



## "COMPORTAMIENTO DE VENTAS DE REYES MAGOS"

La Cámara de Comercio de San Miguel de Tucumán presenta los resultados preliminares del relevamiento realizado entre comercios asociados sobre las ventas de la temporada de Reyes Magos 2026. El objetivo fue analizar cómo se comportó el comercio local, comparado con años anteriores, y qué tendencias marcaron la actividad durante la temporada.

## ■ Resultados principales

### 1. Desempeño general de ventas

Ante la consulta sobre la comparación de las ventas de **REYES** del año pasado donde la escala de rendimiento (1 representa “mucho peor” y 5 “mucho mejor”) mostró que la mayoría de los comercios calificó sus ventas con el **valor 2**, mostrando una **percepción mayoritariamente negativa o moderada** en relación con el desempeño de las ventas respecto al año anterior. La mitad de los encuestados consideró que las ventas fueron **peores que el año pasado**, mientras que el resto percibió una leve **mejora**, aunque no significativa. En términos generales, los datos sugieren que **no se registró un repunte generalizado en las ventas de Reyes Magos**, predominando una sensación de **LEVE CAÍDA** en la actividad comercial, con escasos indicios de recuperación.

### ■ 2. Variación en el volumen de ventas

En relación con la variación porcentual de las ventas en comparación con el año pasado, los resultados muestran un escenario **de leve caída, dando un PORCENTAJE DE -5%**.

La disminución promedio del 5% sugiere un contexto de **consumo cauteloso**, en el cual los comerciantes enfrentaron menores niveles de demanda en comparación con la misma fecha del año anterior. Si bien la caída no resulta abrupta, el dato refleja un **descenso real en el nivel de actividad comercial**, que impacta en la rentabilidad del sector, mostrando un escenario de **estancamiento con tendencia a la baja**, más que de crecimiento.



### 3. Ticket promedio

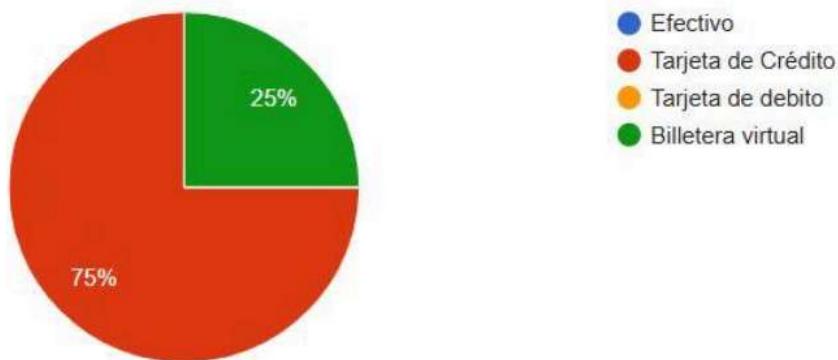
El ticket promedio estuvo en la franja de los **\$40.000**, lo que puede asociarse con tendencias de compra más moderadas que, si bien se concretaron operaciones, las mismas estuvieron orientadas a **productos de menor valor o a una compra más medida**, priorizando el control del gasto.

---

### 4. Medios de pago

El medio de pago más elegido fue **tarjeta de crédito**, seguido por billetera virtual. En cuanto al financiamiento, la cantidad de cuotas más seleccionada fue principalmente 3 y 6 cuotas, lo que evidencia una inclinación por un financiamiento medio entre los consumidores.

¿Cuál fue la forma de pago más elegida por sus clientes?



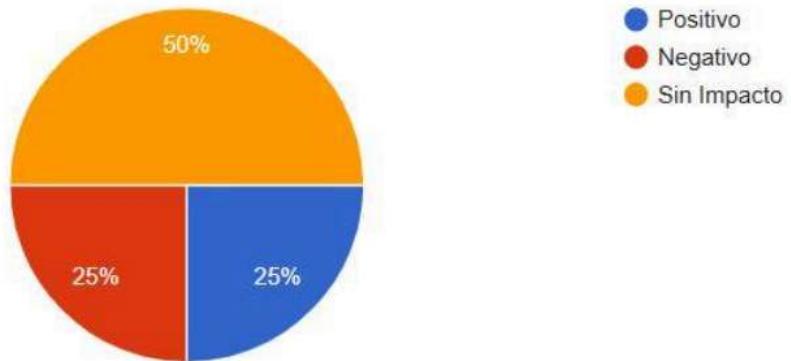
---



## ① 5. Percepción del horario corrido el día lunes 5 de enero.

La apertura en horario corrido el día lunes 5 de enero, según la mayoría de los encuestados, no tuvo impacto en las ventas

¿Qué impacto considera que tuvo la apertura en horario corrido el día lunes en sus ventas?



## ➤ Conclusión

Los datos obtenidos reflejan una actividad comercial que presentó un **desempeño moderado**, con una **leve caída interanual** respecto al año anterior. La evaluación cualitativa de las ventas muestra que la mayoría de los comerciantes percibió resultados **iguales o inferiores** a los de la misma fecha del año pasado, mientras que la variación porcentual promedio arrojó un **descenso del 5%**, confirmando un escenario de **estancamiento con tendencia a la baja**. Los datos relevados indican que las ventas por Reyes Magos se desarrollaron en un contexto de **prudencia por parte de los consumidores**, sin señales claras de recuperación.

