



ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS DE LA CANASTA FAMILIAR *FEBRERO // PRIMERA PARTE*

Partido GEN



18 DE MARZO DE 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

Sr. Agustín Perfumo

Sra. Carolina Suárez

Dr. Alfredo Reto

Sr. Eduardo Rivera

CORRECTOR

Dr. Alfredo Reto

EDICIÓN

Dis. Ana Belén Addresso

ÍNDICE

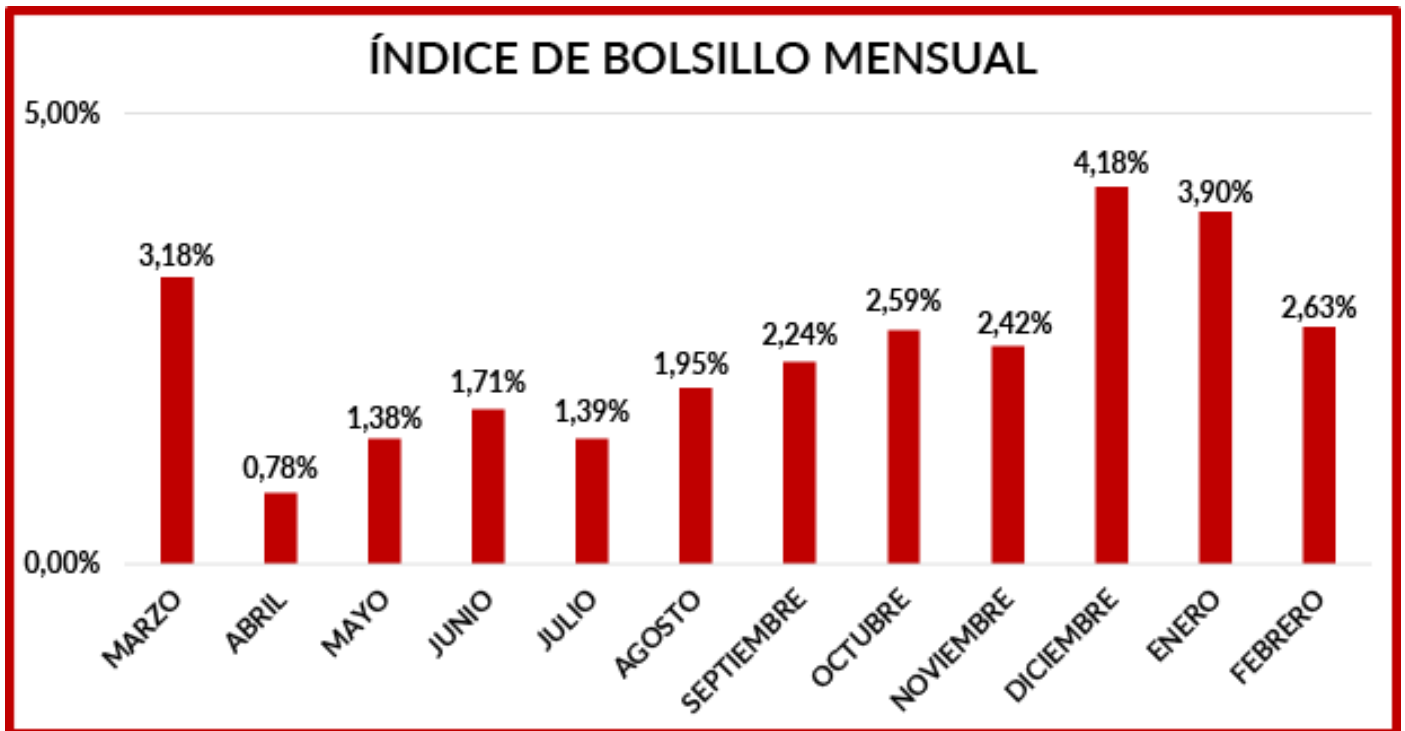
SUMARIO	4
ÍNDICE DE BOLSILLO	5
ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO	6
ALIMENTOS Y BEBIDAS	7
AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS	8
AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS	9
DESABASTECIMIENTO	10

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.

