



Universidad Nacional de La Matanza  
*Secretaría de Ciencia y Tecnología*



N°208 junio 2026

# Síntesis Clave

## Boletín Informativo

ISSN 2344-9632

---

**Menos inflación ¿más consumo? Variaciones en las compras y desaceleración inflacionaria**

Rocío Aylén Rilo  
Pablo Joaquín Vera

---

**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](mailto:cis@unlam.edu.ar)

[www.cis.unlam.edu.ar](http://www.cis.unlam.edu.ar)



/cis\_unlam



@cis\_unlam



/cis.unlam

## Menos inflación ¿más consumo? Variaciones en las compras y desaceleración inflacionaria

**Rocío Aylén Rilo<sup>1</sup>**

UNLaM. Argentina.

*rociorilo10@gmail.com*

**Pablo Joaquín Vera<sup>2</sup>**

UNLaM. Argentina.

*joacovera.jv@gmail.com*

---

Durante 2025, el Índice de Precios al Consumidor registró una desaceleración sostenida respecto de los elevados niveles observados en los años previos. Sin embargo, la reducción del ritmo inflacionario no se tradujo en una recuperación plena del consumo de los hogares, que continuaron reorganizando sus compras y adaptando sus estrategias frente a un poder adquisitivo aún condicionado por el deterioro acumulado de los años anteriores.

---

---

1 Estudiante de Licenciatura en Economía de la Universidad Nacional de La Matanza, Becaria de grado UNLaM.

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

## **Menos inflación ¿más consumo?**

### **Variaciones en las compras y desaceleración inflacionaria**

#### **Resumen:**

El presente trabajo tiene como objetivo caracterizar indicadores vinculados al consumo a nivel nacional y en el Gran Buenos Aires durante 2025. Metodológicamente, adopta una perspectiva cuantitativa basada en el análisis de datos secundarios, sistematizando información proveniente del Índice de Precios al Consumidor, la Encuesta de Supermercados y relevamientos privados sobre percepción y expectativas económicas. A partir de la comparación de distintos momentos del año, se identifican tendencias en la evolución de los precios, las ventas, los niveles de consumo y las modalidades de pago. Los resultados muestran que durante 2025 se consolidó un proceso de desaceleración inflacionaria, aunque con impactos heterogéneos entre rubros, particularmente en aquellos de mayor incidencia en el gasto de los hogares. También se observa una leve recuperación de las ventas en supermercados y un cambio en los medios de pago utilizados, con un mayor protagonismo de alternativas distintas a las tarjetas de crédito. En conclusión, la mejora en los indicadores de precios no se tradujo en una recuperación plena del consumo, persistiendo estrategias de cautela y reorganización del gasto por parte de los hogares.

**Palabras claves:** Inflación; Consumo; Poder adquisitivo; Precios.

## 1. Introducción

En el marco de un proyecto de investigación titulado “Compras, consumos y emociones en La Matanza, 2023-2027”<sup>1</sup>, el presente escrito se propone caracterizar algunos indicadores vinculados al consumo a nivel nacional y en el Gran Buenos Aires (GBA) durante 2025, teniendo en cuenta las dinámicas macroeconómicas y sus efectos en los hogares y personas. De acuerdo con el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022, la provincia de Buenos Aires concentra 17.523.996 habitantes, equivalentes al 38,2% de la población del país (INDEC, 2023a). En este marco, el Gran Buenos Aires constituye un espacio estratégico para analizar las dinámicas de consumo y las desigualdades que atraviesan a la población urbana argentina.

El consumo, entendido no sólo como la adquisición de bienes y servicios sino como una práctica social cargada de significados, se ve profundamente afectado por los vaivenes económicos, las variaciones de precios y la inflación. En este sentido, Dettano (2020) sostiene que las prácticas de consumo se encuentran atravesadas por las transformaciones del mundo del trabajo, las condiciones materiales de vida, las formas de financiamiento disponibles y las intervenciones estatales, elementos que inciden en las posibilidades concretas de acceso a bienes y servicios. Asimismo, la autora señala que el consumo constituye un proceso social que no puede comprenderse de manera aislada de las condiciones económicas y sociales en las que se desarrolla.

Desde esta perspectiva, los aumentos de precios modifican el poder adquisitivo de los hogares y condicionan sus decisiones de gasto, generando procesos de reorganización del presupuesto familiar, sustitución de productos, reducción de consumos considerados no esenciales y, en muchos casos, una mayor utilización del financiamiento y el endeudamiento para sostener el consumo cotidiano (Jelin, 1983). Tal como señala Alonso (2004), el consumo puede pensarse como un “hecho social total”, porque constituye simultáneamente una realidad material y una producción simbólica que expresa formas desiguales de apropiación de sentido entre grupos con distintos capitales. Esta perspectiva permite conectar lo económico con lo cultural y lo cotidiano, mostrando cómo los precios, los ingresos y la inflación influyen en las formas en que las personas consumen y organizan su vida diaria.

Las variaciones de precios no afectan de manera homogénea a todos los hogares, sino que su impacto depende de las condiciones socioeconómicas y territoriales en las que se desarrollan las prácticas de consumo. En este sentido, De Sena, Dettano y Chahbenderian (2026) muestran que, en el contexto inflacionario reciente, los hogares de La Matanza desarrollaron diversas estrategias para sostener el consumo cotidiano, entre ellas la reorganización de gastos, la sustitución de productos, la

---

1 Proyecto del programa CYTMA titulado “Compras, consumos y emociones en La Matanza, 2023-2027” (CYTMA-C2DER-PIDC-096), Secretaría de Ciencia y Tecnología – Centro de Investigaciones Sociales (CIS) y Departamento de Derecho y Ciencia Política. Subsecretaría de Políticas Universitarias, Universidad Nacional de La Matanza. Directora: Andrea Dettano.

búsqueda de ofertas y la utilización de financiamiento como complemento de los ingresos disponibles.

A partir de estas consideraciones, el presente trabajo se estructura en distintas secciones. En primer lugar, se presentan los aspectos metodológicos; luego, se analiza la evolución de la inflación y otros indicadores vinculados al consumo durante 2025; finalmente, se exponen las primeras conclusiones.

## 2. Perspectivas y recorridos teóricos sobre el consumo

Tradicionalmente, los enfoques económicos clásicos posicionan al consumidor como un actor racional orientado a la maximización de utilidad y la satisfacción de necesidades biológicas o primarias (Mill, 1836); idea posteriormente sintetizada en la noción de *homo economicus*. Desde esta mirada economicista se define al consumo a partir de las decisiones aparentemente racionales que toman los individuos en función de su ingreso, los precios y sus “gustos” o escala de “preferencias”, sin embargo, este paradigma resulta insuficiente para comprender la complejidad de las dinámicas históricas y otros elementos que inciden sobre esta práctica.

