

Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

PRIMERA PARTE

12 JUNIO 2025

Partido GEN



¿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

Lic. Viviana Marcos

Dr. Alfredo Reto

MV (Esp. Seg. Alimentaria) Alejandra Castro

Sr. Alejandro Marcos

Sra. Carolina Suárez

Sr. Eduardo Rivera

Sr. Agustín Perfumo

CORRECTOR

Dr. Alfredo Reto

EDICIÓN

Dis. Ana Belén Addesso

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Y SUMARIO	5
ÍNDICE DE BOLSILLO	6
ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO	7
ALIMENTOS Y BEBIDAS	8
IB SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	9
AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS	11
AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS	12
DESABASTECIMIENTO	13



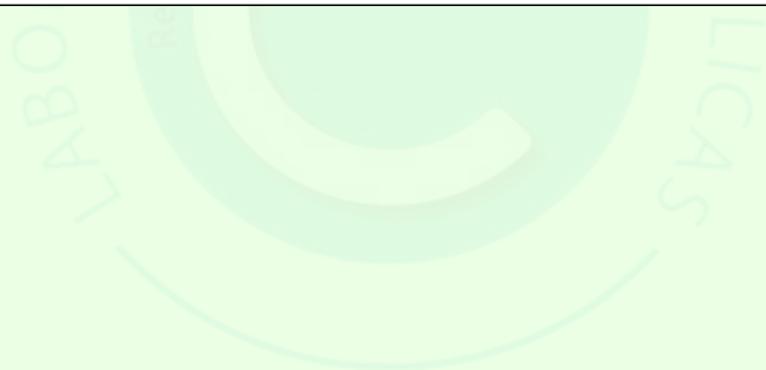
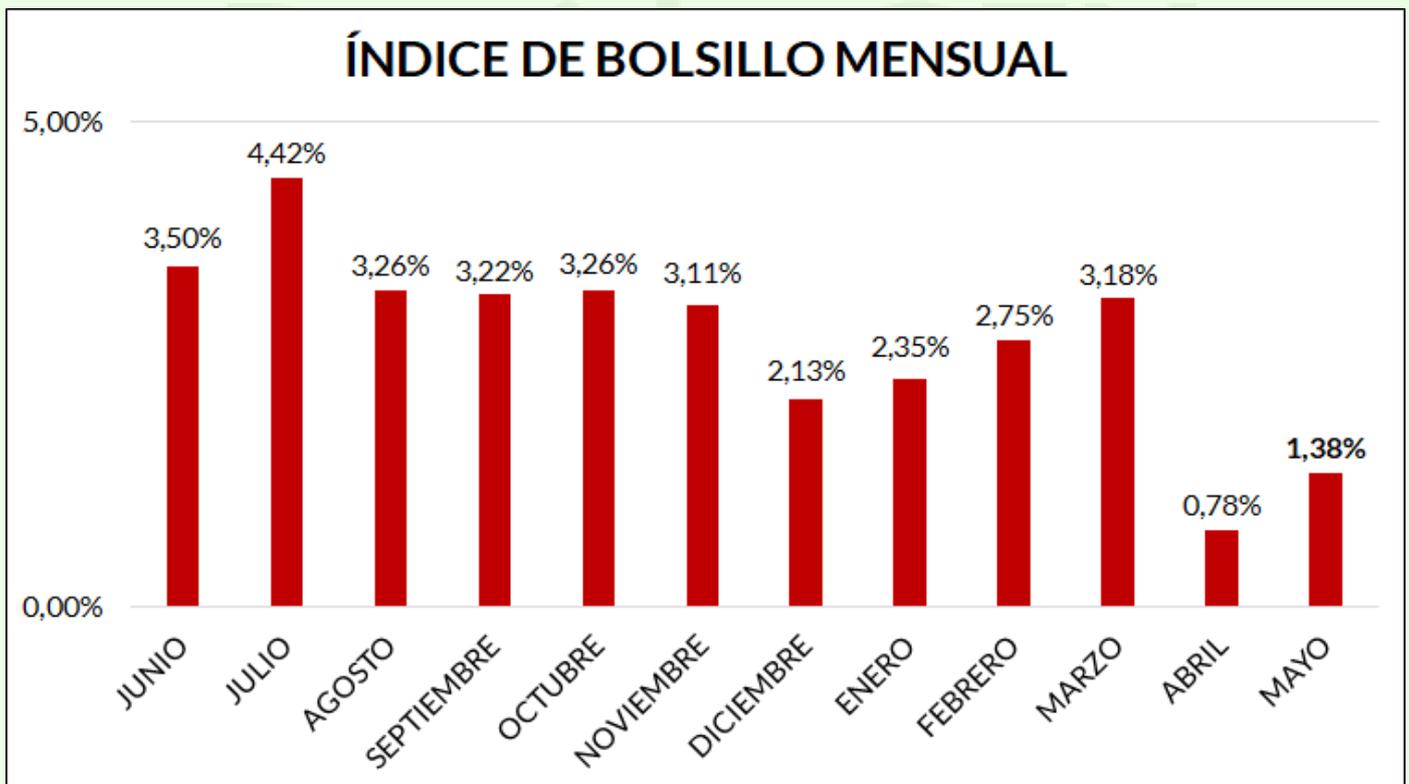
INTRODUCCIÓN Y SUMARIO

