

Kioscos: una crisis entre cierres por el bajo consumo y aperturas impulsadas por la necesidad

06/06/2025



El sector de los kioscos en Argentina enfrenta una crisis silenciosa, marcada por el cierre de miles de establecimientos en el último año, pero también por una ola de nuevas aperturas impulsadas por la falta de empleo. Jerónimo Nanclares, secretario de la Cámara de Kiosqueros Unidos de Mendoza (CKUM), brindó un panorama detallado de la situación, destacando los desafíos que impone la actual economía y la caída del consumo.

En ese sentido, Nanclares confirmó que la noticia sobre el cierre de unos 16.000 kioscos en Argentina durante el último año es real, pero la calificó de un poco amarillista debido al

fenómeno de las nuevas aperturas. «Mucha gente ha perdido su trabajo, cobra un dinerito y ¿Qué hace? se pone un kiosco. Sin embargo, muchos de estos nuevos emprendedores carecen de experiencia en el negocio, lo que sumado a la gran competencia (ya que no hay un control de la cantidad de kioscos por cuadra) y el bajo consumo, lleva a un escenario poco alentador», explicó Nanclares ante los micrófonos de FM Vos 94.5.

El coordinador de la CKUM señaló que el sector está en un proceso de cambio. «Antes, la inflación constante permitía marcar con un porcentaje alto los productos para compensar, pero hoy es necesario cambiar el chip de los kiosqueros y empezar a bajar un poquito los márgenes para activar un poquito el consumo. Esto se dificulta por los servicios, impuestos y demás que están muy elevados. Para lograr una reactivación real del consumo, precisamos que se bajen los impuestos y las tarifas de luz», aseguró.

Uno de los principales problemas que enfrenta el rubro es la caída del consumo, ya que los kioscos no venden productos que son de necesidades básicas. «Las personas se compran un alfajor por gusto y no por necesidad. Lamentablemente, las familias ya no se dan tantos gustos como antes. Incluso acciones cotidianas como tomar un café fuera de casa duele para quien tiene un sueldo. Cada vez la gente se da menos gustos», sentenció.

Nanclares también se refirió a las dinámicas dispares en los precios. Si bien algunas marcas de primera línea de golosinas han tenido que bajar sus precios al haberse excedido, otras, como las gaseosas de primera marca, siguen con incrementos de precios permanente de 6 o 7 puntos cada 30 o 45 días, lo cual resulta incomprensible para el sector. Esta situación ha fortalecido a las segundas marcas, que sí están respetando más la dinámica inflacionaria y bajando sus precios. «Estamos pagando la bebida al doble de lo que sale en Chile», afirmó Nanclares.

En cuanto a los niveles de consumo, el vocero de los kiosqueros mendocinos indicó que, si bien depende mucho de la

zona y el nivel de ingreso, el consumo en general no repunta. «Aunque hay esperanza de una mejora con la llegada de la primavera, el panorama actual es de estancamiento. La gente no está consumiendo porque no le alcanza, esa es la realidad», concluyó.