



Estudio de la Comercialización de Productos Básicos de la Canasta Familiar

12 ENERO 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



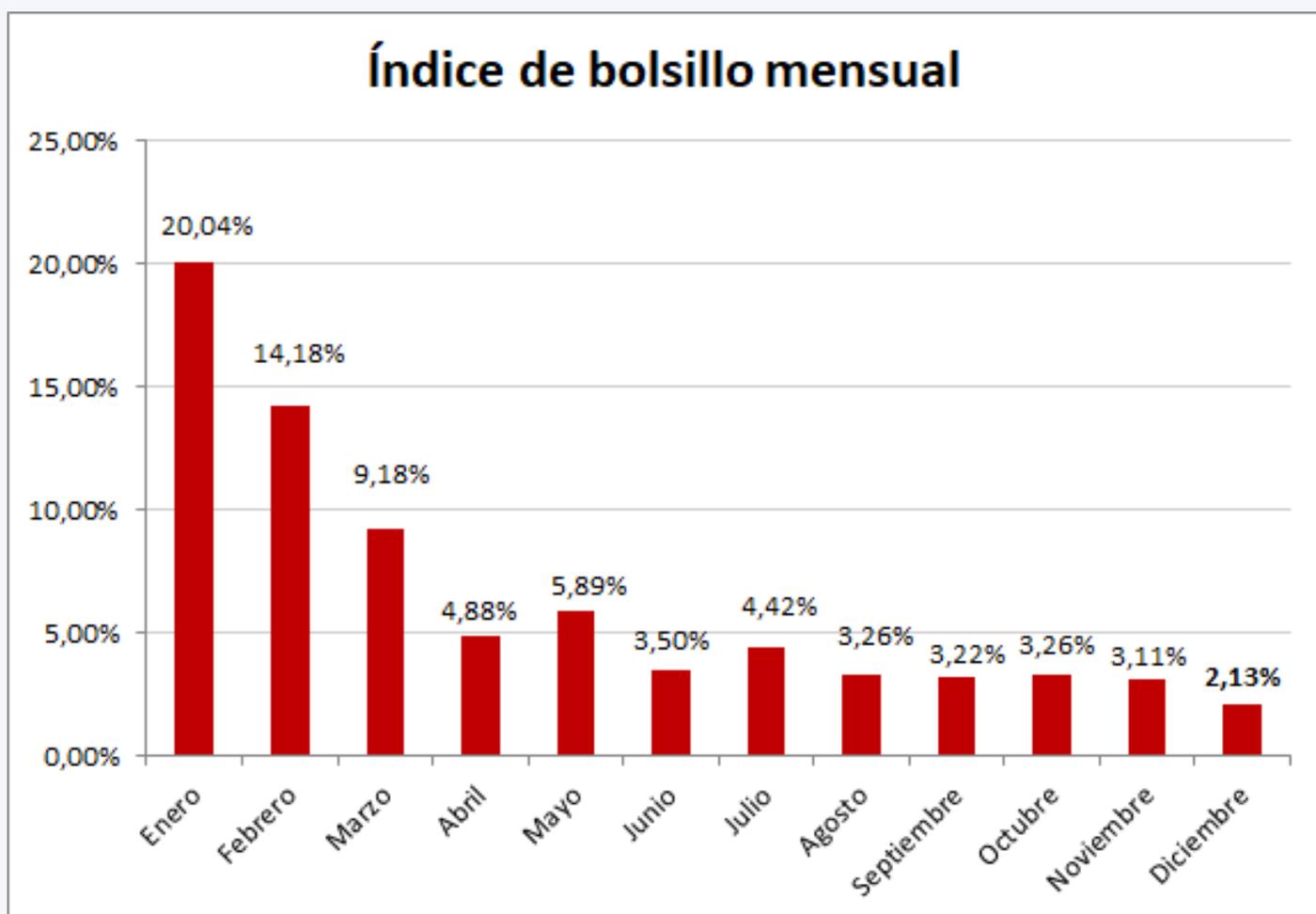
Introducción y sumario

Este mes nuestro informe se publicará dividido en dos partes: la primera con el formato y contenido habituales, donde se incluye fundamentalmente la evolución de los precios durante el mes que pasó, y la segunda donde incluiremos todo lo relativo a nuestras Canastas Básicas, datos sobre consumo y un análisis extendido de todas nuestras estadísticas a lo largo de un año calendario.

