



ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS DE LA CANASTA FAMILIAR

AGOSTO 2026 // PRIMERA PARTE

Partido GEN



14/09/2026

¿POR QUÉ UN ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR?

Todos los ciudadanos de las sociedades modernas adquieren sus bienes para la supervivencia a través de diferentes canales de comercialización. La existencia de cada uno de estos canales es necesaria para que la accesibilidad a estos productos sea de la forma más fácil y económicamente más óptima. Las diferentes políticas implementadas intervienen en estos canales de manera que modifican las condiciones de competencia. Estas intervenciones no resultan ser neutras, pues implican mejores condiciones para unos y desplazan a otros a condiciones de inferioridad.

Los consumidores además se ven afectados en su poder adquisitivo por las variaciones de precios, producto del proceso inflacionario. Es sabido que los procesos inflacionarios producen sobre la economía diferentes inconvenientes. En este caso nos enfocamos en la distorsión de una de las funciones básicas de los precios, que es la producción de un sistema de información para los consumidores. También es necesario explicar cómo el proceso inflacionario impacta en las decisiones de consumo de las personas. Por estas razones es que desde el Laboratorio de Políticas Públicas “Relaciones de Consumo con Equidad” estamos realizando este índice de precios que mide el impacto en el bolsillo de los ciudadanos. Este indicador toma el precio de los productos menos inelásticos, que son todos aquellos productos que no se pueden dejar de comprar ni posponer su consumo. Esperamos que estos informes que se publicarán mensualmente sean de utilidad para conformar conciencia sobre la importancia de estos temas en la calidad de vida de los porteños.



SERGIO ABREVAYA

LABORATORIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

“RELACIONES DE CONSUMO CON EQUIDAD”

DIRECTOR GENERAL

Dr. Sergio Abrevaya

COORDINADOR Y RESPONSABLE TÉCNICO

MV (Esp. Seg. Alimentaria) Eduardo Addresso

EQUIPO TÉCNICO

MV (Esp. Seg. Alimentaria) Alejandra Castro

Sr. Alejandro Marcos

Sra. Carolina Suárez

Sr. Eduardo Rivera

ÍNDICE

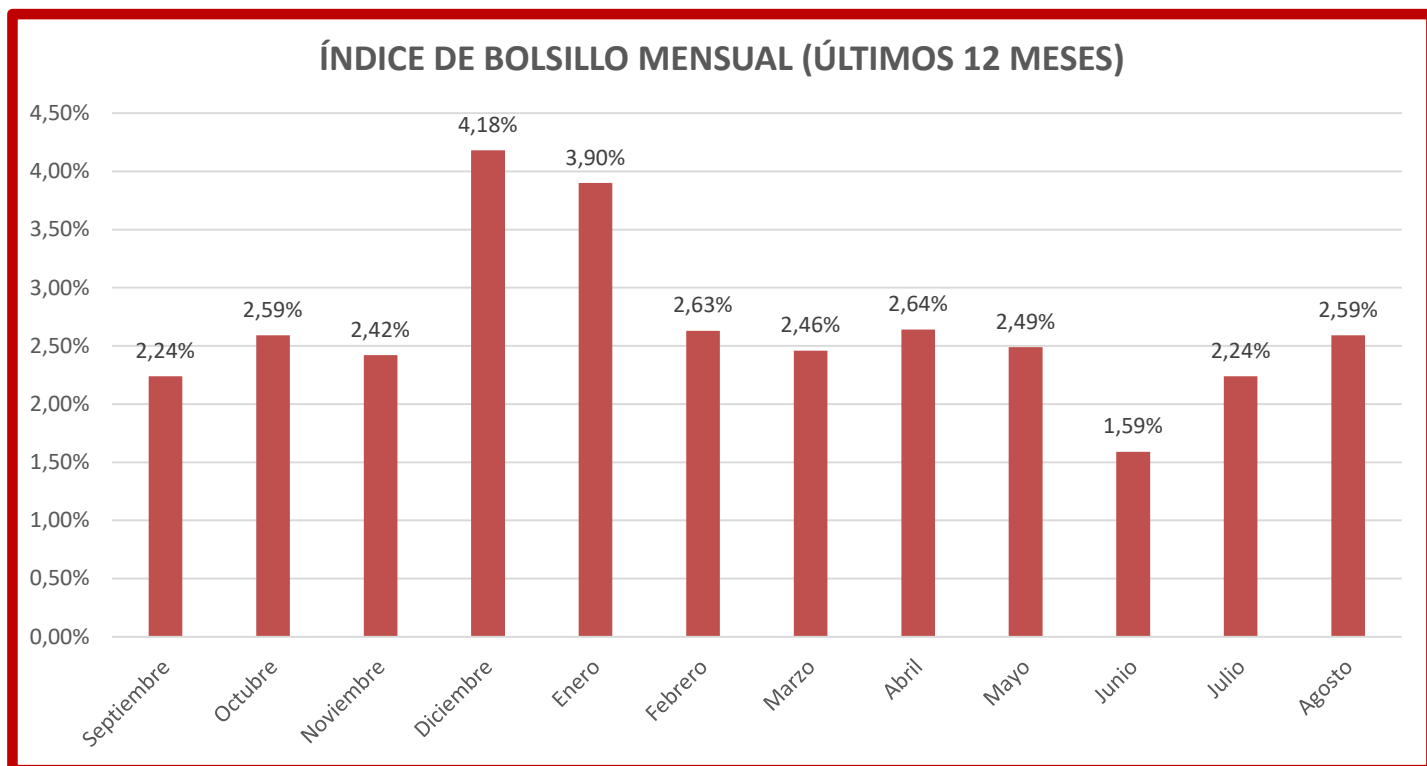
SUMARIO	4
ÍNDICE DE BOLSILLO	5
ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO	6
ALIMENTOS Y BEBIDAS	7
AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS	8
AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS	9
DESABASTECIMIENTO	10

