

PANORAMA COMERCIAL

ENE - ABR | 2026

Observatorio Económico y Comercial

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.

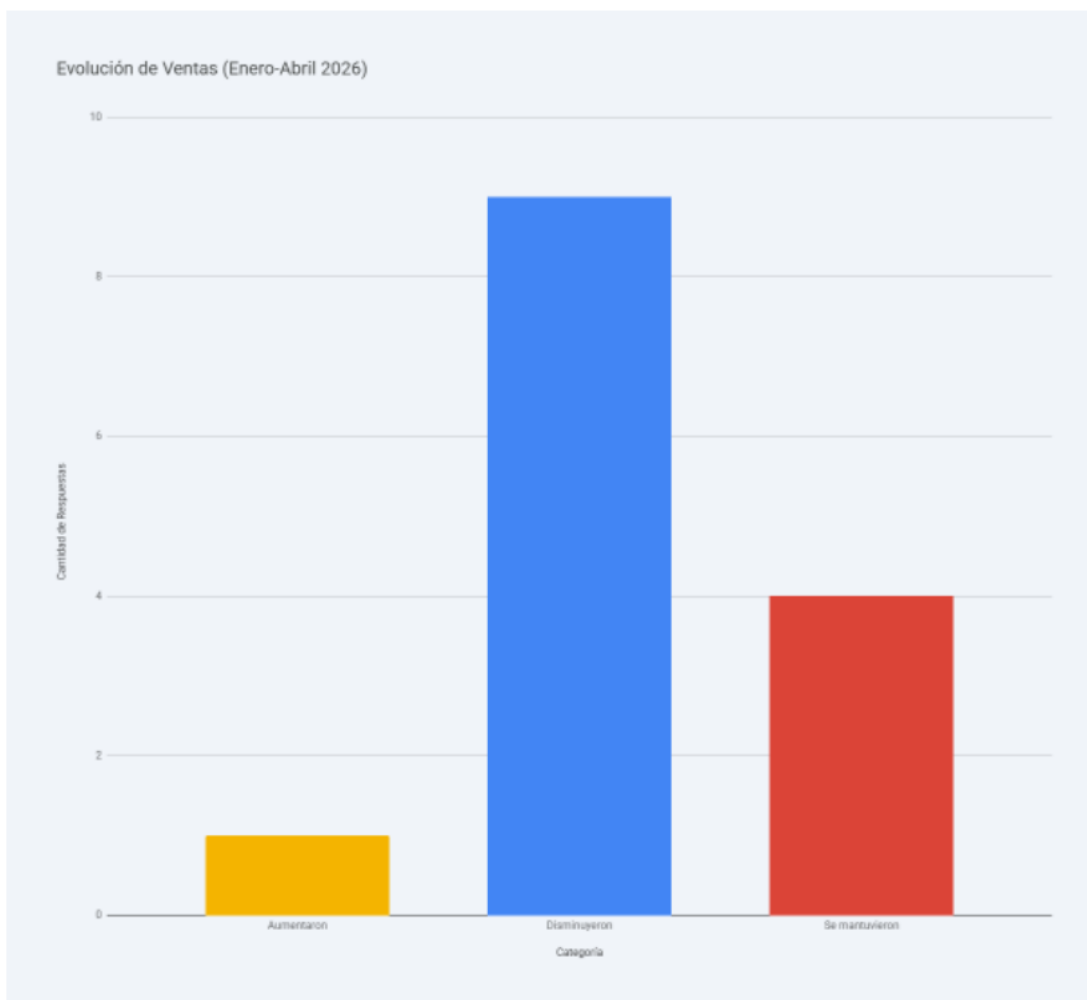
Introducción

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.

