

ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS DE LA CANASTA FAMILIAR

OCTUBRE 2026 // PRIMERA PARTE

Partido GEN

LABORATORIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

12/11/2026

¿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 Addesso

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 **octubre de 2026** un incremento del **2,11%**.

- Por su parte, el **Índice de Bolsillo Núcleo** alcanzó en este mismo período un valor de **1,92%**.

- Considerando solamente el rubro de **Alimentos y bebidas**, la suba mensual fue del **2,13%**.

- El **agrupamiento** con mayores subas durante **octubre** fue el de las **Bebidas no alcohólicas (4,83%),** seguido por el de **Frutas y verduras (4,27%)** y por el de las **Conservas (3,10%)**.

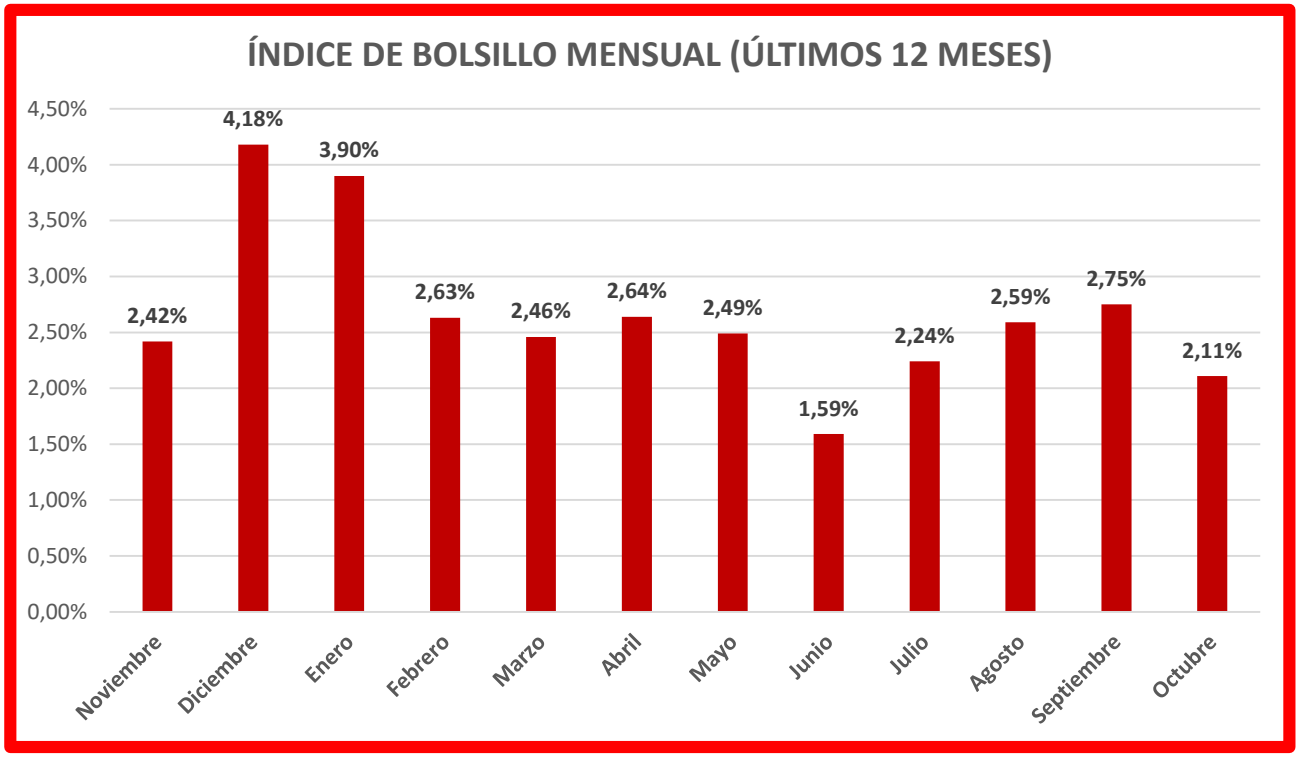
- El **artículo de consumo** con mayores aumentos durante el mes de **octubre** fue la **batata (32,08%)**, seguido por el **zapallo anco (31,91%)**, el **limón (31,43%)** y el **tomate redondo (27,59%)**, todos productos estacionales.

- Las menores subas durante **octubre** se dieron también en productos estacionales: la **cebolla común (24,17%)**, la **lechuga criolla (23,88%)** y el **zapallito (16,55%)**. Todos con índices negativos.

- Durante el mes de **octubre** 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 **20%** estuvo por **debajo de 0**. La mayor cantidad de productos **(25%)** estuvieron en el rango entre **0 y 0,99%** de incremento.

