

CONSUMO, BIENESTAR Y DISTINCIÓN SOCIAL EN LA ARGENTINA: UNA INTERPRETACIÓN DE LA RECONFIGURACIÓN DEL CONSUMO DURANTE EL PERÍODO 2025-2026

CONSUMPTION, WELL-BEING, AND SOCIAL DISTINCTION IN ARGENTINA: AN INTERPRETATION OF THE RECONFIGURATION OF CONSUMPTION DURING THE 2025-2026 PERIOD

Lic. Andrés Todesca¹ & Lic. Ana Engelman²

Resumen

Entre 2025 y 2026, el consumo privado argentino atravesó un proceso de contracción que, lejos de ser homogéneo, se manifestó de manera desigual entre categorías de bienes, servicios y grupos sociales. Este artículo interpreta dicha heterogeneidad a partir de la información proporcionada por el Índice de Consumo Privado de la Universidad de Palermo (ICP-UP), combinado con estadísticas oficiales del INDEC y de indicadores sectoriales de otros organismos públicos y privados productores de estadísticas. Se propone un marco teórico interdisciplinario que articula la teoría de la distinción de Bourdieu, la sociología del consumo de Bauman, el consumo conspicuo de Veblen, los aportes antropológicos de Douglas, Isherwood y Appadurai, y la perspectiva cultural de Featherstone, para luego discutir sus implicancias desde el enfoque de capacidades de Sen. El análisis muestra que los hogares desplegaron cuatro estrategias no excluyentes —preservación, sustitución, financiamiento y administración de liquidez— visibles en fenómenos como la divergencia entre patentamientos de ciertos bienes durables (autos y motos), la recomposición de la canasta cárnica, el reemplazo del efectivo por medios de pago que permiten diferir el gasto, y la fragmentación de las compras en tickets más pequeños y frecuentes. Frente a esta heterogeneidad, las empresas respondieron con estrategias especulares de asequibilidad, portafolios duales, canales de proximidad y centralidad promocional. Se concluye que la contracción del consumo no constituye únicamente una pérdida de bienestar material, sino también una restricción de las capacidades efectivas de los hogares para sostener su identidad, su posición social y su participación cultural.

Palabras clave: Consumo privado; Argentina; sociología del consumo; distinción social; enfoque de capacidades; ICP-UP

¹ Argentino. Docente del Taller de Preparación de Trabajo Final de Maestría, e investigador de MBA en Dirección de Empresas de la Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: andres.todesca@gmail.com

² Argentina. Socióloga (UBA) Docente del Taller de Preparación de Trabajo Final de Maestría y Coordinadora de Investigación de MBA en Dirección de Empresas. de la Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: aengel2@palermo.edu

Abstract

Between 2025 and 2026, Argentine private consumption underwent a process of contraction that, far from being homogeneous, manifested unevenly across categories of goods, services, and social groups. This article interprets this heterogeneity based on information provided by the Índice de Consumo Privado de la Universidad de Palermo (ICP-UP), which recorded a cumulative decline of 1.7% in the first half of 2026, combined with official INDEC statistics and sectoral indicators from other public and private statistics-producing organizations. An interdisciplinary theoretical framework is proposed that articulates Bourdieu's theory of distinction, Bauman's sociology of consumption, Veblen's conspicuous consumption, the anthropological contributions of Douglas, Isherwood, and Appadurai, and Featherstone's cultural perspective, in order to then discuss their implications through Sen's capability approach. The analysis shows that households deployed four non-exclusive strategies—preservation, substitution, financing, and liquidity management—visible in phenomena such as the divergence in registrations of certain durable goods (cars and motorcycles), the recomposition of the meat basket, the replacement of cash with payment methods that allow spending to be deferred, and the fragmentation of purchases into smaller, more frequent tickets. In response to this heterogeneity, firms responded with mirroring strategies of affordability, dual portfolios, proximity channels, and promotional centrality. It is concluded that the contraction in consumption constitutes not only a loss of material well-being, but also a restriction of households' effective capabilities to sustain their identity, social position, and cultural participation.

Keywords: Private consumption; Argentina; sociology of consumption; social distinction; capability approach; ICP-UP

1. Introducción

Entre 2024 y 2026, la economía argentina atravesó un proceso de transformación del consumo privado que requiere un análisis más pormenorizado. Aunque los indicadores agregados muestran una contracción del gasto de los hogares, el análisis desagregado revela un fenómeno más complejo: la caída del consumo no se distribuyó de manera homogénea entre categorías de bienes, servicios, ni entre los distintos grupos sociales. Por el contrario, emergieron patrones diferenciados de ajuste que modificaron las jerarquías internas del consumo y exhibieron comportamientos aparentemente contradictorios, como la expansión de algunos bienes durables mientras se retraían categorías asociadas al consumo cotidiano.

En este contexto, el Índice de Consumo Privado de la Universidad de Palermo (ICP-UP) constituye una herramienta particularmente valiosa para el análisis de estas transformaciones. Elaborado mediante modelos econométricos de alta frecuencia basados en información económica mensual, el ICP-UP permite anticipar la evolución del consumo privado antes de la publicación de las estadísticas trimestrales oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Durante el período analizado, el índice registró una caída acumulada de 1,7% en el primer semestre de 2026 respecto del mismo período del año anterior y una contracción interanual de 1,1% en junio de 2026, confirmando el deterioro progresivo de la capacidad de consumo de los hogares con respecto al año anterior.

Gráfico 1: ICP-UP. Variación interanual. Enero 2024- junio 2026



Fuente: ICP-UP

Sin embargo, los indicadores agregados describen las variaciones generales del fenómeno, pero no necesariamente explican su lógica interna. La persistencia de ciertos consumos, la sustitución de bienes tradicionalmente asociados al bienestar, la expansión selectiva de determinados mercados y las transformaciones observadas en las estrategias de compra sugieren la necesidad de incorporar explicaciones que trascienden los enfoques exclusivamente económicos.

El objetivo de este trabajo es interpretar la evolución reciente del consumo argentino desde una perspectiva interdisciplinaria que articula evidencia empírica con herramientas conceptuales provenientes de la sociología económica y de la economía del bienestar. En particular, se busca responder a la siguiente pregunta: ¿cómo puede explicarse la heterogeneidad observada en los patrones de consumo de los hogares argentinos durante el período 2025-2026 y cuáles son sus implicancias sobre el bienestar social?

La hipótesis que guía el artículo sostiene que la contracción del consumo privado no produjo simplemente una reducción cuantitativa del gasto, sino una recomposición cualitativa de las prácticas de consumo. Bajo condiciones de restricción económica, los hogares redefinieron prioridades, preservaron consumos asociados a la identidad y al estatus social, sustituyeron otros vinculados a hábitos culturales consolidados y modificaron estrategias de compra y financiamiento. Como resultado, la dinámica observada expresa simultáneamente un fenómeno económico, cultural y social.

Para analizar este proceso, se propone un marco teórico construido a partir de cuatro contribuciones complementarias. En primer lugar, la teoría de la distinción de Pierre Bourdieu permite comprender el consumo como una práctica de reproducción de posiciones sociales y no únicamente como una decisión racional de asignación de recursos. En segundo lugar, la sociología del consumo de Zygmunt Bauman (2007) ayuda a interpretar la relación entre consumo, identidad y reconocimiento social. En tercer lugar, la teoría del consumo conspicuo de Thorstein Veblen aporta elementos para comprender la persistencia diferencial de determinados bienes visibles y simbólicos. Finalmente, la perspectiva de Mike Featherstone sobre cultura de consumo permite analizar la contracción del consumo masivo como una forma de restricción de la participación cultural y social.

