

# La fiebre por la Selección mueve las ventas en carnes y bebidas y levanta la gastronomía de Mendoza

21/06/2026



La fiebre mundialista moviliza y genera todo un ecosistema comercial que busca aprovecharse de la circunstancia para vender más, para promocionar sus productos, posicionarse o atraer nuevos clientes. El hincha argentino comparte, se reúne, festeja y, por ende, **consume**. En bares, restaurantes, tiendas de bebida, carnicerías, kioscos. Mira los partidos en una pantalla gigante en algún polo comercial o se junta con amigos.

Así se motoriza la **economía en sectores que suelen mostrar síntomas de recesión**, en un contexto económico complejo a nivel consumo. Por ejemplo, el de las carnicerías o el sector gastronómico.

# Asados y picadas

Las juntadas con amigos son comunes. Un grupo de seis personas que se reunió el martes de la semana pasada en el debut de la Selección argentina gastó \$22.500 por cada uno, sumando carne para el asado y fernet con coca. Otro grupo que solo comió asado, sin bebidas alcohólicas, compuesto por cinco personas, gastó \$17.000 por cabeza.

La **situación se palpó** en una **carnicería** de la calle Arístides, donde reconocieron que las ventas vienen creciendo desde el inicio del Mundial y el proceso se vio más significativamente el día del partido de Argentina. *“**Acá tenemos un público de otro poder adquisitivo** y eso cambia mucho. Los turistas y la gente que vive por acá no resigna la compra de asado”*, advirtió el encargado.

La particularidad de que este negocio también tiene **fiambrería**, un rubro que se pone en marcha con el fútbol por la estrecha vinculación de las **picadas** y los partidos. Aseguraron que la tabla armada con fiambres surtidos es el producto que más se vende. Una de aproximadamente de 800 gramos cuesta entre \$25.000 y \$28.000. Con pan comen entre 3 y 4 personas.



*“Vamos a notar la diferencia este lunes (para el segundo partido) porque es un día que siempre está muy planchado en las ventas y se va a vender más”, advirtió. El sábado, cuando Argentina juegue ante Jordania, esperan que las ventas tengan el mismo volumen que este domingo Día del Padre.*

Aunque también parece que el furor mundialista no escapa a la caída en las ventas. Tres trabajadores de una **carnicería de barrio en la Cuarta Sección de Ciudad** aseguraron, en diálogo con *El Sol*, que **esperaban más ventas de las que tuvieron** el martes pasado. La merma en el consumo en los partidos -aseguraron- va en sintonía con la caída general. *“La gente compra, pero no como antes que lo hacía cualquier día de la semana. Ahora compra cortes más baratos, chorizos, milanesas, es lo que más se vende, junto con carne molida”,* señalaron. Según reconocieron, las porciones también se vieron afectadas, porque la gente que antes llevaba un kilo, ahora lleva la mitad.

*“Esperábamos que se fuera a vender más asado pero habremos vendido solo a dos clientes”,* agregaron. *“Tenemos que hacer*

*malabares para vender, tenemos 300 carteles con ofertas pero no se vende", expusieron.*

## **La bebida como compañía del asado**

El encargado de una reconocida **tienda de bebidas** con muchas sucursales en la provincia reconoció que los días de partido **crecen las ventas entre un 20 y un 25%**. De hecho, los *match day* les demandan una planificación especial del personal, por ejemplo, **incorporan un empleado** más en un turno específico. Una situación que sucede también cuando **Boca y River** juegan por copas internacionales o **Independiente Rivadavia** juega de local.

Sobre los productos de mayor consumo, **el fernet sigue siendo el favorito** a pesar de sus incrementos de precios. *"Un día de partido puedo llegar a vender entre seis y siete cajas"*, indicó. La promoción de la marca insignia con la gaseosa cola cuesta en ese local \$18.400. Si en cada caja hay seis unidades, son más de \$670.000 ese día.