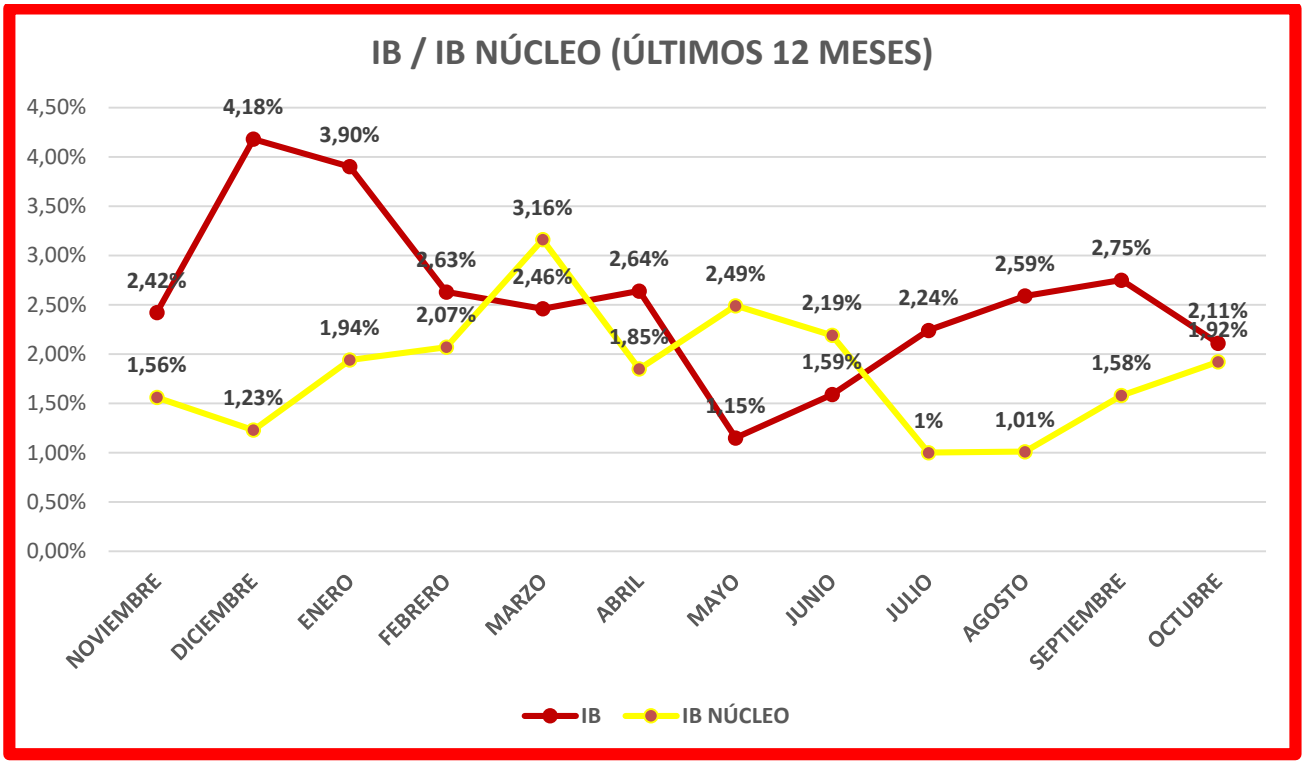
- El **porcentaje de desabastecimiento** durante el mes de **octubre** fue del **11,42%**.

ÍNDICE DE BOLSILLO (2,11%)