En esta línea, Douglas e Isherwood (1990) dieron el paso definitivo para separar el consumo de la mera supervivencia biológica o la competencia por el status. Estos autores plantean que los bienes y servicios no son únicamente medios para satisfacer necesidades funcionales, sino también soportes de distinción, identidad y significación. Más allá de su función de subsistencia, enfatizan el rol que juega el consumo a la hora de establecer relaciones sociales y asignar sentidos.

El consumo es una práctica compleja que ha sido abordada por diversos autores, quienes coinciden en que trasciende la satisfacción de necesidades y sostienen que no se trata de la suma de preferencias individuales, sino de un campo donde se expresan posiciones sociales, capitales disponibles y tensiones por el reconocimiento. Desde este lugar, podemos entender el fenómeno como parte de un universo de objetos y experiencias cargados de significados, valores y sensibilidades, que contribuyen a posicionar a los individuos dentro de las relaciones sociales (Dettano & Chahbenderian, 2026). Constituye una forma de interacción con el entorno natural y social; adopta múltiples modalidades y se configura a partir de los distintos contextos históricos, espaciales y culturales en los que se desarrolla (Scribano, 2015). Así:

El consumo es un campo de luchas por la significación de los sujetos sociales que arranca del dominio de la producción, pero que no la reproduce mecánicamente, sino que, con una cierta autonomía, produce y reproduce poder, dominación y distinción (Alonso, 2004, p. 8).

Para abordar este concepto desde un lugar más amplio, resulta necesario también abandonar las nociones binarias más comunes que entienden al consumo como

sinónimo de elección y libertad, o bien, por el contrario, como un mecanismo puramente alienante y de control (Sassatelli, 2007).

En su sentido de práctica social, representa el momento de convergencia de diversas fuerzas económicas, sociales y culturales. Entre ellas destacan la distribución de la renta derivada del trabajo, la construcción social de las necesidades, la lógica de obtención de beneficios, la incidencia de la publicidad, los discursos dominantes y el papel de las instituciones (Alonso, 2004).

Los contextos y escenarios de desenvolvimiento, así como las posiciones y disposiciones de los sujetos, determinadas por el lugar que ocupan en las estructuras sociales, son elementos centrales que inciden sobre los usos y estrategias en y para el consumo. El significado que los bienes adquieren en una sociedad depende de las prácticas asociadas a su utilización. Estas prácticas se encuentran vinculadas a un entramado más amplio de relaciones y formas de vida que proporcionan el marco necesario para comprender su sentido y relevancia (Callejo, 1995).

En esta línea, las prácticas de consumo no se despliegan en el vacío, sino que se encuentran condicionadas por el contexto económico en que tienen lugar. Fenómenos como la inflación, el crecimiento de la pobreza y el deterioro del poder adquisitivo repercuten de manera directa sobre las posibilidades y estrategias de las familias.

## ***2.1 Algunas líneas conceptuales acerca de la inflación***

A la hora de hablar del consumo en Argentina resulta imposible dejar de lado una problemática de larga data: la inflación. Varias generaciones han atravesado períodos hiperinflacionarios y etapas caracterizadas por elevadas y sostenidas tasas de inflación.

En términos generales, la inflación puede definirse como el incremento sostenido del nivel general de precios de bienes y servicios de una economía. Este fenómeno suele medirse a través de la variación porcentual del costo de una canasta representativa de consumo, lo que permite estimar los cambios en el costo de vida de la población (Rapoport, 2011; Libman et al., 2024). Asimismo, Libman et al. (2024) señalan que la inflación constituye uno de los principales problemas económicos de la Argentina contemporánea debido a sus efectos sobre el poder adquisitivo, las decisiones de consumo y la planificación económica de hogares y empresas.

Sin embargo, identificar las causas de la inflación no es una tarea sencilla, ya que convoca múltiples puntos de vista y lecturas diferentes sobre un mismo fenómeno y sus factores determinantes. Durante estos procesos se modifican simultáneamente numerosas variables económicas, entre ellas los salarios, los precios relativos, el tipo de cambio, los agregados monetarios y las expectativas de los agentes econó-

micos. Como bien señala Olivera (1964), la inflación no debe entenderse como un simple aumento del nivel general de precios, sino como un proceso dinámico de desajuste estructural donde la modificación de los precios relativos y la reacción de las distintas variables macroeconómicas se retroalimentan mutuamente, dificultando la identificación de una causa única o predominante detrás del aumento de los precios.

En Argentina no existe consenso respecto de las causas de la inflación. Mientras que la perspectiva monetarista la vincula con un crecimiento excesivo de la oferta monetaria (Friedman, 1968), el enfoque estructuralista enfatiza en los problemas asociados a la estructura productiva, la restricción externa y la puja distributiva (Diamand, 1972; Ferrer, 1963). Más allá de estas diferencias, ambos enfoques coinciden en que la inflación afecta el poder adquisitivo y las posibilidades de consumo de la población argentina. Los hogares de ingresos bajos y medios suelen ser los más perjudicados, ya que destinan una mayor proporción de sus recursos al consumo de bienes esenciales, como alimentos, transporte, servicios públicos y medicamentos (CEPAL, 2022). Cuando los precios de estos bienes aumentan a un ritmo superior al de los ingresos, se produce una pérdida de poder de compra que empeora las condiciones de vida y restringe las posibilidades de consumo.

La persistencia de elevados niveles de inflación se encuentra estrechamente vinculada con el agravamiento de los problemas de pobreza. En este contexto, cada episodio de crisis económica no sólo profundiza las dificultades de los sectores históricamente más desfavorecidos, sino que también deteriora la situación de amplios segmentos de los sectores medios y medios bajos. Durante las últimas décadas ha aumentado la proporción de personas y hogares que dependen de políticas sociales para garantizar su reproducción cotidiana, especialmente entre los estratos socioeconómicos más bajos (De Sena, 2020). Esta situación evidencia que, frente a la pérdida sostenida del poder adquisitivo, la acción del Estado se vuelve un componente fundamental para sostener unos niveles mínimos de consumo.

Además de sus efectos económicos, la inflación tiene impacto en la vida cotidiana de las personas. Pérez Roa et al. (2025) señalan que los contextos inflacionarios generan escenarios de incertidumbre que afectan la planificación de gastos, las decisiones de consumo y las expectativas sobre el futuro. En este marco, los hogares desarrollan diversas estrategias orientadas a administrar recursos escasos y enfrentar la inestabilidad de los precios, incorporando prácticas de cálculo, comparación y reorganización permanente de sus consumos.

Paralelamente, se ha estudiado cómo los individuos y las familias desarrollan diversas estrategias para enfrentar los efectos de la inflación y preservar su capacidad de compra. Ante el aumento sostenido de los precios, los hogares recurren frecuentemente a la sustitución de productos por alternativas más económicas, la búsqueda de promociones y descuentos, la reducción de cantidades consumidas y, en muchos casos, el abandono de bienes considerados no esenciales (Aguirre, 2015; Marconi et al., 2024; Dettano y Betancor, 2024; De Sena, Dettano y Chahbenderian,

2026). Estas prácticas constituyen mecanismos de adaptación frente a la pérdida de ingreso real y la creciente incertidumbre económica (Pérez Roa et al., 2025), observándose con mayor intensidad entre los sectores de ingresos bajos y medios.