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, datos sobre consumo y evolución de los costos de expensas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- El **Índice de Bolsillo (IB)** tuvo durante el mes de **mayo** un incremento del **1,38%**.
- Por su parte, el **Índice de Bolsillo Núcleo** alcanzó en este mismo período un valor de **2,09%**.
- Considerando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, la suba mensual fue del **1,25%**.
- Durante el mes de **mayo** el **IB** en los **pequeños comercios** barriales fue del **0,96%**, en tanto en las grandes cadenas de **supermercados** fue del **1,79%**.
- El **agrupamiento** con mayores subas durante **mayo** fue el de **aceites**, con un **4,50%** de incremento, seguido por las **bebidas no alcohólicas (3,42%)**, las **conservas (2,71%)** y los **artículos de limpieza (2,67%)**.
- El **artículo de consumo** con mayores aumentos durante el mes de **mayo** fue el **zapallito**, con un **21,74%** de incremento, seguido por la **cebolla (10,90%)**, el **atún en conserva al natural (9,01%)** y la **batata** con un **7,91%**.
- Durante el mes de **mayo** el **6,67%** de los productos relevados por nuestro **Laboratorio de Políticas Públicas (LPP)** tuvieron aumentos de **más de un dígito**, en tanto el **16,67%** estuvo por **debajo de 0**. La mayoría de los artículos relevados (**36,67%**) estuvieron en el rango de entre el **0 y 1%**.
- El porcentaje de **desabastecimiento** durante el mes de **mayo** fue del **14,67%**, inferior al del mes pasado.

