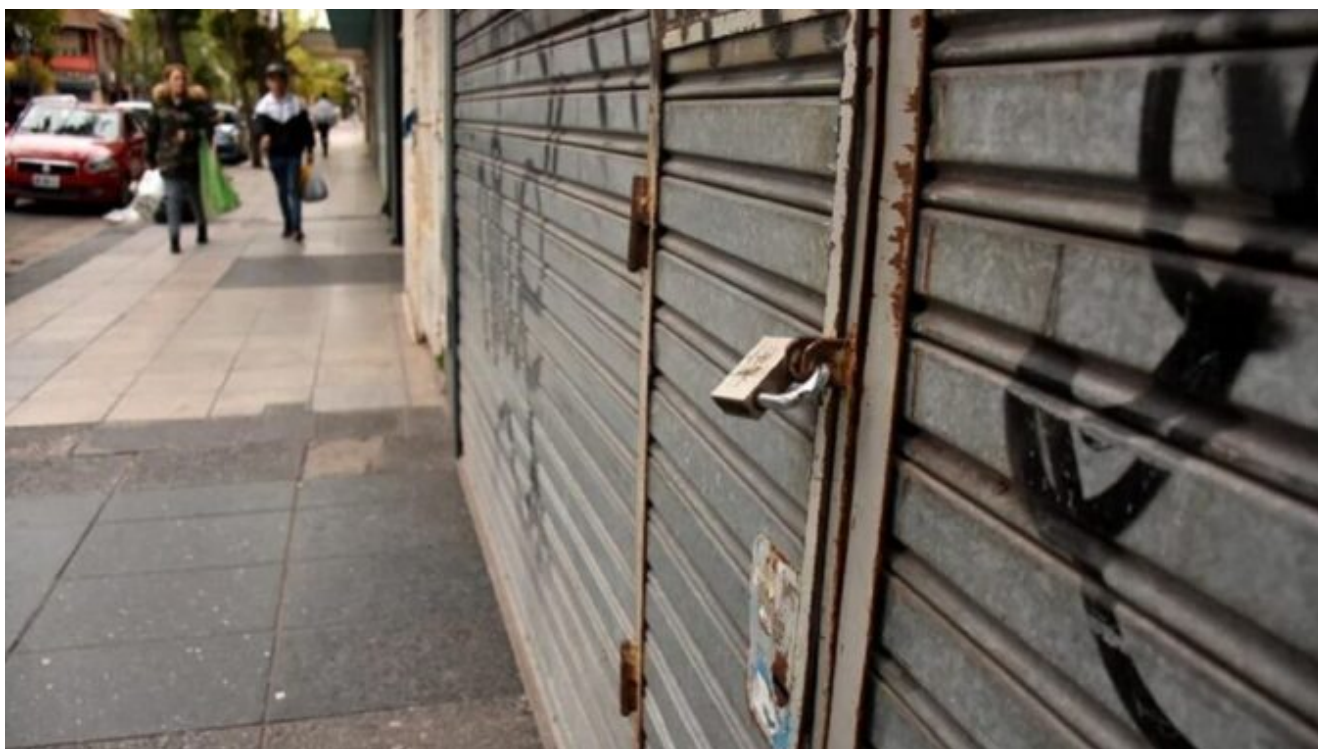


Comercios en alerta: por tarifazo de luz y parálisis de ventas, temen ola de cierres desde marzo

23 febrero, 2024



Preocupa que el deterioro del poder adquisitivo y los aumentos anunciados afecten aún más el consumo el próximo mes. Los comercios recibirán boletas de electricidad cuadruplicadas y advierten sobre el impacto en costos. Se agudiza la recesión.

El plan licuadora y motosierra, que el gobierno de Javier Milei implementa a una velocidad prácticamente inédita, tiñó los indicadores sociales y de la economía real de un color rojo intenso. El escenario recesivo es una realidad palpable en los bolsillos, en la calle, en las fábricas y en los comercios. Y promete agudizarse. Los comerciantes están en alerta de cara a marzo, un mes que promete ser bisagra. Por un lado, advierten sobre la posibilidad de que la caída en las ventas se profundice a partir del impacto de los tarifazos y

del inicio de clases en el poder de compra de las familias. Por otro, plantean que el fuerte aumento de la electricidad tendrá un impacto determinante en los costos. Así, temen que haya una ola de cierres de locales, sobre todo de los de pequeñas superficies.

“Pasado marzo, vamos a hacer una evaluación de cuántos negocios quedan en pie”, le dijo a *Ámbito* Fernando Savore, vicepresidente primero de la Federación de Almaceneros de la Provincia de Buenos Aires (FABA). En el sector avizoran un cóctel explosivo: fuerte suba de costos y mayor retracción de la facturación.

Una de las grandes incertidumbres hoy entre los comerciantes de distintos sectores es qué monto les llegará en la próxima factura de luz, que el Gobierno decidió aumentar este mes y empezará a reflejarse en las boletas que lleguen a partir de marzo. Ocurre que la suba más abrupta la sufrirán los comercios, por encima de la que tendrán los hogares y las industrias. Según cálculos de la consultora Economía y Energía, en función de los cuadros tarifarios publicados por el Ente Nacional Regulador de la Electricidad (ENRE), los comercios más chicos verán incrementos de hasta el 389% y los más grandes, de cerca del 300% ya que perderán todos los subsidios y pasarán a pagar la tarifa plena.

“El 40% de nuestro negocio funciona a base de electricidad, con todos los refrigerados que tenemos. Hay que esperar a ver qué sorpresa nos trae la nueva boleta de luz, porque pega en nuestros costos operativos”, señala Savore.

