

# Precios: los alimentos que más subieron y más bajaron en Mendoza

31/05/2024



Mucha preocupación se observa en el sector empresarial de Mendoza, ya que pese a la **desaceleración inflacionaria** registrada en el último mes, que trajo aparejada una importante **caída de los precios**, **el consumo de alimentos no deja de derrumbarse**. Este fenómeno provocó que en las góndolas varios productos se comenzaran a comercializar más baratos. Especialmente se ofrecen promociones en **bebidas, aguas y lácteos**, que enfrentan riesgos de vencimiento debido a la falta de ventas.

“En abril se registró una caída de ventas de todas las

**categorías.** No hubo una sola que se haya posicionado o haya salido ileso y eso fue muy preocupante para el sector”, explicó el referente de una importante cadena de supermercado nacional con presencia local.

A la hora de dar cuenta sobre los productos que más han tenido que disminuir sus precios, el empresario dijo: **“Lo que más está bajando son las bebidas, las aguas y los lácteos y tiene que ver con los vencimientos,** ya que al no venderse tienen un riesgo de vencimiento”.

Asimismo, el empresario contó que lo que se está dando en los comercios son dos cosas: “Por un lado, los productos que recibimos para comercializar **ya llegan con aumentos, pero están por debajo de la inflación;** por otro lado, si no los recibimos tienen una reducción implícita contra la inflación, incluso, en algunos casos, **estamos recibiendo para hacer promociones o descuentos y rotar el producto”.**

## **Supermercados y mayoristas con ventas a la baja**

Según datos de la ***Encuesta de supermercados*** del **Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)**, en marzo de 2024, el índice de ventas totales a precios constantes en los supermercados muestra una caída interanual de 9,3%. El acumulado enero-marzo de este año presenta una variación decreciente de 11,5%, respecto a igual período de 2023.

El próximo 19 de junio se dará a conocer un nuevo informe técnico, con datos actualizados del mes de abril del 2024.



Foto: El Sol

**Rubén David** manifestó que los precios hoy están muy dispares y dependen mucho de las compañías. Asimismo, aclaró que “están muy alineados con la inflación”. A modo de ejemplo, **mencionó**

## la baja en el precio del café.

“Toda la información que se proporcionan desde el INDEC o las consultoras son bastantes reales, no son distorsivas de la realidad como años atrás. Salvo algunos productos, la mayoría de los precios han ido a la baja. Creo que falta un par de meses para que la situación en Argentina se normalice”, agregó.

## La situación en panaderías y verdulerías

El panorama se replica también en las **panaderías y las verdulerías**, donde la caída de las ventas supera el 25% interanual.

El último aumento registrado en las panaderías fue a comienzos de mayo y rondó el 13%. Se trató del segundo incremento en el año y esta situación hizo que el consumo de los mendocinos cayera notoriamente.

“Hace 15 días la harina sufrió un aumento del 15% **y esta semana el incremento fue del 10%, lo mismo que la grasa que subió un 20% esta semana.** La verdad es que el contexto no nos favorece, pero no podemos aumentar los precios porque directamente no vendemos nada”, dijo **Walter Tirapu**, tesorero de la Asociación de Industriales Panaderos de Mendoza.



El empresario contó que la gente se limita a la compra de productos básicos como pan, tortitas o facturas, relegando los de mayor valor agregado por su alto costo como son los postres, las tartas, los sandwiches, entre otros.

En cuanto a las **frutas y verduras**, la situación es similar. “En las últimas semanas, **han bajado los precios de los cítricos, la papa, la cebolla, la lechuga, el repollo.** Frutas y verduras de estación y, así y todo, las ventas no se

activan. Es muy preocupante”, dijo **Omar Carrasco**, de la Unión Frutihortícola.



Los cítricos es lo que más ha bajado sus precios en las verdulerías.

## **Por qué si los precios bajan, el consumo no se activa**

La explicación a este fenómeno tiene muchas respuestas, pero los especialistas aseguran que fundamentalmente **tiene vinculación con la pérdida del poder adquisitivo en salarios y jubilaciones.**

“El poder de compra se desmoronó y **muchos sectores tuvieron que reacomodar los precios a la baja para conseguir mercado** y, vender lo mínimo e indispensable para subsistir”, explicó el economista **José Vargas**.

Asimismo, el especialista explicó que **la mayoría de los consumidores está tratando de cubrir las necesidades mínimas los 30 días del mes.** Para ello, busca descuentos, promociones, bonificaciones especiales de las tarjetas, entre otras estrategias.



“El consumidor diversifica lo más que puede, entre el supermercado, la despensa de barrio, el mayorista, la carnicería y la verdulería. Busca precios por dónde y cómo pueda. El objetivo es hacer rendir lo más que se pueda el salario”, manifestó Vargas.

Fuente: El Sol