### 3. Notas metodológicas

El presente trabajo se desarrolla desde una perspectiva cuantitativa a partir del análisis de datos secundarios. Según Sabino (1992), la investigación social puede apoyarse en información producida previamente por otros organismos o investigadores, la cual es recuperada y analizada en función de nuevos problemas y objetivos de investigación. En la misma línea, Scribano y De Sena (2009) señalan que el análisis de datos secundarios implica reutilizar información generada en otros contextos investigativos para construir nuevas interpretaciones y responder preguntas diferentes de aquellas que orientaron su producción original. En este sentido, los datos secundarios constituyen una herramienta relevante para la investigación social, ya que permiten examinar fenómenos y procesos desde nuevas perspectivas analíticas.

La estrategia metodológica consiste en la revisión y sistematización de indicadores vinculados al consumo y los precios a nivel nacional y en el Gran Buenos Aires (GBA). En relación con los precios, se emplean datos del Índice de Precios al Consumidor (IPC) elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), indicador que mide la evolución promedio de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares. Para su elaboración, el organismo releva mensualmente alrededor de 320.000 precios en comercios, empresas de servicios, establecimientos educativos y hogares inquilinos distribuidos en todo el país (INDEC, 2019).

El IPC se publica para el total nacional y para distintas regiones, entre ellas el Gran Buenos Aires (GBA), y se organiza en doce divisiones de consumo según la Clasificación del Consumo Individual por Finalidad (COICOP). Esta desagregación permite identificar los rubros con mayores variaciones de precios y analizar su incidencia sobre el consumo de los hogares (INDEC, 2025a, 2025b, 2025c, 2025d).

Para el presente trabajo se analizarán los datos del IPC correspondientes al GBA y al total nacional. Con el objetivo de sintetizar las tendencias observadas durante 2025, se seleccionaron los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre, considerando tanto la variación del nivel general como aquellas divisiones de gasto que registraron mayores incrementos y que poseen una incidencia significativa en el consumo de los hogares.

Asimismo, el análisis incorpora información proveniente de organismos públicos y consultoras privadas para complementar el estudio de las transformaciones recientes en las prácticas de consumo y las percepciones sobre el mismo. Entre ellos, se utilizan datos de la Encuesta de Supermercados del INDEC, del informe “La triple

infidelidad del consumidor argentino” (Moiguer, 2026) y del relevamiento Latam Pulse Argentina (Atlas Intel & Bloomberg, 2026), que aportan información sobre las dinámicas de consumo, las expectativas económicas y la percepción de la inflación.

4. Análisis de datos: entre la desaceleración inflacionaria y la recuperación acotada

Antes de analizar la evolución de los precios durante 2025, resulta pertinente recuperar brevemente el comportamiento inflacionario de los años previos. Los datos del INDEC muestran que en 2023 y 2024 se registraron niveles de inflación interanual particularmente elevados. En 2023, la variación interanual pasó de 104,3% en el primer trimestre al 211,4% en el cuarto trimestre. Durante 2024, la inflación alcanzó su punto más alto en el primer trimestre con un 287,9%, para luego iniciar un proceso de desaceleración que culminó en una variación interanual del 117,8% hacia fines de ese año. En este sentido, el análisis de 2025 debe comprenderse en el marco de una economía que, si bien mostró una reducción en el ritmo de crecimiento de los precios, continuó registrando niveles inflacionarios importantes y sus consecuentes efectos sobre las prácticas de consumo de los hogares (INDEC, 2023b; INDEC, 2024).

De acuerdo con los datos del IPC elaborados por el INDEC (2025a, 2025b, 2025c, 2025d), como puede observarse en la Tabla 1, durante 2025 la inflación presentó una tendencia general a la desaceleración en comparación con los niveles registrados en años anteriores (INDEC, 2024). La variación interanual pasó de 55,9% en marzo a 31,5% en diciembre, evidenciando una reducción de 24,4 puntos porcentuales a lo largo del año. Del mismo modo, las variaciones mensuales se mantuvieron por debajo del 4%, oscilando entre un mínimo de 1,6% en junio y un máximo de 3,7% en marzo.

Tabla 1: Evolución del IPC nacional en meses seleccionados de 2025

| Mes        | Variación Mensual | Variación Interanual |
|------------|-------------------|----------------------|
| Marzo      | 3,70%             | 55,90%               |
| Junio      | 1,60%             | 39,40%               |
| Septiembre | 2,10%             | 31,80%               |
| Diciembre  | 2,80%             | 31,50%               |

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

La disminución de la inflación interanual sugiere una desaceleración del ritmo de aumento de los precios respecto al año previo. Sin embargo, esto no implica una reducción de los precios sino una menor velocidad de crecimiento. En este sentido, los datos muestran que durante todo el año continuaron registrándose incrementos mensuales en bienes y servicios de consumo cotidiano.

A continuación, se presentan los datos correspondientes al GBA con el propósito de examinar la evolución de los precios en una de las regiones urbanas más importantes del país y analizar sus posibles implicancias para el consumo de los hogares y las personas.

