

Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

PRIMERA PARTE

12 ENERO 2026

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 económico 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

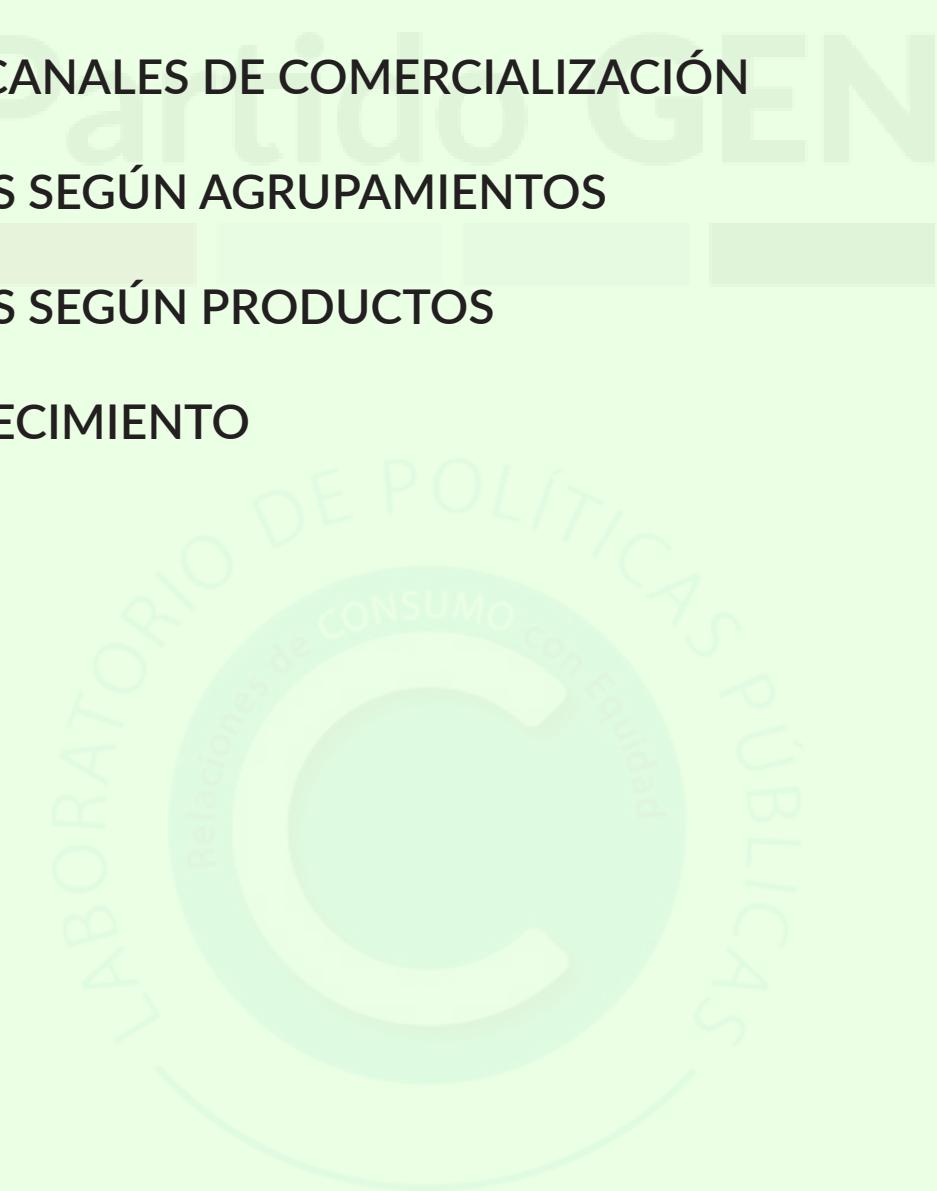
Dr. Alfredo Reto

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	14



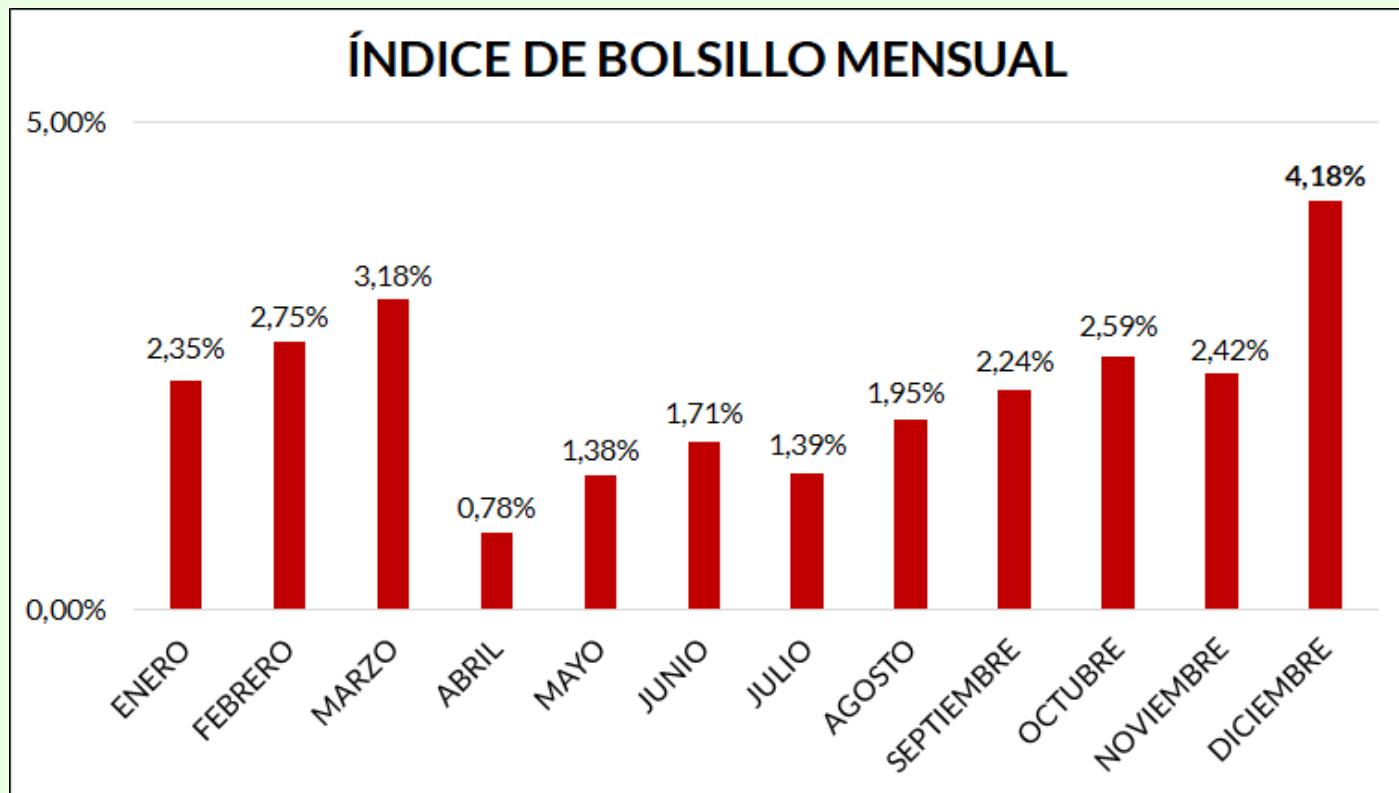
INTRODUCCIÓN Y SUMARIO

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 diciembre un incremento del **4,18%**.
- Por su parte, el **Índice de Bolsillo Núcleo (IB Núcleo)** alcanzó en este mismo período un valor del **1,23%**.
- Considerando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, la suba mensual fue del **4,64%**.
- Durante el mes de diciembre el **IB** en los **pequeños comercios barriales** fue del **2,95%**, en tanto en las grandes cadenas de **supermercados** fue del **5,41%**.
- El agrupamiento con mayores subas durante diciembre fue el de **frutas y verduras (13,61%)**, seguido por el de **azúcar y dulces (3,97%)** y por el de **carnes y huevos (3,49%)**.
- El artículo de consumo con mayores aumentos durante el mes de diciembre fue el **tomate redondo (57,39%)**, seguido por el **limón (29,79%)** y la **naranja (28,67%)**.
- Las menores subas durante diciembre se dieron en el **zapallo anco (-4,06%)**, la **batata (-2,37%)** y el **arroz blanco (-2,28%)**, todos con **índices negativos**, aunque a diferencia del mes anterior no hubo negativos de dos dígitos.
- Durante el mes de diciembre el **8,33%** de los productos relevados por nuestro **Laboratorio de Políticas Públicas (LPP)** tuvieron aumentos de **más de un dígito**, en tanto el **15%** estuvo por debajo de **0**. La mayor parte de los artículos estuvieron en el rango entre **0 y 0,99 (25%)**, lo que es indicativo también de una menor dispersión de precios para este mes.
- El porcentaje de desabastecimiento fue del **18,10%**.

