

# El ajuste llegó a los hogares: siete de cada diez argentinos redujeron gastos en los últimos meses

25/12/2025



El deterioro del **poder adquisitivo** volvió a reflejarse con claridad en los hábitos cotidianos de los hogares argentinos. Un informe elaborado por el **Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social** (Cenarsecs) de la **Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (UBA)** indicó que el 72% de las personas consultadas redujo sus gastos personales o familiares en los últimos tres meses, como consecuencia directa de las dificultades económicas.

El relevamiento, de alcance nacional, se realizó entre el **12 de noviembre y el 12 de diciembre de 2025** y expuso un escenario de ajuste generalizado. Dentro de ese universo, el **43% de los hogares reconoció haber realizado recortes significativos**, mientras que otro **29% admitió reducciones más moderadas**. En contrapartida, solo el **23% aseguró que sus**

**gastos se mantuvieron sin cambios y apenas un 5% afirmó haberlos incrementado en ese período.**

El informe contextualiza estos datos en un marco de caída del consumo que atravesó todo el año. “Argentina atravesó una caída generalizada en las ventas minoristas, motivada principalmente por la pérdida de poder adquisitivo de los consumidores”, señala el documento en sus conclusiones, al vincular la retracción del gasto con la inflación y la necesidad de priorizar bienes esenciales.



En promedio el poder adquisitivo del salario cayó un 12% en 2016

El impacto del ajuste no fue homogéneo. El estudio detectó diferencias marcadas por género: **el 76% de las mujeres declaró haber reducido sus gastos, frente al 66% de los varones.** Esta brecha sugiere que el ajuste recae con mayor fuerza sobre quienes suelen administrar el presupuesto cotidiano del hogar y absorber el impacto del aumento de precios en alimentos y servicios básicos.

Las desigualdades también se profundizan al analizar los niveles de ingresos. Entre los sectores de mayores recursos, identificados como ABC1, solo el 38% manifestó haber recortado gastos. En la clase media, ese porcentaje trepó al 67%,

mientras que en los sectores de menores ingresos (D1 y D2) alcanzó un contundente 82%. El informe remarca que estas cifras reflejan la menor capacidad de maniobra de los hogares más vulnerables frente al encarecimiento del costo de vida.

En términos de consumo, el ajuste implicó una redefinición de prioridades. El trabajo de la UBA señala que los hogares tendieron a concentrar sus gastos en productos esenciales, relegando rubros como indumentaria y librerías, que figuran entre los más afectados por la contracción. Esta tendencia coincide con otros relevamientos sectoriales y con datos de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), que registró una caída interanual del 4,1% en las ventas minoristas de pymes durante noviembre.

Aun en este contexto adverso, el estudio muestra que persisten ciertos criterios vinculados al consumo responsable. El 75% de los encuestados afirmó considerar aspectos sociales o ambientales al momento de elegir alimentos y bebidas, y casi el 70% manifestó estar dispuesto a pagar un precio más alto por productos sustentables.

El informe concluye que más de uno de cada dos consumidores combina tres factores: conciencia social o ambiental, disposición a pagar un costo extra y antecedentes concretos de compra, incluso en un escenario de fuerte restricción económica.