

Nueva caída del consumo masivo en abril

27/05/2026



El consumo masivo en abril bajó un 3,8% en forma interanual y un 4,7% con respecto a marzo, según un estudio privado. De esta forma, en el acumulado del primer cuatrimestre del año, el indicador de volumen para el total de canales de comercialización se ubica en un -3,3%.

Los datos surgen del último relevamiento de la consultora Scentia. La entidad procesa información de más de 8.000 puntos de venta en todo el país a través de sistemas de scanning para su elaboración.

Al analizar el desempeño por canales de venta, los supermercados de cadena sufrieron una baja del 4,5% interanual y los autoservicios independientes retrocedieron un 3%.

El sector mayorista también registró una caída del 4,5%, mientras que el canal de kioscos y comercios tradicionales (K+T) marcó un descenso del 4,8%. En contraste, el e-commerce creció un 40,4%.

El Gobierno se apoya en la mutación del consumo hacia los canales digitales, pero este segmento aún sigue siendo una proporción menor en el caso de las compras de bienes masivos.

Por su parte, las farmacias presentaron una variación positiva del 0,1% y, en el desglose por categorías de productos, la canasta de alimentación cayó un 3,6%.

Las mermas se localizaron en los rubros de "Impulsivos", con un -12,0%, seguidos por "Perecederos" con un -7,8% y "Desayuno y Merienda" con un -7,6%.

Por el contrario, el rubro de bebidas con alcohol aumentó un 6,7% y las bebidas sin alcohol un 4,0%.

Fuente: Ámbito Financiero.