**Tabla 2: Evolución del IPC en GBA en meses seleccionados de 2025**

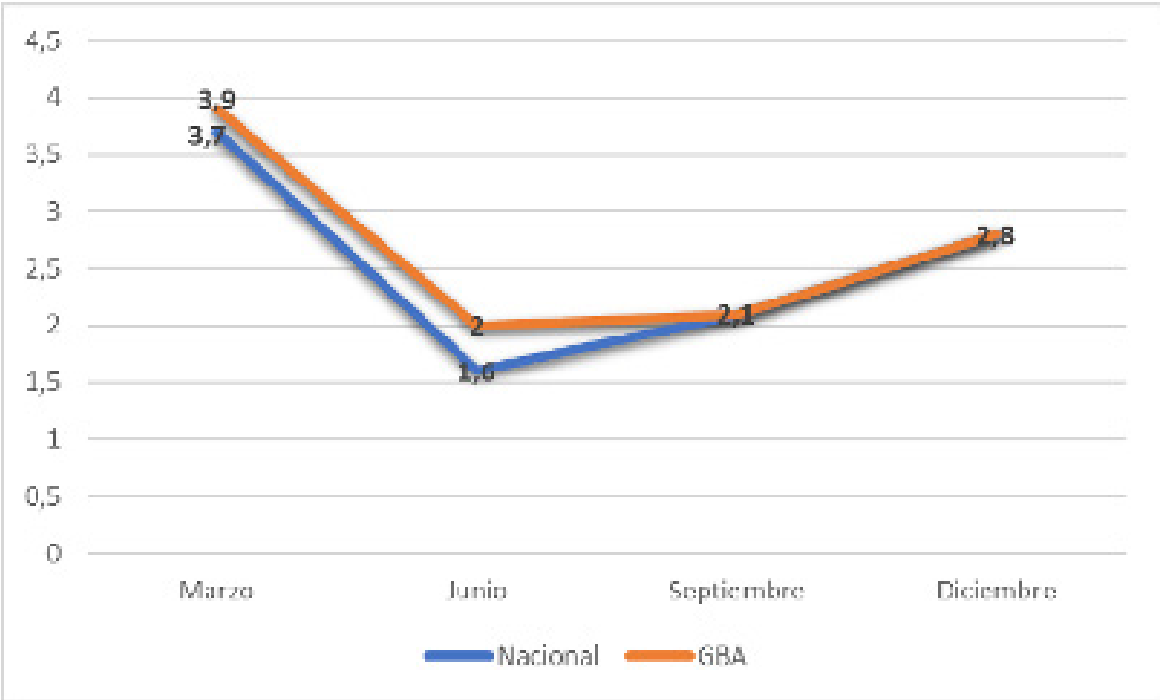
| Mes               | Variación Mensual | Variación Interanual |
|-------------------|-------------------|----------------------|
| <b>Marzo</b>      | <b>3,90%</b>      | <b>57,00%</b>        |
| <b>Junio</b>      | <b>2,00%</b>      | <b>40,60%</b>        |
| <b>Septiembre</b> | <b>2,10%</b>      | <b>32,50%</b>        |
| <b>Diciembre</b>  | <b>2,80%</b>      | <b>31,70%</b>        |

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

El comportamiento observado en el Gran Buenos Aires fue similar al registrado a nivel nacional. La variación interanual del IPC descendió de 57% en marzo a 31,7% en diciembre, mientras que la inflación mensual pasó de 3,9% a valores cercanos al 2% durante gran parte del año. En conjunto, los datos muestran una desaceleración del ritmo de crecimiento de los precios, aunque con incrementos mensuales persistentes durante todo el período analizado.

Como puede observarse en el Gráfico 1, la evolución del IPC en el GBA siguió una trayectoria similar a la registrada a nivel nacional durante 2025, aunque con algunas diferencias puntuales en determinados meses. En marzo, la inflación mensual del GBA alcanzó el 3,9%, ubicándose 0,2 puntos porcentuales por encima del promedio nacional. Una situación similar se observa en junio, cuando el IPC regional registró una variación del 2% frente al 1,6% nacional. Sin embargo, hacia septiembre y diciembre ambas mediciones convergieron, registrando una inflación mensual del 2,1% y 2,8%, respectivamente.

**Gráfico 1: Evolución de la variación mensual del IPC. Total nacional y Gran Buenos Aires (2025)**



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

**Tabla 3: Variación mensual del IPC. Total nacional y Gran Buenos Aires. 2025**

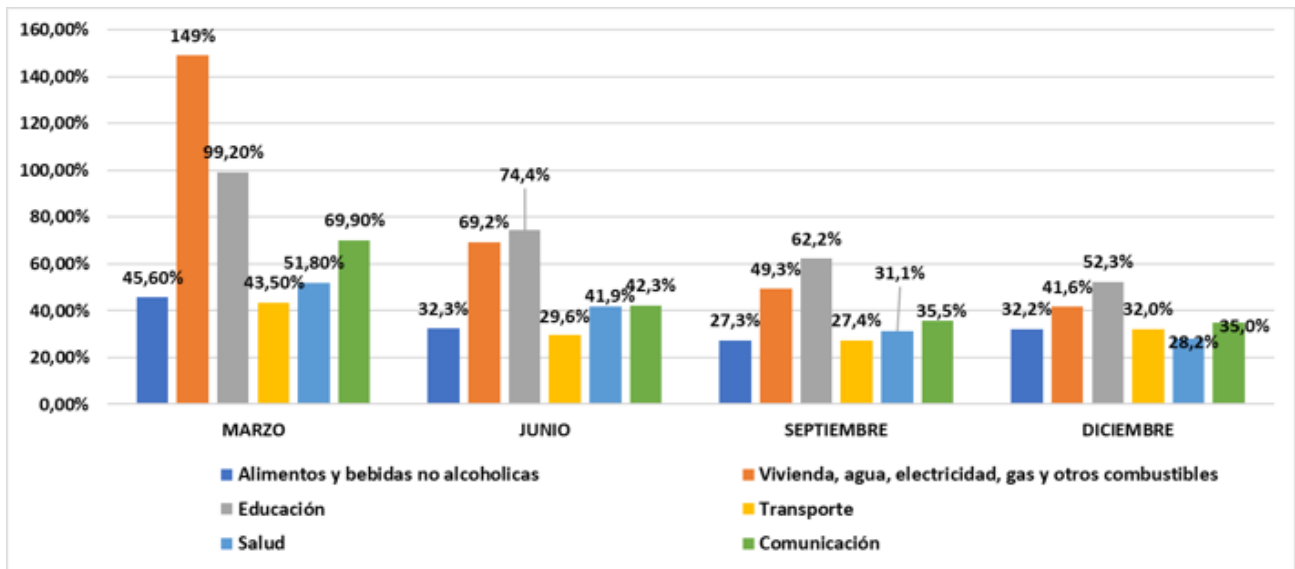
| Mes        | Nacional en porcentaje | GBA en porcentaje | Diferencia (p.p.) |
|------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| Marzo      | 3,7                    | 3,9               | +0,2              |
| Junio      | 1,6                    | 2                 | +0,4              |
| Septiembre | 2,1                    | 2,1               | 0                 |
| Diciembre  | 2,8                    | 2,8               | 0                 |

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

Tal como se observa en la Tabla 3, las diferencias entre ambas mediciones fueron reducidas a lo largo del período analizado. La mayor distancia se registró en junio, cuando el IPC del GBA superó en 0,4 puntos porcentuales al nacional, mientras que en septiembre y diciembre no se observaron diferencias entre ambas series. De este modo, los datos muestran un comportamiento similar en la evolución de los precios tanto a nivel nacional como en el Gran Buenos Aires durante los meses seleccionados (INDEC, 2025a, 2025b, 2025c, 2025d).