ÍNDICE DE BOLSILLO

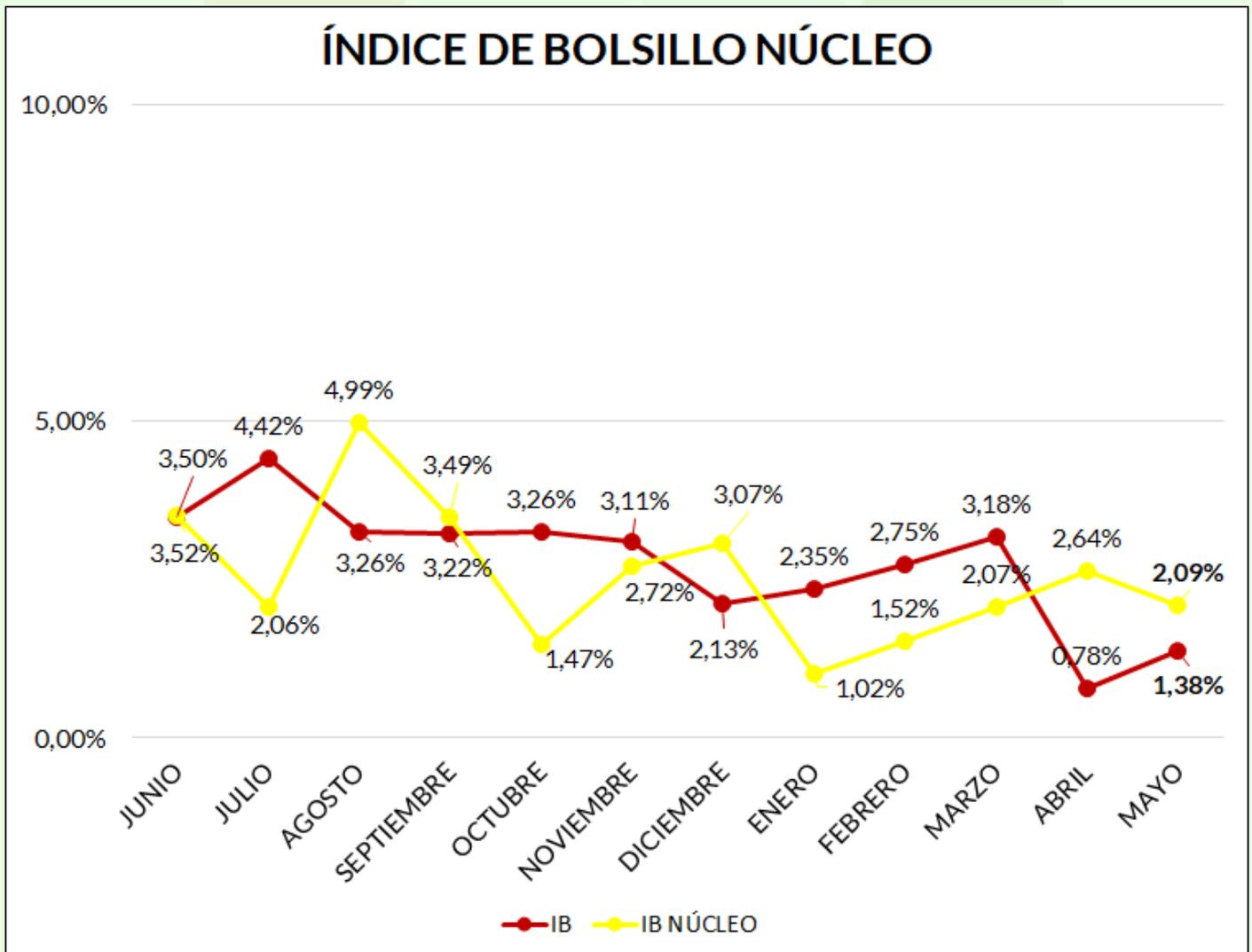
El IB registrado durante el mes de mayo fue del **1,38%**. Nuevamente las **frutas y verduras**, ambas con valores por debajo de cero, arrastraron nuestro índice hacia la baja. Se sigue verificando en los números que la salida del cepo cambiario no tuvo el impacto que podía preverse y que la retracción en las ventas de productos de consumo masivo y cotidiano pesa más que una potencial devaluación del peso como para que los precios no hayan subido en una mayor proporción.



ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO

El IB Núcleo, que no contempla ni productos regulados ni estacionales, registró durante mayo un valor de **2,09%**. Si bien este mes no fue tan manifiesto, de no haber sido por la baja de los productos estacionales más característicos (frutas y verduras), nuestro IB hubiera estado alrededor de este valor.