SUMARIO

Publicamos nuestro informe dividido en dos partes: la primera con el formato y contenido habituales, donde se incluyen fundamentalmente la evolución de los precios durante el mes transcurrido, y la segunda donde abordamos todo lo relativo a nuestras Canastas Básicas y datos sobre consumo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- El **Índice de Bolsillo (IB)** tuvo durante el mes de **agosto de 2026** un incremento del **2,59%**.
- Por su parte, el **Índice de Bolsillo Núcleo** alcanzó en este mismo período un valor de **1,01%**.
- Considerando solamente el rubro de **Alimentos y bebidas**, la suba mensual fue del **2,87%**.
- Los **agrupamientos** con mayores subas durante **agosto** fueron nuevamente los que incluyen **Frutas y verduras (9,48%)**, único grupo por encima de la media de Alimentos y bebidas en general, seguido por **Azúcar y dulces (3,04%)** e **Infusiones (1,75%)**.
- El **artículo de consumo** con mayores aumentos durante el mes de **agosto** fue nuevamente **zapallito (65,24%)**, seguido por la **cebolla (36,30%)**, la **batata (20,57%)**, la **papa negra (13,74%)** y la **banana (10,96%)**, todos productos estacionales. Únicos con más de un dígito de aumento.
- Las menores subas durante **agosto** se dieron también en productos estacionales: la **lechuga criolla (11,11%)**, la **naranja (6,01%)**, la **manzana roja (5,90%)** y el **limón (5,02%)**. Todos con índices negativos.
- Durante el mes de **agosto** sólo el **8,33%** de los productos relevados por nuestro Laboratorio de Políticas Públicas (LPP) tuvieron aumentos de **más de un dígito**, en tanto el **30%** estuvo por **debajo de 0**. La mayor cantidad de productos (**33,33%**) estuvieron en el rango entre **0 y 0,99%** de incremento.
- El **porcentaje de desabastecimiento** durante el mes de **agosto** fue del **11,40%**.