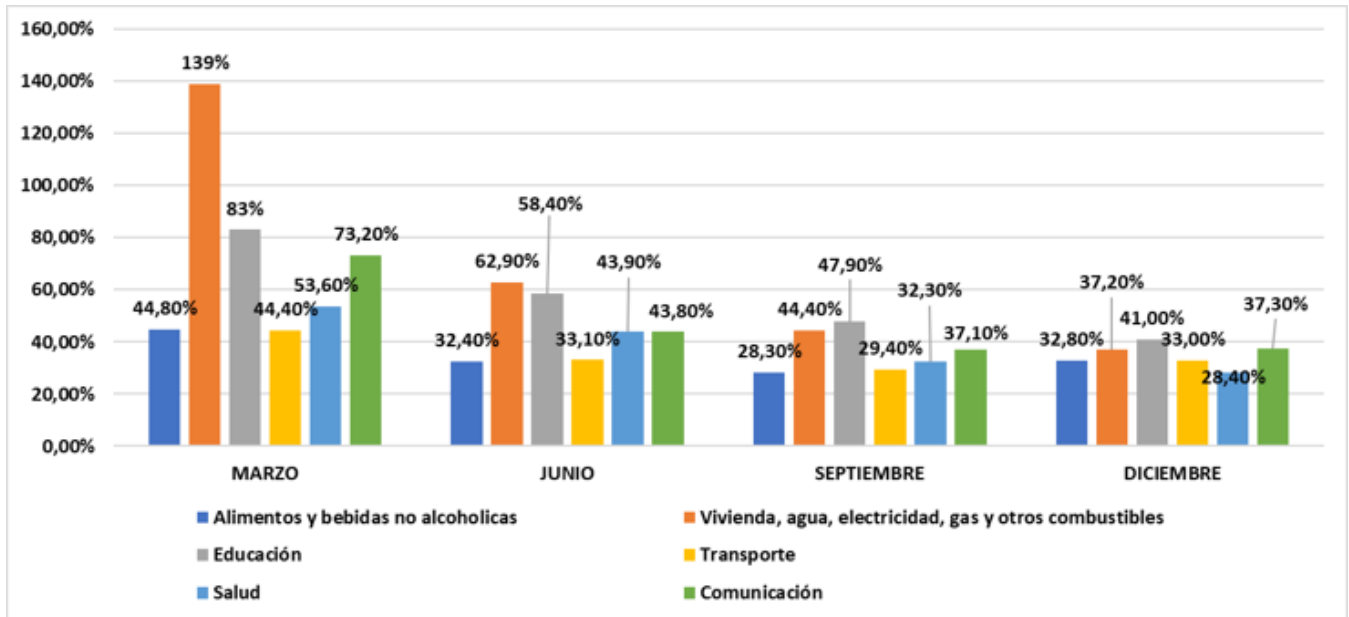
Con el fin de profundizar el análisis, examinaremos la evolución de la variación interanual de distintas divisiones del IPC. Los datos permiten observar que, si bien la inflación interanual mostró una tendencia descendente a lo largo del año, la intensidad de dicha desaceleración no fue homogénea entre los distintos rubros (ver Gráfico 2).

**Gráfico 2: Variación interanual de divisiones seleccionadas del IPC nacional de los meses seleccionados, 2025**



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

**Gráfico 3: Variación interanual de divisiones seleccionadas del IPC en el GBA de los meses seleccionados. 2025**



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

Tanto a nivel nacional (Gráfico 2) como en el Gran Buenos Aires (Gráfico 3), la categoría de Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles presentó las mayores variaciones interanuales durante todo el período analizado. En el caso nacional, alcanzó el 149% en marzo, descendiendo posteriormente a 69,2% en junio, 49,3% en septiembre y 41,6% en diciembre. Este comportamiento evidencia una desaceleración progresiva, aunque manteniendo niveles elevados en comparación con el resto de las categorías. De manera similar, en el GBA esta división también se ubicó entre las de mayor incremento, lo que sugiere una presión persistente de los gastos de vivienda y de los servicios públicos sobre los presupuestos familiares (Gráfico 3).

La categoría Educación constituyó otro de los rubros con mayores aumentos. A nivel nacional registró una variación interanual del 99,2% en marzo, reduciéndose al 74,4% en junio, al 62,2% en septiembre y al 52,3% en diciembre (Gráfico 2). El comportamiento observado en el GBA fue similar, manteniéndose entre las categorías con mayores incrementos a lo largo del año. Estos resultados muestran que los gastos vinculados a la educación continuaron aumentando por encima de muchas otras categorías del IPC en un contexto de desaceleración inflacionaria.

Por su parte, las divisiones de Comunicación y Salud también registraron niveles elevados de variación interanual. A nivel nacional, Comunicación pasó de 69,9% en marzo a 35% en diciembre, mientras que Salud descendió de 51,8% a 28,2% en el mismo período. Aunque ambas divisiones evidencian una reducción significativa de sus tasas de crecimiento, continúan mostrando aumentos relevantes durante todo el año. En el GBA la categoría de comunicación en marzo fue del 73,20% y pasó

a un 37,3% en diciembre, mientras que salud tuvo variaciones similares al nivel nacional.

En contraste, Alimentos y bebidas no alcohólicas y Transporte presentaron variaciones interanuales relativamente menores respecto a los otros rubros anteriormente mencionados. En el caso de alimentos, a nivel nacional, pasaron de 45,6% en marzo a 32,2% en diciembre, sin diferencias significativas respecto al GBA. Mientras que el rubro transporte pasó de 43,5% a 32% en el mismo período, manteniendo la similitud con el GBA.

En términos generales, los datos muestran una desaceleración sostenida de la inflación interanual durante 2025 tanto a nivel nacional como en el GBA. No obstante, tal como se evidencia en los dos gráficos presentados, esta reducción no se distribuyó de manera uniforme entre las distintas divisiones de gasto. Los mayores incrementos continuaron concentrándose en rubros asociados a servicios y gastos básicos de los hogares, particularmente vivienda, educación, salud y comunicación. Esto resulta relevante porque representan componentes centrales dentro de la estructura de gastos de los hogares. En este sentido, la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHo) muestra que estos rubros concentran una parte significativa del consumo familiar, por lo que las variaciones de precios registradas en ellos pueden tener efectos importantes en la organización del presupuesto cotidiano y las decisiones de consumo de los hogares (Dirección Provincial de Estadística, 2022).

A nivel general, los datos muestran que la composición de la inflación fue variando a lo largo del año. Mientras que en marzo los incrementos estuvieron impulsados principalmente por componentes estacionales, hacia fines de 2025 adquirieron mayor relevancia los precios regulados y el IPC núcleo, evidenciando cambios en los factores que explicaron la evolución del nivel general de precios.

#### **4.1 Otras miradas sobre las compras**

Los datos presentados a continuación provienen de la Encuesta de Supermercados del INDEC, en particular, se trabaja con el índice de ventas totales a precios constantes a nivel nacional, que permite observar la dinámica de las cantidades vendidas con independencia de las variaciones de precios, ofreciendo así una aproximación al comportamiento del poder de compra. Se seleccionaron cuatro puntos de observación distribuidos a lo largo del año (marzo, junio, septiembre y diciembre). El año 2024 se incorpora como referencia contextual, dado que las magnitudes de ese año, explicadas por el deterioro del salario real, el ajuste fiscal y el desanclaje de precios que siguió a la devaluación de diciembre de 2023 (CIFRA, 2025), condicionan directamente la lectura de lo ocurrido en 2025.