ÍNDICE DE BOLSILLO

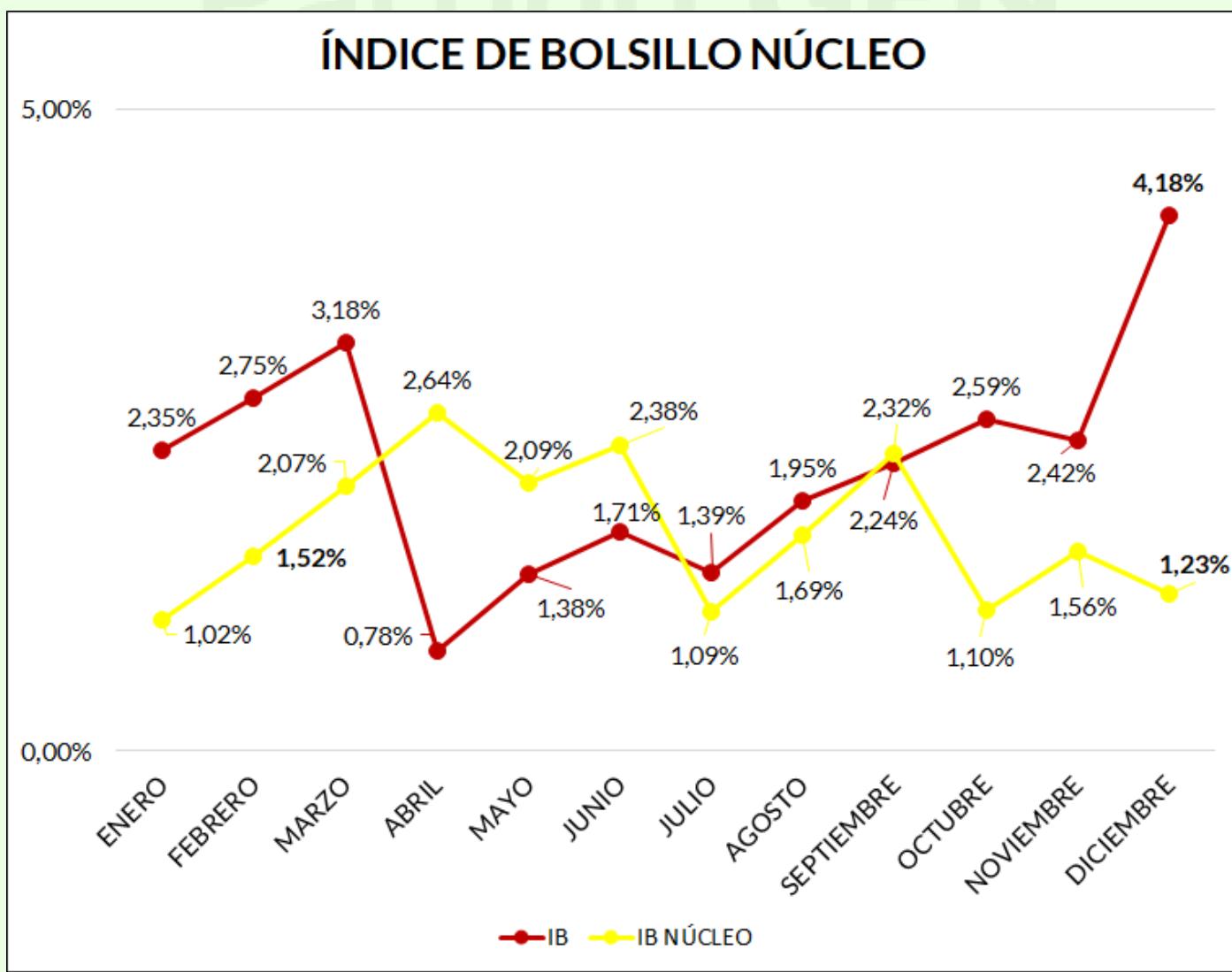
El IB registrado durante el mes de diciembre fue del **4,18%**, el más alto del año según nuestros relevamientos, y alcanzando un valor que no se veía desde mediados de 2024.



ÍNDICE DE BOLSILLO NÚCLEO

El IB Núcleo, que no contempla ni productos regulados ni estacionales, registró durante diciembre un valor de 1,23%, ubicándose en el promedio de los últimos tres meses..