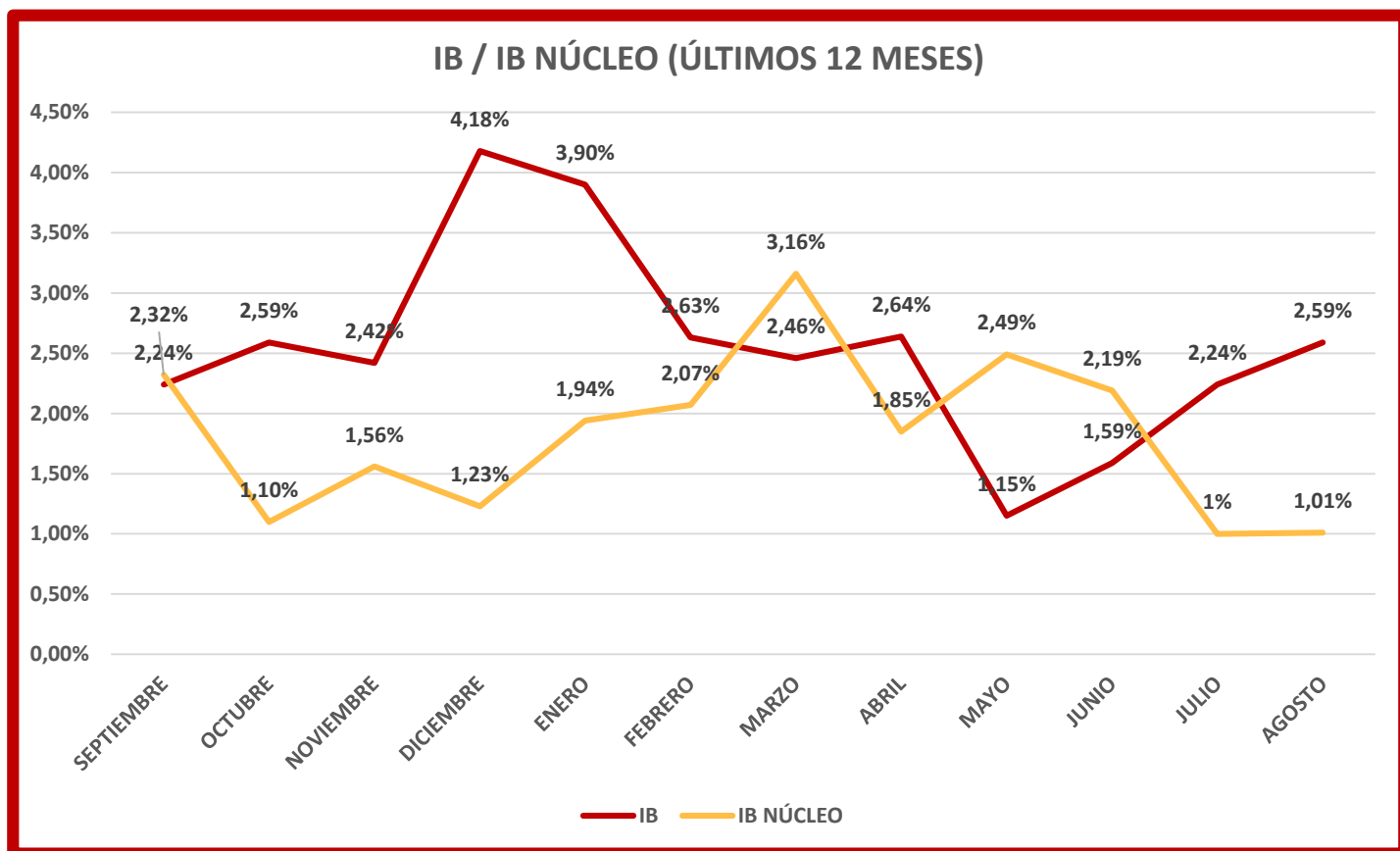
ÍNDICE DE BOLSILLO (2,59%)



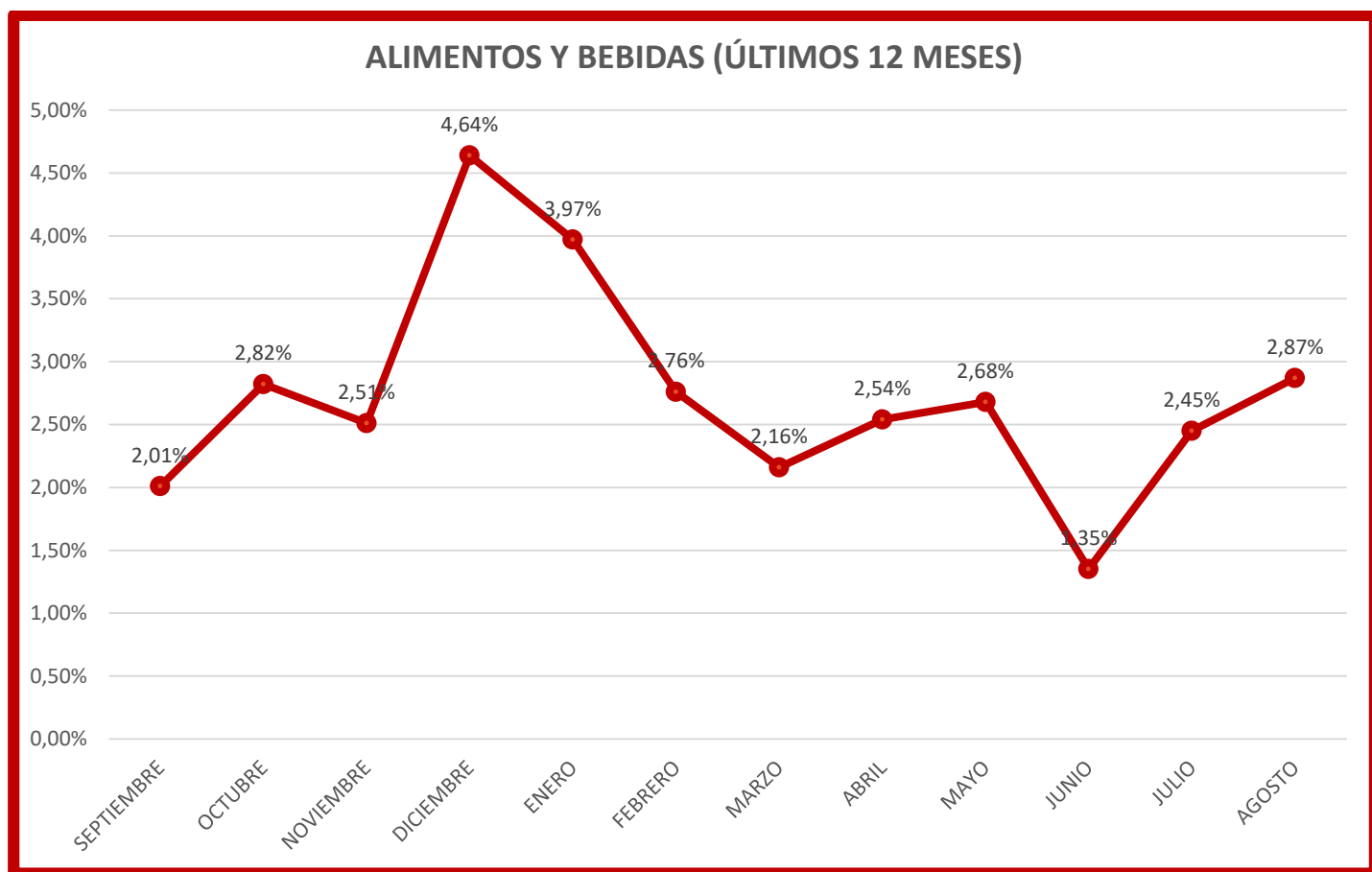
ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO (1,01%)