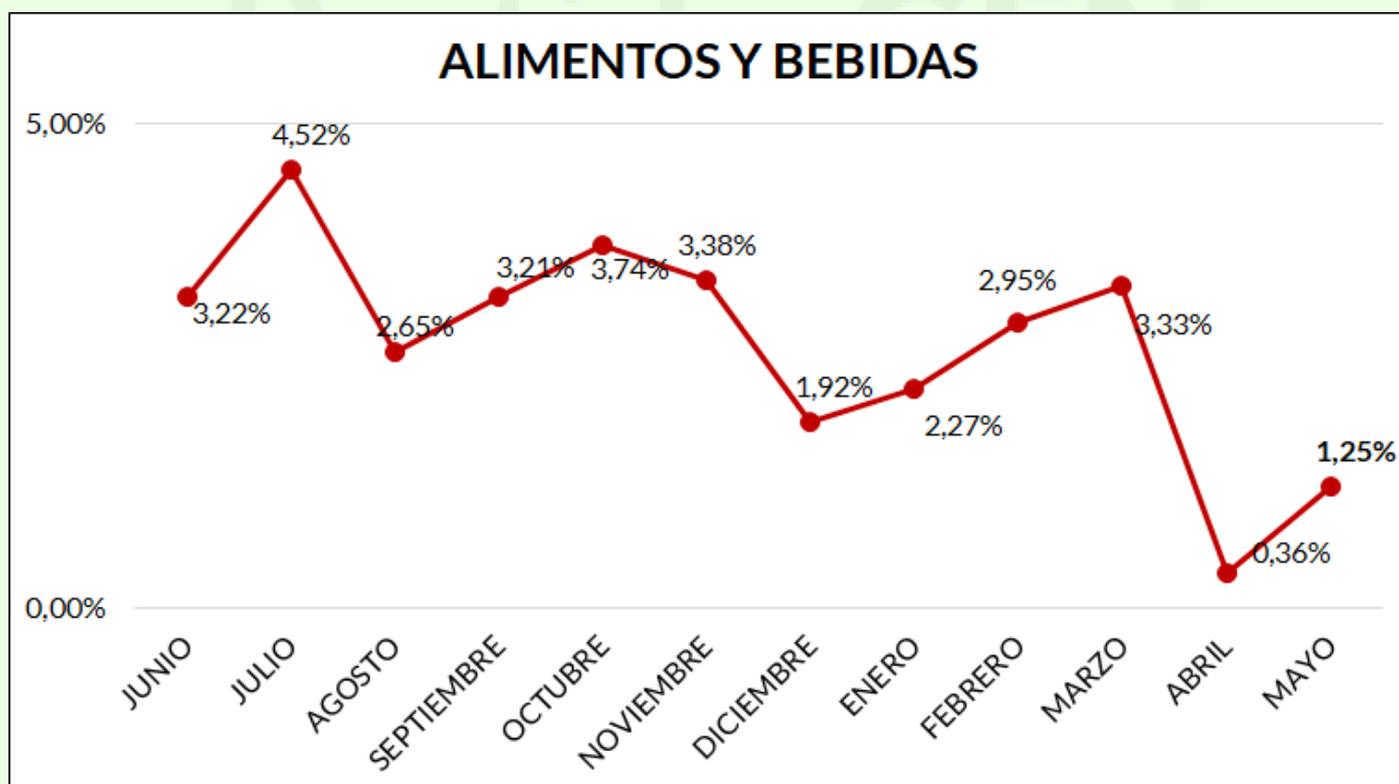
MES	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY
IB	3,50%	4,42%	3,26%	3,22%	3,26%	3,11%	2,13%	2,35%	2,75%	3,18%	0,78%	1,38%
IB NÚCLEO	3,52%	2,06%	4,99%	3,49%	1,47%	2,72%	3,07%	1,02%	1,52%	2,07%	2,64%	2,09%



ALIMENTOS Y BEBIDAS

Contemplando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante el mes de **mayo** fue del **1,25%**. La explicación de este valor tan bajo está dada por la importante caída en los precios de algunos productos, básicamente las **frutas** y algunas **hortalizas**, con valores debajo de cero.

En el siguiente gráfico, la evolución mensual de los aumentos en **alimentos y bebidas** de los últimos 12 meses.