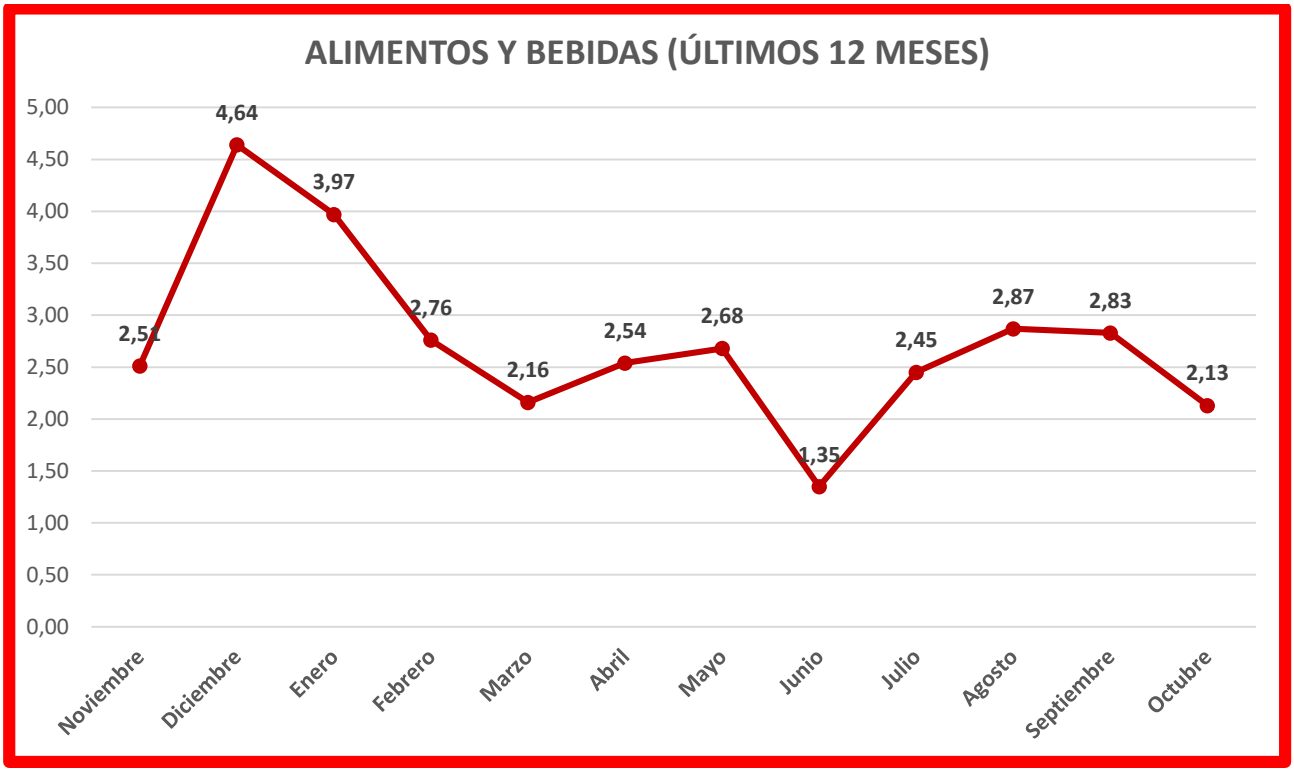


ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO (1,92%)
Comparación con IB últimos 12 meses

MES	NOV.(25)	DIC.(25)	ENE. (26)	FEB. (26)	MAR. (26)	ABR. (26)	MAY. (26)	JUN. (26)	JUL. (26)	AGO. (26)	SET. (26)	OCT. (26)
IB	2,42%	4,18%	3,90%	2,63%	2,46%	2,64%	2,49%	1,59%	2,24%	2,59%	2,75%	2,11%
IB NÚCLEO	1,56%	1,23%	1,94%	2,07%	3,16%	1,85%	1,15%	2,19%	1,00%	1,01%	1,58%	1,92%



ALIMENTOS Y BEBIDAS (2,13%)



AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS

AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS (OCTUBRE)	%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	4,83
FRUTAS Y VERDURAS	4,27
CONSERVAS	3,10
OTROS (CALDOS, MAYONESA, SAL, SALSAS, ETC.)	3,07
AZÚCAR Y DULCES	2,60
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	2,23
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL	**2,13**
ACEITES	1,58
ARTÍCULOS DE HIGIENE, TOCADOR Y BELLEZA	1,58
LÁCTEOS Y DERIVADOS	1,49
HARINAS, CEREALES Y LEGUMBRES	0,97
INFUSIONES	0,69
CARNES Y HUEVOS	-0,82
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	-1,47

AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS

MAYORES SUBAS OCTUBRE	%
BATATA	32,08
ZAPALLO ANCO	31,81
LIMÓN	31,43
TOMATE REDONDO	27,59
HARINA DE TRIGO	12,08
JUGO EN POLVO	8,55
DURAZNOS AL NATURAL	8,04
SAL FINA	7,88
DETERGENTE	4,58
HUEVOS BLANCOS	4,43

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

MENORES SUBAS OCTUBRE	%
CEBOLLA COMÚN	-24,17
LECHUGA CRIOLLA	-23,88
ZAPALLITO	-16,55
PAN FRANCÉS	-10,96
CARNE PICADA COMÚN	-6,07
ASADO	-5,80
MANZANA ROJA	-5,68
CERVEZA	-1,52
VINO TINTO COMÚN	-1,43
BANANA	-1,23

El 20% de los productos estuvo por debajo de cero.

DESABASTECIMIENTO

PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/07	11,40%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/08	15,47%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 30/09	11,42%

Partido GEN
LABORATORIO DE POLITICAS PÚBLICAS
Relaciones de CONSUMO con Equidad

SI TENÉS DUDAS O CONSULTAS, ¡CONTACTANOS!



gen.caba gencaba



gencaba.fb



PODÉS LEER LOS INFORMES ANTERIORES EN NUESTRA WEB:

www.gencaba.org.ar