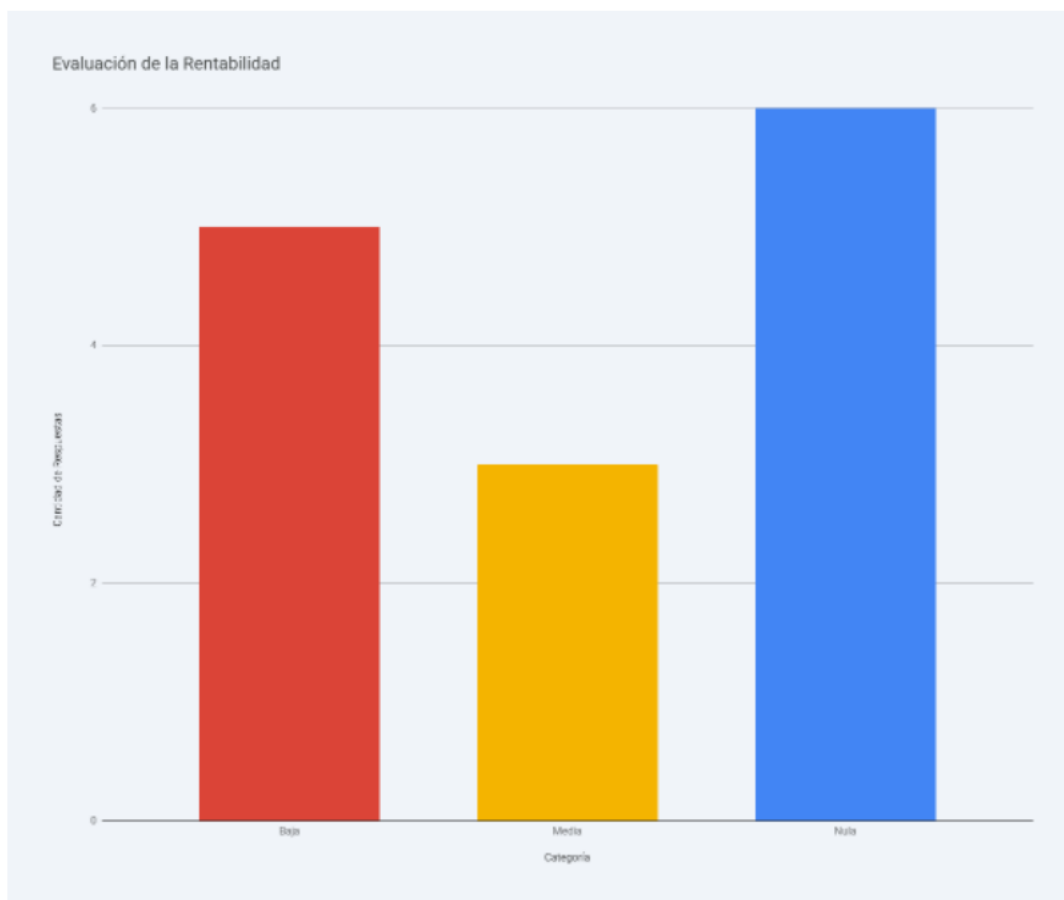
Análisis de Resultados

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

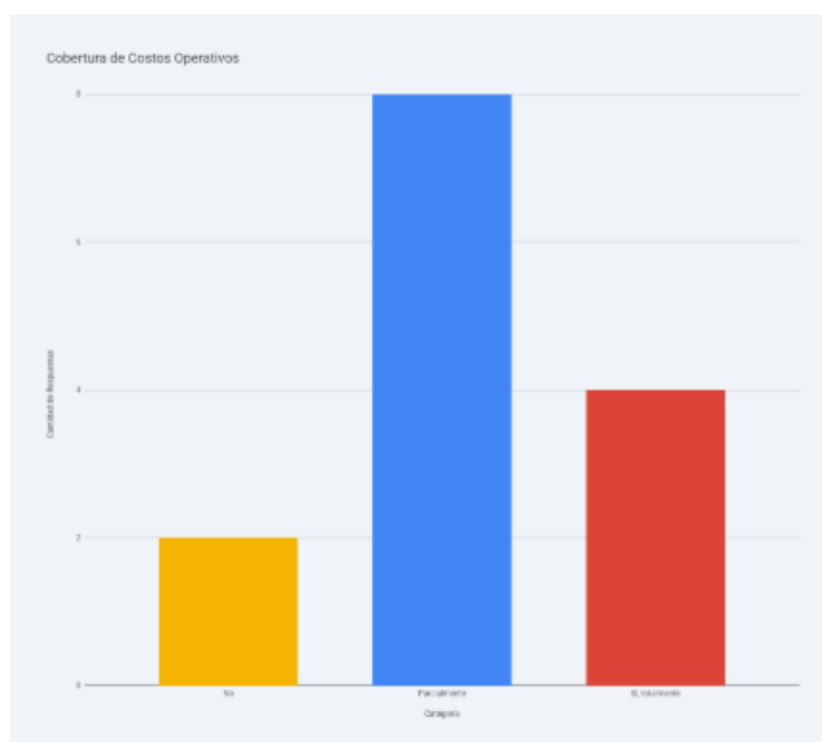
- **Evolución de Ventas:** El **64.3%** de los comercios reportó una disminución en sus ventas, mientras que solo un **7.1%** logró incrementarlas. Un **28.6%** se mantuvo estable.