IB SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Respecto a los **canales de comercialización**, durante el mes de **mayo** los incrementos de precios fueron menores en los **pequeños comercios barriales (0,96%)** respecto a las **grandes cadenas de comercialización (1,79%)**, a la inversa de lo ocurrido el mes anterior.

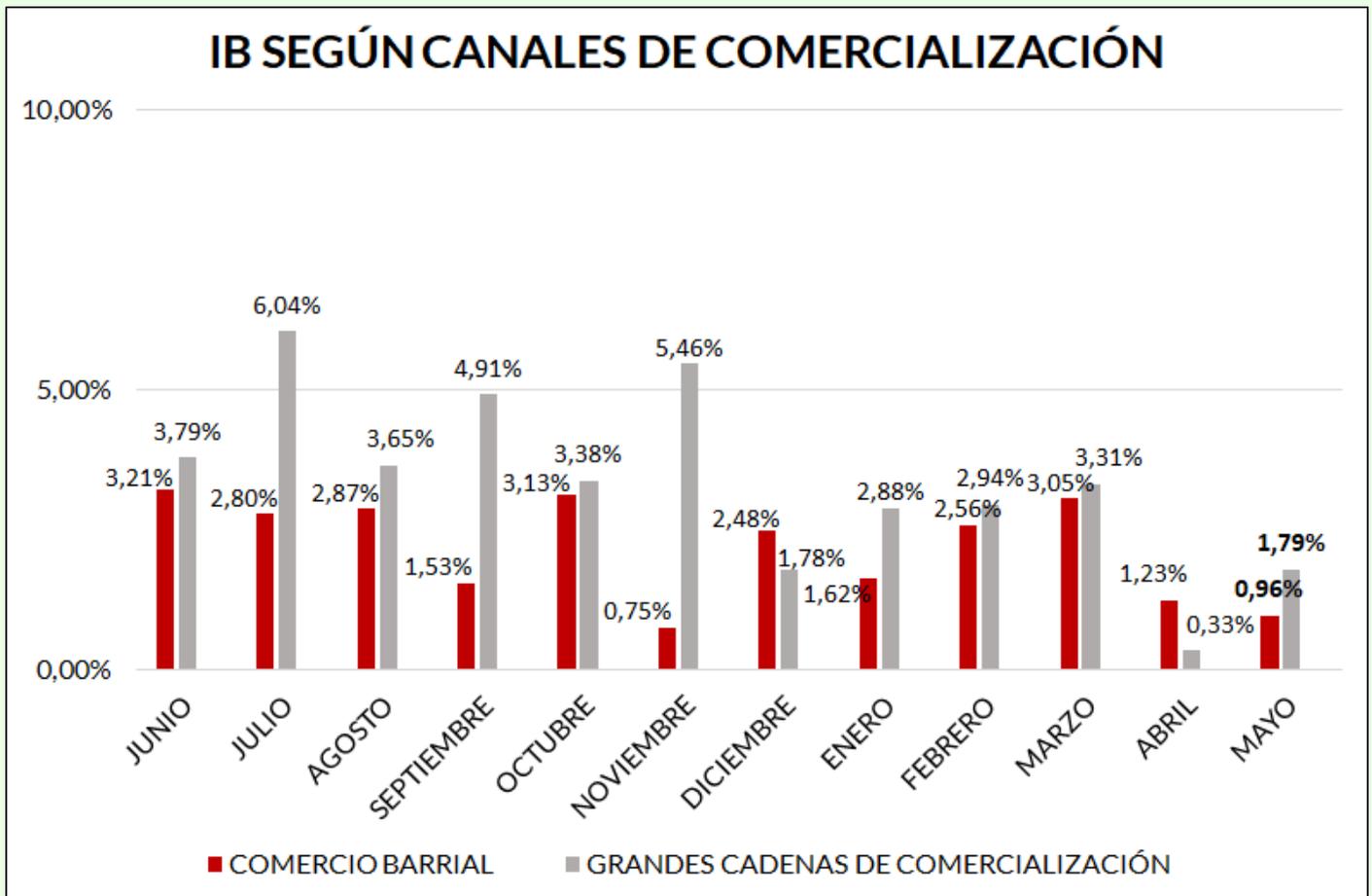
IB EN COMERCIOS BARRIALES	
MENSUAL	0,96%