Las ventas, en picada

Este impacto se dará en un contexto de derrumbe de las ventas, que atraviesa a prácticamente todos los sectores. Como contó *Ámbito*, la consultora Scentia midió una caída del 3,8% interanual en enero, que en los supermercados alcanzó el 8,3%, afectado por la clausura del programa Precios Justos, y

anticipó que sus estimaciones preliminares apuntan a un retroceso de alrededor del 9% para febrero.

Un sondeo de *Ámbito* entre empresarios de retail arrojó un deterioro aún mayor. Un representante de una de las grandes cadenas de supermercados que opera en el país afirmó que sus ventas caen a un ritmo del 16% interanual y que es muy significativa la retracción en alimentos, el rubro más sensible. En una de sus competidoras, hablan de un descenso del 15% en enero.

En la cámara que agrupa a los principales jugadores del sector, cuentan que la caída continúa en esos niveles en lo que va de febrero. “Se mantiene el nivel de tickets (es decir, la cantidad de visitas a las sucursales), pero las unidades vendidas en cada ticket bajan entre 15% y 20%. Eso muestra que no hay tanto desplazamiento a otros canales, sino que hay una caída fuerte del consumo en general”, le dijo a *Ámbito* una de las fuentes consultadas. Y agregó: “El cuadro es muy malo porque no se ve el menor atisbo de que esto pueda repuntar. El impacto del aumento tarifario va licuar más la capacidad de compra de las familias”.

Los almaceneros bonaerenses relevan una situación similar. Desde FABA, le dijeron a este medio que en la primera quincena de enero hubo una merma en las ventas en torno al 15% y se profundizó en la segunda quincena para alcanzar entre el 20% y 25%. “En febrero continúa igual”, señalan.

La parálisis de las ventas es determinante en el cuadro recesivo. El consumo representa cerca de dos tercios del PBI argentino. De hecho, este miércoles el INDEC publicó el primer dato de actividad económica de la era Milei: en diciembre, cayó 4,5% interanual y 3,1% contra noviembre. Para enero, todos los indicadores sectoriales anticipados marcaron una agudización del deterioro.

El derrumbe del consumo es el reflejo de la licuación de los

salarios y las jubilaciones producto del fogonazo inflacionario que se desató tras la devaluación de diciembre (la más abrupta desde la salida de la convertibilidad) y la nula política de ingresos desplegada por el Gobierno, en lo que parece ser la apuesta a que la inflación termine por aflojar en algún momento a partir del ancla recesiva.

En ese marco, algunos comerciantes se preparan para una mayor caída de las ventas durante el próximo mes. Es que al deterioro inicial del poder adquisitivo de trabajadores y jubilados se sumará en marzo el impacto de las tarifas, del transporte y del comienzo de las clases. Con ese combo de factores, en las distintas entidades que los agrupan crece el temor a que entre marzo y abril haya cierres masivos de comercios. Sobre todo en los pequeños locales de barrio.

Savore graficó que un comercio mediano, de unos 80 ó 90 m², tal vez pueda resistir un poco más, pero hay comercios más chicos de alrededor de 40 m², con pocas estanterías o góndolas, que están más expuestos: "Esos son los que están en peligro en esta primera etapa".

Lo cierto es que ya existen varios ejemplos de lo que se podría masificar en los próximos meses. Es el caso Matías Iborra que esta semana se vio obligado a anunciar el cierre definitivo de su almacén Esquina Libertad, ubicado en La Plata, ante la imposibilidad de afrontar los "constantes" aumentos de precios de la mercadería, las subas de las tarifas y el costo de renovación del alquiler del local. "Le busqué todas las alternativas posibles. Pero en diciembre las ventas empezaron a caer estrepitosamente. Este mes tengo que renovar el contrato de alquiler y viene con un incremento del 600%, con revisión a los tres meses. Y la luz se me fue a más de \$200.000", contó en diálogo con Radio 10.

Consumo, comercios y pymes en PBA

Estos problemas fueron eje de discusión el lunes pasado en un

encuentro organizado por el gobierno bonaerense, que reunió a Axel Kicillof con representantes de pymes y supermercados en el marco del relanzamiento del programa Producción Bonaerense. Se habló del desplome del consumo y el gobernador propuso trabajar en una ley de góndolas provincial, luego de que Milei derogara la normativa nacional a través del mega DNU 70/2023.

Estuvieron presentes representantes de los distribuidores y autoservicios mayoristas (CADAM) y de supermercados (CAS), la Cámara Provincial de Supermercados y Autoservicios (CAPSA), la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA), de la FABA, las grandes cadenas supermercadistas (ASU) y productores pymes, entre otros. Además de Kicillof, participaron por el gobierno provincial los ministros de Producción, Augusto Costa, y Desarrollo Agrario, Javier Rodríguez, y el presidente del Banco Provincia, Juan Cuattromo.

El común denominador del encuentro fue la preocupación por el desplome de las ventas, la profundidad de la recesión y la alarma respecto de lo que pueda ocurrir en los próximos meses. En ese escenario, Kicillof confirmó la continuidad del programa Producción Bonaerense, que busca dar a las pymes más llegada a las góndolas, como una señal política de que su gestión buscará mantenerse activa en un área marcada por la total desregulación a escala nacional. También ratificó que seguirá vigente el plan de descuentos de Cuenta DNI (la billetera virtual del Bapro), una herramienta que cuenta con 9 millones de usuarios y que los pequeños comerciantes consideran vital para morigerar el deterioro de la facturación.

Fuente: **Ámbito Financiero**