



Universidad Nacional de La Matanza
Secretaría de Ciencia y Tecnología



Centro de
Investigaciones
Sociales
UNLaM

N°199 septiembre 2025

Síntesis Clave

Boletín Informativo

ISSN 2344-9632

Fluctuaciones de precios, ventas y reproducción social: prácticas de consumo en el Gran Buenos Aires durante 2024

Guillermo Alberto Baez y

Adriana Elisabet Romiti Eguren

Universidad Nacional de La Matanza

Rector: Dr. Daniel Martinez

Vice Rector: Dr. Fernando Luján Acosta

Secretaría de Ciencia y Tecnología

Secretario: Lic. Juan Pablo Piñeiro



Centro de Investigaciones Sociales

Síntesis Clave

Boletín Informativo

ISSN 2344-9632

Coordinación General:

Angélica De Sena

Edición:

Andrea Dettano, Victoria Mairano y Florencia Chahbenderian

Maquetación:

Florencia Bareiro Gardenal y Constanza Faracce Macia

Contacto:

Florencio Varela 1903,
B1754 San Justo, Buenos Aires

cis@unlam.edu.ar

www.cis.unlam.edu.ar



/cis_unlam



@cis_unlam



/cis.unlam

Fluctuaciones de precios, ventas y reproducción social: prácticas de consumo en el Gran Buenos Aires durante 2024

Guillermo Alberto Baez¹

UNLaM. Argentina.

guillermobaez@outlook.com

Adriana Elisabet Romiti Eguren²

UNLaM. Argentina.

aeromiti75@gmail.com

Durante 2024, el Índice de Precios al Consumidor en el Gran Buenos Aires registró una desaceleración interanual, al pasar del 289,9 % en marzo al 122,1 % en diciembre. No obstante, esta mejora macroeconómica no se tradujo en un aumento del poder adquisitivo puesto que el consumo real se contrajo.

1 Estudiante de Lic. en Economía de la Universidad Nacional de La Matanza, Becario de grado UNLaM

2 Estudiante de Lic. en Economía de la Universidad Nacional de La Matanza, Becario de grado UNLaM

Fluctuaciones de precios, ventas y reproducción social: prácticas de consumo en el Gran Buenos Aires durante 2024

Resumen:

Las prácticas de consumo están atravesadas por múltiples factores —económicos, históricos, emocionales, entre otros— que las condicionan y transforman. En este análisis nos centraremos en los consumos que forman parte de la vida diaria, dado que los mismos involucran estrategias, contextos y dimensiones subjetivas que hacen del acto de consumir una práctica compleja, vinculada directamente con los modos de reproducción social. En el marco de un proyecto de investigación, el presente escrito tendrá como propósito examinar las prácticas de consumo en el 2024, mediante el análisis de datos obtenidos tanto del Índice de Precios al Consumidor (IPC), como de la Encuesta de Supermercados y la Encuesta de Autoservicios Mayoristas, elaborados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), abarcando el nivel nacional y el Gran Buenos Aires. El estudio se centra en explorar la evolución de los precios y las ventas, con miras a aproximarnos a revisar estas tendencias en el municipio de La Matanza.

Palabras claves: índice de precios al consumidor; inflación; consumo.

1. Introducción

El consumo, lejos de poder explicarse únicamente como una reacción racional ante estímulos económicos o como un resultado directo de las fluctuaciones de precios, representa una práctica social clave en las sociedades actuales. Siguiendo la perspectiva de Enrique Alonso (2004), el acto de consumir debe interpretarse como un fenómeno social total, en el que confluyen simultáneamente aspectos materiales, simbólicos y relacionales. Para comprender qué factores intervienen en las decisiones de consumo cotidianas de los individuos, es necesario considerar elementos como la evolución de los precios, el peso relativo que distintos bienes tienen en las economías domésticas y las preferencias por ciertos productos frente a otros.

En este marco, y en el contexto de un proyecto desarrollado con financiamiento de la Universidad Nacional de La Matanza¹, este trabajo se propone describir cómo evolucionaron las prácticas de consumo a lo largo del año 2024. Para ello, se utilizarán datos secundarios provenientes del Índice de Precios al Consumidor (IPC) y la Encuesta de Supermercados y la Encuesta de Autoservicios Mayoristas, elaborados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), así como también algunos datos de ventas de la Consultora NielsenIQ (NIQ). Desde allí, se propone examinar la evolución de las prácticas de consumo a partir del estudio de las ventas y las variaciones trimestrales en los precios de los bienes y servicios que integran los principales agregados del IPC. El estudio se llevará a cabo en los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre, tanto a nivel nacional como en el Gran Buenos Aires (GBA). De este modo, este escrito se centra en explorar la evolución de los precios y las ventas, con miras a aproximarnos a revisar estas tendencias en el área donde se inscribe el Municipio de La Matanza, para comprender los factores que influyen en las decisiones de consumo de sus habitantes.

La exposición se organiza en cinco momentos. Inicialmente, se describe al Municipio de La Matanza, poniendo de relieve la heterogeneidad de sus tres cordones y las particularidades actuales que los definen. A continuación, se realiza un breve recorrido por el concepto de consumo y su relación con la inflación. Luego, se presenta una justificación metodológica que explica el uso de datos del GBA como proxy para La Matanza. Posteriormente, se analizan las variaciones de precios y ventas en el GBA durante 2024. Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio.