El artículo se organiza de la siguiente manera. En primer lugar, se presenta la metodología utilizada y las principales fuentes de información. Luego se desarrolla el marco teórico que orienta el análisis. Posteriormente se examinan los resultados observados a partir del ICP-UP y de otros indicadores sectoriales, prestando especial atención a la evolución diferenciada de bienes durables, bienes de consumo masivo y medios de pago. Finalmente, se discuten las implicancias de estos cambios desde la perspectiva de la economía del bienestar, utilizando el enfoque de capacidades de Amartya Sen para interpretar la relación entre consumo, libertad efectiva y calidad de vida.

Más allá de la evolución coyuntural de los indicadores económicos, el estudio propone entender el consumo como un fenómeno multidimensional en el que convergen restricciones

materiales, mecanismos de diferenciación social y condiciones de bienestar. Desde esta perspectiva, la Argentina reciente ofrece un laboratorio particularmente fértil para analizar cómo las sociedades reorganizan sus prácticas de consumo cuando las condiciones económicas obligan a redefinir aquello que se considera esencial, deseable o posible.

2. Marco teórico: consumo, identidad y bienestar

2.1 El consumo como práctica de distinción

La perspectiva desarrollada por Pierre Bourdieu constituye uno de los enfoques más influyentes para comprender las decisiones de consumo más allá de la racionalidad económica tradicional. En *La distinción* (1988), el autor sostiene que los bienes y servicios consumidos cumplen una función social que excede su utilidad material.

Desde esta perspectiva, los individuos no consumen únicamente para satisfacer necesidades, sino también para construir, reproducir y comunicar posiciones dentro del espacio social. Las preferencias de consumo se encuentran asociadas a trayectorias educativas, capital económico, capital cultural y esquemas de socialización que configuran aquello que Bourdieu denomina *habitus*. Este concepto resulta particularmente relevante para interpretar contextos de restricción económica. Cuando los ingresos disminuyen, los hogares no ajustan automáticamente todos los componentes de su consumo. Por el contrario, intentan preservar aquellos bienes y prácticas que consideran constitutivos de su identidad social y cultural. La persistencia de ciertos consumos en contextos adversos puede interpretarse entonces como una estrategia orientada a sostener mecanismos de reconocimiento y pertenencia social.

2.2 Consumo e identidad en la modernidad contemporánea

El enfoque de Zygmunt Bauman (2007) amplía esta interpretación al vincular el consumo con la construcción de la identidad individual. Según el autor, las sociedades contemporáneas evolucionaron desde una lógica centrada en la producción hacia una lógica organizada alrededor del consumo. En este contexto, los individuos son evaluados no solamente por su capacidad de producir sino también por su capacidad de participar activamente en los mercados. La condición de consumidor se convierte así en una dimensión fundamental de la ciudadanía contemporánea.

Desde esta perspectiva, la pérdida de capacidad de consumo no representa únicamente una reducción del bienestar material. Constituye también una amenaza a la identidad, al reconocimiento social y a la integración dentro de los circuitos de consumo considerados normal o deseable. En consecuencia, los hogares pueden realizar esfuerzos significativos para sostener ciertos niveles de consumo incluso cuando ello implique recurrir al endeudamiento o sacrificar otras categorías de gasto.

2.3 Visibilidad social y consumo conspicuo

La teoría del consumo conspicuo desarrollada por Thorstein Veblen aporta una dimensión complementaria para interpretar la evolución desigual de diferentes mercados durante períodos de contracción económica. Veblen sostiene que determinados bienes adquieren valor precisamente por su capacidad para exhibir posición social. Su demanda no responde exclusivamente a criterios de utilidad sino también a mecanismos de prestigio, diferenciación y reconocimiento.

Este enfoque resulta especialmente útil para analizar mercados donde coexisten bienes y servicios con funciones económicas similares pero con significados simbólicos distintos. La evolución divergente observada entre diferentes bienes durables durante el período analizado sugiere que las restricciones presupuestarias afectan de manera diferente a aquellos consumos que cumplen funciones de señalización social y a aquellos orientados principalmente a satisfacer necesidades funcionales.

2.4 Consumo, significados sociales y circulación cultural de los bienes

La función social del consumo también ha sido ampliamente desarrollada desde la antropología económica. Douglas e Isherwood (1996) sostienen que los bienes no deben entenderse únicamente por su valor de uso o por su capacidad para satisfacer necesidades materiales, sino como sistemas de comunicación que permiten a los individuos construir relaciones sociales, expresar pertenencias y organizar significados compartidos. Desde esta perspectiva, consumir implica participar de un conjunto de códigos culturales que hacen posible la integración social. Para estos autores, los bienes funcionan como “accesorios visibles de la cultura”, herramientas mediante las cuales las personas clasifican el mundo social y establecen vínculos con otros actores. En consecuencia, las restricciones en el acceso a determinados consumos no representan solamente una pérdida de bienestar económico, sino también una limitación en las posibilidades de participación social y cultural.

Un aporte complementario proviene de Appadurai (1986), quien propone analizar las mercancías desde la noción de “vida social de las cosas”. Los bienes no poseen significados estáticos; adquieren valor y sentido dentro de contextos históricos, económicos y culturales específicos. Las mercancías circulan entre distintos grupos sociales y, en ese proceso, modifican su significado y su función simbólica. Esta perspectiva resulta especialmente útil para comprender contextos de crisis o reconfiguración económica. Los cambios observados en los patrones de consumo no reflejan únicamente procesos de sustitución motivados por los precios relativos, sino también transformaciones en los significados sociales atribuidos a determinados bienes. Cuando los hogares abandonan ciertos consumos y preservan otros, no sólo están reasignando recursos escasos, sino redefiniendo aquello que consideran esencial para sostener su identidad, su pertenencia social y sus aspiraciones.

Las contribuciones de Douglas e Isherwood y de Appadurai complementan las perspectivas de Bourdieu, Veblen y Bauman al mostrar que el consumo constituye

simultáneamente una práctica económica, un mecanismo de diferenciación social y un espacio de producción de significados culturales.

2.5 Consumo y participación cultural

Finalmente, la perspectiva de Mike Featherstone (1991) permite comprender el consumo como una dimensión central de la participación cultural en las sociedades contemporáneas. Para este autor, el consumo constituye un espacio donde se expresan estilos de vida, formas de pertenencia y mecanismos de integración social. Participar de determinados consumos implica también participar de experiencias compartidas, códigos culturales y prácticas colectivas.

Desde esta mirada, las restricciones de acceso a ciertos bienes no solo generan consecuencias económicas sino también implicancias culturales y simbólicas. La reducción coyuntural del consumo masivo puede interpretarse entonces como una disminución de las oportunidades de participación en formas culturalmente legitimadas de vida cotidiana.

Los marcos teóricos reseñados no son mutuamente excluyentes, pero tampoco equivalentes: cada uno formula una predicción distinguible sobre qué debería observarse en los datos. Desde Bourdieu y Veblen, se espera que los hogares prioricen la preservación de bienes con alto valor de señalización social (visibles, durables, de estatus) por sobre bienes funcionalmente equivalentes pero de menor carga simbólica. Desde Bauman, se espera que el crédito se sostenga o incluso se expanda como mecanismo de continuidad identitaria, incluso en un contexto de caída del ingreso real. Desde Douglas, Isherwood y Appadurai, se espera que los procesos de sustitución de bienes impliquen resignificación cultural y no solo reemplazo funcional. Desde Sen, se espera que la pérdida de bienestar sea observable no únicamente en los niveles de gasto sino en la restricción de las capacidades efectivas de los hogares —es decir, que el impacto sea desigual entre quintiles aun cuando la caída nominal del consumo sea similar. Estas predicciones, antes que aplicarse de manera acumulativa, se contrastan a lo largo de la Sección 4 con la evidencia empírica disponible.