Comparación con IB últimos 12 meses

MES	SET.(25)	OCT.(25)	NOV.(25)	DIC.(25)	ENE. (26)	FEB. (26)	MAR. (26)	ABR. (26)	MAY. (26)	JUN. (26)	JUL. (26)	AGO. (26)
IB	2,24%	2,59%	2,42%	4,18%	3,90%	2,63%	2,46%	2,64%	2,49%	1,59%	2,24%	2,59%
IB NÚCLEO	2,32%	1,10%	1,56%	1,23%	1,94%	2,07%	3,16%	1,85%	1,15%	2,19%	1,00%	1,01%



ALIMENTOS Y BEBIDAS (2,87%)



AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS

AUMENTOS POR AGRUPAMIENTOS (AGOSTO)	%
FRUTAS Y VERDURAS	9,48
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL	3,28
AZÚCAR Y DULCES	3,04
INFUSIONES	1,75
CONSERVAS	1,52
LÁCTEOS Y DERIVADOS	1,19
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	1,18
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	1,10
ACEITES	0,84
OTROS (CALDOS, MAYONESA, SAL, SALSAS, ETC.)	0,59
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	0,54
HARINAS, CEREALES Y LEGUMBRES	0,39
ARTÍCULOS DE HIGIENE, TOCADOR Y BELLEZA	0,39
CARNES Y HUEVOS	-1,21



AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS

MAYORES SUBAS AGOSTO	%
ZAPALLITO	65,24
CEBOLLA COMÚN	36,30
BATATA	20,57
PAPA NEGRA	13,74
BANANA	10,96
CHOCOLATE PARA TAZA	6,20
TOMATE REDONDO	5,71
DURAZNOS AL NATURAL	3,46
LECHE ENTERA SACHET	3,18
TE COMÚN EN SAQUITOS	2,86

El 8,33% de los productos con subas de dos dígitos. Todos de carácter estacional.

MENORES SUBAS AGOSTO	%
LECHUGA CRIOLLA	-11,11
NARANJA	-6,01
MANZANA ROJA	-5,90
LIMÓN	-5,02
HUEVOS BLANCOS	-4,83
ASADO	-3,65
PURÉ DE TOMATES	-2,06
MANDARINA	-1,48
POLLO	-1
CUADRADA	-0,66

El 30% de los productos estuvo por debajo de cero.

DESABASTECIMIENTO

PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 30/06	12,28%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/07	10,37%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/08	11,40%

Partido GEN



**SI TENÉS DUDAS O CONSULTAS,
¡CONTACTANOS!**



gen.caba gencaba



gencaba.fb



**PODÉS LEER LOS INFORMES ANTERIORES EN
NUESTRA WEB:**

www.gencaba.org.ar