- El **Índice de Bolsillo (IB)** tuvo durante el **mes de diciembre** un incremento del **2,13%**.
- Por su parte, el **Índice de Bolsillo Núcleo** fue en este mismo período de un **3,07%**.
- Considerando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, la suba mensual fue del **1,92%**.
- Durante el **mes de diciembre** el **IB** en los **pequeños comercios** barriales fue del **2,48%**, en tanto en las grandes cadenas de **supermercados** fue del **1,78%**.
- El **agrupamiento** con mayores subas durante el **mes de diciembre** fue el de las **bebidas alcohólicas (6,18%)**, seguido por las **carnes y huevos (3,95%)** y las **harinas, cereales y legumbres (3,91%)**.
- El **artículo de consumo** con mayores aumentos durante el **mes de diciembre** fue por tercera vez consecutiva el **limón**, con un incremento del **18,61%** (mitad del porcentaje del mes pasado), seguido por la **cuadrada (11,15%)** y el **asado (10,42%)**.
- Durante el **mes de diciembre** sólo el **5%** 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 (**30%**) estuvieron en el rango de entre el **1% y 2%**.
- El porcentaje de **desabastecimiento** durante el mes de noviembre fue del **12,97%**.

Índice de Bolsillo

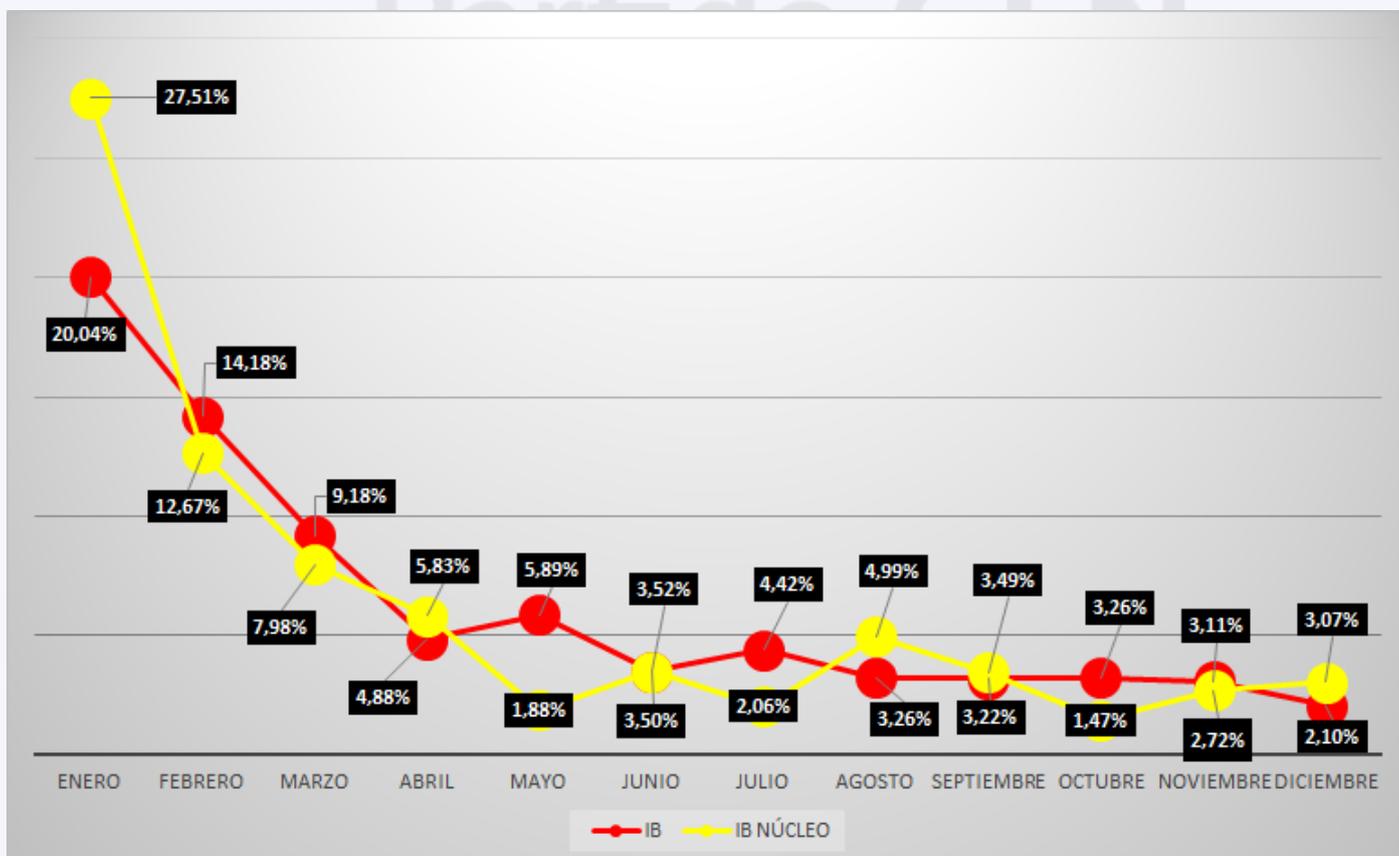
El **Índice de Bolsillo (IB)** registrado durante el mes de diciembre fue del **2,13%**. Este mes nuevamente las **frutas y verduras** fueron quienes tuvieron mayor incidencia en la baja del valor del **IB** respecto al mes anterior, con un porcentaje negativo (-1,57%), en tanto más de la mitad de los agrupamientos que integran nuestros relevamientos estuvieron por encima del 3%.