3. Metodología

El presente trabajo adopta un diseño de investigación exploratorio-descriptivo (Hernández Sampieri et al., 2018) orientado a interpretar las transformaciones del consumo privado en Argentina durante el período 2024-2026. El análisis combina evidencia cuantitativa proveniente del Índice de Consumo Privado de la Universidad de Palermo (ICP-UP), estadísticas oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), otros indicadores sectoriales públicos y privados de consumo y registros de mercado, con una lectura teórica basada en aportes de la sociología del consumo y de la economía del bienestar.

La estrategia de investigación parte de la premisa de que los índices agregados de consumo constituyen una condición necesaria pero insuficiente para comprender los cambios ocurridos en los patrones de gasto de los hogares. En consecuencia, el trabajo

propone una interpretación que articula datos económicos con categorías analíticas que permitan explicar la heterogeneidad observada entre distintos tipos de consumo.

No se busca establecer relaciones causales definitivas sino construir una interpretación teóricamente fundamentada sobre las dinámicas de reconfiguración del consumo observadas durante el período analizado.

La selección de fuentes respondió a dos criterios: (a) periodicidad mensual o de mayor frecuencia, que permitiera captar la dinámica del período 2024-2026 sin perder variabilidad intra-anual, y (b) cobertura continua durante todo el período bajo estudio, evitando series con discontinuidades metodológicas. Bajo estos criterios se priorizó el ICP-UP como serie de alta frecuencia para el seguimiento mensual del consumo agregado y por categorías, complementada con las series trimestrales y mensuales del INDEC (Encuesta de supermercados, Encuesta de autoservicios mayoristas, IPC) como instancia de validación de niveles y tendencias de mediano plazo. Los indicadores sectoriales (ACARA, CICCRA, IPCVA, BCRA) se incorporaron como evidencia complementaria para casos específicos —patentamientos, consumo cárnico y morosidad crediticia— donde el ICP-UP no ofrece desagregación suficiente. Esta estrategia de triangulación entre fuentes de distinta naturaleza sigue el criterio metodológico de convergencia de evidencia propuesto para el análisis de datos multivariados y series múltiples (Hair et al., 2019).

Cabe señalar que el ICP-UP es elaborado por la Facultad de Negocios de la Universidad de Palermo, institución de pertenencia de los autores. Para mitigar el riesgo de sesgo de origen, todas las lecturas del ICP-UP presentadas en este artículo se contrastan sistemáticamente con series independientes de INDEC; en los casos donde ambas fuentes divergen, se prioriza la lectura de INDEC y se señala explícitamente la discrepancia.

El corte temporal del análisis abarca desde enero de 2024 hasta junio de 2026, con actualizaciones puntuales a partir de series de mayor frecuencia disponibles hasta ese mes.

4. Análisis de resultados

4.1 El ICP-UP y la reconfiguración del consumo argentino

Los datos del Índice de Consumo Privado de la Universidad de Palermo (ICP-UP) permiten observar con claridad que la contracción del consumo en 2026 con relación a 2025 no respondió a una lógica homogénea. Luego de una recuperación durante parte de 2025, que incluyó períodos con niveles récord, la dinámica del consumo comenzó a debilitarse progresivamente. La caída acumulada observada durante los primeros meses de 2026 confirma que los hogares enfrentan crecientes dificultades para sostener los niveles de gasto previamente alcanzados.

Sin embargo, el aspecto más relevante no radica únicamente en la magnitud de la caída sino en la forma en que ésta se distribuyó entre distintas categorías de consumo. Esta divergencia sugiere que el proceso observado no constituye simplemente una reducción generalizada del consumo, sino una recomposición de prioridades dentro de los hogares.

Desde una perspectiva bourdieusiana, el fenómeno puede interpretarse como un proceso de ajuste selectivo (Bourdieu, 1988). Los consumidores intentan preservar aquellos consumos que sostienen su identidad, su posición social o sus expectativas de movilidad, mientras reducen otros considerados relativamente más prescindibles.

La evidencia disponible indica que esta estrategia de resistencia comenzó a encontrar límites durante 2026. La incipiente aceleración de los precios al consumidor, combinado con el agotamiento de las posibilidades de financiamiento, redujo la capacidad de los hogares para continuar sosteniendo simultáneamente consumos básicos y consumos asociados a la preservación del estatus o la identidad.

En consecuencia, la economía argentina comenzó a mostrar señales de una nueva etapa caracterizada por una mayor intensidad de los ajustes y una creciente fragmentación de los patrones de consumo.

4.2 Distintos consumos, distintas realidades

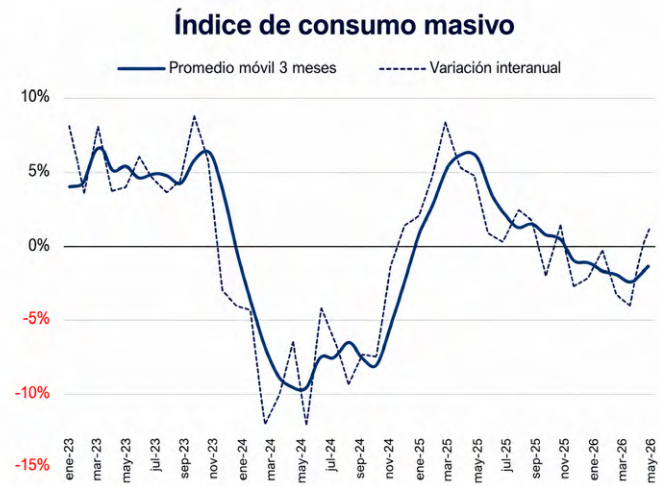
Tal como se ha afirmado anteriormente, desagregar el consumo privado en distintas categorías permite identificar dinámicas heterogéneas, que explican con mayor precisión los diferentes comportamientos de la demanda.

Impulsado por la necesidad acuciante de profundizar este tipo de lecturas, la Escuela de Negocios de la Universidad de Palermo desde la Facultad de Negocios trabajó en el desarrollo de Índices de consumo agregados por categoría de acuerdo con el tipo de bienes o servicios: bienes durables y semidurables, bienes de consumo masivo y servicios asociados al turismo y recreación.

Los datos de junio actualizan estas dinámicas. Tanto el consumo de bienes durables como de semidurables mostraron caídas en la comparación interanual, mientras que el consumo masivo mostró un alza respecto de un año atrás (+1,1%), mientras que los servicios recreativos y el turismo se mantuvieron sin cambios. De cualquier manera, cuando se toma el promedio de los últimos 3 meses (abril-junio), todos los índices muestran variaciones negativas, de modo que la caída que viene mostrando el ICP-UP es generalizada entre los distintos rubros. La excepción es el indicador de bienes semidurables, que muestra un estancamiento.