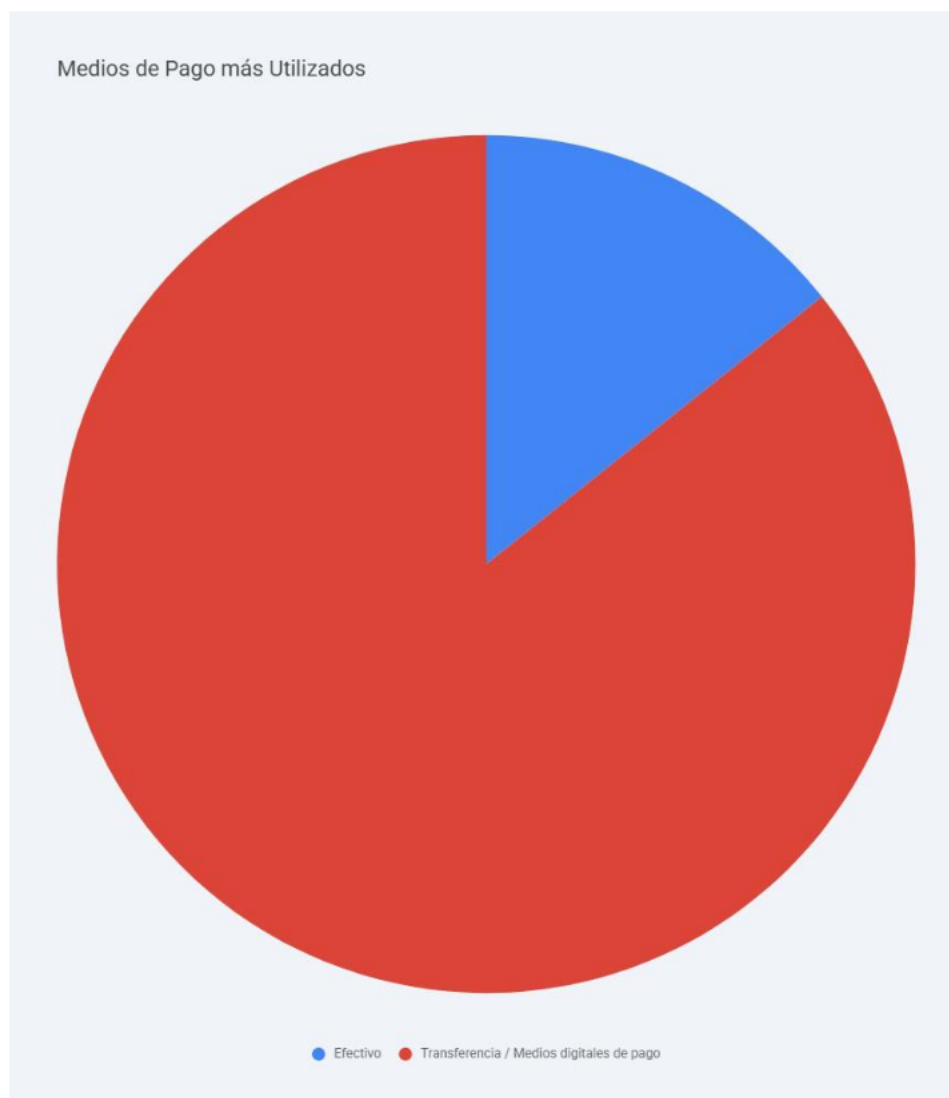
- Rentabilidad:** La situación es preocupante, con un **42.9%** de los encuestados declarando una rentabilidad **nula** y un **35.7%** calificándola como **baja**. Solo el **21.4%** percibe una rentabilidad media.



- 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 read 'Gabriela Coronel', with a large, stylized flourish extending from the end of the signature.

Gabriela Coronel

Presidente Cámara de Comercio