

Cayó el consumo: la explicación de un mayorista de Mendoza

24/10/2025



El consumo masivo en el país **cayó un 6,3% interanual en septiembre** y un **7,9% respecto a agosto**, según el relevamiento de la consultora **Focus Market**. En Mendoza, para los especialistas, el panorama es similar: las ventas acumularon una baja del **3%**, con un fuerte retroceso en la frecuencia y el volumen.

Los consumidores compran menos y con menor frecuencia: los **tickets cayeron 5,6%** y las **unidades por ticket, 3,5%**, reflejando un cambio de paradigma que golpeó, sobre todo, al comercio minorista.

Para **Rubén David**, responsable de **Oscar David**, el repunte registrado a mitad de año *“ya se perdió”* y se está atravesando un periodo de *“especulación”* teniendo en cuenta el contexto

electoral del próximo 26 de octubre.

*“Entre mayo y julio mejoró un poquito con respecto al trimestre anterior, pero esa mejora se esfumó. **Estamos como en marzo.** La gente está muy cauta, esperando a ver qué pasa. Siempre que las tasas de interés suben mucho, el consumo se restringe, y eso es lo que está pasando”,* señaló en diálogo con *El Sol*.

El empresario describió un escenario de **expectativa política y económica**, donde muchos consumidores postergan decisiones de compra y los comercios ajustan su stock a la baja: *“Estamos tirando para adelante, esperando a ver qué decisiones se toman después del domingo”.*



Por su parte, **Adrián Alin**, presidente de la **Cámara Empresaria de Comercio de Mendoza**, coincidió en que la pérdida del poder adquisitivo es la raíz del problema. *“Esto ya se viene repitiendo hace tiempo. **El consumo ha bajado porque la gente perdió poder adquisitivo.** Un empleado público con un sueldo de 400 mil pesos ya no puede consumir como antes. No hay plata, no hay consumo”,* advirtió.

Alin también dejó en claro que el panorama es particularmente

delicado en los rubros de **indumentaria, calzado y gastronomía**, y que muchos locales ya están haciendo sus últimas estrategias para sobrevivir: *“Mientras no haya plata, no va a repuntar. Este modelo va a generar más cierres de negocios”*.

La situación del e-commerce

Aunque el comercio electrónico muestra un crecimiento récord, su expansión todavía no alcanzó para compensar la caída de las ventas tradicionales. Según la **Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)**, la facturación del sector alcanzó **\$15,3 billones** en el primer semestre de 2025, un **79% más** que en igual período de 2024, superando la inflación interanual del **39,4%**.

Sin embargo, el **ticket promedio subió solo 23%**, muy por debajo del IPC, lo que evidencia que los consumidores **compran más unidades pero de menor valor**.

El presidente de la **Cámara Empresaria** coincidió en que el e-commerce es una herramienta valiosa, pero costosa de sostener.



“Es un valor agregado, pero no todos los productos se pueden comercializar online. Además, implica invertir en marketing digital, lo que para un emprendedor chico es un gasto importante. Muchos comercios se adaptaron después de la pandemia, pero todavía no todos logran hacerlo rentable”, sentenció.

Alimentos resisten, bebidas caen

El informe de **Focus Market** determinó que **los alimentos fueron la única categoría con incremento en facturación**, pasando de **60,2% a 62%**. En cambio, **bebidas, limpieza y cuidado personal** registraron caídas en su participación total.

En términos de volumen (unidades), los alimentos también lideraron, seguidos por artículos de limpieza y cuidado personal; mientras que las **bebidas retrocedieron de 49,7% a 47%**, reflejando una sustitución de productos y marcas por

opciones más económicas.

Fuente: El Sol –
<https://www.elsol.com.ar/mendoza/cayo-el-consumo-la-explicacion-de-un-mayorista-de-mendoza/>