

Almaceneros bonaerenses señalaron que “el consumo sigue deprimido”

18/04/2025



Fernando Savore, presidente de la Federación de Almaceneros de la provincia de Buenos Aires, señaló que si bien al inicio de la semana no hubo aumento de precios, marzo fue «tremendo» en cuanto a incrementos, con repercusiones en la primera semana de abril, y afirmó que el consumo sigue deprimido.

Savore consideró que estos aumentos ya habían sido calculados por los «grandes monopolios o oligopolios».

El comerciante consideró que el consumo sigue “deprimido” y reveló que en una encuesta informal entre sus clientes de confianza encontró que, después de cubrir gastos esenciales, les queda aproximadamente un «40%» de sus ingresos para el resto del mes.

En este contexto, Savore sostuvo que «todo aumento en un bolsillo tan sensible es la última gota que derrama el vaso».

Un cambio significativo es el paso de los consumidores de las primeras marcas a la “marca pyme”.

Como ejemplo, mencionó que un pan lactal de primera marca se vende alrededor de \$ 5.000, mientras que opciones de empresas pyme se ofrecen a \$ 2.200.

Esta tendencia se observa en otros productos como galletitas, fideos y mermeladas. La cantidad de pan lactal de primera marca que vende es menor en comparación con las marcas pyme, lo que refleja la disposición limitada del público a pagar precios más altos.

Savore comentó sobre una empresa de gaseosas que decidió «bajar el precio de la gaseosa, la de 2 L para vender en \$ 2.000 pesos».

Sin embargo, indicó que el “el primer reflejo no es competir, el primer reflejo es aumentar”.

A pesar de esto, Savore enfatizó que “el último que tiene la palabra es el consumidor”, quien decide qué comprar.