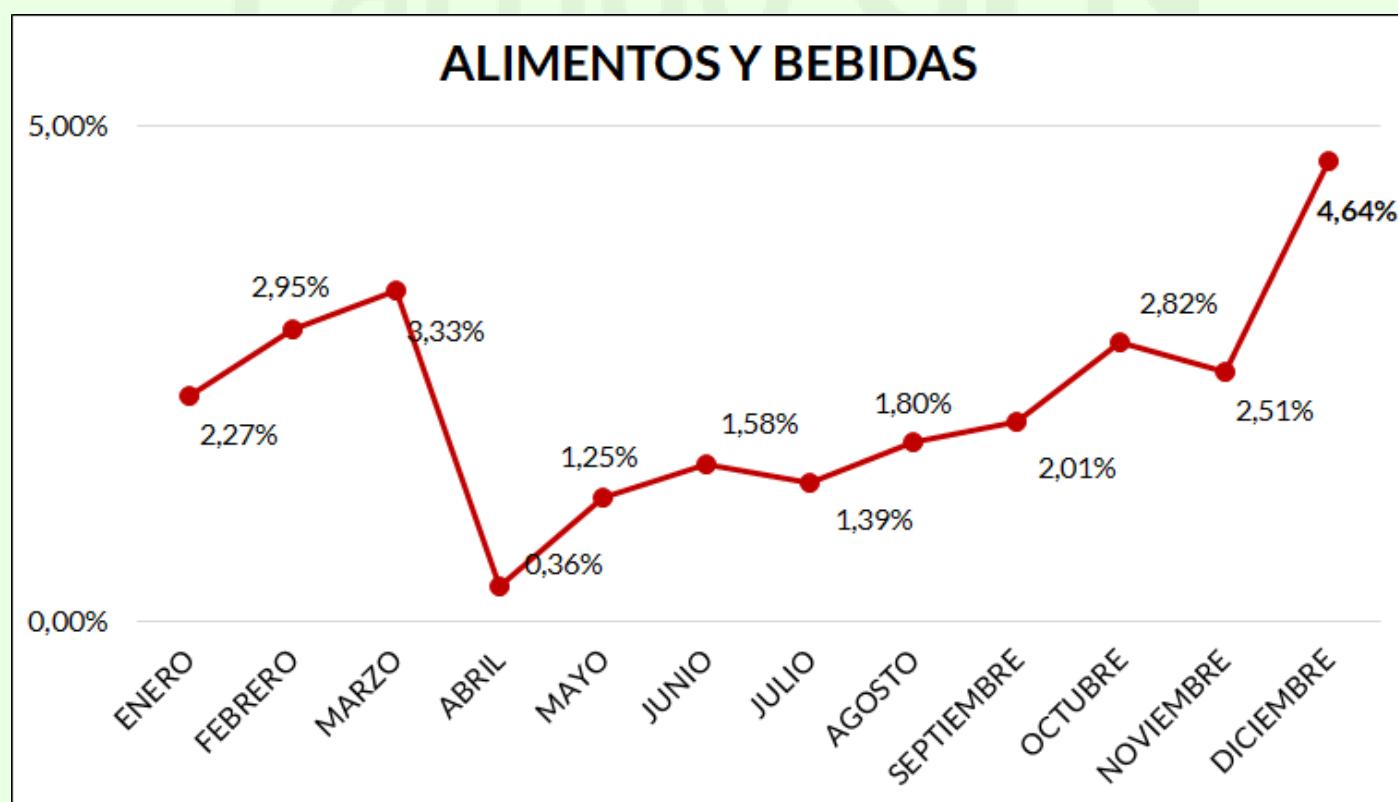
MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
IB	2,35%	2,75%	3,18%	0,78%	1,38%	1,71%	1,39%	1,95%	2,24%	2,59%	2,42%	4,18%
IB NÚCLEO	1,02%	1,52%	2,07%	2,64%	2,09%	2,38%	1,09%	1,69%	2,32%	1,10%	1,56%	1,23%



ALIMENTOS Y BEBIDAS

Contemplando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante el mes de **diciembre** fue del **4,64%**, cifra que no se alcanzaba desde julio de 2024. El impacto más fuerte estuvo dado por las **frutas y verduras**, con una variación de un **15,76%** de mes a mes. El resto de los artículos comestibles relevados se mantuvo en cifras similares a la de los meses anteriores y, descontando para el cálculo los productos mencionados, el índice hubiera dado un valor de 2,18%.

