



ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS DE LA CANASTA FAMILIAR

ABRIL // PRIMERA PARTE

Partido GEN



9 DE MAYO 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

Sr. Eduardo Rivera

EDICIÓN

Dis. Ana Belén Addresso

ÍNDICE

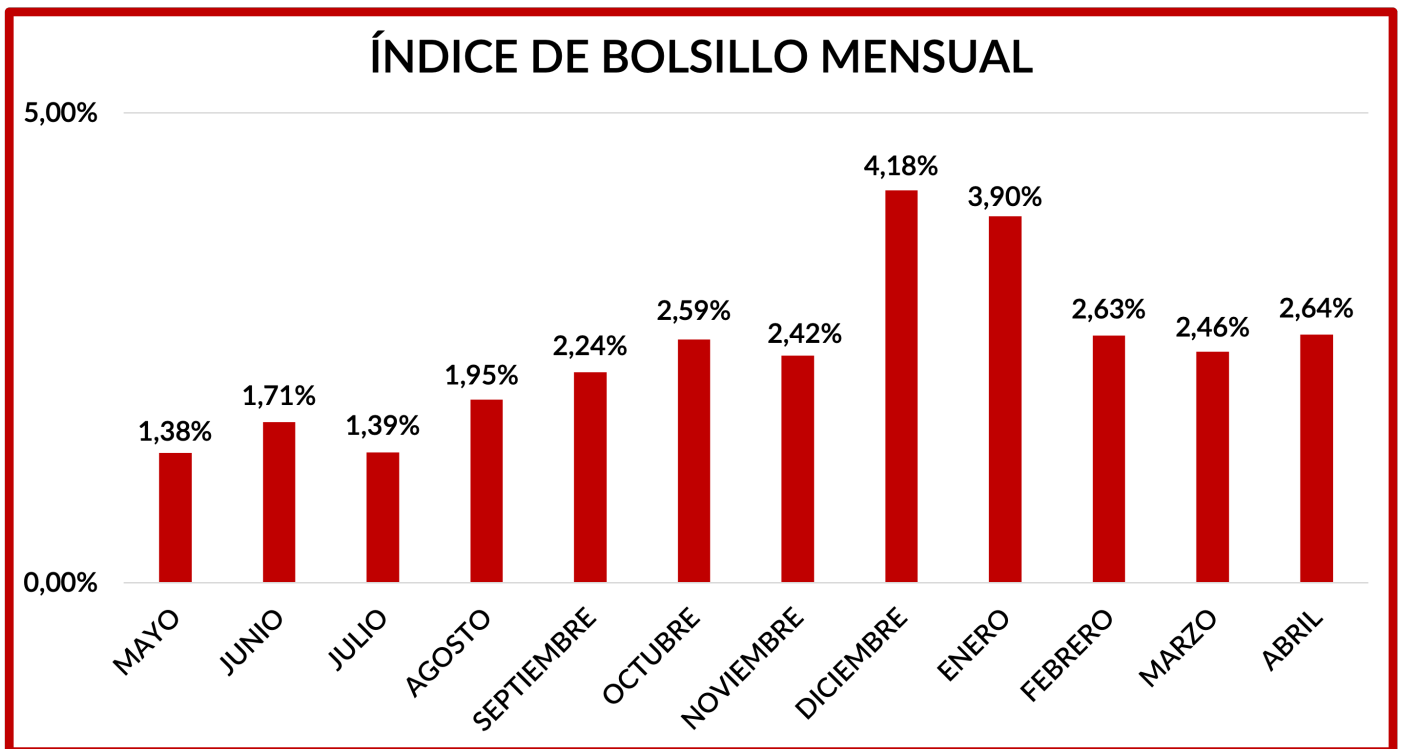
SUMARIO	4
ÍNDICE DE BOLSILLO	5
ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO	6
ALIMENTOS Y BEBIDAS	7
AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS	8
AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS	9
DESABASTECIMIENTO	10

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.