**Tabla 4: Índice de ventas totales a nivel nacional a precios constantes 2024 - 2025. Serie original. Base año 2017=100**

| Período | Mes        | Var % respecto al mismo mes del año anterior |
|---------|------------|----------------------------------------------|
| 2024    | Marzo      | -9,3                                         |
|         | Junio      | -7,3                                         |
|         | Septiembre | -12,8                                        |
|         | Diciembre  | -3,3                                         |
| 2025    | Marzo      | 3                                            |
|         | Junio      | 0,8                                          |
|         | Septiembre | -0,8                                         |
|         | Diciembre  | 0,5                                          |

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (2025e, 2025f, 2025g, 2025h).

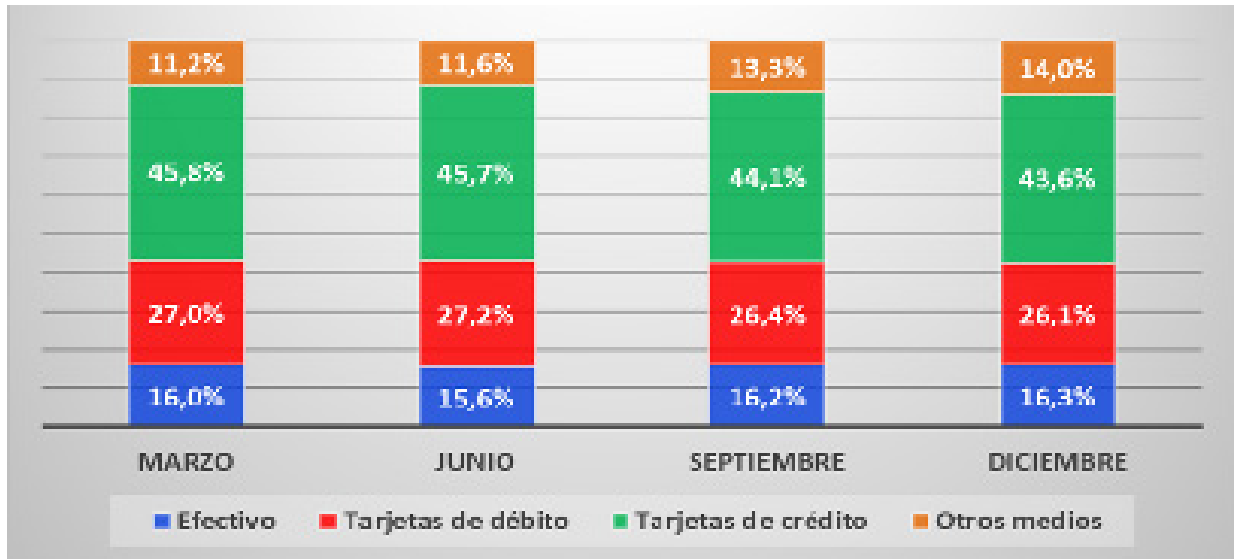
La comparación entre ambos años permite comprender los datos del 2025 en su verdadera magnitud. En 2024, los cuatro meses seleccionados registraron caídas interanuales de entre -3,3% y -12,8%. Frente a esa base profundamente deprimida, el año 2025 comenzó con señales tenues de recomposición: en términos de volumen físico, el índice registró una variación positiva del 3% en marzo. Cabe aclarar que este crecimiento se da sobre una base que en marzo de 2024 había caído -9,3%, por lo que más que una recuperación consolidada, indica el inicio de una salida lenta del piso alcanzado.

Esta lectura se sostiene al observar la trayectoria del año: junio mostró un incremento de 0,8% interanual, septiembre fue el único mes con signo negativo (-0,8%) y diciembre cerró en +0,5%. El año no describe una recuperación en forma de V ni una tendencia ascendente sostenida; el comportamiento se vincula más con una oscilación en torno a valores muy bajos que, comparados con las caídas de 2024, revelan que las ventas en supermercados no recuperaron lo perdido. Esta interpretación es consistente con el informe La triple infidelidad del consumidor argentino de la consultora Moiguer (Social Mood, I trimestre de 2026), basado en una encuesta que identifica la persistencia de prácticas de consumo orientadas al ahorro, la búsqueda de promociones y la reorganización estratégica de las compras cotidianas.

Que el volumen de ventas haya caído en septiembre, aún con la inflación mensual estabilizada en torno al 2%, sugiere que la desaceleración del nivel general de precios no fue suficiente para liberar margen presupuestario en los hogares. Este resultado puede comprenderse a partir del contexto inflacionario que antecedió a 2025. Tal como señalan De Sena, Dettano y Chahbenderian (2026), los elevados niveles de inflación acumulados durante los años anteriores produjeron un deterioro persistente del poder adquisitivo, cuyos efectos continuaron impactando sobre las condiciones de consumo, incluso en escenarios de menor ritmo inflacionario. En este sentido, la desaceleración de los precios no implicó una recuperación inmediata del salario real, ya que los hogares siguieron arrastrando la pérdida acumulada de capacidad de compra generada durante 2024.

La evolución de las ventas en supermercados no sólo permite observar cambios en los niveles de consumo, sino también en las modalidades concretas mediante las cuales los hogares organizan sus compras cotidianas. Resulta relevante entonces analizar qué ocurrió con los medios de pago durante 2025 y cómo estas transformaciones se vinculan con las estrategias de consumo desplegadas frente a un contexto económico todavía inestable.

**Gráfico 4: Evolución de las ventas totales a nivel nacional a precios corrientes por medio de pago, composición porcentual (2025)**



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC (2025e, 2025f, 2025g, 2025h).

Los datos muestran una composición poco variable a lo largo del año. El efectivo se mantuvo en torno al 16%, las tarjetas de débito rondaron entre el 26% y 27%, y las tarjetas de crédito, si bien fueron el medio de pago predominante, mostraron una leve contracción que llevó su participación del 45,8% en marzo al 43,6% en diciembre. En paralelo, la categoría “otros medios” fue la única que registró un crecimiento sostenido a lo largo del año, pasando de 11,2% a 14,0%.

Esta última tendencia no puede leerse de manera aislada. En 2025, los pagos con QR interoperable registraron un crecimiento del 83% respecto al año anterior, según datos del Indicador COELSA (Cámara Argentina Fintech, 2025). El Informe de Inclusión Financiera (BCRA, 2025) señala que los pagos electrónicos se expandieron, incorporando a usuarios que anteriormente no recurrían a estos medios. Este dinamismo estuvo impulsado, en parte, por las estrategias de descuento y reintegro que desplegaron las principales billeteras digitales en supermercados y negocios de proximidad (Sevilla & Velásquez, 2025).