2. Configuración socioespacial de La Matanza

Argentina es un país extenso y heterogéneo en términos sociales, económicos y geográficos. Esta diversidad también se refleja en las prácticas de consumo, que varían en función de múltiples factores estructurales y coyunturales. La provincia

¹ “Prácticas de consumo y emociones en el Municipio de La Matanza. 2024-2025”. Proyecto CYTMA (CYTMA-PIDC-C2-DER-081), Secretaría de Políticas Universitarias, Universidad Nacional de La Matanza (Res. 506). Directora: Andrea Dettano.

de Buenos Aires, la más poblada del país, concentra una parte significativa de la actividad económica y de la población urbana. Dentro de ella, el Gran Buenos Aires (GBA) constituye una región crítica para el análisis de las dinámicas del consumo, dado su peso demográfico, su densidad poblacional y las desigualdades socioeconómicas que la atraviesan.

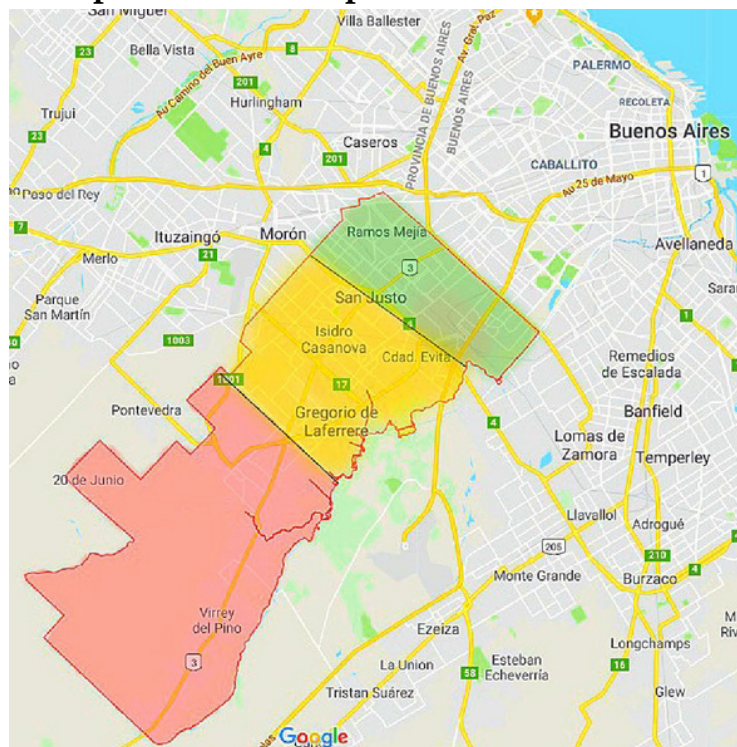
Dentro del GBA, el Partido de La Matanza se destaca no sólo como el más extenso, con una superficie de más de 325 km², sino también como el más poblado de la provincia, alcanzando los 1.837.774 habitantes según el último Censo Nacional de 2022 (INDEC, 2023). Este territorio exhibe una notable y profunda heterogeneidad socio-espacial, configurada en una segmentación en tres zonas o “cordones”. Esta división evidencia fuertes desigualdades en materia de infraestructura urbana, condiciones habitacionales y acceso a servicios básicos, marcando una geografía interna de significativos contrastes sociales (De Sena & Bareiro Gardenal, 2019; De Sena et al., 2020).

De acuerdo con el Mapa 1, el Primer Cordón, limítrofe con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través de la Avenida General Paz, comprende las localidades de Ramos Mejía, San Justo, Lomas del Mirador, Villa Luzuriaga, La Tablada, Ciudad Madero, Tapiales y Aldo Bonzi. Este área representa la zona de mayor desarrollo relativo, caracterizada por una urbanización consolidada, una cobertura casi total de servicios básicos, una alta recaudación fiscal y los menores índices de pobreza del distrito (De Sena et al., 2020).

A continuación, el Segundo Cordón funciona como una zona de transición que incluye a Isidro Casanova, Rafael Castillo, Ciudad Evita y Gregorio de Laferrere. Este sector presenta una elevada densidad poblacional con una cobertura de servicios e infraestructura intermedia y niveles de ingreso de la población regulares (De Sena et al., 2020).

Finalmente, el Tercer Cordón, conformado por González Catán, Virrey del Pino y 20 de Junio, es el más extenso y alejado del centro urbano. Esta área, que presenta sectores semi rurales y una importante cantidad de asentamientos informales, concentra las condiciones de habitabilidad más precarias. Sufre de déficits críticos en infraestructura y servicios, y registra los mayores índices de pobreza y vulnerabilidad social del partido (De Sena & Bareiro Gardenal, 2019; De Sena et al., 2020). En conjunto, esta división tripartita no sólo es una descripción geográfica, sino la manifestación de desigualdades estructurales que condicionan directamente el acceso a recursos y las estrategias de consumo de los hogares matanceros.

Mapa 1. Zonas del partido de La Matanza



Fuente: De Sena et al. (2020, p. 18).

3. Historia de la inflación argentina: un recorrido para comprender las prácticas de consumo en la actualidad

La inflación en Argentina no es un fenómeno coyuntural, dado que presenta una trayectoria histórica profundamente arraigada en el tejido social y económico del país. A lo largo del siglo XX y principios del XXI, la persistente aceleración de precios ha conformado una memoria social colectiva marcada por la inestabilidad monetaria, la pérdida de poder adquisitivo y la desconfianza en las instituciones económicas (Heymann & Ramos, 2010; Mira, 2022). Esta experiencia acumulada conforma “elementos de carácter político-social producto del aprendizaje de la propia historia y la cultura que determinan el comportamiento y la formación social de expectativas” (Giacobone & Selva, 2011, p. 20).

