enciam a troços ni iceberg. Tenir en compte el paquet de 2 enciams, la quantitat en kg és aproximada.			
Cols fresques o refrigerades	Cols llises a granel	4 kg	"Repollo liso".			
Hortalisses conreades pel seu fruit	Carbassons a granel	2,5 kg	Calcular el preu de la quantitat indicada a partir del preu kg.			
Hortalisses amb arrel o bulb i bolets	Patates blanques o nova a granel	1 kg	Excepcionalment, el preu de la bossa, de un màxim de 2 kg.			
Llegums secs	Cigrons secs	1kg	1 paquet cigrons secs.			
Llegums secs	Montgetes seques	1kg	1 paquet de mongetes seques.			
Llegums secs	Llenties seques	1kg	1 paquet de llenties seques (paquet de llenties ràpides o pardines).			
Llegums en conserva	Pot de cigrons cuits	entre 400 gr i 600 gr	1 pot de cigrons cuits.			
Verdures congelades	Mongeta tendra plana congelada	700 gr / 1kg				
Sucre	Sucre blanc refinat	1 kg	No moré.			
Mermelada i confitures	Pot de mermelada de préssec	350 gr / 450gr	Indicar la quantitat que s'ha escollit del producte.			
Xocolata	Tauleta de xocolata amb llet	125 gr o 150gr	Tauleta de xocolata amb llet, sense ametlles ni avellanes. Indicar la quantitat que s'ha escollit del producte.			
Sal	Sal bàsica marina	1 kg	No iodada, ni fluor			
Cafè	Cafè molt natural	250 gr	No mescla.			
Cacau	Pot de cacau bàsic	1 pot	Depèn del producte pot ser de 500 gr o de 453 gr. Indicar la quantitat que s'ha escollit del producte.			
Aigua mineral	Pack d'ampolles	10 L	1 pack de 6 ampolles de 1,5 L. La més econòmica i la més cara.			
Sucs	Brick de suc taronja natural expremut	2 L	Suc de taronja natural expremut, no concentrat.			
Vi	Brick de vi negre	1 L				
Cervesa	Pack de cerveses de llauna	2 L	Escollir la cervesa de llauna més econòmica i la més cara. Tenir en compte la quantitat indicada aproximadament i anotar-la.			

Productes de neteja per la llar						
Lleixiu	Lleixiu bàsic	2 L	Lleixiu sense detergent.			
Baieta	Pack de baietes bàsiques multiusos	1 pack	Normalment, s'inclouen tres baietes.			
Paper de cuina	Rotllos de paper cuina	1 pack	Normalment, són de 2 o 3 rotllos. Paper de cuina bàsic, no extra resistent o reciclat.			
Paper de WC	Rotllos de paper WC bàsic	1 pack	6 rotllos de paper WC normal o 12 rotllos. Anotar la quantitat.			
Paper d'alumini	Paper d'alumini de 30 m	1 rotllo				
Bosses d'escombraries	Bosses de 30 L bàsiques	1 pack	Bosses d'escombreries sense olor.			
Detergent per la roba	Ampolla de sabó bàsic marsella	2 L	La quantitat de litres és aproximada, tenir en comptel'ampolla de detergent més econòmica i més cara. La quantitat la marca el producte.			
Suavitzant per la roba	Ampolla de suavitzant bàsic	2 L	La quantitat de litres és aproximada, tenir en comptel'ampolla de suavitzant més econòmica i més cara. La quantitat la marca el producte.			
Sabó de rentar plats	Ampolla de sabó bàsic de rentar plats	1 L	La quantitat de litres és aproximada, tenir en comptel'ampolla de rentar plats més econòmica i més cara. La quantitat la marca el producte.			
Neteja vidres	Ampolla de neteja vidres	1 L				
Producte de neteja multiús	Ampolla de netejador multiús	1 L				
Productes d'higiene personal						
Xampú	Xampú bàsic	1 ampolla	El xampú més econòmic i el més car.			
Gel de cos	Gel de cos bàsic	1 ampolla	El gel de cos més econòmic i el més car.			
Suavitzant de cabell	Suavitzant del cabell bàsic	1 ampolla	El suavitzant de cabell més econòmic i el més car.			
Desodorant	Desodorant bàsic	1 roll-on	El desodorant més econòmic i el més car. Sense black and white ni aromes.			
Pasta de dents	Tub de pasta de dents bàsic	1 tub	La pasta de dents més econòmica i la més cara			
Crema hidratant	Crema hidratant normal de pot llarg o capsa rodona	1 ampolla	La crema hidratant més econòmica i la més cara			
Compreses	Compreses normals amb ales	2 paquets	Les compreses més econòmiques i les més cares. Si hi ha un paquet de dos packs de compreses, intentar escollir aquest perquè és més econòmic.			
Tampons	Tampons regulars/normals (capsa groga)	1 capsa	Els tampons més econòmics i els més cars.			