Índice de Bolsillo Núcleo

El Índice de Bolsillo Núcleo (IB NÚCLEO), que no contempla ni productos regulados ni estacionales, registró un valor de **3,07%** durante **diciembre**, levemente superior al del mes pasado.

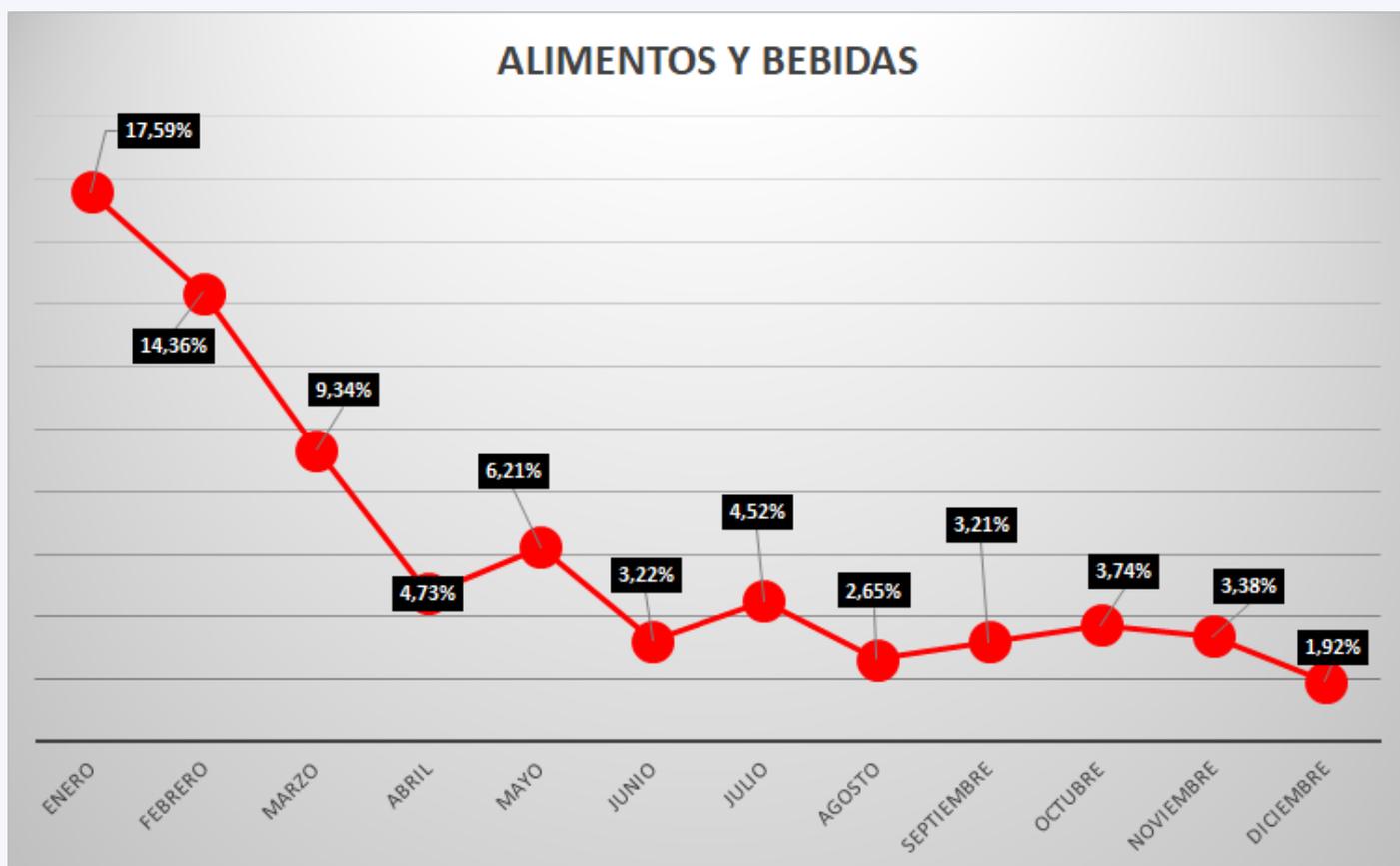
MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
IB	20,04%	14,18%	9,18%	4,88%	5,89%	3,50%	4,42%	3,26%	3,22%	3,26%	3,11%	2,10%
IB NÚCLEO	27,51%	12,67%	7,98%	5,83%	1,88%	3,52%	2,06%	4,99%	3,49%	1,47%	2,72%	3,07%



Alimentos y bebidas

Contemplando solamente el rubro de **alimentos y bebidas**, el incremento durante el **mes de diciembre** fue del **1,92%**, el más bajo del año.

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 **diciembre** los incrementos de precios revirtieron en parte la tendencia de los últimos tres relevamientos: **2,48%** en los **pequeños comercios barriales** y **1,78%** en las **grandes cadenas de comercialización (5,46%)**, donde se sigue observando una importante profusión de ofertas, situación que, como ya hemos mencionado, muchas veces crea confusión en el consumidor, ya que le resulta imposible saber cuál es el precio real de un producto.