En este contexto, los años recientes han profundizado esta dinámica. Tras alcanzar una inflación anual del 211,4% en 2023 (INDEC, 2024a), el país ingresó en 2024 en un período de desaceleración inflacionaria, aunque desde niveles extremadamente altos, como se verá más adelante. Esta transición no es neutral: impacta de manera diferencial según la posición social y el territorio. En un Municipio como La Matanza, caracterizado por fuertes desigualdades socioespaciales entre sus tres cordones, la inflación no solo erosiona ingresos, sino que reconfigura las estrategias cotidianas de reproducción social (De Sena & Dettano, 2020).

La persistencia de la inflación en Argentina no puede explicarse únicamente por factores macroeconómicos, sino que está atravesada por conflictos distributivos estructurales, debilidad institucional y la precarización del empleo (Dvoskin & Feldman, 2022). Estos elementos se traducen, en el plano micro social, en prácticas como el stockeo de productos, el aumento del uso de tarjetas de crédito, la sustitución de marcas o la priorización de canales de venta mayoristas. Estas conforman estrategias que los hogares matanceros han ido desarrollando como formas de afrontar la incertidumbre económica (Dettano & Betancor, 2024).

Por ello, comprender la inflación como un fenómeno histórico y social —más que como un dato económico aislado— es fundamental para analizar cómo los habitantes del GBA, y en particular de La Matanza, han reconfigurado sus prácticas de consumo en 2024. No se trata sólo de reaccionar a los precios, sino de negociar la supervivencia cotidiana en un contexto de reproducción material permanentemente amenazada por la pérdida del valor real del ingreso.

En este escenario de inestabilidad prolongada, las prácticas de consumo no pueden reducirse a decisiones individuales o respuestas técnicas a la inflación. Por el contrario, en él se entrelazan dimensiones materiales, simbólicas y relacionales (Alonso, 2004). A partir de esta perspectiva, en el próximo apartado se presentan algunas precisiones conceptuales que permiten comprender cómo las estrategias de consumo de los hogares se inscriben en estructuras sociales más amplias.

3.1. Algunas perspectivas teóricas en torno al consumo

El consumo no puede ser reducido a una acción puramente racional ni entendido exclusivamente como una consecuencia directa de las variaciones de precios. Tal como plantea Alonso (2004), el acto de consumir articula simultáneamente dimensiones materiales, simbólicas y relacionales, constituyéndose en un hecho social total dentro de un marco espacial y temporal determinado que remite a los sistemas económicos de acumulación, pero también a las prácticas de sujetos que buscan reproducir, aumentar o explotar capitales asociados a su posición en la estructura social. En esta misma línea, Douglas e Isherwood (1980) sostienen que los bienes y servicios no son únicamente medios para satisfacer necesidades funcionales, sino también soportes de distinción, identidad y significación. A través del consumo se reflejan, reproducen y reconfiguran posiciones sociales, lo que revela su papel estructurante dentro del sistema social.

Desde una perspectiva complementaria, Bourdieu (2001) aporta una mirada relacional que permite comprender que las prácticas económicas —entre ellas el consumo— están atravesadas por estructuras sociales previas. En su enfoque, el habitus y los distintos tipos de capital (económico, cultural, simbólico y social) configuran las disposiciones de los sujetos frente a fenómenos como la inflación. Así, las estrategias de consumo no son meras respuestas individuales o técnicas ante la suba de

precios, sino prácticas socialmente situadas, moldeadas por trayectorias, recursos y posiciones diferenciales en el espacio social.

En contextos marcados por tensiones estructurales, el consumo aparece como un espacio donde se condensan múltiples disputas y adaptaciones (Alonso, 2004; De Sena & Dettano, 2020; Dettano & Betancor, 2024; Moulian, 1998). Particularmente, la tensión entre ingresos insuficientes y precios crecientes se expresa en decisiones cotidianas sobre qué adquirir, qué postergar o qué reemplazar (Dettano & Betancor, 2024). Estas elecciones están atravesadas por afectos, resignificaciones y estrategias que ponen en juego la lucha por sostener la vida cotidiana bajo condiciones de creciente restricción (Scribano, 2015).

El aumento sostenido de los precios, mencionado en el apartado anterior, deteriora el poder adquisitivo de los individuos, incrementa la incertidumbre y obliga a los hogares a redefinir permanentemente sus prácticas de consumo (Dettano & Betancor, 2024; De Sena & Dettano, 2020). Este proceso no afecta de forma homogénea a toda la población: son los sectores más vulnerables quienes experimentan con mayor crudeza sus consecuencias. En territorios como el GBA y La Matanza, caracterizados por profundas desigualdades socioespaciales, la inflación impacta no solo en la capacidad de compra, sino también en la forma en que los hogares priorizan sus gastos, acceden a bienes básicos y planifican su reproducción cotidiana (Dettano & Betancor, 2024; De Sena & Dettano, 2020).

