

El comercio mendocino entre la importación desmedida de calzado y la ropa usada, y el freno del consumo

07/06/2026



El escenario comercial en la Ciudad de Mendoza enfrenta un doble desafío que combina el debate por la regulación de las importaciones textiles con una persistente caída en las ventas debido a la contracción del poder adquisitivo. La Cámara Argentina de la Indumentaria impulsó una propuesta para restringir por cinco años las compras en plataformas de comercio electrónico chinas y frenar el ingreso de mercaderías, encendiendo las alarmas en el sector retail.

El presidente de la Cámara Empresaria de Comercio, Industria, Turismo y Servicios de la Ciudad de Mendoza (CECITYS), Adrián Alín, analizó los alcances de esta iniciativa en diálogo con FM Vos 94.5. El dirigente descartó la viabilidad de aplicar prohibiciones absolutas, reclamó reglas de juego igualitarias

frente a las plataformas digitales que no tributan localmente y advirtió sobre los **peligros sanitarios de abrir el mercado a la ropa usada**. Asimismo, trazó una radiografía de la realidad comercial mendocina, marcada por la falta de financiamiento provincial y un consumo que aún no reacciona ante las promociones del Día del Padre.

Regular la competencia y frenar los fardos de ropa usada

Frente al proyecto de la cámara textil nacional para restringir importaciones por un lustro, el empresariado local advierte que el foco debe centrarse en combatir la ilegalidad y garantizar la lealtad comercial. **«No considero que la palabra correcta para este debate sea ‘prohibir’; lo que debemos hacer es adaptar las normas a los tiempos que vivimos y permitir que el comercio local sea verdaderamente competitivo. El espíritu del proyecto que nos llegó a través de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) está dirigido a ordenar el mercado y empezar a tratar el tema bajo parámetros de igualdad. Si se deja el ingreso del exterior al libre albedrío, se terminará de romper la poca industria de indumentaria que le queda a la Argentina. El punto crítico está orientado a lo que es ilegal, como el contrabando de ropa usada»**, apuntó Adrián Alín de entrada.

«Ese mercado ha estado prohibido en el país desde hace años por regulaciones estrictas de salud. Esta mercadería requiere tratamientos especiales y autorizaciones de la ANMAT; no se trata solo de indumentaria, pasa lo mismo con los juguetes, medicamentos o productos eléctricos. No puede ingresar cualquier cosa al país, esto no es el Congo», comparó.

«En Chile, por ejemplo, tienen una montaña de ropa usada acumulada en el desierto de Atacama porque no se puede volcar directamente al consumo sin controles. Exigimos lealtad comercial. Cuando un comerciante mendocino vende una prenda,

paga impuestos y genera empleo formal. Las plataformas chinas no pagan tributos ni dan trabajo acá; la regulación debe exigirles las mismas medidas y cargas que soportamos nosotros», expresó.



El presidente de la Cámara Empresaria de Comercio, Industria, Turismo y Servicios de la Ciudad de Mendoza (CECITYS), Adrián Alín, analizó los alcances de esta iniciativa

La caída del consumo: tarjetas saturadas y falta de efectivo en la calle

La realidad en las principales arterias comerciales de la capital provincial refleja una rápida desaceleración económica que impacta directamente en las decisiones de gasto de las familias. «Este es un proceso que ya veníamos previendo y lamentablemente ya se empezaron a ver locales comerciales vacíos. La transición económica ha sido extremadamente rápida y tiene una causal macroeconómica muy clara: no hay plata en

la calle y, por lo tanto, no hay consumo. Esto no es una cuestión de que el comerciante deba 'adaptarse a los nuevos tiempos'. Cuando se frena la obra pública y se restringen de manera severa los ingresos de los jubilados y de los docentes, se destruye el mercado interno. Existe una enorme incertidumbre en la población, la gente cuida el empleo que tiene y decide no gastar en indumentaria o bienes elásticos», opinó el titular de CECITYS.

«Como consecuencia directa de esa pérdida de poder adquisitivo, las ventas minoristas bajan. Las familias intentaron sostener el nivel de consumo utilizando las tarjetas de crédito y hoy nos encontramos con que los plásticos están saturados y la gente no los puede pagar. Es un circuito financiero que se ha complicado severamente para el eslabón comercial», agregó.

El reclamo histórico por un banco provincial

La ausencia de una entidad financiera pública propia coloca a los comerciantes de Mendoza en una situación de marcada desventaja competitiva frente a los programas de estímulo al consumo y sostenimiento de la actividad que aplican de forma sistemática otras regiones del país. Esta asimetría se traduce de inmediato en una desventaja regional muy concreta: provincias vecinas o de similar escala económica, tales como San Juan, Buenos Aires o Santa Fe, utilizan activamente sus bancas oficiales para apalancar promociones comerciales agresivas, subsidiar tasas de interés y sostener artificialmente el consumo local en momentos de caída de la demanda.

El núcleo del reclamo sectorial apunta a la falta de espalda financiera para contener a las pequeñas y medianas empresas en los momentos más complejos del ciclo económico. **«Mendoza no tiene banca oficial. Siempre hemos reclamado desde el sector**

que sufrimos una competitividad desleal porque no contamos con el respaldo de un banco provincial que acompañe al comercio en los momentos de crisis», apuntó el dirigente empresario Adrián Alín, recordando de forma implícita el vacío institucional que dejó la desaparición de las entidades financieras locales en la década de los noventa.

Frente a esta carencia, el rol del Banco Nación resulta insuficiente para equilibrar la balanza comercial interna. Aunque la entidad de bandera nacional actúa por convenio como agente financiero de la provincia de Mendoza y otorga rebajas marginales de uno o dos puntos en las líneas de crédito destinadas a las pymes, el beneficio no llega al consumidor final. Las tasas definitivas para el financiamiento comercial y las compras con tarjeta de crédito siguen estando prácticamente equiparadas a las del mercado de la banca privada. Bajo esta óptica, se puede llegar a desprender que, sin una banca propia orientada al desarrollo, el comercio mendocino carece de los amortiguadores financieros necesarios para competir en igualdad de condiciones y reactivar el consumo en épocas de recesión.

Expectativas atípicas para el Día del Padre: el bolsillo manda

A pesar de las herramientas financieras implementadas por el gobierno nacional y los sorteos propios de la cámara, el éxito de las fechas comerciales clave queda supeditado a la liquidez del cliente. **«Las herramientas de cuotas sin interés que se vienen alentando a través del sistema financiero de la banca oficial (Banco Nación) todavía no muestran un impacto real en los mostradores. A pesar de esto, el sector comercial sigue siendo optimista por naturaleza. Nos encontramos preparando las campañas para el Día del Padre con altas expectativas y apoyados en promociones locales; lanzamos iniciativas propias desde la CECITYS, como el sorteo de una moto y órdenes de**

compra por 300 mil pesos, para dotar a los pequeños comercios de herramientas competitivas frente a las grandes cadenas», comentó Alín.

«Igualmente, sabemos que este va a ser un mes muy atípico y complejo. Cada entidad bancaria ha salido a ofrecer sus propios descuentos y posibilidades de pago para captar clientes, pero la definición final no dependerá de la cantidad de ofertas que pongamos en las vidrieras, sino de la capacidad real del bolsillo del consumidor para acceder a ese financiamiento. Veremos si al consumidor le da el poder adquisitivo para sumarse a estas promociones», concluyó.