IB en comercios barriales	
Mensual	2,48%

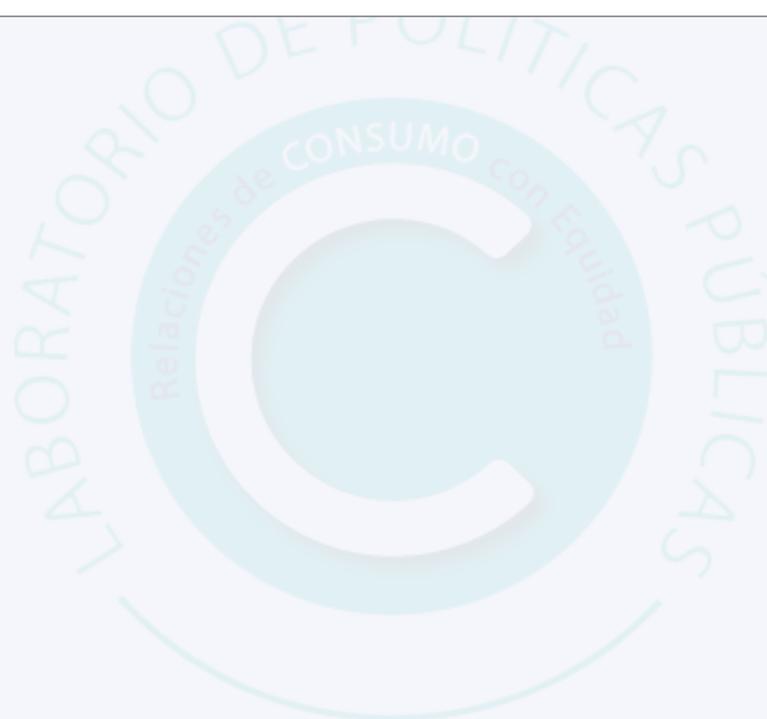