El consumo masivo (que incluye bienes de compra frecuente y bajo costo, cuya utilización se agota en un período breve o instantáneo, como la carne, bebidas, lácteos y artículos de almacén, limpieza y combustible) es el de mayor caída desde comienzos de año, y cerró el primer semestre con una caída de 2,1% interanual. Esta lectura, que desagrega el índice general del consumo, permite un análisis más preciso según las distintas categorías que lo componen; ya que facilita la lectura del abastecimiento cotidiano de los hogares al separarla de otros tipos de consumo, que responden a otras lógicas. El valor de este índice reside en ofrecer una aproximación general de un tipo de consumo diferenciado.

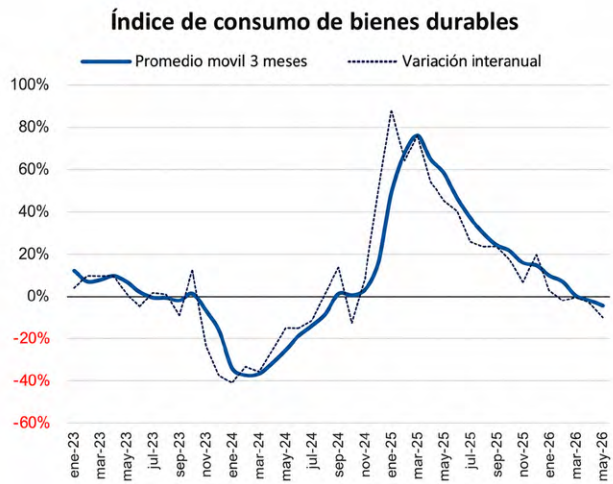
Gráfico 2: ICP-UP. Índice de consumo masivo



Fuente: ICP-UP.

El consumo de bienes durables, en cambio, concentra bienes de uso prolongado, cuya vida útil se extiende durante un período considerable y no se agota en el corto plazo. Implica, además, un desembolso relativamente elevado (la venta de vehículos, electrodomésticos de “línea blanca” y otros artículos para el hogar, y la venta de muebles, por citar los principales). En el período bajo estudio, se observa un comportamiento similar al de los bienes de consumo masivo durante el período 2024 - primer semestre de 2025 (fuerte caída y recuperación posterior), para luego experimentar una desaceleración sostenida del crecimiento. Entre abril y junio de 2026, promedió una caída de 3,7% interanual.

Gráfico 3: ICP-UP. Índice de consumo de bienes durables

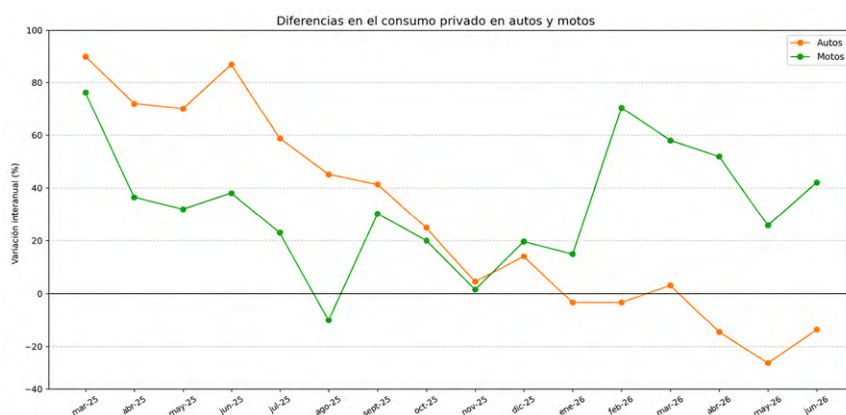


Fuente: ICP-UP.

4.3 Heterogeneidad hacia el interior de las categorías de consumo: bienes durables, consumo masivo y estrategias de adaptación

Uno de los rasgos más llamativos de la evolución reciente del consumo argentino es la coexistencia de comportamientos aparentemente contradictorios. Mientras el índice de bienes durables exhibe un deterioro sostenido, algunos segmentos del mercado continúan exhibiendo niveles significativos de crecimiento. Un fenómeno similar se presenta en el consumo masivo. Esta divergencia invita a abandonar la idea de un consumidor homogéneo y a reconocer la existencia de múltiples lógicas de ajuste que operan simultáneamente dentro de los hogares.

Gráfico 4: Diferencias en el consumo privado de autos y motos



Fuente: elaboración personal en base a INDEC.

Los datos de patentamientos constituyen un ejemplo ilustrativo del direccionamiento del consumo. Durante los primeros seis meses de 2026, las motocicletas registraron tasas de crecimiento significativamente superiores a las observadas en los automóviles. Mientras que en el primer semestre del año, las motos acumularon un incremento interanual del 42,4%, los patentamientos de automóviles mostraron una tendencia descendente que se profundizó en los últimos tres meses, y que alcanzó una variación acumulada de -9,9% en comparación con la primera mitad de 2025.

Desde una mirada estrictamente económica, podría interpretarse que ambos bienes pertenecen a una misma categoría y que la diferencia responde exclusivamente a cuestiones de precio relativo. Sin embargo, la sociología del consumo sugiere una lectura más compleja.

Siguiendo a Veblen (2005), los bienes visibles cumplen funciones de señalización social además de satisfacer necesidades funcionales. El automóvil históricamente representó en Argentina uno de los principales símbolos de estatus asociados a la movilidad ascendente

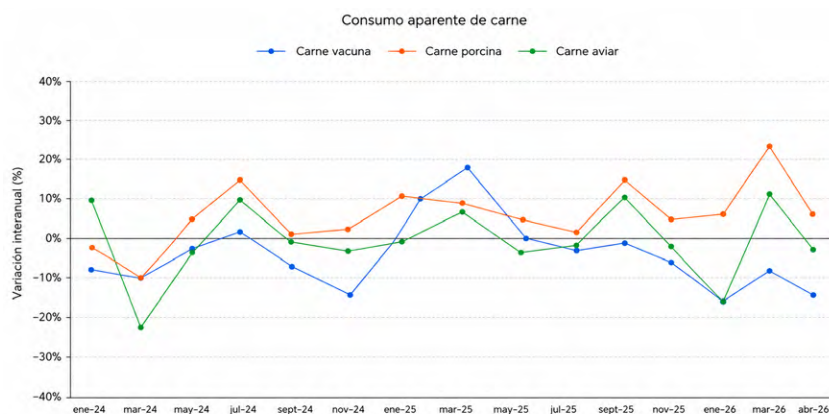
de los sectores medios. La caída de sus patentamientos refleja las dificultades que enfrentan estos grupos para sostener consumos de elevada magnitud económica.

La expansión de las motocicletas responde a una lógica parcialmente distinta. Además de resolver necesidades de transporte, constituyen para amplios sectores un mecanismo de acceso a un bien durable que combina funcionalidad, autonomía y reconocimiento social. En este sentido, el crecimiento de las motos no representa simplemente una sustitución más barata del automóvil, sino que expresa la búsqueda de nuevas formas de movilidad y diferenciación social bajo restricciones presupuestarias crecientes.

La misma heterogeneidad aparece cuando se analizan las categorías asociadas al consumo cotidiano. Las encuestas de supermercados y autoservicios publicadas por el INDEC muestran una trayectoria contractiva durante buena parte del período estudiado. Esta tendencia se observa particularmente en bienes de consumo inmediato, donde los hogares reducen cantidades, sustituyen marcas y modifican sus patrones tradicionales de compra.

