

## **60% de los comercios reportó pérdidas de ventas en agosto**

### **El sector reclama menor presión tributaria y mejor crédito**

Un reciente relevamiento realizado por el Departamento de Economía de la Federación Gremial del Comercio e Industria refleja un agosto de fuerte heterogeneidad, pero con predominio de resultados negativos.

*“El resultado muestra que la recuperación de la actividad continúa siendo frágil y desigual, con una mayoría de establecimientos que todavía no logra consolidar una mejora en su nivel de ventas” afirmó Gabriel Pogliani, encargado del Departamento de Economía de FECOI.*

### **Caracterización de los comercios relevados**

La encuesta reúne respuestas correspondientes a una muestra heterogénea de establecimientos comerciales. Entre las actividades aparecen:

- Jugueterías y comercios vinculados a juguetes.
- Librerías, papelerías e imprentas.
- Indumentaria.
- Alimentos y supermercados.
- Gastronomía, bares y restaurantes.
- Regalería.
- Bazar.
- Blanco y colchones.
- Lencería.
- Mercería mayorista.
- Materiales de construcción.

La diversidad de rubros permite observar que el deterioro de las ventas no está concentrado exclusivamente en un único segmento, sino que atraviesa distintas actividades del comercio minorista.

## **Principales conclusiones**

La Encuesta FECOI a Comercios de agosto permite identificar cinco grandes tendencias.

### **1. Predomina la caída de las ventas**

El 60% de los comercios relevados vendió menos que en julio, mientras que sólo el 23,7% registró una mejora.

### **2. El consumo continúa mostrando debilidad**

El Día del Niño, uno de los principales eventos comerciales del período, tuvo un resultado negativo para el 56% de los comercios que respondieron.

### **3. Los costos siguen siendo una preocupación central**

Los servicios públicos, alquileres e impuestos aparecen como los principales factores de presión económica.

### **4. La digitalización avanza, pero todavía es insuficiente**

Las transferencias y billeteras virtuales son el principal medio de pago, pero el comercio electrónico aún presenta un desarrollo limitado: el 40% de los comercios relevados no vende por canales digitales.

### **5. El sector reclama alivio antes que expansión**

La demanda principal no está centrada exclusivamente en incrementar el crédito. El pedido más fuerte es reducir la carga impositiva y los costos de intermediación financiera, seguido por menores tarifas y acceso a capital de trabajo.

## **Evolución de las ventas en agosto**

De acuerdo con los datos recopilados, el 60% de los establecimientos encuestados registró una caída en sus ventas durante el mes de agosto en comparación con el mes anterior, mientras que solo un 24% logró incrementarlas y un 16% no observó variaciones.

El principal dato de la encuesta es, por lo tanto, que 6 de cada 10 comercios vendieron menos durante agosto que en julio.



Fuente: Departamento de Economía de FECOI

## **Magnitud de la caída de las ventas (3,5% mensual)**

De acuerdo con los datos analizados, al compensar las caídas con los comercios estables y los que vendieron más, los establecimientos encuestados registraron una caída promedio general en las ventas mensuales de agosto del 3.5%.

## **Día del Niño**

Un hito comercial que no logró impulsar los volúmenes. La efeméride del Día del Niño 2026 no generó el repunte esperado por el sector mercantil.

El 56% de los comerciantes señaló que las ventas disminuyeron en relación al año anterior, mientras que un 40% afirmó que los volúmenes se mantuvieron sin cambios.

Apenas el 4% de las firmas relevadas reportó una mejora interanual en esta fecha clave para rubros como jugueterías, librerías e indumentaria infantil.



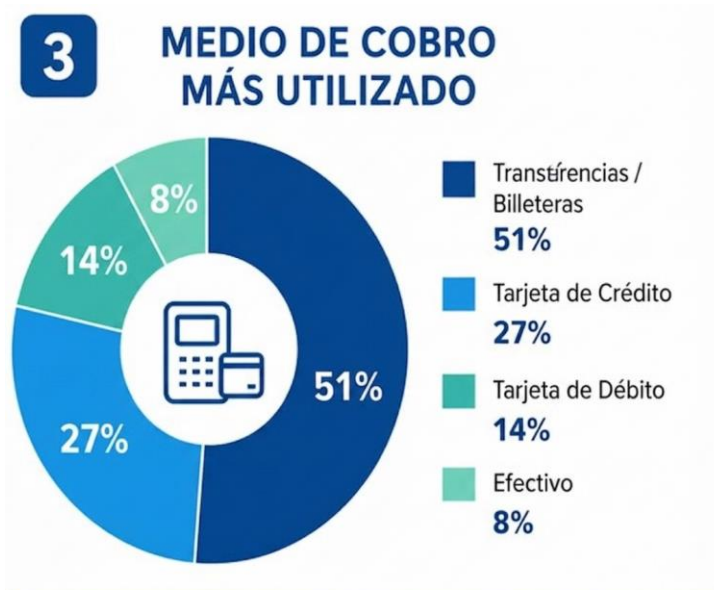
Fuente: Departamento de Economía de FECOI

