

Almaceneros alertan sobre algunos aumentos en alimentos y piden que el consumidor tenga en cuenta el precio a la hora de elegir

06/05/2025



Apenas se eliminaron las restricciones cambiarias, el 14 de abril el dólar oficial se encareció en un 12%, un porcentaje que las alimenticias y fabricantes de artículos de limpieza e higiene quisieron trasladar a sus productos. Hasta que algunos supermercados, almaceneros y mayoristas se resistieron a aceptar ese nivel de aumento y se armó la polémica.

Para conocer el panorama actual, FM Vos 94.5 entrevistó a Fernando Sapore, vicepresidente de la Federación de Almaceneros de la República Argentina.

«Este tema ya comenzó en marzo, en ese mismo mes las grandes empresas ya habían aplicado actualizaciones en las listas de

precios. De un modo u otro, es como que se anticiparon a lo que iba a ocurrir. Esa actualización de los precios en las listas continuó hasta la primera semana de abril, hasta que tras la salida del cepo todo más o menos se fue estabilizando», comentó Fernando Savore apenas comenzó el reportaje.

Consultado sobre los productos que más han aumentado, Savore señaló al sector lácteo. «Los lácteos han aumentado un 2,5 % en lo que va de abril, mientras que el mes anterior tuvo una suba de 2,9 % y así sucesivamente. Creo que ya llegamos al 10% de incremento», precisó, aunque no pudo especificar las razones detrás de estas subidas más allá de las explicaciones recurrentes de las empresas sobre logística y transporte.

Luego, señaló que el impacto de estos aumentos se ve directamente reflejado en el consumo. «Un sachet de leche sale 1.500 pesos, si uno tiene dos niños son 3.000 pesos por día, casi 100.000 pesos al mes. A eso hay que sumarle el yogur, el postrecito, que ya no se vende más», ejemplificó Savore, evidenciando una caída importante en la demanda de productos esenciales.

En ese sentido, el entrevistado describió el último abril como un mes muy difícil o de poca venta. «A pesar de que abril suele ser un mes de repunte tras los meses de enero a marzo, estuvimos muy bajos en cuanto a ventas. El problema que debemos afrontar los costos operativos igual, tenemos que pagar la luz, los impuestos y el alquiler», subrayó.

Por otra parte, Savore celebró la postura de mayoristas y supermercados que se negaron a convalidar nuevas listas de precios tras la salida del cepo. «Ha sido una muy buena señal esa. Ojalá hubiese sido así siempre. Hacía mucho que no se veía un bloque, digamos, tanto de supermercadistas como de mayoristas que se les plantaran a los fabricantes y le dijeran, no, mirá, no te voy a recibir listas de precios nuevas», destacó.

Sin embargo, recordó que el consumidor final juega un rol fundamental. «El consumidor es el que realmente convalida o no los precios. Esto ya viene sucediendo desde hace bastante

tiempo, si el valor de un producto es caro la gente no lo compra por más de que se trate de una marca conocida. De hecho, hay marcas que se están cayendo de la góndola de nuestros negocios y están siendo reemplazadas por las empresas pymes», concluyó Savore, anticipando posibles cambios en las preferencias de los consumidores ante los aumentos sostenidos.