



Comercios argentinos: entre la caída del consumo, los costos y la presión importadora

Posted on Octubre 9, 2026

La baja de la inflación vino acompañada de un ajuste en el poder adquisitivo de los argentinos, que se tradujo en una merma de la actividad, por lo que comerciantes de distintos rubros deben afrontar el desafío que propone esta coyuntura.

“Los problemas de rentabilidad hacen que no puedas mejorar tu *stock*, tenés que trabajar con menos mercadería. Es decir, terminás comprando a pedido y no por expectativa, a eso le sumas que las tasas están altas. La apertura de las importaciones golpea todo, más a la fábrica que a los comerciantes. Los aumentos de precios están en el 1 y medio mensual”, dijo en *Cara o Ceca* **Gabriel Giordano**, titular del grupo Manada, dedicado al suministro de materiales para la construcción.

“Los frigoríficos de cerdo aumentaron su producción. Nosotros hemos tomado más gente, es mi caso al menos, se hace más milanesa de cerdo, hamburguesa de cerdo, cosas que antes no pasaba, lo mismo sucede con el pollo”, sostuvo **Guillermo Cabral**, dueño de una carnicería en Caballito (Mercado del Progreso).

“Los más golpeados somos los argentinos, los números son fatales. La venta al por menor en mi local físico

bajó un 70%. Cuando tenés una propuesta comercial con buenos precios y la gente no entra, el problema va más allá, sobre todo en algo que se puede postergar a diferencia de la comida, los servicios, el combustible, rubros que aumentan todos los meses. Además, de que hay una sobrepoblación de mercadería importada”, advirtió **Gustavo Zuviría**, empresario textil y diseñador de la marca Manos Argentinas.

El Maipo/Sputnik