*“La señal es relevante porque se trata de una fecha tradicionalmente asociada a un fuerte movimiento comercial. El resultado sugiere que los hogares continúan priorizando el gasto y ajustando el consumo, aun frente a eventos estacionales” aclaró Pogliani, economista de FECOI.*

### **Medios de cobro: prevalecen las billeteras virtuales**

Las formas de pago muestran una transformación consolidada. En el análisis de las modalidades de cobro, las transferencias bancarias y billeteras virtuales se consolidaron como la herramienta más utilizada, representando el 51% de las operaciones habituales.

Le siguen la tarjeta de crédito con el 27%, mientras que la tarjeta de débito alcanzó un 14% y el efectivo un 8%.



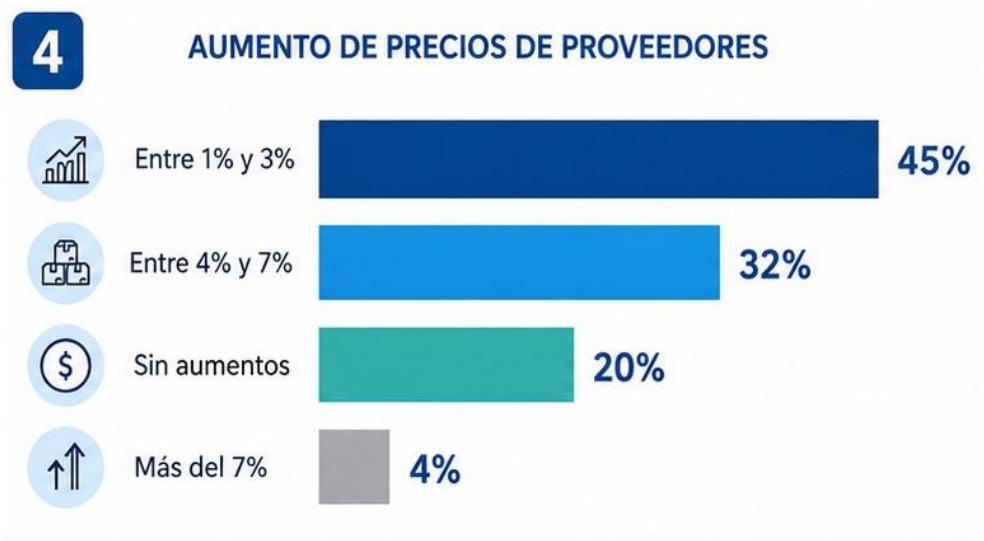
Fuente: Departamento de Economía de FECOI

La transformación de los medios de pago modifica la estructura de costos de los comercios. La creciente utilización de medios electrónicos facilita las operaciones y reduce la dependencia del efectivo, pero también coloca en primer plano cuestiones como:

- comisiones; costos financieros; plazos de acreditación; promociones bancarias y costo del financiamiento al consumidor.

## **Proveedores, aumentos moderados, pero persistentes**

En relación con el abastecimiento, el 45% de los comercios relevó aumentos de precios de proveedores de entre 1% y 3%, un 32% enfrentó incrementos de entre 4% y 7%, y un 20% no registró modificaciones en las listas del último mes.



Fuente: Departamento de Economía de FECOI

*“Cuando el comerciante enfrenta aumentos en el costo de reposición, pero no puede trasladarlos completamente al precio final debido a la menor capacidad de compra de los consumidores, el ajuste termina impactando sobre el margen”.*

## **El comercio se digitaliza, pero todavía a baja escala**

El 51% de los negocios realiza ventas por e-commerce o redes sociales, pero en baja proporción, un 40% no comercializa por vías digitales y solo un 9% manifiesta un volumen significativo a través de plataformas en línea.