La evolución del consumo de carne vacuna constituye quizás el caso más representativo: mostró comportamientos diferenciados según el tipo de producto durante el período analizado. Esta variedad registró la mayor volatilidad, con fuertes caídas interanuales durante buena parte de 2024, una recuperación transitoria hacia fines de ese año y comienzos de 2025, y un nuevo deterioro a partir de la segunda mitad de 2025. De hecho, acumula once caídas interanuales consecutivas, y en el acumulado de mayo de este año presenta una variación negativa de 12,1%. Esta dinámica sugiere que el consumo de carne vacuna fue el más sensible a las variaciones del poder adquisitivo de los hogares.

La carne porcina, en cambio, mantuvo un desempeño comparativamente más favorable. Salvo algunos episodios puntuales, presentó variaciones interanuales positivas durante casi todo el período e incluso aceleró su crecimiento en varios momentos de 2025 y comienzos de 2026. Según un estudio de la Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina (FADA), durante el año pasado los argentinos redujeron su consumo de carne vacuna 5 kilos por persona, al mismo tiempo que aumentaron 1,5 kilos el de cerdo. La carne aviar, por su parte, exhibió un comportamiento intermedio, alternando subas y bajas de menor magnitud y mostrando una evolución relativamente más estable que la observada en la carne vacuna.

Gráfico 5: Consumo aparente de carne

Fuente: elaboración personal en base a INDEC.

En conjunto, la evidencia sugiere que el ajuste del consumo de los hogares no implicó únicamente una reducción en la demanda de carne, sino también una recomposición de la canasta cárnica. La pérdida de dinamismo del consumo de carne vacuna coexistió con un mayor crecimiento del consumo de carne porcina y con una evolución más estable de la carne aviar, lo que resulta consistente con un proceso de sustitución hacia alternativas de menor precio relativo en un contexto de restricciones sobre el ingreso real.

De hecho, según los últimos datos relevados por el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA), consumo conjunto de carne vacuna, aviar y porcina ronda los 114 kilos por habitante al año, un nivel incluso superior al registrado en 2021, pero con una sensible transformación en la composición de la demanda, que encuentra alternativas proteicas en los precios del cerdo (aproximadamente dos veces más barato que el vacuno) y en el pollo (casi cuatro veces, según datos del IPCVA).

Más allá de su importancia económica, la carne ocupa un lugar central en la construcción de la identidad alimentaria argentina. Su presencia trasciende la dimensión nutricional para convertirse en un marcador cultural asociado a determinadas formas de sociabilidad, celebración y pertenencia.

La prolongada caída observada en el volumen consumido evidencia algo más profundo que un cambio de preferencias. Desde la perspectiva de Bourdieu (1988), puede interpretarse como una modificación forzada de prácticas incorporadas históricamente en el habitus de amplios sectores sociales. La sustitución por carnes aviar y porcina constituye una respuesta racional frente al aumento de precios, pero también refleja una adaptación cultural impuesta por las restricciones económicas.

El fenómeno adquiere especial relevancia porque afecta consumos históricamente considerados parte de la normalidad cotidiana. Cuando determinadas prácticas alimentarias

dejan de ser accesibles para segmentos significativos de la población, el ajuste económico comienza a manifestarse también como una transformación de los estilos de vida.

4.4 Ingresos y gastos de los hogares, factores clave del consumo privado

La desagregación del consumo en distintos rubros permite obtener una mirada más heterogénea de las distintas dinámicas del consumo, y también ofrece herramientas para identificar qué sectores sociales resultan más afectados. En base al nivel de ingresos que presentan, los hogares destinan sus gastos de manera desigual.

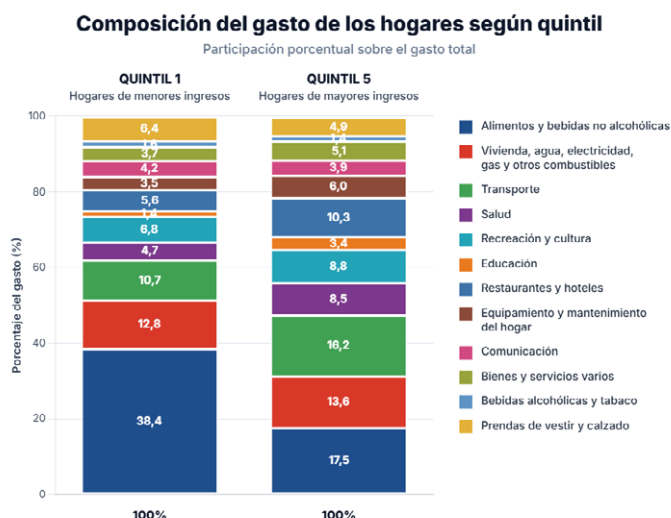
Una gran proporción de los gastos de los hogares de menores ingresos se destina a la alimentación y mantenimiento de la vivienda y los servicios esenciales. En cambio, aquellos de mayores ingresos presentan una mayor distribución en otras categorías de consumo, como el transporte (asociado a la compra/mantenimiento de vehículos), salud (debido a un mayor presupuesto orientado a la medicina prepagada) y actividades culturales y recreativas.

En mayo de 2025, los hogares ubicados en el quintil de menores ingresos gastó el 38,4% de su presupuesto únicamente en la categoría “Alimentos y bebidas no alcohólicas”. En contraste, los hogares de mayores ingresos apenas destinaron el 17,5% del total en comida, menos de la mitad que los de menores ingresos.

Esta disparidad no es meramente un efecto mecánico del nivel de ingreso, sino que encuentra una explicación sociológica más profunda en la distinción que Bourdieu (1988) establece entre el “gusto de necesidad” y el “gusto de libertad”. Según el autor, mientras las clases con mayor volumen de capital económico organizan su consumo desde una posición de distancia respecto de la urgencia material —lo que les permite tratar el gasto en alimentación como una elección entre otras, sujeta a preferencias estéticas o de distinción—, los sectores populares desarrollan gustos que expresan en su propio ajuste las necesidades de las que son producto, orientándose hacia bienes que maximizan la función primaria de reproducción de la fuerza de trabajo al menor costo posible. En otras palabras, el consumo de los hogares de menores ingresos no está regido por la misma lógica de elección que el de los hogares de mayor poder adquisitivo, sino por lo que Bourdieu describe como una elección que ya no es libre, sino funcional y regida por la urgencia económica.

Esta diferencia estructural explica por qué la retracción del consumo en supermercados afecta de manera tan desigual a unos y otros hogares. Para los sectores de mayores ingresos, una contracción del gasto en alimentos representa un ajuste marginal dentro de un presupuesto con múltiples márgenes de reasignación posible: pueden recortar en turismo, en indumentaria o en salidas sin comprometer su reproducción material. Para los hogares de menores ingresos, en cambio, el mismo tipo de contracción impacta directamente sobre el núcleo duro del presupuesto, es decir, sobre aquello que ya estaba definido por la necesidad y no por la preferencia. No disponen del “margen de libertad” —la distancia respecto de la urgencia que, según Bourdieu, es la que habilita el gusto como elección— necesario para absorber el ajuste desplazando gasto hacia otras categorías, porque gran parte de ese gasto ya se encontraba comprimido en su mínimo funcional.