En el siguiente gráfico, la evolución mensual de los aumentos en **alimentos y**



IB SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Respecto a los **canales de comercialización**, durante el mes de **diciembre** los incrementos de precios fueron menores en los **pequeños comercios barriales (2,95%)** respecto a las **grandes cadenas de comercialización (5,41%)**. Cabe mencionar que dichas cadenas compensan la escalada de aumentos con profusión de ofertas y descuentos según modalidad de pagos y se multiplicaron en la proximidad de las fiestas de fin de año, lo que atenuó el impacto en el bolsillo de los consumidores.

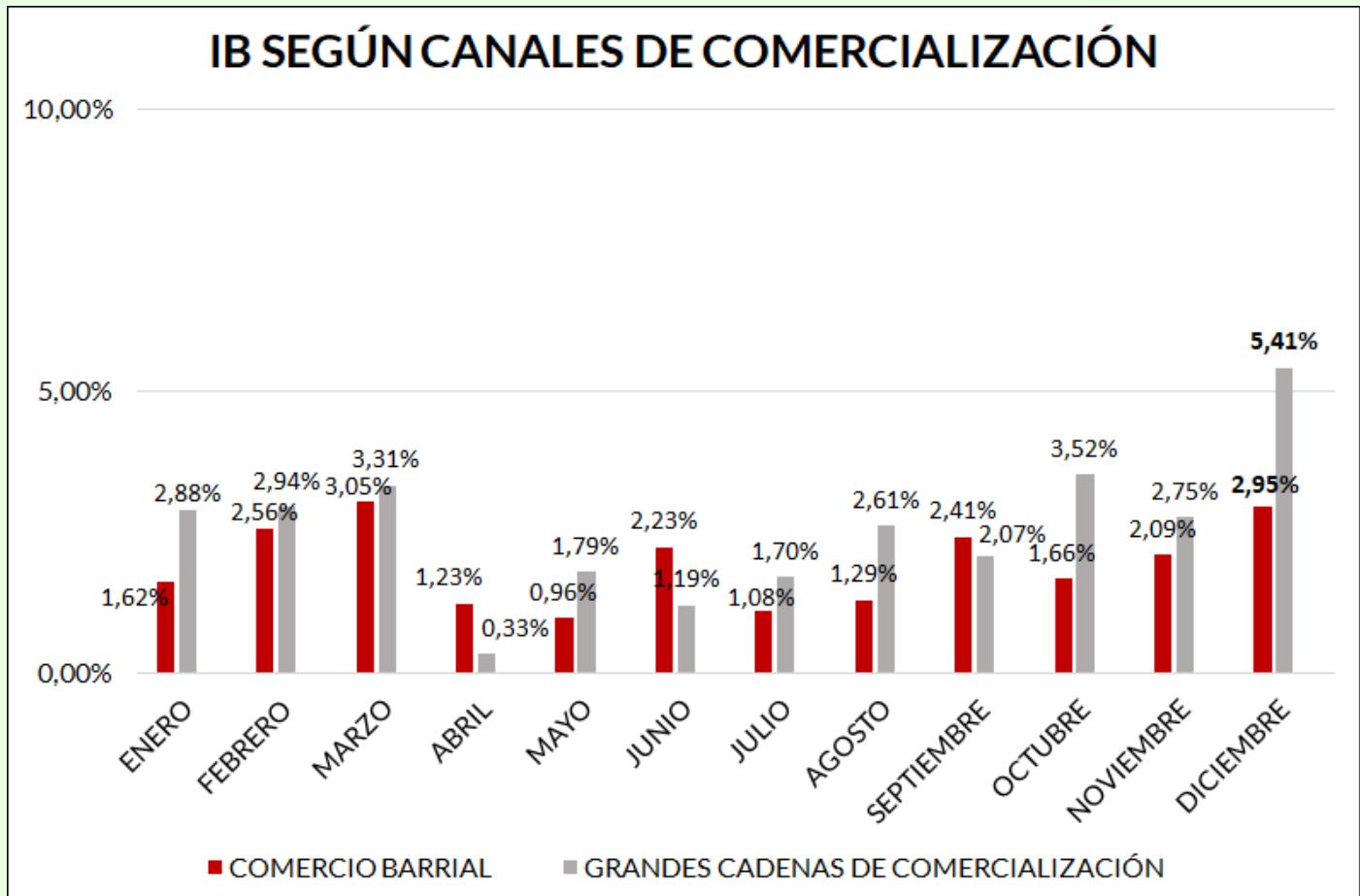
IB EN COMERCIOS BARRIALES	
MENSUAL	2,95%

IB EN GRANDES CADENAS DE COMERCIALIZACIÓN	
MENSUAL	5,41%

En los cuadros siguientes se pueden apreciar los **IB** de **octubre, noviembre y diciembre** con las diferencias entre las distintas cadenas de comercialización.

