

Remarcación de precios: critican la “avivada” de grandes empresas y piden a los consumidores no convalidar aumentos

06/08/2025



La volatilidad que exhibió el dólar durante las últimas semanas trajo sus consecuencias en distintos rubros y la industria de la alimentación no fue ajena. En medio de este contexto, el Vice Presidente de la Federación de almaceneros de la provincia de Buenos Aires FABA y vicepresidente de la Confederación General Almacenera Nacional, Fernando Savore, analizó el reciente movimiento de precios que experimenta el

sector comestible, destacando que las empresas están aplicando aumentos de manera especulativa.

En una entrevista que brindó a FM Vos 94.5 y Diario San Rafael, denunció que las listas de precios ya registran alzas en lácteos (3%), cigarrillos (7%), y productos de perfumería y limpieza (entre 2% y 3%), así como gaseosas de primera marca (3,5 %).

“Lo que por ahí llama la atención, porque uno entiende que si es por los movimientos que ha habido en las últimas semanas en el precio del dólar, debería repercutir por lógica solamente en aquellos productos que tienen algún tipo de insumo o componente importado, que puede haber tenido obviamente un incremento en el costo si tenía insumos en dólares, pero en el resto por ahí de productos de la canasta que no tienen este tipo de costos de insumos importados, no tendría por qué moverse los precios tampoco” expresó Savore recién iniciada la entrevista.

“Hay mucha mercadería que está muy cara, y el tema son ustedes, que son los consumidores y que dicen... ¿Cuánto? No, no lo pago esto. Capaz que usted puede decir a una marca no la compro más porque está demasiado cara, pero no quiere decir que no lo va a comprar, compra una empresa PYME, compra otra marca. Hay algunas empresas que están haciendo ese tipo de disparates, pero bueno, también ahí comienza la guerra, porque cuando venga a mi negocio la preventista de una de las empresas importantes de galletitas y mermeladas, o la otra que vende también galletitas y golosinas, le voy a decir no necesito nada, y creo que estamos todos convencidos de que sabemos que después del 15 empiezan las bonificaciones, ¿por qué? porque no venden, ¿me entendés? Porque no llegan a los cupos de venta. Entonces, por un lado estoy muy enojado, esa es la verdad. Pero por el otro lado, yo sé lo que va a pasar, pero no es porque adivine el futuro, sino porque esto ya lo vivimos. Las grandes empresas quieren la inflación, quieren toda la especulación, los faltantes, todo eso les sirve

económicamente. Al que no les sirve es al comerciante y al pueblo. Así que, no sé, que hagan estos amagues, que vengan con las listas, pero después de las listas van a tener que retroceder". «Estos aumentos son una locura. Esto se debe a la especulación de las grandes empresas que buscan anticiparse a posibles devaluaciones y movimientos del dólar. En marzo, se anticiparon a la salida del cepo cambiario con remarcaciones significativas, y ahora vuelven a aplicar alzas con solo la amenaza de una subida del dólar», observó.

«Esta estrategia no es sostenible. Esto ya lo vivimos hace unos meses, las empresas que aplican aumentos desmedidos terminan enfrentando la retracción del consumo. La falta de ventas las obliga a ofrecer bonificaciones y promociones para no perder participación en el mercado», advirtió.

“Es como que detrás de todo esto siempre se esconde la picardía de las empresas y de los argentinos en general, que siempre quieren aprovechar para sacar una ventaja. Entonces se esconde la picardía, aumentan y si pasa, pasa. Si por ahí el consumidor convalida los precios, y bueno, el aumento quedó” reflexionó Fernando Savore.

El consumidor, las pymes y la competencia del mercado en medio de la escalada de los precios

Savore hizo hincapié en que el consumidor es el que tiene la última palabra. «Cuando los precios de las grandes marcas son prohibitivos, la gente opta por productos de pymes, que ofrecen una relación de calidad y precio más competitiva», declaró.

Asimismo, el entrevistado se refirió a la picardía de los intermediarios, como supermercados y mayoristas, que en ocasiones no trasladan las bonificaciones de los fabricantes a la góndola, absorbiendo esos márgenes de ganancia. Savore compartió la idea de que este tipo de prácticas genera un clima inflacionario que beneficia a algunos pocos, pero perjudica al comerciante y a la gente común.

Por último, Savore convocó a los comerciantes y consumidores a no convalidar los aumentos de precios. «Hagamos un frente en

común, digamos que no al aumento. Si la gente no convalida los precios, las grandes empresas van a tener que retroceder», aseveró.

«La Confederación General Almacenera ya ha debatido esta estrategia, con la convicción de que la presión del consumo sea la fuerza que obligue a las empresas a reflexionar sobre sus políticas de precios», completó el referente del sector.