Gráfico 6: Composición del gasto de los hogares según quintil



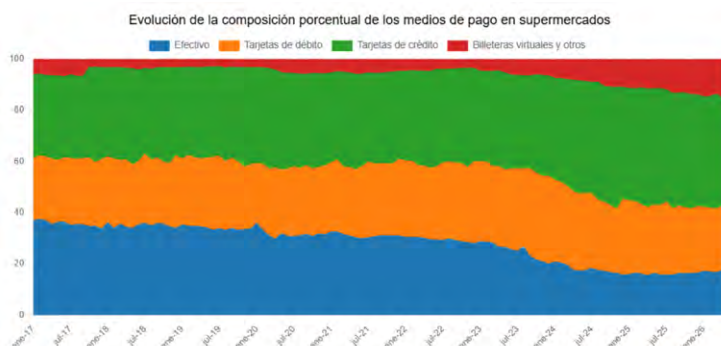
Fuente: elaboración personal en base al ICP-UP.

4.5 Transformaciones en los medios de pago: financiar la cotidianeidad

La reconfiguración del consumo argentino no se expresa únicamente en qué consumen los hogares, sino también en la forma en que financian ese consumo.

Uno de los cambios más relevantes observados en los últimos diez años hasta 2026 fue la creciente utilización de instrumentos de crédito para financiar gastos corrientes de consumo masivo. Las tarjetas de crédito, tradicionalmente asociadas a la adquisición de bienes durables o consumos extraordinarios, comenzaron a utilizarse cada vez más para la compra de alimentos, productos de higiene y artículos de primera necesidad.

Gráfico 7: Evolución de la composición porcentual de los medios de pago en supermercados



Fuente: elaboración personal en base a INDEC.

La composición de los medios de pago utilizados en supermercados entre 2018 y 2026 merece un análisis aparte. El efectivo fue el medio que más participación perdió: pasó de representar el 33,8% de las ventas al inicio del período al 16,6% al final de la serie, reduciendo prácticamente a la mitad su peso relativo. En sentido contrario, las billeteras virtuales y otros medios de pago digitales registraron el mayor crecimiento, al pasar del 3,3% al 13,7% de las operaciones, lo que implica que cuadruplicaron su participación en poco más de ocho años. Esta evolución refleja el avance de la digitalización de los pagos y la consolidación de nuevas herramientas financieras en los hábitos de consumo de los hogares.

Al mismo tiempo, las tarjetas de débito mostraron una leve pérdida de participación, al descender del 27,1% al 24,8%, mientras que las tarjetas de crédito incrementaron su peso desde el 35,8% hasta el 44,9% del total y se consolidó como el principal medio de pago en estos comercios.

Analizados en conjunto, los cambios sugieren una transformación en las estrategias de financiamiento del consumo: además del reemplazo progresivo del efectivo por medios digitales, se observa un menor uso de instrumentos asociados al dinero disponible al momento de la compra —como el efectivo y, en menor medida, el débito— y una mayor utilización de mecanismos que permiten diferir el pago, como las tarjetas de crédito y algunas billeteras virtuales, que ofrecen ahorros mediante una batería de promociones, como descuentos, topes de reintegro, cupones, etc. Este comportamiento resulta consistente con un contexto en el que los hogares buscan administrar con mayor flexibilidad sus gastos cotidianos.

Este fenómeno resulta particularmente significativo porque modifica la función original del endeudamiento de los hogares.

Durante períodos de estabilidad económica, el crédito suele utilizarse para anticipar consumos futuros o financiar inversiones familiares. En contextos de caída del ingreso real, en cambio, se convierte en un mecanismo de sostenimiento del consumo presente. La financiación deja de servir para ampliar posibilidades y comienza a utilizarse para preservar niveles mínimos de bienestar.

La creciente morosidad observada en el sistema financiero durante 2026 sugiere que este mecanismo comenzó a mostrar señales de agotamiento. En este sentido, los datos ofrecidos por el Centro de Economía Política Argentina (CEPA) en mayo de 2026, revelaron que alrededor de 5,8 millones de personas no pudieron pagar regularmente sus deudas. Es decir, poco más de un cuarto de los 20,9 millones de deudores registrados en el país presentó algún tipo de irregularidad, mientras que la mora del crédito otorgado a las familias alcanzó el 15,3%.

Desde la perspectiva de Bauman (2007), este proceso puede interpretarse como la tensión entre una identidad construida alrededor de la capacidad de consumir y unas condiciones materiales que limitan cada vez más esa posibilidad. Los hogares intentan sostener formas de vida consideradas normales aun cuando los recursos disponibles resultan insuficientes para hacerlo.

Paralelamente, también se modificó la estructura de las compras. Los consumidores abandonaron progresivamente las adquisiciones mensuales o de acopio para adoptar estrategias de microcompra. La compra del mes fue reemplazada por adquisiciones más pequeñas, más frecuentes y fuertemente condicionadas por promociones, descuentos y oportunidades puntuales.

En abril de 2026, el ticket promedio en supermercados aumentó 26,9% respecto del mismo mes del año anterior. Sin embargo, en ese mismo período, los precios al consumidor (IPC) crecieron 32,4%. Esto implica que el valor promedio de cada compra perdió alrededor de 5,5% en términos reales. En otras palabras, el monto gastado por visita al supermercado creció menos que los precios, lo que sugiere que, en promedio, los hogares están realizando compras de menor valor real. Este comportamiento es consistente con una estrategia de consumo más cautelosa. En lugar de realizar compras grandes para abastecerse, los hogares parecen estar reduciendo el tamaño de cada compra, priorizando los productos esenciales y administrando el gasto de manera más ajustada.

La lógica de administración del presupuesto cambió. El objetivo ya no es maximizar volumen sino administrar liquidez. Este comportamiento revela una nueva racionalidad económica caracterizada por la incertidumbre. En lugar de planificar consumos de mediano plazo, los hogares adoptan decisiones cada vez más fragmentadas y orientadas al corto plazo.

5. Discusión

5.1 Estrategias de consumo de los hogares: una síntesis

Las transformaciones descritas hasta aquí —el ajuste selectivo entre bienes durables, la sustitución dentro de la canasta cárnica, el reemplazo del efectivo por medios de pago que permiten diferir el gasto y la fragmentación de las compras en adquisiciones más pequeñas y frecuentes— no deben leerse como fenómenos independientes, sino como expresiones de un mismo repertorio de estrategias de consumo desplegado por los hogares argentinos entre 2025 y 2026. Se trata de estrategias de preservación (sostener determinados bienes de alto valor simbólico), de sustitución (reemplazar bienes o marcas por alternativas de menor costo relativo sin resignar la práctica), de financiamiento (recorrir al crédito para sostener el consumo presente) y de administración de liquidez (fraccionar las compras para ganar flexibilidad frente a la incertidumbre). Estas cuatro lógicas no son mutuamente excluyentes: un mismo hogar puede desplegar simultáneamente una estrategia de preservación en el rubro alimentario y una estrategia de sustitución en el rubro cárnico, financiando ambas mediante tarjeta de crédito y fraccionando sus compras semanalmente. Es precisamente esta combinatoria la que explica por qué los indicadores agregados —que promedian comportamientos heterogéneos— resultan insuficientes para captar la complejidad del ajuste.

5.2 Estrategias empresariales frente a un consumidor fragmentado

Frente a este repertorio de estrategias desplegado por los hogares, las empresas debieron reformular también sus propias estrategias comerciales. La literatura sobre comportamiento de consumo en contextos recesivos ofrece un marco útil para interpretar estas respuestas: Quelch y Jocz sostienen que, ante una caída generalizada del ingreso, los consumidores no reaccionan de manera uniforme sino que se distribuyen en distintos segmentos según su disposición a recortar gasto, y que las firmas exitosas son las que ajustan su oferta a esa heterogeneidad en lugar de aplicar recortes indiscriminados, ya que la reducción de precios y la postergación de inversiones suelen ser la respuesta automática de las empresas ante la caída de ventas. Esta perspectiva permite leer las cuatro transformaciones observadas en el mercado argentino no como tácticas aisladas sino como un intento de las firmas por adaptarse a un consumidor cuya capacidad y disposición de gasto se volvió crecientemente desigual.