Desde una mirada crítica, Castel (2004) introduce el concepto de inseguridad social para describir la situación de quienes, sin estar completamente excluidos, viven en una situación de vulnerabilidad constante. Esta condición se profundiza en contextos inflacionarios, donde el deterioro del valor real de los ingresos, la restricción en el acceso a recursos esenciales y las prácticas de subsistencia —como el endeudamiento, la informalidad o la reducción del consumo— se vuelven parte de la experiencia cotidiana (Dettano y Betancor, 2024; Chahbenderian, 2024; Dettano et al., 2019).

Por lo tanto, en contextos como el descrito en estas páginas, la inflación es un elemento que debe ser abordado de manera integrada en los estudios sobre el consumo. No se trata únicamente de analizar los efectos macroeconómicos sobre la demanda agregada, sino de comprender cómo estos fenómenos se inscriben en las trayectorias sociales, reconfiguran las prácticas cotidianas y contribuyen a la reproducción de desigualdades estructurales (Alonso, 2004; Castel, 2004; Dettano & Betancor, 2024).

4. Metodología

Este trabajo se basa en un enfoque cuantitativo y descriptivo, que utiliza datos secundarios para explorar las relaciones entre la evolución de los precios y las prácticas de consumo en el GBA durante 2024, con el objetivo de construir una re-

ferencia para aproximarnos a comprender dichas prácticas en el municipio de La Matanza.

La elección del GBA como unidad de análisis principal se justifica por tres razones fundamentales. En primer lugar, el GBA constituye la región metropolitana más poblada del país, con más de 15 millones de habitantes, y concentra alrededor del 40% del PIB argentino. Su peso demográfico, económico y político lo convierte en un laboratorio privilegiado para el estudio de las transformaciones sociales y económicas en contextos inflacionarios (INDEC, 2024a). En segundo lugar, el INDEC elabora el Índice de Precios al Consumidor (IPC) a nivel regional, y el GBA es una de las seis regiones estadísticas definidas, lo que garantiza una serie de datos oficiales, sistemáticos y comparables en el tiempo. En tercer lugar, el GBA comparte con La Matanza una estructura socioespacial profundamente desigual, lo que permite identificar dinámicas comunes en términos de acceso a bienes, servicios y mercados.

Sin embargo, reconocemos que el GBA no es un todo homogéneo, ni sus tendencias promedio reflejan necesariamente las realidades de sus periferias más precarizadas. El partido de La Matanza, si bien incluye localidades del primer cordón del conurbano, se extiende territorial y socialmente hasta el tercer cordón, presentando fuertes heterogeneidades en relación con la pobreza, la informalidad laboral y la dependencia de políticas sociales significativamente superiores a la media del GBA (De Sena et al., 2020). Por ello, la extrapolación de los datos del GBA al caso de La Matanza no se plantea como una equivalencia directa, sino como una aproximación parcial dada la falta de información oficial sobre dicho partido.

Partimos de entender que, en contextos de alta inflación, los precios de bienes y servicios regulados o de amplia cobertura nacional —como energía, comunicaciones y transporte público— tienden a ser relativamente homogéneos en todo el territorio, manteniendo escasas diferencias regionales a pesar del aumento generalizado de precios. Además, los hogares de La Matanza acceden a mercados mayoristas y minoristas que operan en escala metropolitana, lo que los vincula directamente a las dinámicas de precios del GBA. No obstante, las prácticas de consumo, como respuestas a estas variaciones de precios, están fuertemente mediadas por la posición social, el ingreso y el acceso diferencial a crédito o redes de apoyo, lo que introduce una dimensión de heterogeneidad que los datos agregados no capturan. Para abordar esta complejidad, el estudio combina dos fuentes de datos del INDEC.

Por un lado, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) del GBA permite analizar la evolución mensual e interanual de los precios en los doce rubros de la canasta básica. Se seleccionaron los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre de 2024 para capturar una visión trimestral de la trayectoria inflacionaria, permitiendo identificar tendencias de desaceleración y variaciones diferenciales entre categorías. Asimismo, se incorporan datos a nivel nacional de modo de confrontar dicha evolución con el promedio general.

Por otro lado, las Encuestas de Supermercados y de Autoservicios Mayoristas, que miden la evolución de las ventas a precios corrientes y constantes. Estos datos son cruciales porque trascienden la mera descripción de los precios y ofrecen una ventana indirecta al comportamiento de los consumidores. El crecimiento de las ventas a precios corrientes refleja la inflación acumulada, permitiendo a su vez la comparación con el dato de IPC GBA, mientras que las ventas a precios constantes indican cambios en los volúmenes adquiridos, lo que permite inferir estrategias como el stockeo, la reducción del consumo o el cambio de canales de compra.

En lo que sigue, se pretende, de forma preliminar, sentar las bases para comprender las condiciones materiales que estructuran las prácticas de consumo.

5. Variación de precios en el Gran Buenos Aires (GBA) en 2024

5.1 Comparación entre la inflación en GBA y la inflación nacional

Los datos que exhibe el INDEC para el año 2024 muestran una tendencia consistente: en todos los meses analizados (marzo, junio, septiembre y diciembre), la inflación registrada en el GBA ha sido ligeramente superior a la inflación nacional. Esta dinámica contrasta con el comportamiento observado en 2023, cuando la inflación anual a nivel nacional alcanzó el 211,4%, mientras que en el GBA fue del 210,1%, mostrando una diferencia mínima a favor de la cifra nacional (Ver Tablas I y II).

Tabla I: Variación porcentual de reclamos por rubro (2019–2022).