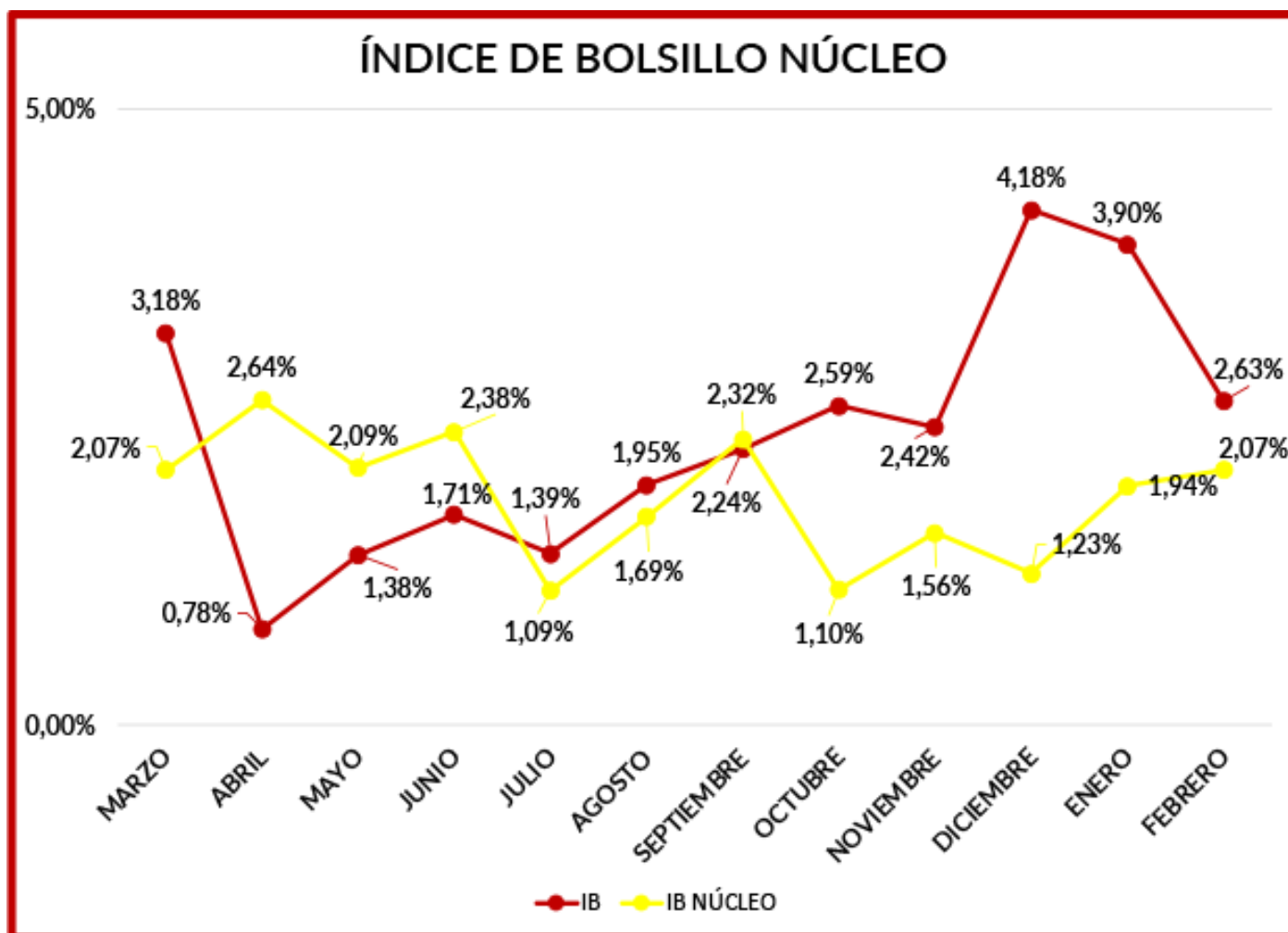
- El Índice de Bolsillo durante el mes de febrero de 2026 tuvo un incremento del 2,63%.
- Por su parte, el Índice de Bolsillo Núcleo alcanzó en este mismo período un valor de 2,07%.
- Considerando solamente el rubro de Alimentos y bebidas, la suba mensual fue del 2,76%.
- El agrupamiento con mayores subas durante febrero fue el de Carnes y huevos (8,98%), seguido por los Lácteos y derivados (3,98%), las Conservas (3,57%) y las Harinas, cereales y legumbres (2,89%). Todos por encima de la media general de Alimentos y bebidas, y primera vez en varios meses que Frutas y verduras no encabeza el ranking.
- El artículo de consumo con mayores aumentos durante el mes de febrero fue la batata (18,93%), seguido por la cuadrada (15,89%), la nalga (14,73%) y la mandarina (12,44%).
- Las menores subas durante febrero se dieron en el limón (12,50%), el zapallo anco (12,40%) y el tomate redondo (9,39%). Todos con índices negativos.
- Durante el mes de febrero el 11,67% de los productos relevados por nuestro Laboratorio de Políticas Públicas (LPP) tuvieron aumentos de más de un dígito, en tanto el 18,33% estuvo por debajo de 0. La mayor parte de los artículos estuvieron en el rango entre 0 y 0,99 (23,33%).
- El porcentaje de desabastecimiento durante el mes fue del 15,95%.