IB EN GRANDES CADENAS DE COMERCIALIZACIÓN	
MENSUAL	1,79%

En los cuadros siguientes se pueden apreciar los **IB** de **marzo, abril y mayo** con las diferencias entre las distintas cadenas de comercialización. Se revierte tendencia.

	MARZO	ABRIL	MAYO
IB PEQUEÑOS COMERCIOS	3,05%	1,23%	0,96%

	MARZO	ABRIL	MAYO
IB GRANDES SUPERMERCADOS	3,31%	0,33%	1,79%



AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS

El **agrupamiento** con mayores subas durante el mayo fue el correspondiente a los **aceites (4,50%)**, seguido por las **bebidas no alcohólicas (3,42%)**, las **conservas (2,71%)** y los **artículos de limpieza (2,67%)**. El único agrupamiento que estuvo por debajo del índice general fue el de **frutas y verduras**, con valores por debajo de cero **(-1,36%)**.

AUMENTOS AGRUPAMIENTOS MES DE MAYO	%
ACEITES	4,50%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	3,42%
CONSERVAS	2,71%
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	2,67%
CARNES Y HUEVOS	2,45%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	2,45%
OTROS (CALDOS, MAYONESA, SAL, SALSAS, ETC.)	2,21%
ARTÍCULOS DE HIGIENE, TOCADOR Y BELLEZA	2,01%
INFUSIONES	1,75%
AZÚCAR Y DULCES	1,38%
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL	1,25%
HARINAS, CEREALES Y LEGUMBRES	1,19%
LÁCTEOS Y DERIVADOS	1,11%
FRUTAS Y VERDURAS	-1,36%

AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS

El artículo de consumo básico que más aumentó durante el mes de mayo fue el zapallito, con un incremento del **21,74%**, seguido por la cebolla común (**10,90%**), el atún en conserva al natural (**9,01%**) y la batata con un **7,91%**.

AUMENTOS PRODUCTOS MES DE MAYO	%
ZAPALLITO	21,74%
CEBOLLA COMÚN	10,90%
ATÚN EN CONSERVA AL NATURAL	9,01%
BATATA	7,91%
PAPA NEGRA	6,63%
ACEITE DE GIRASOL	6,09%
NALGA	4,62%
MANZANA	4,44%
HUEVOS BLANCOS	4,28%
JUGO EN POLVO	4,08%

Como dato adicional, podemos agregar que durante el mes de mayo el **6,67%** de los productos relevados por nuestro LPP tuvieron aumentos de **más de un dígito** (el doble que durante el mes anterior), en tanto el **16,67%** estuvo por **debajo de 0**. En tanto, la mayoría de los artículos relevados (un **33,67%**) estuvieron en el rango de entre el **0 y 1%**, lo que sigue consolidando un escenario de menor dispersión de precios.

DESABASTECIMIENTO

El porcentaje de desabastecimiento durante el mes de mayo fue del **14,67%**, inferior al del mes anterior, y en descenso desde hace tres meses.

Aquí podemos apreciar un cuadro comparativo del porcentaje de desabastecimiento de los tres últimos meses relevados.

PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/03	16,12%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 30/04	15,27%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/05	14,67%



SEGUINOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES:

 @gencaba

 @gen.caba

 /gencaba.fb

SI TENÉS DUDAS O CONSULTAS, CONTACTANOS:

 lppconsumo@gmail.com

 +54 9 11 2390-3119

**PODÉS LEER LOS INFORMES ANTERIORES EN
NUESTRA WEB:
www.gencaba.org.ar**