Aun así, **el Mundial ha puesto en juego promociones especiales**. Por ejemplo, una incluye dos vinos gama media, seis latas de cerveza de una marca belga y un combo de fernet por \$47.900. Hay una más económica de dos vinos de entrada de gama, con seis cervezas de la marca sanrafaelina y un combo de fernet a \$27.900.

La responsable de un local de otra reconocida marca de expendio de bebidas alcohólicas, de las más importantes del país, ratificó el favoritismo del fernet, aunque relativizó que las ventas sean mucho más impactantes. Sí notó que se incrementa la cantidad de pedidos por plataformas de delivery. Las promociones no incluyen fernet. Por ejemplo, un vodka importado con cuatro energizantes por \$35.900, o un vodka nacional con seis tónicas a \$28.900.

# Los bares con pantalla grande, un clásico

Arístides y Juan B. Justo, los dos principales polos gastronómicos y de bares de la provincia, tienen comercios adheridos a una promoción por el Mundial que impulsa el Gobierno de la Provincia y la Municipalidad de Ciudad. Pero los locales que no adhirieron tienen su propia estrategia para atraer clientes: **pantallas gigantes, decoración y promociones.**



La encargada de un **tradicional bar vinculado a la pasión del hincha en Arístides** aseguró que las ventas se mantienen más o menos en los mismos volúmenes que siempre, solo que sí advierte más movimiento. Considera que, de avanzar Argentina en el Mundial, la tendencia puede mejorar y de hecho tiene expectativas de que eso suceda. Afirmó que lo que más se ven son grupos de amigos viendo el partido, de entre 25 y 40 años.



Una **cervecería tradicional de ese polo gastronómico** no tiene promociones, trabaja a la carta pero decidió estirar el happy hour. El encargado contó: *“El martes hubo más gente, porque no es habitual que tengas muchos cubiertos, pero cuando juega Argentina impacta. Hace pocas semanas abrimos al mediodía con una persona en la cocina y uno en salón, pero este lunes ya sabemos que vamos a necesitar 2 y 2”*. Como en el bar anterior, saben que si Argentina avanza la situación será más notoria.

No sólo hay furor por la celeste y blanca. En otro **bar emblemático**, su responsable contó que no es la Selección argentina la que más clientes le lleva, sino los partidos de los otros equipos. *“Se llenó el miércoles con Colombia, el jueves, el viernes también con Brasil”*, contó. *“Estamos muy en temporada baja y el impacto se ve en los días de semana, cuando antes no vendíamos prácticamente nada y ahora está más movido. También pasa mucho durante los partidos de Independiente Rivadavia”*, señaló.

**Hay promociones muy particulares.** En un bar, si una persona acude antes del inicio de un partido que proyectan, y en el momento del pedido notifica por cuál equipo simpatiza, **la caja le hará un descuento del 2% por cada gol** que ese equipo convierta. Es decir, si este sábado una persona almorzó a las 13:30 y comunicó hinchar por Países Bajos ante Suecia, el triunfo de los neerlandeses por 5 a 1 les facilitó un

descuento del 10%. Rige para la totalidad de la cuenta, aún si deciden quedarse a beber algo pospartido. **Una promoción que no es válida para los encuentros de Argentina.**



En ese mismo local no abren los lunes al mediodía, pero sí lo harán en esta ocasión cuando la Scaloneta enfrente pasado el mediodía a Austria.

En la cartelera de la calle se pueden ver muchas **promociones exclusivas del Mundial**. Una popular pizzería vende una mozzarella más cerveza de litro mendocina a \$25.000, y unas papas ginger más dos chop de cerveza belga por \$30.000.



PROMO  
Mundial!  
MUZZA  
+  
Andes 1L  
\$25000

PAPAS GINGGER  
+  
2 CHOP  
STELLA  
\$30.000

Fuente: [elsol.com.ar/](http://elsol.com.ar/)