La primera respuesta observable fue la creciente importancia de la asequibilidad como atributo competitivo. Ante consumidores con menor capacidad de desembolso, numerosas compañías comenzaron a desarrollar presentaciones más pequeñas, formatos reducidos y envases adaptados a presupuestos diarios. Más que una estrategia orientada exclusivamente al precio, se trata de una estrategia orientada al acceso: siguiendo la distinción que proponen Quelch y Jocz entre los distintos perfiles de consumidor recesivo, esta táctica apunta especialmente a los segmentos más golpeados, para quienes la variable determinante no es la calidad relativa del producto sino la posibilidad concreta de seguir comprándolo.

En segundo lugar, se consolidó un esquema de portafolios duales donde conviven marcas premium con líneas de valor. Las empresas procuran preservar el posicionamiento de sus marcas principales al tiempo que desarrollan alternativas adaptadas a consumidores que priorizan precio por sobre otros atributos. Este comportamiento puede vincularse con lo que Silverstein y Fiske describieron para el mercado estadounidense como una lógica de “trading up / trading down”: los consumidores no abandonan homogéneamente el consumo premium, sino que concentran gasto adicional en determinadas categorías cargadas de valor simbólico mientras recortan agresivamente en otras. Trasladada al caso argentino, esta lógica sugiere que los portafolios duales no son solo una respuesta defensiva de las empresas, sino el correlato comercial de la misma estrategia de preservación selectiva que Bourdieu permite explicar del lado de los hogares.

Una tercera transformación aparece en los canales de comercialización. La fragmentación de las compras favoreció el crecimiento relativo de formatos de proximidad y de establecimientos orientados al descuento. La lógica de abastecimiento masivo pierde relevancia frente a modalidades más flexibles y cercanas al consumidor, en línea con lo que Kotler y Caslione caracterizaron como estrategias de “gestión del caos”: frente a la incertidumbre económica, las firmas privilegian estructuras de distribución más ágiles y capaces de ajustarse rápidamente a cambios en la demanda, en detrimento de modelos de escala que suponen previsibilidad en el volumen de ventas.

Finalmente, la promoción pasó a ocupar un lugar central dentro de las estrategias

comerciales. En muchos casos, el precio efectivo percibido por el consumidor depende más de descuentos, reintegros o acuerdos financieros que del precio de lista tradicional. La gestión comercial comienza así a integrarse crecientemente con la gestión financiera, un fenómeno que profundiza la tendencia señalada por Quelch y Jocz según la cual, en contextos recesivos, las empresas trasladan cada vez más presupuesto hacia herramientas promocionales de resultado inmediato y verificable, en detrimento de inversiones de construcción de marca a largo plazo.

En conjunto, estas cuatro respuestas —asequibilidad, portafolios duales, canales de proximidad y centralidad promocional— muestran que las empresas no solo reaccionan a la caída del consumo, sino que reproducen a su manera la misma heterogeneidad y fragmentación que caracteriza las estrategias de los hogares, consolidando así una relación de espejo entre las lógicas de ajuste de la oferta y la demanda.

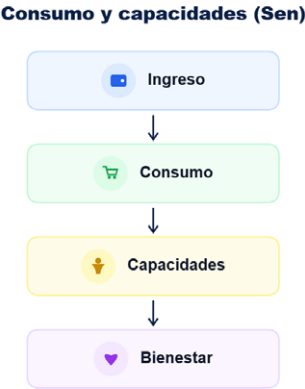
5.3 Consumo y bienestar: una interpretación desde el enfoque de capacidades

El análisis precedente permite avanzar hacia una discusión más amplia sobre bienestar. La economía tradicional suele interpretar la evolución del consumo como un indicador aproximado del bienestar material. Sin embargo, el enfoque de capacidades desarrollado por Amartya Sen propone una perspectiva más amplia.

Para Sen, el bienestar no depende únicamente de la cantidad de bienes disponibles sino de las libertades efectivas que poseen las personas para vivir la vida que consideran valiosa.

Esta lectura encuentra un respaldo metodológico en el Informe de la Comisión sobre la Medición del Desarrollo Económico y del Progreso Social, coordinada por Stiglitz, Sen y Fitoussi (2009), que advirtió sobre las limitaciones del PBI y de los agregados de producción como indicadores del bienestar social. La Comisión recomendó, en particular, privilegiar la perspectiva de los hogares —el ingreso y el consumo real percibidos, y no solo la producción agregada— y prestar atención prioritaria a la distribución de esos indicadores por sobre sus promedios, dado que un mismo crecimiento agregado puede convivir con pérdidas de bienestar muy desiguales entre grupos sociales. Estas dos recomendaciones son consistentes con el diseño metodológico adoptado en este artículo: la desagregación del ICP-UP por categorías de consumo y por quintiles de ingreso no es un mero refinamiento estadístico, sino la vía que permite advertir que la evolución del bienestar de los hogares argentinos no siempre se corresponde con la de los indicadores macroeconómicos agregados, y que la heterogeneidad observada entre categorías de consumo y grupos sociales constituye, en sí misma, la información sustantiva para evaluar el impacto real de la contracción sobre la calidad de vida.

Gráfico 8: Consumo y capacidades (Sen)



Fuente: elaboración personal.

Esta interpretación puede enriquecerse incorporando los aportes de Douglas e Isherwood (1996) y Appadurai (1986). Si los bienes funcionan como mecanismos de comunicación social y portadores de significados culturales, las restricciones sobre el consumo afectan dimensiones que trascienden la utilidad económica. La pérdida de acceso a determinados consumos limita también las posibilidades de participar plenamente en la vida social y cultural, ya que los bienes constituyen herramientas a través de las cuales las personas construyen vínculos, expresan pertenencias y organizan sus relaciones con otros actores de la sociedad.

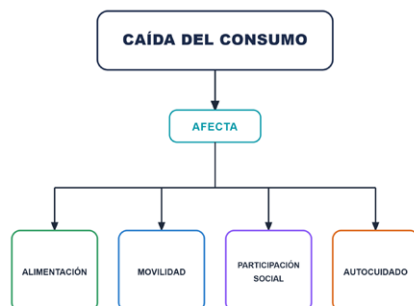
Desde esta perspectiva, la reducción del consumo masivo no implica únicamente una disminución de los niveles de gasto de los hogares. También representa una restricción de las oportunidades de integración social. Cuando determinadas prácticas de consumo dejan de ser accesibles para amplios sectores de la población, se modifican las formas de participación en espacios culturalmente valorados y se reducen las capacidades efectivas para sostener estilos de vida previamente considerados normales.

Por su parte, Appadurai (1986) plantea que las mercancías poseen una vida social propia y que sus significados se construyen en función de los contextos donde circulan. Los procesos de sustitución observados durante períodos de crisis económica no constituyen únicamente decisiones racionales orientadas por restricciones presupuestarias. También implican una resignificación cultural de los bienes y de sus funciones sociales. Los hogares no sólo ajustan presupuestos; redefinen qué consumos consideran indispensables para preservar su identidad, sus aspiraciones y su posición relativa dentro del espacio social.