Mes	Variación Mensual Nacional(%)	Variación Mensual GBA (%)
Marzo	11	11.5
Junio	4	4.4
Septiembre	4	4
Diciembre	2.7	2.9

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (INDEC, 2024a, 2024b, 2024c, 2025a).

Tabla II: Variaciones interanuales del IPC Nacional y del IPC GBA, 2024

Mes	Variación Anual Nacional(%)	Variación Anual GBA (%)
Marzo	287.9	289.9
Junio	271	273.7
Septiembre	209	214
Diciembre	117.8	122.1

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (INDEC, 2024a, 2024b, 2024c, 2025a)

5.2. Análisis de las variaciones mensuales en 2024

El análisis de las variaciones mensuales del Índice de Precios al Consumidor (IPC) en el GBA durante 2024 revela una tendencia clara de desaceleración inflacionaria a lo largo de los cuatro meses abordados.

En marzo de 2024, el nivel general mostró una variación mensual del 11,50%, siendo los rubros con mayores aumentos “Comunicación” (15,70%), “Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles” (13,90%), “Salud” (12,60%) y “Bebidas alcohólicas y tabaco” (12,50%). El rubro “Educación” tuvo una variación del 47% debido probablemente a la estacionalidad correspondiente al inicio de clases. En junio se observó una significativa desaceleración, con el nivel general registrando una variación del 4,40%. Se destacan “Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles” (14,30%), “Educación” (5,70%), “Comunicación” (5,30%) y “Recreación y cultura” (5,80%) como los rubros con mayores incrementos. Para septiembre la tendencia de desaceleración continuó, con el nivel general en 3,70%. Los rubros que más aumentaron fueron “Prendas de vestir y calzado” (7,30%), “Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles” (6,90%) y “Transporte” (4,40%). Por último, la desaceleración se mantuvo en diciembre, con el nivel general en 2,90%. Los mayores aumentos del mes se registraron en “Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles” (5,50%), “Comunicación” (5,00%), “Restaurantes y hoteles” (4,70%) y “Recreación y cultura” (4,40%) (Ver Tabla III).

Tabla III: Variaciones mensuales de los rubros del IPC (GBA, 2024)

Rubro	Marzo (%)	Junio (%)	Septiembre (%)	Diciembre (%)
Alimentos y bebidas no alcohólicas	11.5	2.2	2.2	2.2
Bebidas alcohólicas y tabaco	12.5	2.2	2.6	2.82
Prendas de vestir y calzado	12.2	1.8	7.3	1.4
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	13.9	14.3	6.9	5.5
Equipamiento y mantenimiento del hogar	4.8	2.2	2.8	0.5
Salud	12.6	4.9	3.3	2.5
Transporte	12.2	3.8	4.4	1.7
Comunicación	15.7	5.3	3.1	5
Recreación y cultura	8.6	5.8	1.8	4.4
Educación	47	5.7	3.8	2.3
Restaurantes y hoteles	7.6	6.3	4.1	4.7
Bienes y servicios varios	9.1	2.6	3.5	2

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (2024a, 2024b, 2024c, 2025a).

5.3. Análisis de las variaciones interanuales en 2024

La variación interanual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) correspondiente al Gran Buenos Aires, en relación con el mismo mes del año previo, refleja una significativa desaceleración en el ritmo de crecimiento de los precios durante 2024. El nivel general registró una variación interanual del 289,90% en marzo, con “Comunicación” (344,80%), “Transporte” (340,90%) y “Salud” (329,30%) como los rubros con mayores incrementos. Se destaca también “Alimentos y bebidas no alcohólicas” con 314,10% interanual. Durante junio, la inflación interanual disminuyó al 273,70% a nivel general. Destacan “Comunicación” (362,90%), “Transporte” (300,80%) y “Vivienda” (300,40%) como los rubros con mayores aumentos. La tendencia de desaceleración continuó en septiembre, con el nivel general en 214,00%. Los rubros que más aumentaron fueron “Comunicación” (302,60%), “Vivienda” (284,50%), “Transporte” (264,10%) y “Salud” (231,40%). Para diciembre, la inflación interanual mostró su nivel más bajo del año, con el nivel general en 122,10%. Los mayores incrementos se registraron en “Vivienda” (236,70%), “Comunicación” (188,90%), “Transporte” (158,30%), “Educación” (163,60%) y “Bienes y servicios varios” (141,70%).

Tabla IV: Variaciones interanuales de los rubros del IPC (GBA, 2024)

Rubro	Marzo (%)	Junio (%)	Septiembre (%)	Diciembre (%)
Alimentos y bebidas no alcohólicas	314.1	291.2	208.7	96
Bebidas alcohólicas y tabaco	262.1	258.1	210.3	131.6
Prendas de vestir y calzado	211.1	185.1	141.2	82.1
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	221.6	300.4	284.5	236.7
Equipamiento y mantenimiento del hogar	295.4	246.1	182.3	80.3
Salud	329.3	294	231.4	125
Transporte	340.9	300.8	264.1	158.3
Comunicación	344.8	362.9	302.6	188.9
Recreación y cultura	296.3	278.3	191.4	113.9
Educación	227.1	242.9	202.5	163.6
Restaurantes y hoteles	265.6	253.2	200.4	125.1
Bienes y servicios varios	347.5	315.1	247.8	141.7

