

Pese al impulso del Día de la Madre, las ventas en comercios minoristas cayeron en octubre

09/11/2025



Las ventas minoristas pymes subieron 2,8% en octubre respecto de septiembre, pero cayeron -1,4% en comparación con el mismo mes de 2024. Pese a esa leve mejora mensual, impulsada por el Día de la Madre, el consumo continúa afectado por la pérdida de poder adquisitivo y la falta de crédito, según la *Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME)*.

Sin embargo, en lo que va del año, acumularon un aumento interanual de 4,2%, impulsadas por los resultados positivos del primer semestre.

“Las promociones y el Día de la Madre impulsaron transitoriamente la demanda, sin revertir la tendencia general de consumo prudente”, señaló el informe.

Seis de los siete sectores relevados por CAME mostraron **descensos interanuales**. “Perfumería” fue el rubro más afectado, con una baja de -6,3%, seguido por “Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles”, que retrocedió -3,7%. También se registraron caídas en “Textil e indumentaria”, “Alimentos y bebidas”, “Calzado y marroquinería” y “Farmacia”.

Índice de Ventas Minoristas

Número índice y variación interanual. Últimos 18 meses.

■ Variación interanual ■ Índice



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Evolución de las ventas minoristas (Gráfico: CAME).

En cambio, **en la comparación mensual, todos los rubros mostraron incrementos**. “Perfumería” lideró el crecimiento con una suba de 9,7% respecto de septiembre, seguido por “Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción”, que avanzó 4,1%. De todos modos, la entidad remarcó que el repunte no alcanzó para revertir la tendencia negativa del último trimestre.

Comportamiento de las ventas, rubro por rubro

En relación con octubre de 2024, seis de los siete rubros mostraron resultados negativos, según el Índice de Ventas Minoristas que elabora CAME:

Perfumería: -6,3%. Según la entidad empresaria, el rubro fue el más afectado en octubre. El Día de la Madre generó un aumento puntual en perfumerías selectivas, con subas de precios y facturación, pero las promociones no alcanzaron para compensar la pérdida de poder adquisitivo ni la menor cantidad de lanzamientos de productos.

Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles: -3,7%. CAME destacó que “las ventas del rubro estuvieron afectadas por la falta de liquidez y el bajo poder adquisitivo de los consumidores, en un contexto donde los bienes del hogar no fueron prioridad de gasto”. A eso se sumaron “la incertidumbre electoral y las elevadas tasas de financiación”, que limitaron las compras con tarjeta. Las promociones en efectivo aportaron un leve impulso, aunque menor al de años anteriores.

Textil e indumentaria: -2,8%. El desempeño del sector estuvo condicionado por “la debilidad del consumo, la pérdida de poder adquisitivo y la incertidumbre previa a las elecciones”. El Día de la Madre generó un movimiento puntual que permitió una mejora respecto de septiembre, aunque con impacto acotado sobre la facturación.

Alimentos y bebidas: -2,1%. Según el relevamiento, las ventas del rubro estuvieron condicionadas por “la baja capacidad de compra de los hogares, la falta de liquidez y la incertidumbre vinculada al proceso electoral”. El consumo se mantuvo prudente y los comercios mencionaron aumentos de costos, competencia de supermercados y menor efectividad de las promociones frente a la pérdida de poder adquisitivo.

Calzado y marroquinería: -0,2%. La evolución del rubro estuvo afectada por la contracción del consumo y la pérdida de poder de compra de los hogares. “La demanda se concentró en artículos de menor valor, mientras que las ventas de productos de temporada mostraron un comportamiento irregular”, indicó CAME. El Día de la Madre aportó un movimiento puntual, aunque

menor al esperado por el sector.

Variaciones porcentuales, por rubro. Octubre 2025		Interanual	Acumulada	Intermensual desestacionalizada
	Alimentos y bebidas	-1,0	6,2	3,5
	Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles	-3,7	3,6	1,8
	Calzado y marroquinería	-0,2	3,8	4,1
	Farmacia	1,7	6,8	2,5
	Perfumería	-6,3	7,5	9,7
	Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción	-2,1	3,8	4,1
	Textil e indumentaria	-2,8	0,3	2,8

Ventas minoristas por rubros (Gráfico: CAME).

Farmacia: +1,7%. El rubro mostró una dinámica condicionada por la pérdida de poder adquisitivo y el aumento de precios de medicamentos e insumos. CAME detalló que “también incidieron factores estacionales vinculados al incremento de enfermedades respiratorias y alergias propias del período, que impulsaron parcialmente la demanda de productos de cuidado personal y medicamentos de venta libre”.

Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción: -0,5%. “El rubro presentó en octubre un desempeño influido por la debilidad del consumo y la incertidumbre electoral, factores que limitaron la circulación de clientes y las decisiones de gasto”, explicó la entidad. Las promociones y la financiación con tarjetas de crédito atenuaron parcialmente el impacto.

Rentabilidad en baja y cautela

inversora

De acuerdo con el sondeo de CAME, los comercios señalaron que enfrentan mayores costos operativos y escasa rentabilidad, además de un acceso limitado al crédito.

En este contexto, **el 56% de los encuestados indicó que su situación económica se mantuvo igual al año pasado**, mientras que el **33%** aseguró que **empeoró**, cinco puntos menos que en septiembre.

De cara al próximo año, **el 47,9% de los comerciantes prevé una mejora**, el 43% considera que la situación se mantendrá sin cambios y el 9% anticipa un deterioro. En tanto, el 57,3% de los encuestados consideró que no es un buen momento para invertir, mientras que solo el 14,8% evaluó lo contrario.

“La mayoría de los rubros continúa operando con **márgenes ajustados y sin incentivos para nuevas inversiones**”, concluyó CAME, que advirtió que la recuperación del consumo dependerá de una mejora sostenida del ingreso real y de la estabilidad económica en los próximos meses.

Fuente: TN