Las transformaciones observadas en los medios de pago forman parte de cambios más amplios en las prácticas de consumo. La búsqueda de descuentos, promociones

y alternativas de compra más convenientes evidencia que las decisiones de consumo comenzaron a organizarse de manera cada vez más flexible y táctica frente a las restricciones presupuestarias. El crecimiento de “otros medios” podría reflejar una adaptación de las estrategias de consumo frente a presupuestos domésticos todavía ajustados, la incorporación de billeteras digitales como canal de compra habitual operó como un mecanismo de optimización del gasto, impulsado por descuentos, reintegros y promociones asociados a estos medios de pago (BCRA, 2025; Cámara Argentina Fintech, 2025; Sevilla & Velásquez, 2025).

En línea con estas transformaciones en las prácticas de compra, el informe de la consultora Moiguer (2026) permite profundizar en las estrategias que los hogares despliegan para reorganizar sus consumos en un escenario de ingresos limitados y desaceleración inflacionaria.

El informe parte de una premisa central, la estabilización macroeconómica no representa una mejora del bienestar cotidiano. La evidencia empírica respalda esta lectura puesto que el Índice de Ventas Minoristas de CAME registró una variación interanual de -5,6% hacia febrero de 2026, y el 61% de los hogares encuestados declaró haber reducido gastos en los últimos 30 días. En perspectiva histórica, la consultora estima que el consumo masivo recién recuperaría los niveles de 2023 hacia el año 2030, con un crecimiento promedio anual proyectado del 2%, frente al 3,4% esperado para el PBI. Se ve un desacoplamiento entre el crecimiento económico y el consumo de los hogares.

Frente a este escenario, el informe identifica un patrón de comportamiento que denomina “triple infidelidad”. El consumidor lleva adelante diversas prácticas que lo llevan a romper simultáneamente con la fidelidad al canal, a la marca y a la bandera. En lo que respecta al canal, el supermercado pierde centralidad, sus ventas cayeron un 5,2% junto con los mayoristas, mientras que almacenes y kioscos crecieron un 9%, evidenciando una atomización estratégica de la compra que busca maximizar el ahorro vía promociones y aplicaciones. En cuanto a la marca, el 83% de los encuestados redujo alguna primera marca en el último año, en tanto el 86% incorporó alguna alternativa. Por último, la apertura comercial habilitó alternativas diferentes a la producción nacional: un 43% declara que compraría productos importados aun cuando eso afecte el empleo argentino, y el 30% ya realizó alguna compra online en el exterior.

De esta manera, el consumidor reconfigura el gasto para sostener gratificaciones cotidianas, operando con lo que Moiguer describe como una “ingeniería de la liquidez”: micro-gestión de canales, medios de pago y promociones orientadas a preservar el disfrute. A nivel de expectativas, el 42% espera que su consumo se expanda a lo largo de 2026, y el 46% anticipa una mejora en la situación del país en los próximos doce meses. A pesar del contexto, pareciera mantenerse una mirada optimista respecto al futuro que funciona como ancla subjetiva en un contexto de incertidumbre.

Las transformaciones desarrolladas anteriormente muestran que la desaceleración inflacionaria no implicó una recomposición automática de las prácticas de consumo. En este marco, resulta pertinente incorporar información sobre las percepciones y expectativas económicas de la población. El informe Latam Pulse Argentina (Atlas Intel & Bloomberg, 2026) aporta información relevante sobre cómo los individuos evalúan la evolución de la inflación y proyectan sus decisiones de consumo futuras.

**Gráfico 5: Índice de percepción inflacionaria actual e índice de inflación esperada Argentina, 2024-2026.**



Fuente: Atlas Intel & Bloomberg (2026).

Los datos muestran una disminución sostenida tanto en la percepción de la inflación actual como en las expectativas inflacionarias para los meses siguientes. Mientras que el Índice de percepción inflacionaria alcanzaba valores superiores a los 60 puntos hacia fines de 2024, en abril de 2026 se ubicó en 31,7 puntos. De manera similar, las expectativas de inflación futura registraron una caída significativa a lo largo del período analizado. Estos resultados acompañan la tendencia observada en los datos oficiales del IPC, que muestran una reducción del ritmo de crecimiento de los precios respecto de los niveles registrados.

Sin embargo, la mejora en las percepciones sobre la inflación no se traduce necesariamente en una expansión de las expectativas de consumo. En abril de 2026, el 55,2% de las personas encuestadas manifestó que esperaba realizar menos compras de bienes duraderos, mientras que el 27,5% indicó que mantendría niveles de compra similares y solo el 17,3% anticipó un aumento. Estos resultados muestran

que, aun cuando las expectativas inflacionarias disminuyen, persiste una actitud de cautela frente a decisiones de consumo que implican mayores desembolsos económicos (Atlas Intel y Bloomberg, 2026).

De este modo, los distintos indicadores analizados permiten observar que, aun en un contexto de menor ritmo inflacionario, los hogares continúan reorganizando sus consumos, priorizando gastos considerados esenciales y sosteniendo prácticas de compra orientadas al ahorro y la administración cautelosa del presupuesto cotidiano.

## 5. Conclusión

El análisis realizado permite observar que durante 2025 se consolidó un proceso de desaceleración inflacionaria respecto de los niveles registrados en años anteriores, tanto a nivel nacional como en el Gran Buenos Aires. Esta desaceleración no fue homogénea entre rubros puesto que los componentes vinculados a servicios básicos de la vivienda y a educación se destacaron por sus incrementos interanuales más pronunciados, lo que resulta relevante dado el peso que estos conceptos tienen en la estructura de gastos de los hogares.

En cuanto al consumo, el índice de ventas en supermercados mostró una recuperación respecto del piso alcanzado en 2024, aunque esta mejora debe interpretarse con cuidado; se trata de una recomposición parcial y acotada, que no permite hablar de una recuperación plena del consumo. A esto se suman transformaciones en las modalidades de pago, con una pérdida de participación relativa de las tarjetas de crédito frente al avance de medios alternativos como billeteras digitales, QR y cupones. Estas transformaciones pueden leerse, en línea con los antecedentes consultados, como estrategias de reorganización del gasto orientadas al aprovechamiento de descuentos y promociones en un contexto de presupuestos ajustados, más que como una expansión genuina de la capacidad de consumo.

En síntesis, el análisis llevado adelante permite concluir que la desaceleración inflacionaria coexistió con niveles persistentes de cautela respecto del consumo. La evidencia relevada tanto en los datos oficiales del INDEC como en los relevamientos de percepción del informe Moiguer (2026) y del informe Latam Pulse (Atlas Intel & Bloomberg, 2026) confirma que la mejora en las percepciones sobre la inflación no se tradujo en una expansión efectiva del consumo. La desaceleración de los precios parece no restituir el poder adquisitivo erosionado por las elevadas tasas de inflación acumuladas en 2023 y 2024, cuyos efectos condicionaron las posibilidades de consumo en el país. Futuros estudios podrían profundizar este análisis incorporando la evolución de los ingresos, el endeudamiento de los hogares y las diferencias entre grupos socioeconómicos, con el propósito de comprender de manera más integral las transformaciones recientes de las prácticas de consumo.