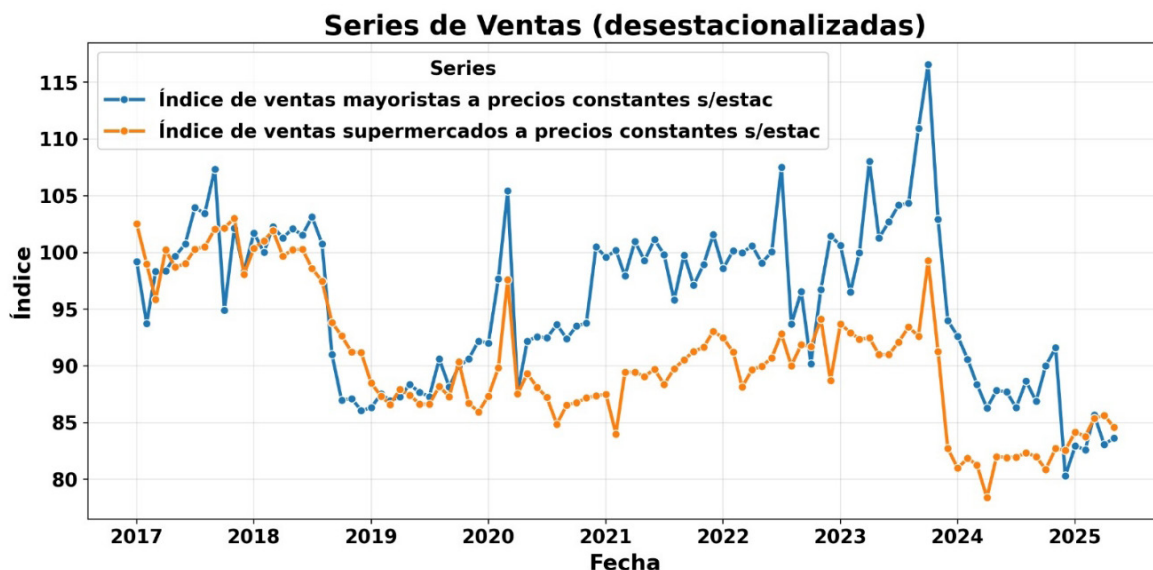
Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (2024a, 2024b, 2024c, 2025a).

Es notable que, a pesar de esta desaceleración de la inflación, el GBA ha mantenido consistentemente tasas ligeramente superiores a las registradas a nivel nacional durante todo el año 2024. Los rubros que han mostrado los mayores incrementos fueron “Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles”, “Comunicación”, “Transporte” y “Salud”, que comparten la característica del sector público como regulador de la actividad.

6. Análisis de las Ventas en Supermercados y Autoservicios Mayoristas

Los datos de la Encuesta de Supermercados y la Encuesta de Autoservicios Mayoristas del INDEC a nivel nacional durante el período 2019-2024 confirman una caída pronunciada en las ventas registradas en términos constantes que se inicia en 2023 y que continúa en 2024, donde las ventas mayoristas encontraron su valor mínimo desde que se publica la serie (Gráfico I).

Gráfico I: Índice de ventas mayoristas y de supermercados a precios constantes sin estacionalidad, serie histórica a nivel nacional



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (2024d, 2024e, 2024f, 2025b).

Por su parte, en los datos referidos a las ventas a precios corrientes minoristas y mayoristas, correspondientes a los 24 partidos del Gran Buenos Aires, relevados por el INDEC, encontramos un patrón consistente de reducción en las tasas de crecimiento interanual (Tabla V) que confirma la tendencia vista en los índices de ventas nacionales en 2024. En efecto, en marzo las ventas minoristas registraron una variación interanual del 296%, mientras que las mayoristas alcanzaron el 306%. En junio se observaron las ventas minoristas aumentando al 262% frente a 256% de los mayoristas. En septiembre la tendencia de junio se consolidó, con minoristas en 172% y mayoristas en 154%. Por último, en el mes de diciembre, la diferencia alcanzó su máximo histórico con minoristas en 91% y mayoristas en 76% de variación interanual a precios corrientes. Cabe señalar que, a partir de junio de 2024, la variación interanual del IPC GBA fue superior a las variaciones interanuales de las ventas minoristas y mayoristas en el área metropolitana, como se observa en el Tabla V.

Tabla V: Ventas interanuales a precios corrientes de los Supermercados y Autoservicios Mayoristas en los 24 distritos del GBA, 2024

Mes	Ventas Mayoristas Var. Interanual (%)	Ventas Minoristas Var. Interanual (%)	Diferencia (%)	IPC GBA Var. Interanual
Marzo	306	296	3	290
Junio	256	262	-2	274
Septiembre	154	172	-10	214
Diciembre	76	91	-17	122

