



ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS DE LA CANASTA FAMILIAR

MAYO // PRIMERA PARTE

Partido GEN



12 DE JUNIO 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 Addesso

EQUIPO TÉCNICO

MV (Esp. Seg. Alimentaria) Alejandra Castro

Sr. Alejandro Marcos

Sr. Agustín Perfumo

Sra. Carolina Suárez

Sr. Eduardo Rivera

EDICIÓN

Dis. Ana Belén Addesso

ÍNDICE

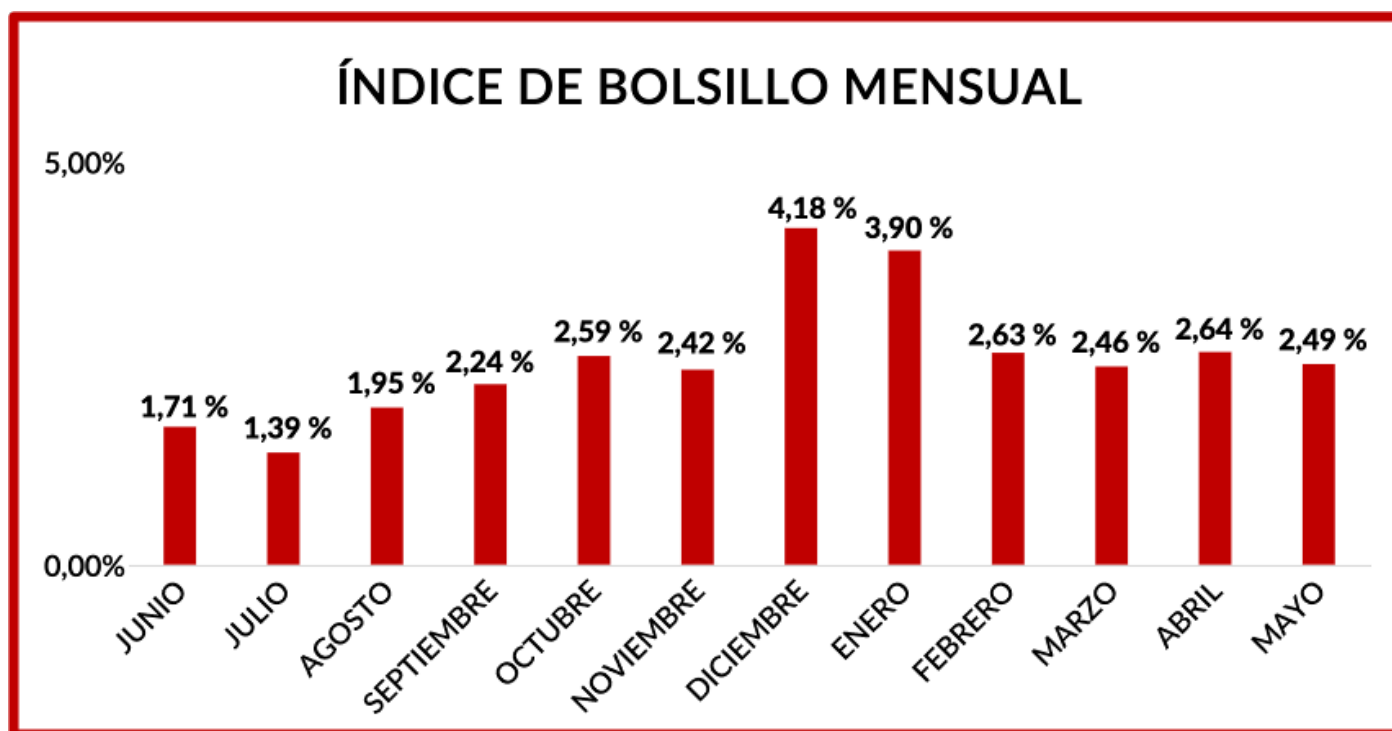
SUMARIO	4
ÍNDICE DE BOLSILLO	5
ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO	6
ALIMENTOS Y BEBIDAS	7
AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS	8
AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS	9
DESABASTECIMIENTO	10

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.

