

# **PANORAMA COMERCIAL**

## **ENE - ABR | 2026**

Observatorio Económico y Comercial

[camaradecomercio.smt@gmail.com](mailto:camaradecomercio.smt@gmail.com)

Buenos Aires 71 - piso 1 oficina 1

# Panorama Comercial SMT

## (Enero–Abril 2026)

Este informe presenta un análisis detallado de la situación comercial actual basado en las respuestas de Comercios locales durante el primer cuatrimestre de 2026.

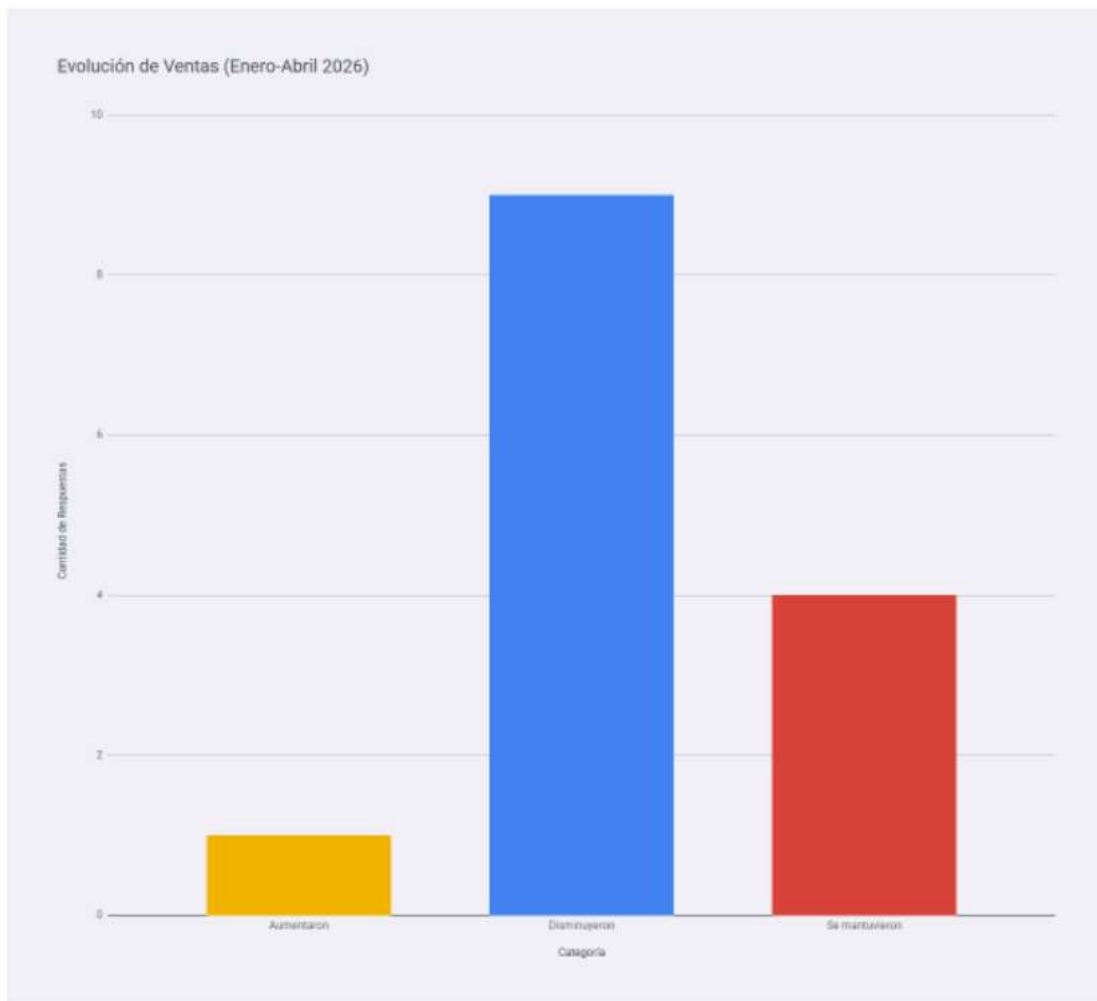
### Introducción

El sector comercial atraviesa un período de marcada complejidad, caracterizado por una retracción generalizada del consumo. Los datos revelan que el 64.3% de los comercios experimentó una disminución en sus ventas entre enero y abril. Esta caída, sumada a una rentabilidad que la mayoría califica como baja o nula, refleja el impacto directo de la pérdida del poder adquisitivo en la actividad económica local.