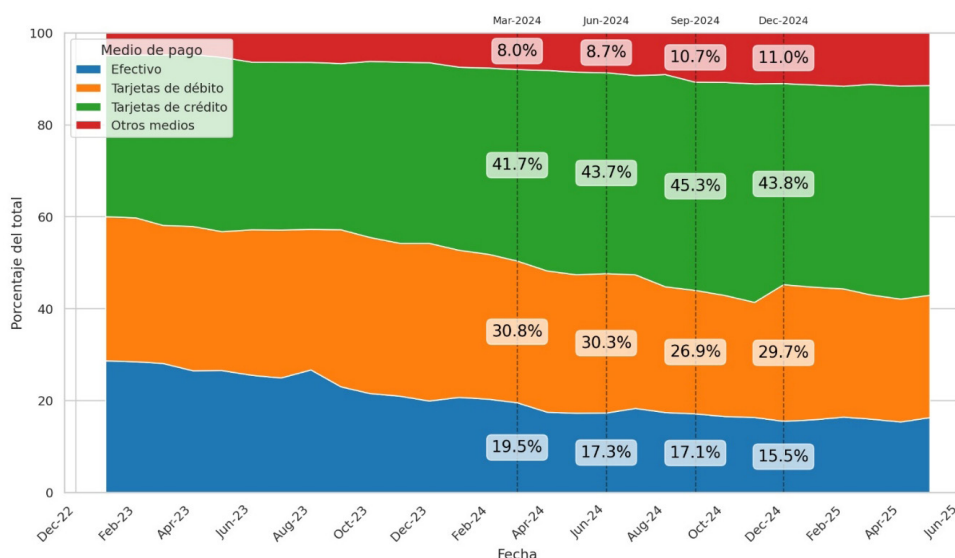
Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (2024d, 2024e, 2024f, 2025b).

La caída en las ventas en el GBA en 2024 también es confirmada por la consultora NielsenIQ (NIQ), cuya metodología se basa en la combinación de datos de paneles minoristas y de consumidores de todo el país. La misma recopila datos de ventas en puntos de venta (POS), considerando para el relevamiento de precios en el GBA los partidos de 3 de febrero, San Martín, General Sarmiento, Vicente López, San Isidro, San Fernando, Tigre, La Matanza, Merlo, Morón, Moreno, Avellaneda, Lanús, Lomas de Zamora, Quilmes, E. Echeverría, Almirante Brown, Florencio Varela y Berazategui.

Según el informe de la consultora correspondiente al mes de diciembre de 2024, el consumo interanual en términos reales en el GBA cayó en todos los meses revisados de 2024. A saber, marzo, junio, septiembre y diciembre de 2024, en un 3,8%, 6,9%, 5,0% y 13,3% respectivamente (NielsenIQ, 2025).

Además, la composición de los medios de pago en supermercados a nivel nacional, incluidos en la encuesta que publica INDEC, revela una tendencia hacia la financiación del consumo, con un aumento sostenido en el uso relativo de tarjetas de crédito (del 41,7% en marzo al 43,8% en diciembre de 2024), reflejando la importancia de los plazos en un contexto inflacionario (Gráfico II). En efecto, se destaca el incremento interanual en la utilización de este medio de pago: 12,3% en marzo, 19,9% en junio, 25,3% en septiembre y 11,4% en diciembre de 2024. Paralelamente, se observó un crecimiento en “otros medios” (vales, cupones, gift cards), que pasaron del 8% al 11%, sugiriendo una mayor diversificación en los canales de pago y posiblemente estrategias de fidelización por parte de los comercios.

Gráfico II: Evolución de los medios de pago en Supermercados



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (2024d, 2024e, 2024f, 2025b).

La desaceleración inflacionaria a partir de marzo de 2024 coincidió con una caída de las ventas en los canales minoristas y mayoristas tanto a nivel nacional como en la región del GBA y con un aumento en la financiación de estos consumos a nivel nacional, posiblemente debido a que los ingresos de los hogares han estado presionados por los aumentos en servicios regulados que superaron a los bienes que se comercializan en estos locales, como hemos mostrado en el análisis de las variaciones del IPC.

7. Conclusiones

Este trabajo tuvo como objetivo central examinar la relación entre la evolución de los precios y las ventas como forma de aproximación a las prácticas de consumo en el Gran Buenos Aires durante el año 2024, con el propósito de caracterizar el área en donde se inscribe el Municipio de La Matanza, un territorio profundamente marcado por la desigualdad socioespacial y la precarización estructural.

Durante 2024, la inflación mensual descendió del 11,5% en marzo al 2,9% en diciembre, mientras que la variación interanual se redujo drásticamente del 289,9% al 122,1%. No obstante, esta desaceleración inflacionaria, aunque significativa en términos macroeconómicos, no se tradujo en una mejora efectiva del poder adquisitivo ni en una recuperación del consumo real. Por el contrario, los datos sugieren que los hogares reconfiguraron sus hábitos mediante una racionalización del gasto. En este sentido, el análisis de las encuestas de supermercados y autoservicios mayoristas reveló posibles cambios estructurales en los patrones de consumo.

La caída más pronunciada en las ventas del canal mayorista indica que las familias priorizan la compra de bienes de primera necesidad en volúmenes más pequeños,

reduciendo así la acumulación de stock y el consumo de productos no esenciales. Asimismo, el aumento sostenido en el uso de tarjetas de crédito —del 41,7% al 43,8% del total de ventas— no debe interpretarse como un mero cambio tecnológico, sino como una estrategia de financiamiento del consumo en un contexto de pérdida sostenida del poder adquisitivo. El acceso al crédito se convierte en un recurso indispensable para sostener niveles mínimos de consumo frente a ingresos insuficientes.

La inflación, lejos de ser un fenómeno neutral, profundiza las desigualdades sociales existentes. En este sentido, el rol del Estado como regulador de precios en sectores clave como vivienda, energía, comunicaciones, salud y transporte resulta fundamental. La persistencia de una alta inflación en estos rubros —en muchos casos por encima del promedio general— revela una crisis de regulación que incide de manera directa en los sectores más vulnerables.

