

Aseguran que este año la canasta navideña aumentó en menor proporción que en 2023

16/12/2024



La canasta navideña aumentó un 80% en promedio frente a la celebración del año pasado, pero se redujo en un 27% la proporción de la suba respecto al periodo 2022//2023, de acuerdo a un informe del Instituto de Estudios de Consumo Masivo (INDECOM).

La entidad analizó los precios que exhiben una selección de siete productos esenciales en los diferentes puntos de venta y registró una suba promedio interanual de casi un 80%, con un pico de más del 120%.

De esta manera, la canasta navideña, alcanza un costo total de \$18.746,30 en 2024, lo que representa un incremento del 79,99% respecto a los \$10.300 registrados en el mismo período de 2023.

En ese punto, siguiendo los datos, el organismo de estudios de

consumo informó que los productos que registraron mayores incrementos son el pan dulce con frutas (un 121,47%), el turrón semiblando (con un aumento del 99,52%), y el budín de chips de chocolate (subió un 74,05%), completando el podio en aumentos porcentuales.

En ese contexto, la entidad sostuvo que «se ha observado que la adquisición de cajas navideñas, que agrupan productos tradicionales en diferentes presentaciones, ha emergido este año como una alternativa de consumo más accesible».

Al respecto, Miguel Calvete, director del organismo de estadísticas señaló que «hasta el momento, las cajas representan una opción práctica para las familias argentinas, aunque también evidencian subas considerables, especialmente las de mayor contenido, como las rojas y negras».

El INDECOM también adelantó que «observando los aumentos y siguiendo las costumbres de los últimos años, en los próximos días volverán a observarse compras más reducidas, con un crecimiento en el consumo de segundas marcas».

Por otro lado, Calvete reconoció que «si bien se observan subas muy considerables en algunos de los rubros detallados precedentemente, este año la suba puntual en los siete artículos navideños muestra un alza de un 27,1 % menos que la registrada durante el mismo período entre 2022 y 2023, cuando el incremento promedio ponderado se ubicó en un 107%».

Los datos corresponden a un sondeo que se realizó sobre 158 supermercados de grandes cadenas y 336 autoservicios de proximidad en el ámbito geográfico de la Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Rosario, Mar del Plata, Paraná, Córdoba, Posadas, Corrientes, Mendoza, Salta, Jujuy y Tucumán.