



Cae consumo masivo en Argentina; confianza empresarial en menos cero

Posted on Julio 23, 2025

(Buenos Aires) El consumo masivo sigue hoy inestable en Argentina luego de disipar el ligero repunte que experimentó en mayo, y volver a caer en junio golpeando en particular a supermercados y centros de expendio mayorista.

En particular, las ventas en esos dos circuitos se hundieron 6,4 por ciento, evaluó la consultora Scentia que observó a su vez un mínimo avance en las compras online que muestran un insustancial incremento de 0,4 por ciento en medio de una intensa campaña en promociones de ofertas con descuentos ante el empobrecido poder adquisitivo de los consumidores. Pese a una leve desaceleración de la inflación en mayo y junio, el consumo no muestra señales positivas, señaló el diario *Ámbito Financiero*.

Esto a su vez motivó un descenso en la confianza del sector empresario vinculado a supermercados y autoservicios mayoristas, la cual cayó 1,8 por ciento, en junio, y está por debajo de cero, de acuerdo con la última Encuesta de Tendencia de Negocios, publicada el martes por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Scentia explica que esa caída en las ventas se da en un mercado laboral que aún no termina de repuntar:

cae el poder adquisitivo y, a la par, aumenta el desempleo.

El consumo venía de tres meses seguidos de recuperación, los primeros después de un año entero en baja, comentó Ámbito, especializado en finanzas y temas económicos.

Sin embargo, en lo que va de 2025 acumula un crecimiento marginal de apenas 0,4 por ciento, un dato que confirma la recesión en el consumo privado, pese a la merma en la inflación, que el gobierno fijó en 15,1 por ciento en el primer semestre y de 39,4 interanual.

Scentia analizó más de ocho mil puntos de venta en toda Argentina desde supermercados de cadenas, autoservicios independientes, farmacias comercio-e, centros mayoristas y kioscos. Las mayores bajas se dieron en la compra en supermercados de cadena y mayoristas, 6,4% cada una de ellas durante junio.

La caída en las ventas no se explica sólo por el alza de precios, sino por un ajuste profundo en los bolsillos. Los salarios no logran aún recuperarse. En mayo, se mantuvieron, según la proyección de C-P Consultores, que da cuenta de un «estancamiento del poder adquisitivo, consolidando la contracción», consideró Ámbito Financiero.

A su vez, a eso se suma que la desocupación también subió y se ubicó en 7,9 por ciento en el primer trimestre del año, mientras que la pobreza continúa afectando al 38,1 por ciento de la población argentina, según un relevamiento de la Universidad Católica Argentina.

El Maipo/PL