En síntesis, este estudio demuestra que las prácticas de consumo durante 2024 no pueden ser comprendidas sin una mirada que articule estructura y estrategia. La desaceleración inflacionaria, si bien positiva, no ha revertido las condiciones de vulnerabilidad que afectan a amplios sectores del Gran Buenos Aires y particularmente de La Matanza. El consumo emerge así como un espacio privilegiado para el análisis de la reproducción social en contextos de crisis inflacionaria. Lejos de reducirse a decisiones racionales o técnicas, constituye una práctica cargada de significados, tensiones y adaptaciones que revelan las condiciones materiales y simbólicas que estructuran la vida cotidiana.

Por ello, resulta indispensable continuar profundizando estas líneas de investigación mediante el desarrollo de metodologías cualitativas que permitan recuperar las voces y experiencias de los actores sociales, especialmente en los márgenes urbanos más vulnerables. Solo a partir de este enfoque integrado será posible comprender en profundidad cómo se viven, negocian y resignifican las decisiones de consumo en escenarios marcados por la incertidumbre y la desigualdad.

Referencias bibliográficas

- Alonso, E. (2004). Las políticas del consumo: transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *Revista Española de Sociología (RES)*, (4), 7-50.
- Bourdieu, P. (2001). *Las estructuras sociales de la economía*. Manantial.
- Castel, R. (2004). *La inseguridad social*. Manantial.
- Chahbenderian, F. (Comp.) (2024). *Créditos y emociones: Texturas del Siglo XXI*. Estudios Sociológicos Editora.
- De Sena, A. & Bareiro Gardenal, F. (2019). Sobre habitabilidad en el partido de La Matanza. *Boletín Síntesis Clave*, N° 145.
- De Sena, A. & Dettano, A. (2020). Atención a la pobreza y consumo: las intervenciones del “no alcanza”. En A. Dettano (Comp.), *Topografías del consumo* (pp. 23-42). Estudios Sociológicos Editora.
- De Sena, A., Val, M. A., Dettano, A., Lazarte, M. B., & Bareiro Gardenal, F. (2020). *Aproximaciones a la cuestión social en La Matanza: algunas dimensiones para su análisis*. Universidad Nacional de La Matanza.
- Dettano, A. & Betancor, G. (2024). Reducciones y recortes tras algunos años de pandemia: Una mirada a las prácticas de consumo de los receptores de políticas sociales del Municipio de La Matanza en el 2023. En: F. Chahbenderian (Comp.), *Créditos y emociones: Texturas del siglo XXI* (pp. 37-62). Estudios Sociológicos Editora.
- Dettano, A., Sordini, M. V., & Chahbenderian, F. (2019). Social Policies, Conditional Cash Transfer Programs and Types of Indebtedness: Possible Articulations in Twenty First Century Argentina. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(5), 276-292. <https://journals.scholarpublishing.org/index.php/ASSRJ/article/view/6579>.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes: Hacia una antropología del consumo* (E. Mercado, Trad.). Grijalbo/CONACULTA.
- Dvoskin, A., & Feldman, L. (2022). *La economía política de la inflación en Argentina*. Siglo XXI Editores.
- Giacobone, A., & Selva, M. (2011). *Inflación y expectativas en Argentina*. Editorial Teseo.
- Heymann, D., & Ramos, J. (2010). *La economía argentina en el siglo XXI*. Siglo XXI Editores.
- INDEC. (2023). *Censo 2022. Provincia de Buenos Aires. Población por sexo, según departamento. Total del país*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/c2022_bsas_est_c2_2.xlsx
- INDEC. (2024a). *Índices de precios* (Vol. 8, N° 11). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_04_24D278E3E48E.pdf

INDEC. (2024b). *Índices de precios* (Vol. 8, N° 25). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_07_24C42AFC489C.pdf

INDEC. (2024c). *Índices de precios* (Vol. 8, N° 31). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_10_24C3C427AAFB.pdf

INDEC. (2024d). *Encuesta de supermercados. Marzo de 2024* (Vol. 8, núm. 15; Informes técnicos, Vol. 8, núm. 118). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/super_05_24E81BAB5AA8.pdf

INDEC. (2024e). *Encuesta de supermercados. Junio de 2024* (Vol. 8, núm. 25; Informes técnicos, Vol. 8, núm. 190). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/super_08_244F6AC516A7.pdf

INDEC. (2024f). *Encuesta de supermercados. Septiembre de 2024* (Vol. 8, núm. 36; Informes técnicos, Vol. 8, núm. 267). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/super_11_24ACCCE1F28F.pdf

INDEC. (2025a). *Índices de precios* (Vol. 9, N° 1). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_10_24C3C427AAFB.pdf

INDEC. (2025b). *Encuesta de supermercados. Diciembre de 2024* (Vol. 9, n.º 5; Informes técnicos, Vol. 9, n.º 43). Instituto Nacional de Estadística y Censos. https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/super_02_2560F4053CE8.pdf

Mira, P. J. (2022). Revisitando los costos de la inflación. *Voces en el Fénix*, (88). <https://www.economicas.uba.ar/extension/vocesenelfenix/revisitando-los-costos-de-la-inflacion/>

Moulian, T. (1998). *El consumo me consume*. Ediciones LOM.

NielsenIQ. (2025). *Canasta de consumo NielsenIQ. Informe abril-mayo 2024*. <https://cas.com.ar/wp-content/uploads/2025/01/Canasta-Scantrack-DIC24.pdf>

Scribano, A. (2015). *Sensibilidades sociales y consumos: una aproximación desde la sociología de los cuerpos y las emociones*. CICCUS.