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
IB PEQUEÑOS COMERCIOS	1,66%	2,09%	2,95%

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
IB GRANDES SUPERMERCADOS	3,52%	2,75%	5,41%



AUMENTOS SEGÚN AGRUPAMIENTOS

El agrupamiento con mayores subas durante diciembre fue el de **frutas y verduras (13,61%)**, el único por encima de la media de **alimentos y bebidas** y casi tres veces por encima de la media general. Esta vez hubo cinco agrupamientos por debajo del 1% de incremento mensual. El resto de los agrupamientos estuvo en valores similares a los del último trimestre. Le siguen **azúcar y dulces (3,97%)**, **carnes y huevos (3,49%)** y **bebidas no alcohólicas (2,73%)**.

AUMENTOS AGRUPAMIENTOS MES DE DICIEMBRE	%
FRUTAS Y VERDURAS	13,61%
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GENERAL	4,64%
AZÚCAR Y DULCES	3,97%
CARNES Y HUEVOS	3,49%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	2,73%
ACEITES	1,86%
LÁCTEOS Y DERIVADOS	1,62%
OTROS (CALDOS, MAYONESA, SAL, SALSAS, ETC.)	1,23%
CONSERVAS	1%
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	0,67%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	0,65%
ARTÍCULOS DE HIGIENE, LIMPIEZA Y TOCADOR	0,61%
INFUSIONES	0,56%
HARINAS, CEREALES Y LEGUMBRES	0,30%

AUMENTOS SEGÚN PRODUCTOS

El artículo de consumo con mayores aumentos durante el mes de diciembre fue el tomate redondo (57,39%), seguido por el limón (29,79%) y la naranja (28,67%), todos productos de alta estacionalidad.

MAYORES SUBAS MES DE DICIEMBRE	%
TOMATE REDONDO	57,39%
LIMÓN	29,79%
NARANJA	28,67%
ZANAHORIA	25,77%
MANZANA	19,72%
POLLO	9,48%
PAPA NEGRA	8,86%
LECHUGA CRIOLLA	8,58%
CHOCOLATE PARA TAZA	7,40%
NALGA	4,25%

Por otra parte, las menores subas durante diciembre se dieron en el zapallo anco (-4,06%), la batata (-2,37%), el arroz blanco (-2,28) y la lavandina (-1,80%).

MENORES SUBAS MES DE DICIEMBRE	%
ZAPALLO ANCO	-4,06%
BATATA	-2,37%
ARROZ BLANCO	2,28%
LAVANDINA	-1,80%
BANANA	-1,59%
GALLETTITAS DE AGUA	-1,12%
DETERGENTE	-0,73%
ARVEJAS EN CONSERVA	-0,16%
CERVEZA	-0,12%
LENTEJAS SECAS	0

Como dato adicional, podemos agregar que durante el mes de **diciembre** el **8,33%** de los productos relevados por nuestro **LPP** tuvieron aumentos de **más de un dígito**, en tanto el **15%** estuvo **por debajo de 0**. En el segmento medio, la mayoría de los artículos (**25%**) estuvieron en el rango entre **1 y 0,99%**, lo que es indicativo también de una menor dispersión de precios para este mes.

DESABASTECIMIENTO

El porcentaje de desabastecimiento durante el mes de noviembre fue del **18,10%**, inferior al de los meses anteriores. Este año el desabastecimiento para esta época no se incrementó, sino que disminuyó, indicativo de la sostenida baja en las ventas que determinó un stock sostenido durante todo el mes.

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

PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/10	18,94%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 30/11	19,66%
PORCENTAJE DE DESABASTECIMIENTO AL 31/12	18,10%

SEGUINOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES:

 @gencaba

 @gen.caba

 /gencaba.fb

SI TENÉS DUDAS O CONSULTAS, CONTACTANOS:

 lippconsumo@gmail.com

 +54 9 11 2390-3119

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