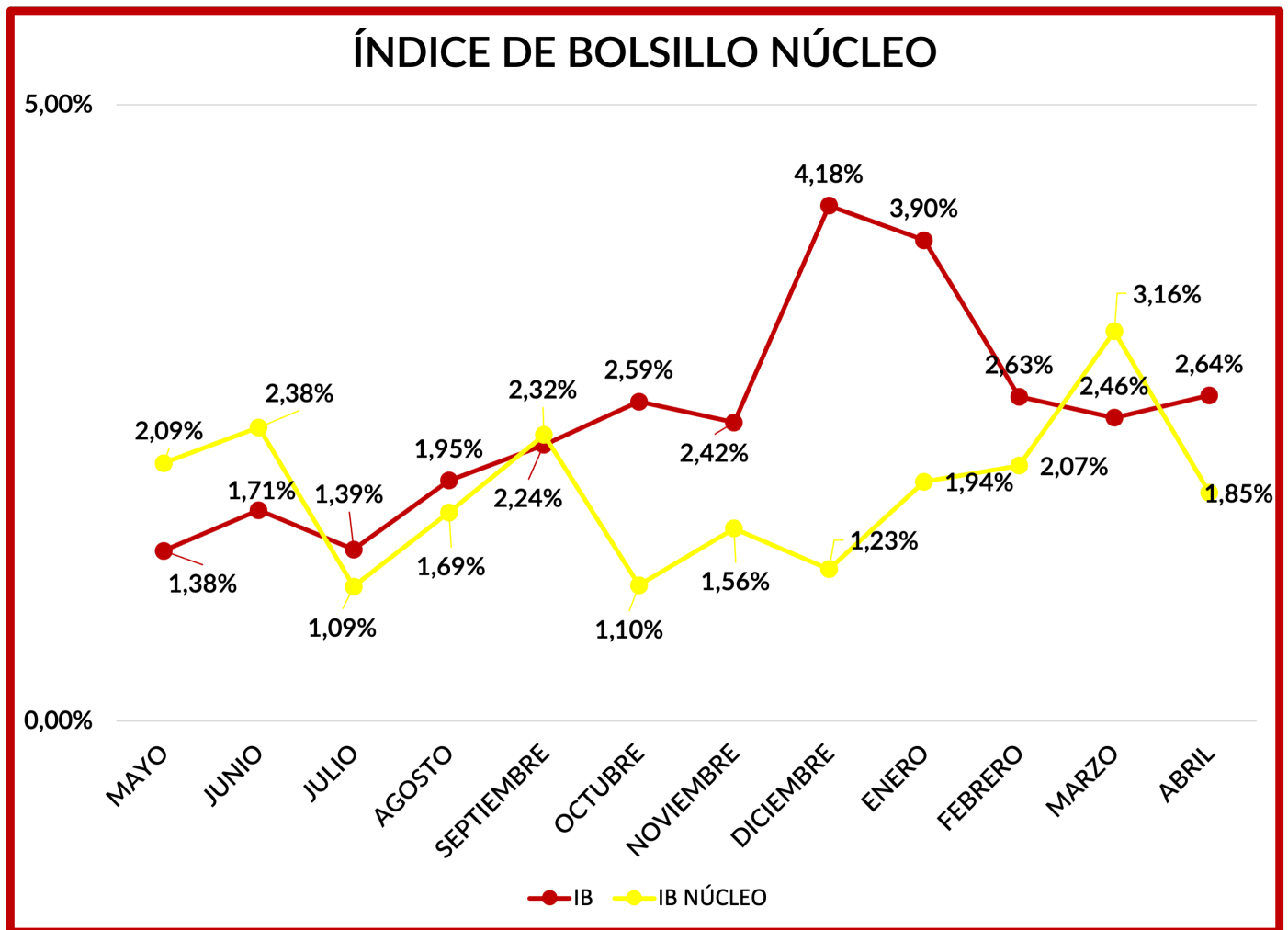
- El Índice de Bolsillo durante el mes de abril de 2026 tuvo un incremento del 2,64%.
- Por su parte, el Índice de Bolsillo Núcleo alcanzó en este mismo período un valor de 1,85%.
- Considerando solamente el rubro de Alimentos y bebidas, la suba mensual fue del 2,54%.
- Los agrupamientos con mayores subas durante abril fueron los que incluyen Frutas y verduras (5,26%), los Productos de limpieza (4,13%) y Lácteos y derivados (2,63%).
- El artículo de consumo con mayores aumentos durante el mes de abril fue el zapallito (74,36%), seguido por el tomate redondo (40,12%), el asado (18,53%) y la batata (16,51%).
- Las menores subas durante abril se dieron en artículos de consumo de marcada estacionalidad: el limón (36,29%), la mandarina (12,71%) y la naranja (11,97%). Todos con índices negativos.
- Durante el mes de abril solo el 7% de los productos relevados por nuestro Laboratorio de Políticas Públicas (LPP) tuvieron aumentos de más de un dígito, en tanto el 31,67% estuvo por debajo de 0, estando en este rango la mayor parte de los artículos.
- El porcentaje de desabastecimiento durante el mes fue del 12,95%.