En este sentido, la fragmentación del consumo observada en Argentina entre 2025 y 2026 puede interpretarse como una doble pérdida de capacidades: una reducción de las posibilidades materiales de acceder a determinados bienes y una disminución de las

oportunidades de participar en prácticas sociales y culturales asociadas al bienestar.

Gráfico 9: consecuencias en la caída del consumo



Fuente: elaboración personal.

Desde esta mirada, la caída del consumo observada durante el período 2025-2026 no representa solamente una reducción de gasto agregado. Cuando los hogares modifican involuntariamente sus patrones alimentarios, utilizan deuda para financiar bienes esenciales o restringen actividades que forman parte de su vida cotidiana, lo que se reduce no son únicamente sus niveles de consumo, sino también sus capacidades. La libertad de elegir cómo alimentarse, cómo desplazarse o cómo participar de determinadas prácticas sociales comienza a verse limitada por restricciones económicas crecientes.

En consecuencia, la heterogeneidad del consumo observada en Argentina puede interpretarse como una manifestación de una pérdida más amplia de bienestar social. No todos los consumos poseen el mismo significado. Algunos expresan diferenciación social, otros satisfacen necesidades básicas y otros permiten participar de formas culturalmente legitimadas de vida cotidiana. Cuando estas dimensiones se ven afectadas simultáneamente, la contracción económica trasciende la esfera del mercado e impacta directamente sobre la calidad de vida.

6. Conclusiones

La orientación sociológica que este artículo propone permite ir más allá de los promedios estadísticos y de las interpretaciones puramente económicas. Con Bourdieu (1988) comprendemos que el consumo constituye una práctica de distinción que contribuye a reproducir posiciones dentro del espacio social. Con Bauman (2007) observamos cómo el consumo se convierte en un componente central de la identidad individual y de la inclusión social. Con Veblen (2005) entendemos la persistencia diferencial de determinados bienes visibles asociados a mecanismos de señalización de estatus. Con Douglas e Isherwood reconocemos que los bienes funcionan como sistemas de comunicación social y cultural. Con Appadurai comprendemos que las mercancías no poseen significados fijos, sino que

adquieren valor a través de los contextos sociales en los que circulan. Con Featherstone (1991) observamos que el consumo constituye una forma de participación cultural. Finalmente, con Sen entendemos que la capacidad de consumir determinados bienes y servicios forma parte de las libertades efectivas que permiten a las personas desarrollar los modos de vida que consideran valiosos.

Desde esta perspectiva integrada, la caída del consumo privado observada durante el período 2025-2026 no puede interpretarse únicamente como un fenómeno económico. Representa también una transformación de los mecanismos de integración social, de las estrategias de distinción, de las prácticas culturales y de las capacidades que sostienen el bienestar individual y colectivo.

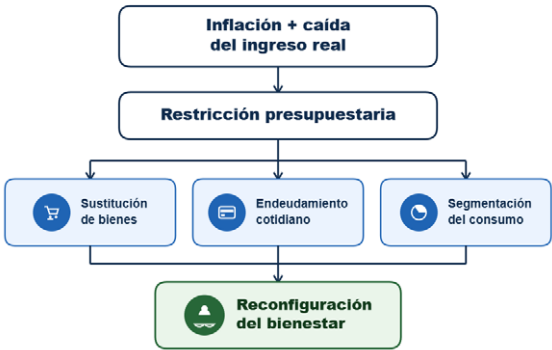
Los resultados analizados permiten sostener que la evolución reciente del consumo argentino no puede comprenderse únicamente a partir de indicadores agregados.

La evidencia aportada por el ICP-UP muestra que la contracción del consumo privado convivió con procesos de recomposición interna, sustitución de bienes y servicios, cambios en las estrategias de financiamiento y transformaciones en los criterios de compra de los hogares.

Las perspectivas de Bourdieu, Bauman, Veblen y Featherstone permiten interpretar estos fenómenos como expresiones de una misma dinámica: la reorganización de las prácticas de consumo bajo condiciones crecientes de restricción económica.

El consumo masivo en retroceso, la persistencia selectiva de ciertos bienes durables, la utilización del crédito para financiar la cotidianeidad y la redefinición de hábitos históricamente consolidados no constituyen fenómenos aislados. Expresan distintas manifestaciones de un proceso que afecta simultáneamente dimensiones económicas, culturales y simbólicas del bienestar.

Gráfico 10. Modelo conceptual de reconfiguración del consumo



Fuente: elaboración personal.

Para las empresas, estas transformaciones implican la necesidad de comprender un mercado crecientemente fragmentado y heterogéneo. Y para la academia, refuerzan la importancia de complementar los indicadores agregados con enfoques capaces de captar las múltiples velocidades y significados que caracterizan las prácticas contemporáneas de consumo.

En definitiva, la Argentina reciente ofrece un caso particularmente ilustrativo de cómo los procesos económicos reconfiguran no sólo la capacidad de gasto de los hogares, sino también sus mecanismos de distinción, sus estrategias de adaptación y sus posibilidades de participación en la vida social.

Referencias bibliográficas

- Appadurai, A. (Ed.). (1986). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus. (Trabajo original publicado en 1979).
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1996). *The world of goods: Towards an anthropology of consumption*. Routledge. (Trabajo original publicado en 1979).
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. Sage Publications.
- Kotler, P., & Caslione, J. A. (2009). *Chaotics: The Business of Managing and Marketing in the Age of Turbulence*. AMACOM.
- Quelch, J. A., & Jocz, K. E. (2009). "How to Market in a Downturn." *Harvard Business Review*, 87(4), 52-62.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- Silverstein, M. J., & Fiske, N. (2003). *Trading Up: The New American Luxury*. Portfolio.
- Stiglitz, J. E., Sen, A., & Fitoussi, J.-P. (2009). *Informe de la Comisión sobre la Medición del Desarrollo Económico y del Progreso Social*. https://www.palermo.edu/Archivos_content/2015/derecho/pobreza_multidimensional/bibliografia/Biblio_adic5.pdf
- Veblen, T. (2005). *Teoría de la clase ociosa*. Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 1899).

Referencias metodológicas

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología*

de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill.

Fuentes estadísticas y económicas

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2026). *Encuesta de supermercados*. Buenos Aires: INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2026). *Encuesta de autoservicios mayoristas*. Buenos Aires: INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2026). *Estimador mensual de actividad económica (EMAE)*. Buenos Aires: INDEC.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2026). *Índice de precios al consumidor (IPC)*. Buenos Aires: INDEC.

Universidad de Palermo. (2026). *Índice de Consumo Privado de la Universidad de Palermo (ICP-UP)*. Facultad de Negocios, Universidad de Palermo.

Fuentes sectoriales

Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA). (2026). *Informe mensual de patentamientos de vehículos*. Buenos Aires.

Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA). (2026). *Informe sectorial de motovehículos*. Buenos Aires.

Cámara de la Industria y Comercio de Carnes y Derivados de la República Argentina (CICCRA). (2026). *Informe económico mensual*. Buenos Aires.

Banco Central de la República Argentina (BCRA). (2026). *Informe sobre bancos y desempeño del sistema financiero*. Buenos Aires.

Banco Central de la República Argentina (BCRA). (2026). *Informe monetario mensual*. Buenos Aires.

Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina. (2026, 21 de abril). *Composición de precios – Abril 2026*. Fundación FADA

Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina. (2026, junio). *Resumen de precios al consumidor y de la cadena de ganados y carnes. Junio de 2026*. IPCVA. https://uploads.admin.web.kode.ar/ipcva/JUN26%20Resumen_compressed.pdf