

Almaceneros en alerta: estrategias de cercanía y rotación para sostener las ventas en un consumo que se achica

10/03/2026



El escenario del consumo masivo en la Argentina atraviesa una transformación profunda. Tras un inicio de año marcado por remarcaciones que el sector almacenero califica como abusivas, la realidad del bolsillo ha impuesto un nuevo paradigma: el fin de las compras mensuales de stock y el auge de las segundas marcas. **Fernando Savore, vicepresidente de la Confederación General Almacenera**, describe un mercado donde las grandes empresas ensayan promociones agresivas para recuperar ventas perdidas, mientras los negocios de proximidad se reconvierten para sostener el ticket diario.

Un verano de aumentos bajo la lupa

Para el referente de los almaceneros, los incrementos registrados en el primer bimestre del año no siempre encontraron una justificación clara en los costos, lo que generó una reacción inmediata en el punto de venta. **«Enero fue un mes de aumentos innecesarios. Tuvimos subas en lácteos, productos secos, limpieza y fiambres; literalmente no se salvó nada. Cuando uno habla con las empresas, dan tantas razones que uno les termina pidiendo el CBU para prestarles plata, ya no se les cree»**, declaró Savore irónicamente a FM Vos 94.5.

“Es cierto que el combustible subió, pero ellos siempre toman el pico más alto para referenciar todos sus precios. Sin embargo, el que valida o no es el consumidor: hoy una señora ve el precio de una gaseosa de primera marca a 5.000 pesos y elige una PyME de 2.000 pesos. Las diferencias son notables y la gente ya no paga estupideces», expresó al respecto.

El fin del stockeo y el avance de la «compra hormiga»

La dinámica de los hogares ha cambiado. El tradicional **«llenado de changuito»** a principio de mes ha cedido paso a una planificación mucho más quirúrgica y diaria, lo que obliga a los comerciantes a rotar la mercadería con márgenes mínimos.

«Ese furor por la compra quincenal o mensual se terminó. La gente se dio cuenta de que ya no es necesario salir corriendo apenas cobra, porque la inflación ya no crece al 1,5% diario como vivimos en otros momentos. Hoy nuestros depósitos están prácticamente vacíos porque reponemos para diez días; lo que importa es la rotación», explicó el vicepresidente de la Confederación General Almacenera.

«Tenemos muchísima ‘compra hormiga’, pero la frecuencia es alta. Al final del día, el dinero recaudado es similar, pero la cantidad de tickets ha cambiado una barbaridad. El cliente selecciona mejor y cuida cada peso», comentó.



. Fernando Savore, vicepresidente de la Confederación General Almacenera, dialogó al respecto

El «bumerán» de los precios y las promociones

La reacción de las marcas ante la falta de ventas se ha vuelto evidente en los últimos días del mes. **«Al finalizar febrero, los preventistas empezaron a venir con promociones de un 20% o 30% de descuento para incentivar la compra porque no llegaban a cubrir sus cuotas. Mi discusión con las empresas es simple: ¿por qué suben para después bajar? Si hoy me pueden hacer una rebaja de ese tipo, significa que antes me estaban cobrando de más»**, analizó Savore.

«Ellos tiran de la cuerda y después tienen que volver para atrás porque el mercado no convalida», aseveró. Frente a este escenario, los comercios de proximidad han adoptado nuevas estrategias de supervivencia para no perder el flujo de clientes. «Nuestra apuesta actual es poner el mínimo margen posible para que la mercadería rote rápido. El costo del negocio es una realidad, hay que pagar la luz y los impuestos que han subido mucho, pero tratamos de ver hasta dónde podemos llegar con buenos precios», destacó el entrevistado.

Importaciones y paridad regional

Pese a la apertura comercial, el ingreso de productos extranjeros en el rubro alimenticio aún no impacta en las góndolas de los barrios, principalmente por una cuestión de costos y competitividad. **«Productos importados comestibles prácticamente no hemos visto. En los mayoristas hay, por ejemplo, fideos italianos, pero tienen un costo de 4.000 pesos. ¿A quién le voy a vender un fideo a 5.000 pesos cuando uno nacional guisero arranca en los 1.000? Nadie va a pagar esa diferencia por un fideo»**, aseguró Savore.

«Por otro lado, los precios con los países vecinos se han nivelado. Colegas de Paraguay nos visitaron y, calculadora en mano, comprobaron que hoy estamos muy parejos. Ya no existe esa ventaja abismal que hacía que la gente cruzara la frontera masivamente por comida», añadió.

De la especulación al abastecimiento normal

Finalmente, el vicepresidente de la Confederación Almacenera recordó los momentos de escasez reciente como una lección aprendida para el sector y los consumidores. **«Es bueno recordar de dónde veníamos para entender dónde estamos. En este país llegó a faltar aceite, arroz y azúcar; productos que salen de nuestra propia tierra. El faltante creaba especulación y peleas en el mostrador porque teníamos que limitar la venta a una botella por cliente. Hoy el abastecimiento es normal y eso mata la especulación»**, opinó.

«Estamos pasando un momento difícil, tanto el comerciante como el trabajador, por los aumentos en luz, gas e impuestos, pero al menos hemos recuperado la previsibilidad de encontrar la mercadería en la góndola», concluyó.