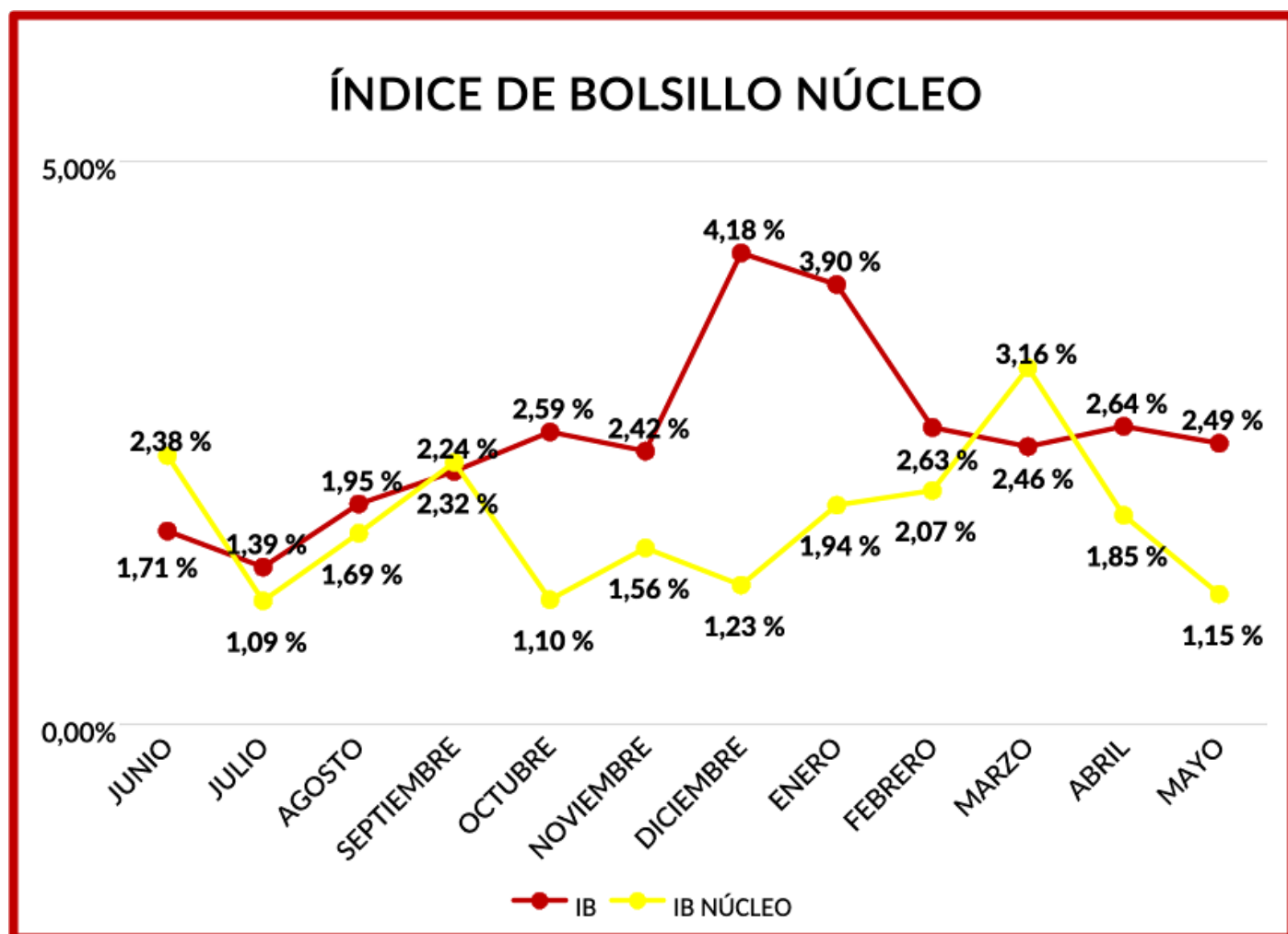
- El Índice de Bolsillo durante el mes de mayo de 2026 tuvo un incremento del 2,49%.
- Por su parte, el Índice de Bolsillo Núcleo alcanzó en este mismo período un valor de 1,15%.
- Considerando solamente el rubro de Alimentos y bebidas, la suba mensual fue del 2,68%.
- Los agrupamientos con mayores subas durante mayo fueron los que incluyen Frutas y verduras (7,40%), Aceites (3,36%), y Azúcar y dulces (2,10%).
- El artículo de consumo con mayores aumentos durante el mes de mayo fue el zapallito (55,09%), seguido por el tomate redondo (51,92%), la papa negra (18,72%) y el zapallo anco (12,53%). Únicos con dos dígitos de aumento.
- Las menores subas durante mayo se dieron también en artículos de consumo de marcada estacionalidad: el limón (24,50%), la naranja (23%) y la mandarina (19,58%). Todos con índices negativos.
- Durante el mes de mayo sólo el 7% de los productos relevados por nuestro Laboratorio de Políticas Públicas (LPP) tuvieron aumentos de más de un dígito, en tanto el 21,67% estuvo por debajo de 0. La mayor cantidad de productos (40%) estuvieron en el rango entre 0 y 1,99% de incremento.
- El porcentaje de desabastecimiento durante el mes de mayo fue del 12,92%.