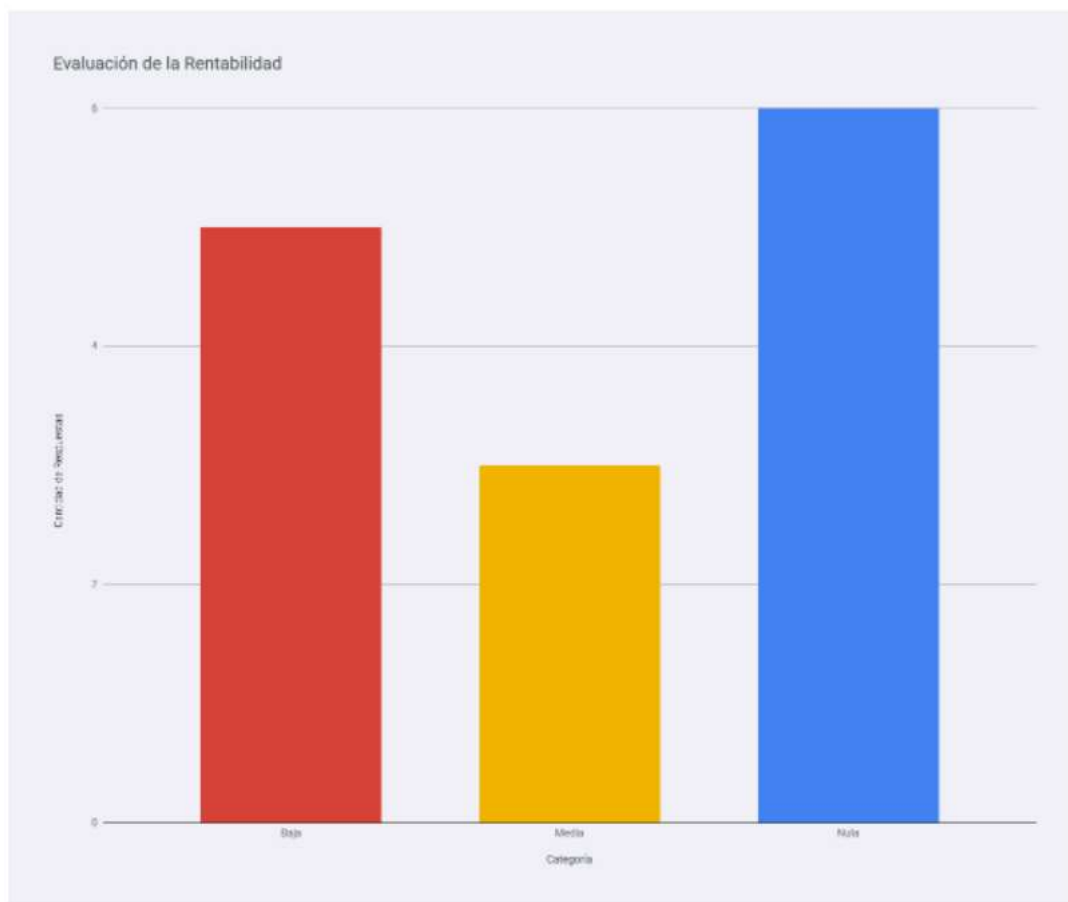
### Análisis de Resultados

A continuación, se detallan las métricas principales expresadas en valores porcentuales:

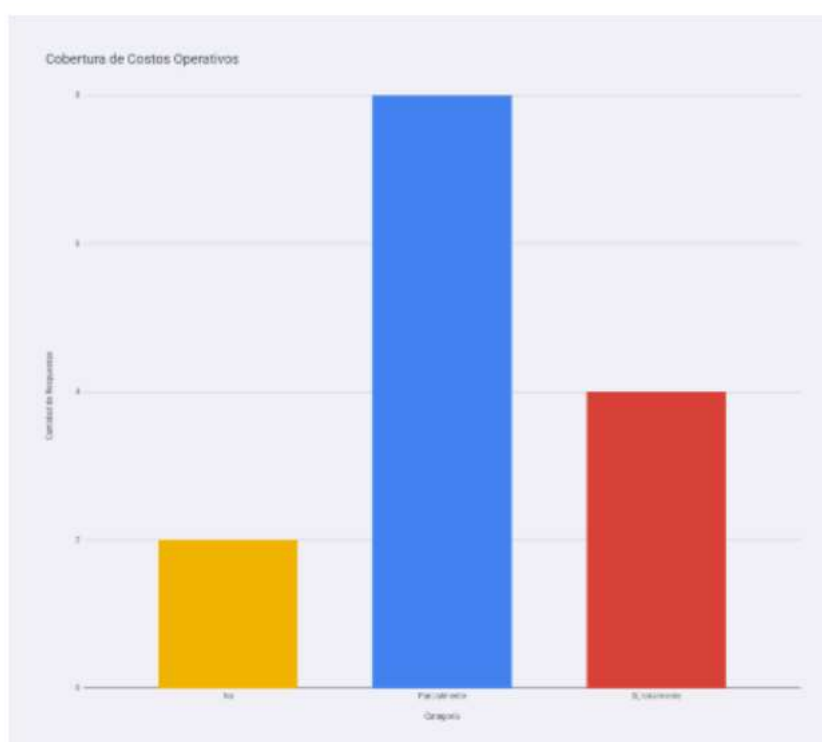
- **Evolución de Ventas:** El **64.3%** de los comercios reportó una disminución en sus ventas, mientras que solo un **7.1%** logró incrementarlas. Un **28.6%** se mantuvo estable.