ÍNDICE DE BOLSILLO

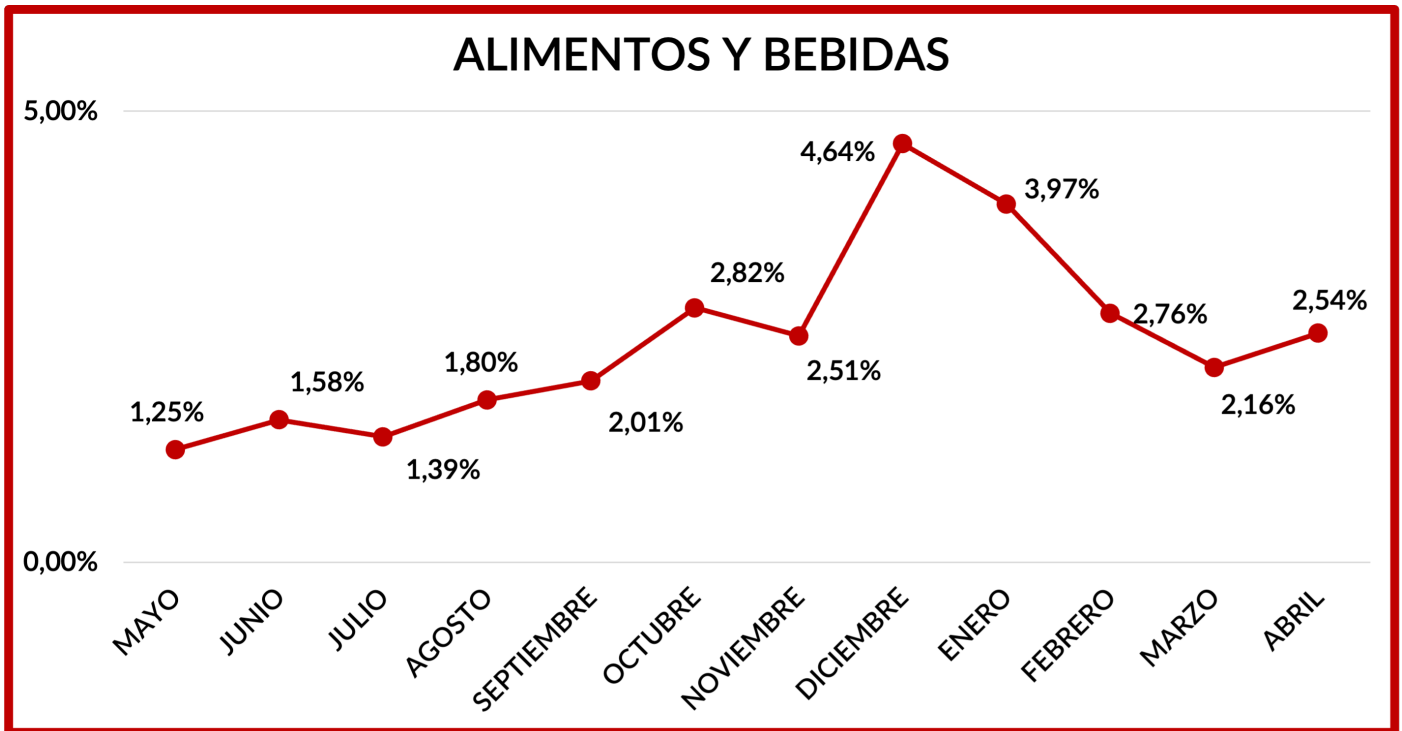


ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO

MES	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR
IB	1,38%	1,71%	1,39%	1,95%	2,24%	2,59%	2,42%	4,18%	3,90%	2,63%	2,46%	2,64%
IB NÚCLEO	2,09%	2,38%	1,09%	1,69%	2,32%	1,10%	1,56%	1,23%	1,94%	2,07%	3,16%	1,85%



ALIMENTOS Y BEBIDAS



AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS

AUMENTOS POR AGRUPAMIENTOS MES DE ABRIL	%
FRUTAS Y VERDURAS	5,26%
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	4,13%
LÁCTEOS Y DERIVADOS	2,63%
OTROS (CALDOS, MAYONESA, SAL, SALSAS, ETC.)	2,60%
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL	2,54%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	2,51%
ARTÍCULOS DE HIGIENE, TOCADOR Y BELLEZA	2,49%
CARNES Y HUEVOS	2,34%
ACEITES	2,34%
AZÚCAR Y DULCES	2,08%
HARINAS, CEREALES Y LEGUMBRES	1,23%
CONSERVAS	0,62%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	-0,67%
INFUSIONES	-0,82%

AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS

AUMENTOS POR PRODUCTOS MES DE ABRIL	%
ZAPALLITO	74,36%
TOMATE REDONDO	40,12%
ASADO	18,53%
BATATA	16,51%
JABÓN EN POLVO	8,89%
DETERGENTE	7,44%
HARINA DE MAÍZ	5,64%
ZANAHORIA	5,45%
LECHUGA CRIOLLA	5,33%
SOPAS Y CALDOS	5,31%

MENORES SUBAS DE PRODUCTOS MES DE ABRIL	%
LIMÓN	-36,29%
MANDARINA	-12,71%
NARANJA	-11,97%
BANANA	-7,31%
ZAPALLO ANCO	-6,12%
CARNE PICADA COMÚN	-5,41%
ARROZ BLANCO	-1,81%
TÉ COMÚN EN SAQUITOS	-1,81%
VINO TINTO COMÚN	-1,43%
SALSA DE TOMATES	-1,42%

El 31,67% de los productos por debajo de cero.

DESABASTECIMIENTO

PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 28/02	15,95%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/03	16,92%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 30/04	12,95%

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**