ÍNDICE DE BOLSILLO

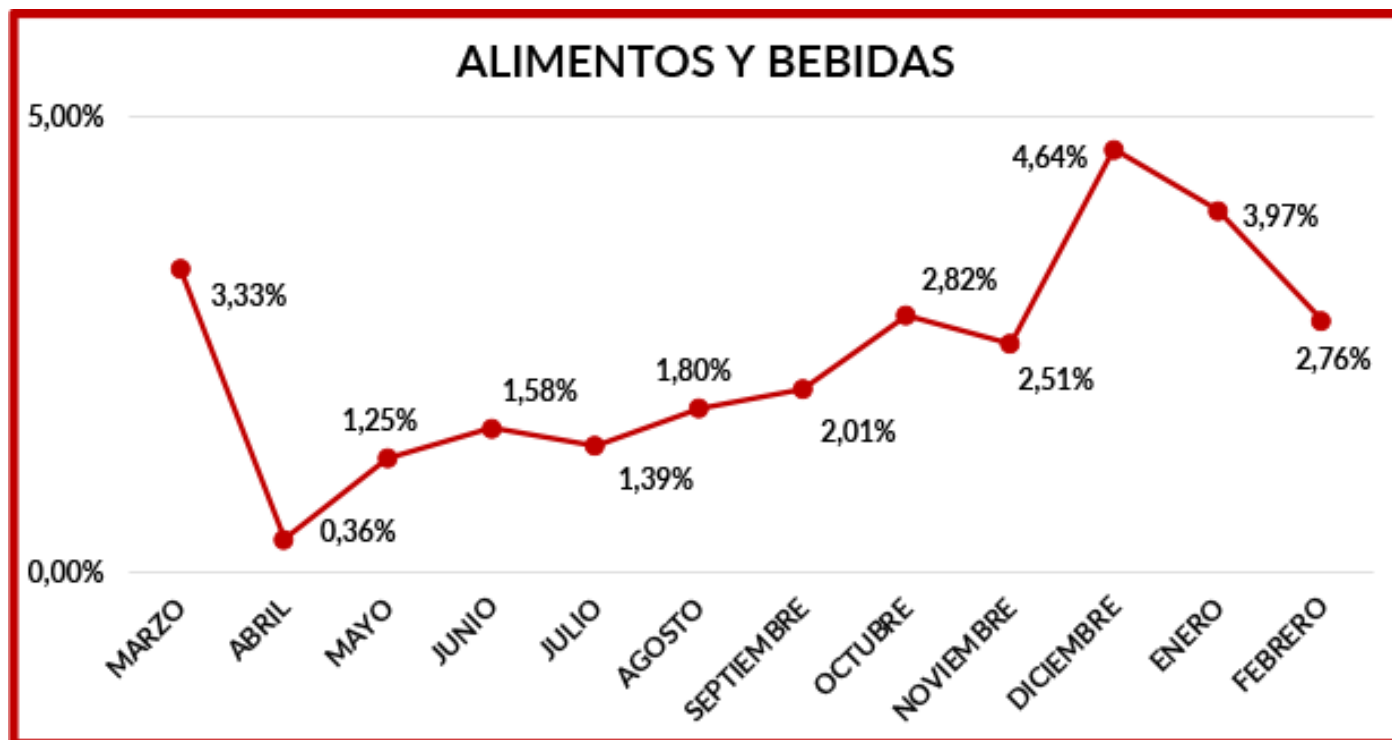


ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO

MES	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB
IB	3,18%	0,78%	1,38%	1,71%	1,39%	1,95%	2,24%	2,59%	2,42%	4,18%	3,90%	2,63%
IB NÚCLEO	2,07%	2,64%	2,09%	2,38%	1,09%	1,69%	2,32%	1,10%	1,56%	1,23%	1,94%	2,07%



ALIMENTOS Y BEBIDAS



AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS

AUMENTOS POR AGRUPAMIENTOS MES DE FEBRERO	%
CARNES Y HUEVOS	8,98%
LÁCTEOS Y DERIVADOS	3,85%
CONSERVAS	3,57%
HARINAS, CEREALES Y LEGUMBRES	2,89%
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL	2,76%
ACEITES	2,07%
ARTÍCULOS DE HIGIENE, TOCADOR Y LIMPIEZA	1,83%
OTROS (CALDOS, MAYONESA, SAL, SALSAS, ETC.)	1,77%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	1,76%
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	1,47%
FRUTAS Y VERDURAS	0,95%
INFUSIONES	0,80%
AZÚCAR Y DULCES	0,58%

AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS

AUMENTOS POR PRODUCTOS MES DE FEBRERO	%
BATATA	18,93%
CUADRADA	15,89%
NALGA	14,73%
MANDARINA	12,44%
CARNE PICADA COMÚN	10,51%
NARANJA	10,44%
ASADO	10,04%
QUESO POR SALUT	8,56%
LENTEJAS SECAS	7,12%
BANANA	6,94%

El 11,67% de los productos con subas de dos dígitos.

MENORES SUBAS DE PRODUCTOS MES DE FEBRERO	%
LIMÓN	-12,50%
ZAPALLO ANCO	-12,40%
TOMATE REDONDO	-9,39%
ZAPALLITO	-7,93%
CEBOLLA COMÚN	-4,22%
PAPA NEGRA	-1,88%
AZÚCAR	-1,42%
VINO TINTO COMÚN	-0,84%
CHOCOLATE PARA TAZA	-0,76%
SAL FINA	-0,44%

El 18,33% de los productos por debajo de cero.

DESABASTECIMIENTO

PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/12	18,10%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/01	13,53%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 28/02	15,95%

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**