*“El dato más significativo es que 4 de cada 10 comercios no realizan ventas por canales digitales. Esto abre un espacio para políticas de capacitación, digitalización, financiamiento e incentivos específicos” aclaró Pogliani.*



### **Costos operativos: Servicios públicos y alquileres concentran la presión**

Al evaluar las presiones sobre los costos operativos, los factores con mayor impacto citados por los comerciantes fueron:

- 1) Servicios públicos, luz, agua y gas (44% de menciones).
- 2) Alquiler del local (44% de menciones).
- 3) Impuestos y tasas locales (38% de menciones).

#### **FACTORES DE MAYOR IMPACTO EN COSTOS OPERATIVOS**



*“Cuando alquileres, servicios, impuestos y otros gastos permanecen elevados, una caída de facturación puede traducirse rápidamente en una reducción del margen operativo y del capital de trabajo” concluyó el licenciado Pogliani.*

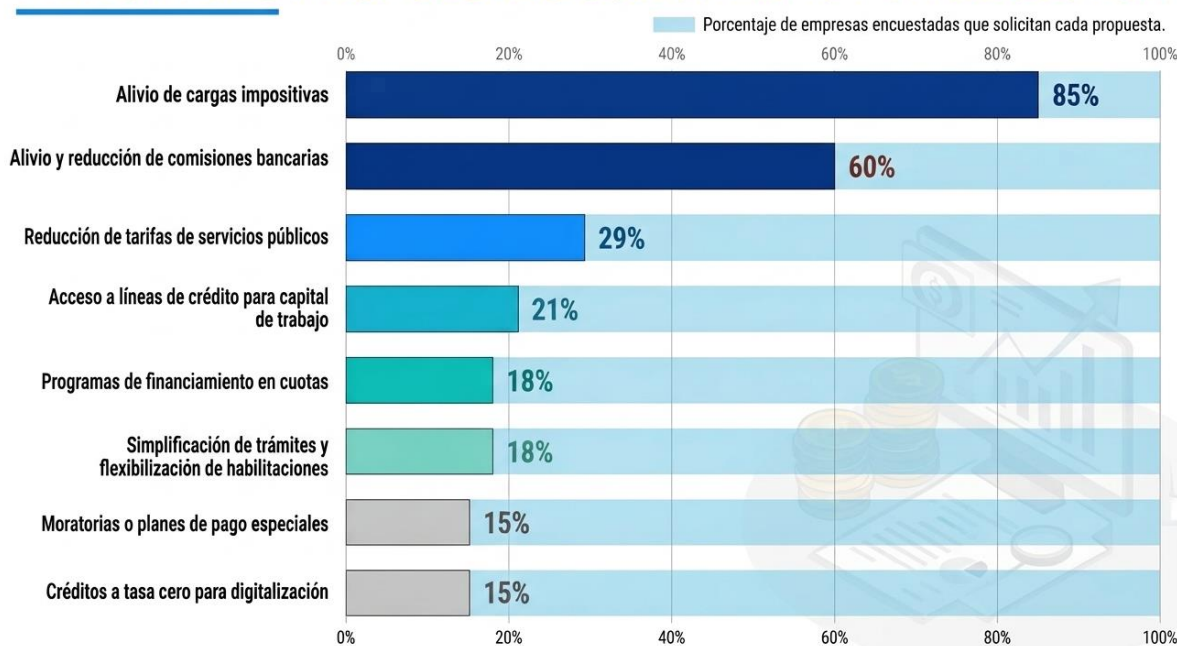


## Qué pide el sector: menos carga fiscal y menor costo financiero

Frente a esta coyuntura, los comerciantes consultados coincidieron en priorizar medidas tendientes a aliviar la carga financiera e impositiva. Las propuestas con mayor respaldo:

- 1) Alivio de cargas impositivas (85% de apoyo).
- 2) Alivio y reducción de comisiones bancarias (60% de apoyo).
- 3) Reducción de tarifas de servicios públicos (29% de apoyo).
- 4) Acceso a líneas de crédito para capital de trabajo (21% de apoyo).
- 5) Programas de financiamiento en cuotas (18% de apoyo).
- 6) Simplificación de trámites y flexibilización de habilitaciones (18% de apoyo).
- 7) Moratorias o planes de pago especiales (15% de apoyo).
- 8) Créditos a tasa cero para digitalización (15% de apoyo).

### PRINCIPALES PROPUESTAS SOLICITADAS POR EL SECTOR



*“Esto muestra que la preocupación del comerciante no se limita a la caída de las ventas. Existe una segunda dimensión vinculada al costo de mantener abierto y operar un establecimiento”. Creemos que “La reducción de costos y la recuperación del crédito aparecen como condiciones centrales para que la actividad pueda sostenerse y volver a crecer”.*