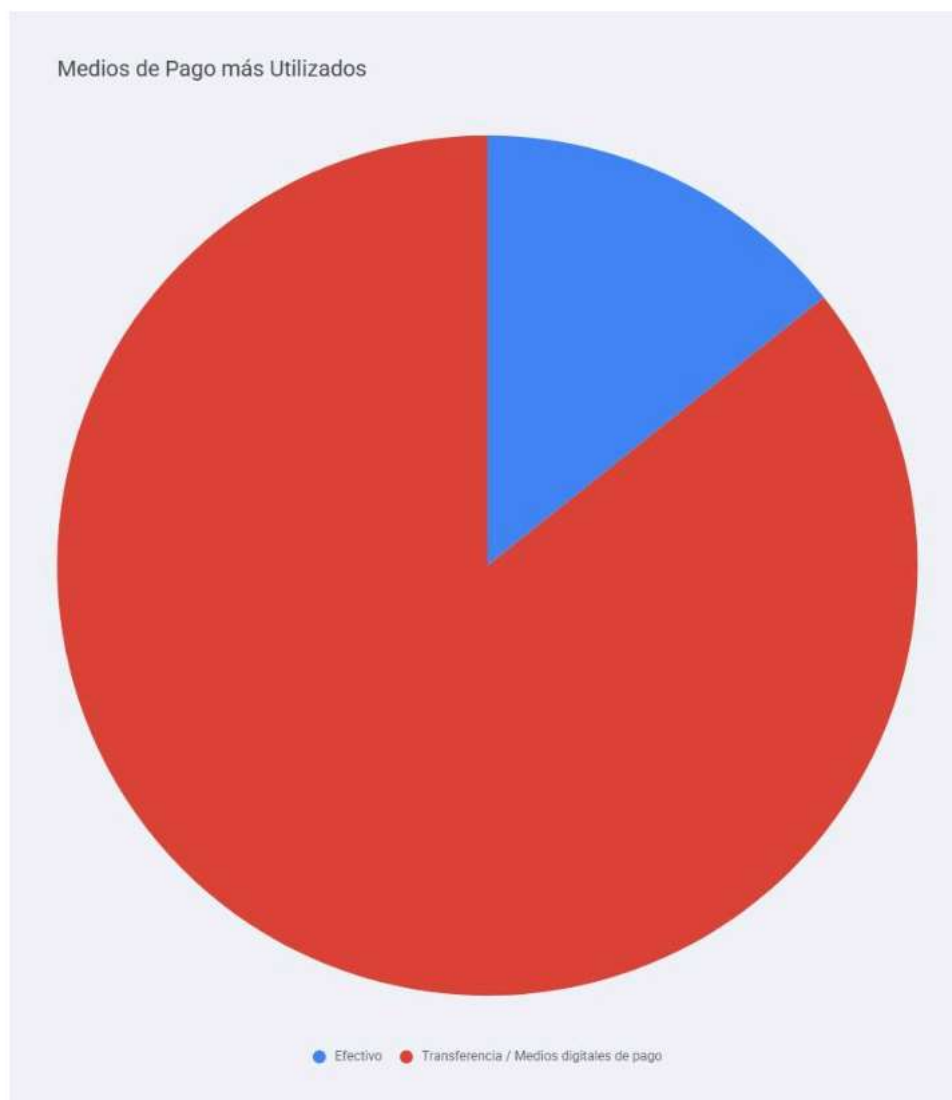
- Rentabilidad:** La situación es preocupante, con un **42.9%** de los encuestados declarando una rentabilidad **nula** y un **35.7%** calificándola como **baja**. Solo el **21.4%** percibe una rentabilidad media.



- Cobertura de Costos:** El **57.1%** de los negocios solo pudo cubrir sus costos operativos (alquiler, sueldos, impuestos) de manera **parcial**, y un **14.3%** no logró cubrirlos en absoluto.



- **Medios de Pago:** Existe una fuerte migración hacia lo digital; el **85.7%** de los clientes utiliza principalmente **transferencias o medios digitales**, desplazando al efectivo (**14.3%**).



- **Presencia Digital:** A pesar de la fuerte presencia en redes sociales, el **57.1%** de los comercios **no cuenta con un canal de venta online** formal, limitando su alcance al público físico.

## Propuesta de Mejora

Para revertir la tendencia actual, se sugieren dos ejes de acción inmediata:

- **Digitalización Profesional:** Es imperativo trascender el uso de redes sociales y WhatsApp, avanzando hacia la implementación de tiendas virtuales integradas que permitan capturar la demanda online y ofrecer financiación en cuotas de manera remota.
- **Gestión Eficiente de Costos:** Implementar herramientas de control financiero para optimizar el flujo de caja y buscar esquemas de negociación colectiva o asociatividad para mitigar el impacto de los costos fijos, especialmente en alquileres y servicios.

## **Conclusión**

El comercio local se encuentra en una encrucijada. Si bien ha demostrado agilidad para adoptar medios de pago digitales, la falta de canales de venta online y la presión de los costos operativos ponen en riesgo su continuidad. La profesionalización de la estrategia digital y una gestión de costos más rigurosa son pilares fundamentales para navegar el actual contexto de retracción económica.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'G. Coronel', written in a cursive style.

**Gabriela Coronel**

**Presidente Cámara de Comercio**