## Referencias bibliográficas

- Aguirre, P. (2015). Las estrategias de consumo como modeladoras del hambre silencioso. *Revista Argentina de Antropología Biológica*, 16(1), 41–54.
- Alonso, L. E. (2004). Las políticas del consumo: transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *Revista Española de Sociología*, (4), 7–50.
- Atlas Intel & Bloomberg. (2026). *Latam Pulse Argentina*. Abril 2026.
- BCRA. (2025). *Informe de Inclusión Financiera: Segundo semestre de 2025*. Banco Central de la República Argentina. <https://www.bcra.gob.ar/publicaciones/informe-de-inclusion-financiera-segundo-semestre-de-2025/>
- Callejo, J. (1995). Elementos para una teoría sociológica del consumo. *Papers. Revista de Sociología*, 47, 75–96.
- Cámara Argentina Fintech. (2025). Indicador COELSA. <https://camarafintech.org/indicador-coelsa-pagos-qr-2025/>
- CIFRA. (2025). *Informe sobre situación del mercado de trabajo*, N° 14. Centro de Investigación y Formación de la República Argentina.
- CEPAL. (2022). *Panorama Social de América Latina y el Caribe 2022: la transformación de la educación como base para el desarrollo sostenible*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- De Sena, A. (2020). Pobreza y programas sociales en la Argentina de las últimas décadas. En: A. De Sena (Comp.), *Vulnerabilidad, pobreza y políticas sociales. Abanicos de sentidos en América Latina, Europa y China* (pp. 101-144). Ciccus, Clacso.
- De Sena, A., Dettano, A., & Chahbenderian, F. (2026). Retratos de la caída: consumos e inflación en La Matanza (2023-2024). En A. Dettano & F. Chahbenderian (Comps.), *Consumos, ensambles e itinerarios por armar* (pp. 36–64). Editorial CICCUS.
- Dettano, A. (2020). *Topografías del Consumo*. Estudios Sociológicos Editora.
- Dettano, A. y 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: Chahbenderian, F. (Comp.), *Créditos y emociones: texturas del Siglo XXI* (pp. 37-69). Estudios Sociológicos Editora.
- Dettano, A. & Chahbenderian, F. (2026). A modo de introducción. Itinerarios por las prácticas de consumo en el Siglo XXI. En: Andrea Dettano y Florencia Chahbenderian (Eds.), *Consumos, ensambles e itinerarios por armar* (pp. 25-35). Editorial CICCUS. <https://edicionesciccus.com.ar/productos/consumosensambles-e-itinerarios-por-armar-1b3m6/>
- Diamand, M. (1972). La estructura productiva desequilibrada argentina y el tipo de cambio. *Desarrollo económico*, 12(45), 25–47.

Dirección Provincial de Estadística. (2022). *Estructura de gasto. Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHO) 2017-2018*. Ministerio de Hacienda y Finanzas de la Provincia de Buenos Aires. [https://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/images/Gastos\\_Hogares/ENGHO\\_estructura\\_gasto.pdf](https://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/images/Gastos_Hogares/ENGHO_estructura_gasto.pdf)

Douglas, M., & Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes: Hacia una antropología del consumo*. Editorial Grijalbo.

Ferrer, A. (1963). Devaluación, redistribución de ingresos y el proceso de desarticulación industrial en la Argentina. *Desarrollo económico*, 8, 5-18.

Friedman, M. (1968). The role of monetary policy. *The American Economic Review*, 58(3), 1-17.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2019). *Metodología del Índice de Precios al Consumidor (IPC). Base diciembre 2016=100* (Metodología INDEC N.º32). INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2023a). *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2022: Síntesis de resultados*. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2023b). *Índice de precios al consumidor (IPC). Informes técnicos 2023*. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2024). *Índice de precios al consumidor (IPC). Informes técnicos 2024*. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025a). *Índice de precios al consumidor (IPC)*. Marzo de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025b). *Índice de precios al consumidor (IPC)*. Junio de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025c). *Índice de precios al consumidor (IPC)*. Septiembre de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025d). *Índice de precios al consumidor (IPC)*. Diciembre de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025e). *Encuesta de supermercados*. Marzo de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025f). *Encuesta de supermercados*. Junio de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025g). *Encuesta de supermercados*. Septiembre de 2025. INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025h). *Encuesta de supermercados*. Diciembre de 2025. INDEC.

- Jelin, E. (1983). *Las relaciones sociales del consumo: El caso de las unidades domésticas de sectores populares* (Documento E/CEPAL/SEM.12/R.6). Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Libman, E., Salles, A., Schteingart, D., & Zack, G. (2024). *Inflación*. Argendata, Fundar. <https://argendata.fund.ar/topico/inflacion/>
- Marconi, A., Zapata, M. E., Bonet, A. M., Boragnio, A., Bradley, Q., & Nessier, M. C. (2024). Comportamientos y estrategias de consumo alimentario ante el aumento de precio de los alimentos según nivel educativo en Argentina. Un análisis a partir del enfoque del derecho humano a la alimentación. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 28(4), 277–286.
- Mill, J. S. (1836). *On the definition of political economy; and on the method of investigation proper to it*. London and Westminster Review.
- Moiguer. (2026). *Social Mood Moiguer: I Trimestre 2026*. <https://moiguer.com/wp-content/uploads/2026/03/Social-Mood-Moiguer-I-TRIM-2026.pdf>
- Olivera, J. H. (1964). La inflación estructural y el estructuralismo latinoamericano. *Estudios económicos*, 3(5/6), 55–72.
- Pérez Roa, L., Marambio-Tapia, A., & Azócar de la Cruz, G. (2025). Navegando a través de las incertidumbres económicas en tiempos inflacionarios: Soportes y estrategias domésticas en hogares de ingresos moderados. *Revista Colombiana de Antropología*, 61(3), e2930. <https://doi.org/10.22380/2539472X.2930>
- Rapoport, M. (2011). Una revisión histórica de la inflación argentina y de sus causas. En J. S. Fraschina (Comp.), *Aportes de economía política en el bicentenario de la Revolución de Mayo* (pp. 135–165). Prometeo Libros.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Panapo.
- Sassatelli, R. (2007). *Consumer Culture: History, Theory and Politics*. SAGE Publications.
- Scribano, A., & De Sena, A. (2009). Las segundas partes sí pueden ser mejores: Algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa. *Sociologías*, 11(22), 100–118. <https://doi.org/10.1590/S1517-45222009000200006>
- Scribano, A. (2015). *¡Disfrútalo! Una aproximación a la economía política de la moral desde el consumo*. Elaleph.
- Sevilla, E., & Velásquez, A. (2025). Billeteras virtuales en Argentina: Estado actual y perspectivas de evolución en el ecosistema financiero digital. *EC. Revista de Administración y Economía*, (9), 65–84. <https://publicaciones.unpaz.edu.ar/OJS/index.php/ec/article/view/2060>