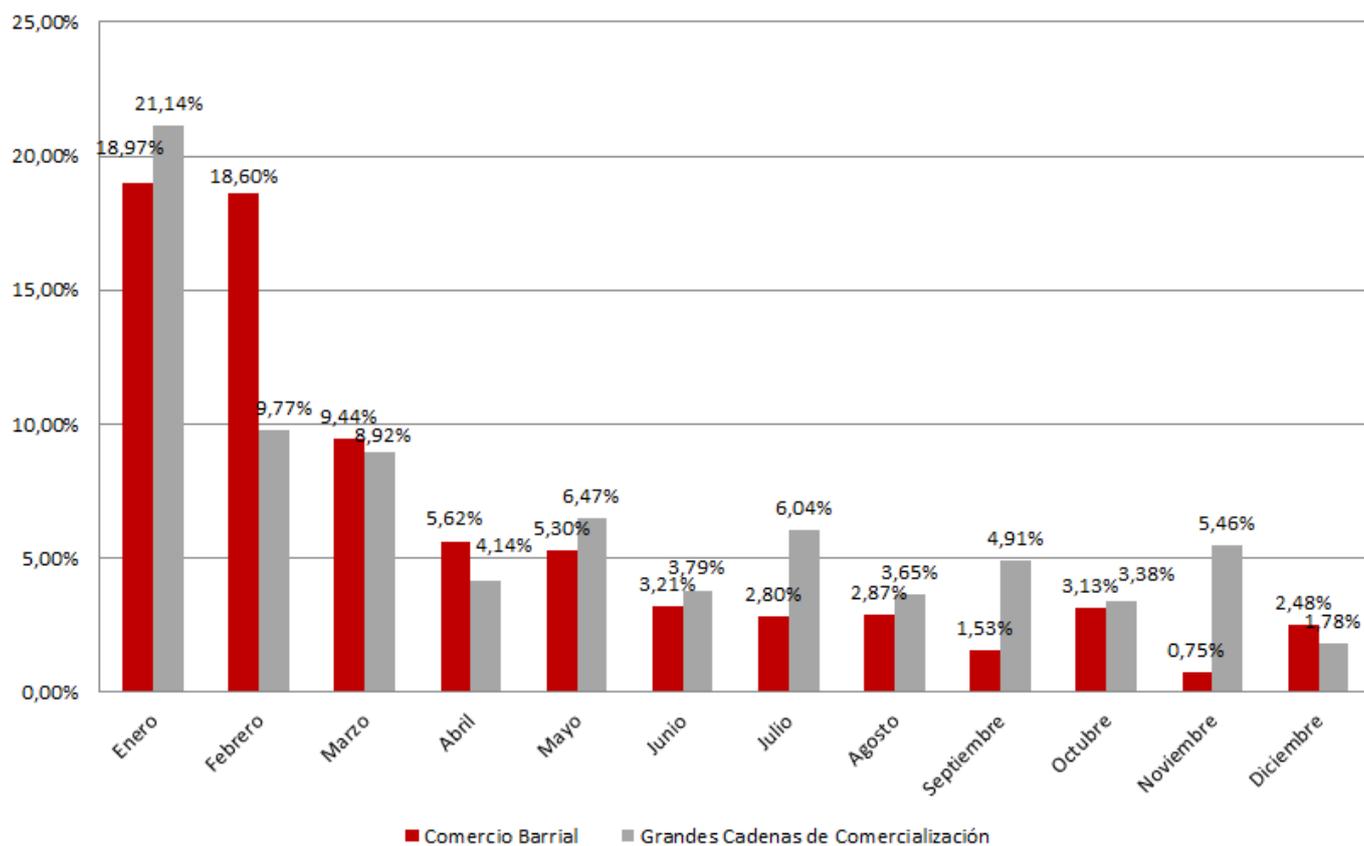
IB en grandes cadenas de comercialización	
Mensual	1,78%