ÍNDICE DE BOLSILLO

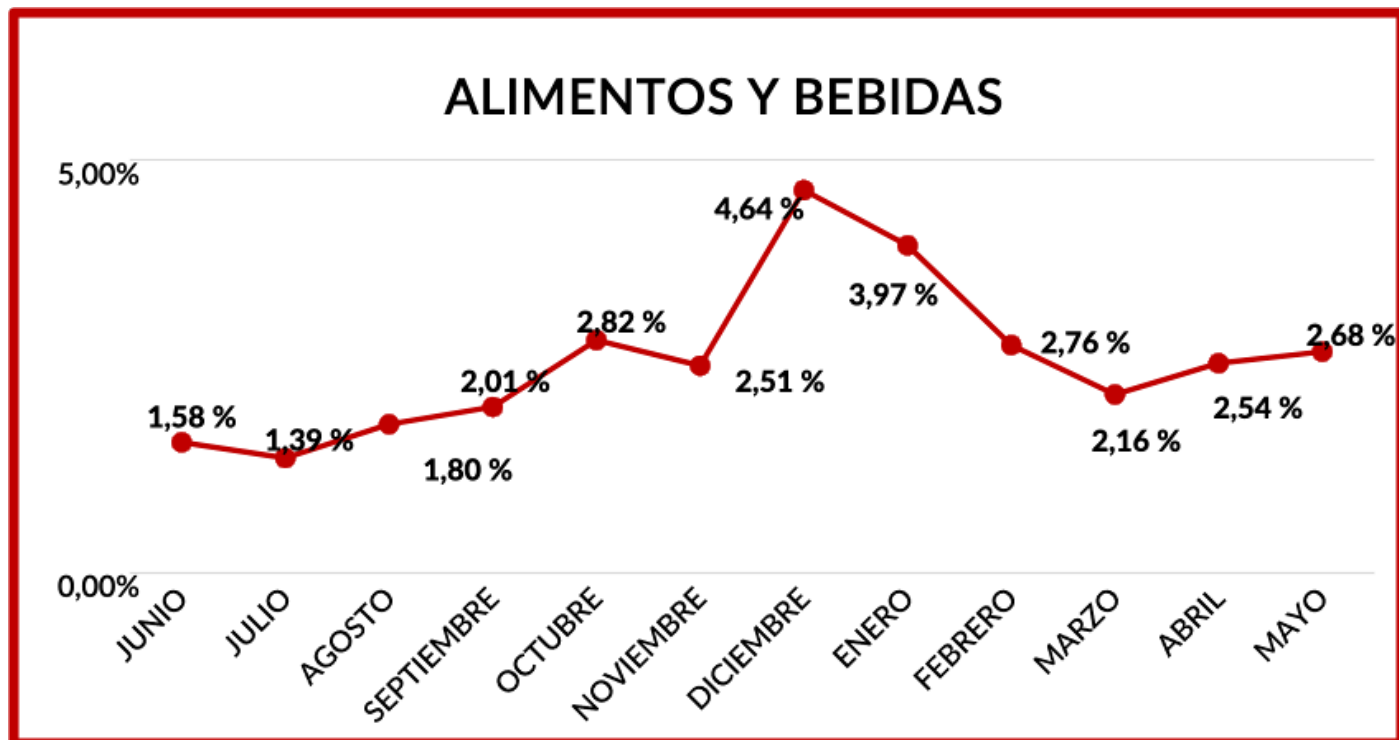


ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO

MES	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY
IB	1,71%	1,39%	1,95%	2,24%	2,59%	2,42%	4,18%	3,90%	2,63%	2,46%	2,64%	2,49%
IB NÚCLEO	2,38%	1,09%	1,69%	2,32%	1,10%	1,56%	1,23%	1,94%	2,07%	3,16%	1,85%	1,15%



ALIMENTOS Y BEBIDAS



AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS

AUMENTOS POR AGRUPAMIENTOS MES DE MAYO	%
FRUTAS Y VERDURAS	7,40%
ACEITES	3,36%
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL	2,64%
AZÚCAR Y DULCES	2,10%
LÁCTEOS Y DERIVADOS	2,05%
CONSERVAS	2,03%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	1,90%
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	1,40%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	1,38%
INFUSIONES	1,09%
CARNES Y HUEVOS	1,01%
HARINAS, CEREALES Y LEGUMBRES	0,70%
ARTÍCULOS DE HIGIENE, TOCADOR Y BELLEZA	0,59%
OTROS (CALDOS, MAYONESA, SAL, SALSAS, ETC.)	-1,07%

AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS

AUMENTOS POR PRODUCTOS MES DE MAYO	%
ZAPALLITO	55,09%
TOMATE REDONDO	51,92%
PAPA NEGRA	18,72%
ZAPALLO ANCO	12,53%
CEBOLLA COMÚN	8,03%
LECHUGA CRIOLLA	7,99%
BATATA	5,98%
ZANAHORIA	5,92%
LECHE ENTERA SACHET	5,46%
ACEITE DE GIRASOL	5,02%

El 7% de los productos con subas de dos dígitos.

MENORES SUBAS DE PRODUCTOS MES DE MAYO	%
LIMÓN	-24,50%
NARANJA	-23%
MANDARINA	-19,58%
MANZANA ROJA	-5,64%
SALSA DE TOMATES	-5,54%
HARINA DE MAÍZ	-4,94%
ASADO	-2,94%
DESODORANTE	-2,12%
PURÉ DE TOMATES	-1,92%
LENTEJAS SECAS	-0,51%

El 21,67% de los productos por debajo de cero.

DESABASTECIMIENTO

PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/03	16,92%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 30/04	12,95%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/05	12,92%

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**