En los cuadros siguientes se pueden apreciar los **IB** de **octubre**, **noviembre** y **diciembre** con las diferencias entre las distintas cadenas de comercialización. Importante disparidad durante noviembre y reversión de la tendencia durante diciembre.

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
IB PEQUEÑOS COMERCIOS	3,13%	0,75%	2,48%

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
IB GRANDES SUPERMERCADOS	3,38%	5,56%	1,78%

Índice de Precios de Bolsillo por Canal de Comercialización



Aumentos según agrupamientos

El **agrupamiento** con mayores subas durante el mes de diciembre fue el correspondiente a las **bebidas alcohólicas (6,18%)**, seguido por las **carnes y huevos (3,95%)** y las **harinas, cereales y legumbres (3,91%)**. Frutas y verduras en valores negativos (-1,57%). La mayoría de los grupos estuvieron entre **2% y 3%** de incremento mensual.

AUMENTOS AGRUPAMIENTOS MES DE DICIEMBRE	% MENSUAL
Bebidas alcohólicas	6,18%
Carnes y huevos	3,95%
Harinas, cereales y legumbres	3,91%
Artículos de higiene, tocador y belleza	3,72%
Productos de limpieza	3,64%
Bebidas no alcohólicas	3,49%
Aceites	3,47%
Conservas	2,65%
Azúcar y dulces	2,14%
Lácteos y derivados	2,09%
Infusiones	2,06%
Alimentos y bebidas en general	1,92%
Otros (caldos, mayonesa, sal, salsas, etc)	1,45%
Frutas y verduras	-1,57%

Aumentos según productos

El artículo de consumo básico que más aumentó durante el mes de diciembre fue por tercera vez consecutiva el **limón**, con un incremento del **18,61%** (mitad del porcentaje del mes pasado), seguido por la **cuadrada (11,15%)** y el **asado (10,42%)**, únicos tres productos en valores de dos dígitos.

AUMENTO DE PRODUCTOS MES DE DICIEMBRE	% MENSUAL
Limón	18,61%
Cuadrada	11,15%
Asado	10,42%
Nalga	8,28%
Duraznos al natural	7,98%
Jabón de tocador	7,64%
Mandarina	7,62%
Lentejas secas	7,51%
Fideos secos largos	7,16%
Zapallo anco	6,89%

Como dato adicional, podemos agregar que durante el mes de diciembre sólo el **5%** de los productos relevados por nuestro LPP tuvieron aumentos de **más de un dígito**, en tanto el **16,67%** estuvo por **debajo de 0**. La mayoría de los artículos relevados (un **30%**) estuvieron en el rango de entre el **1% y 2%**, lo que continúa consolidando un escenario de menor dispersión en los aumentos.

Desabastecimiento

El porcentaje de desabastecimiento durante el mes de diciembre fue del **12,97%**, uno de los valores más bajos de los últimos meses.

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

Porcentaje de desabastecimiento al 31/10	13,45%
Porcentaje de desabastecimiento al 30/11	16,61%
Porcentaje de desabastecimiento al 31/12	12,97%



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**
