



EL 0,3% QUE LAS PYME NO PUEDEN CELEBRAR

Las ventas minoristas pyme crecieron 0,3% interanual en septiembre, pero cayeron 1,2% contra agosto y acumulan -2,1% en el año. CAME.

Lunes 05 de Octubre de 2026 | Audiencia: C-Suite / Board | Fuente: CAME — Índice de Ventas Minoristas Pyme, septiembre 2026. Elaboración propia.

KARTAL Consulting | kartal.com.ar

EL NÚMERO QUE LO DICE TODO: UN EMPATE QUE SE ROMPE



Las ventas minoristas pyme subieron 0,3% interanual en septiembre de 2026, según el Índice de Ventas Minoristas de CAME, pero retrocedieron 1,2% frente a agosto (serie desestacionalizada) y acumulan una caída de 2,1% en el año. El índice se ubica en 85,3 puntos, con base diciembre 2022 = 100: 14,7% por debajo de su punto de partida. El dato interanual positivo es real, pero describe un empate con 2025, no una recuperación.

Insights clave

- **Cinco de siete rubros crecen contra septiembre de 2025, pero cinco de siete cayeron contra agosto:** Textil (+5,0%), calzado (+3,5%), ferretería (+3,3%), farmacia (+1,5%) y perfumería (+0,7%) suben en la comparación interanual; textil (-2,5%), calzado (-0,5%), perfumería (-1,6%), alimentos (-3,0%) y bazar (-9,0%) retrocedieron en el mes. Solo farmacia (+2,8%) y ferretería (+0,6%) mejoraron en ambas comparaciones.
- **El rubro que más crece contra 2025 es el que peor acumula el año:** Textil e indumentaria lidera el interanual (+5,0%) pero registra el peor acumulado de los siete rubros (-3,0%) y una caída mensual de 2,5%. El interanual sin el acumulado exagera la señal.
- **La demanda se sostiene en cuotas cortas y compras de bajo importe:** CAME reporta en cuatro rubros (bazar y muebles, calzado, ferretería y textil) que el financiamiento en cuotas cortas o sin interés fue determinante para cerrar ventas, mientras las compras de mayor valor (muebles de gran porte, materiales pesados, obras nuevas) se postergan.
- **Los comerciantes ven una mejora que todavía no llegó:** Solo 5,6% informa que su situación mejoró respecto de hace un año (44,3% empeoró y 50,2% sigue igual), pero 41,8% espera mejorar dentro de 12 meses. La brecha entre expectativa y experiencia es de 36 puntos.

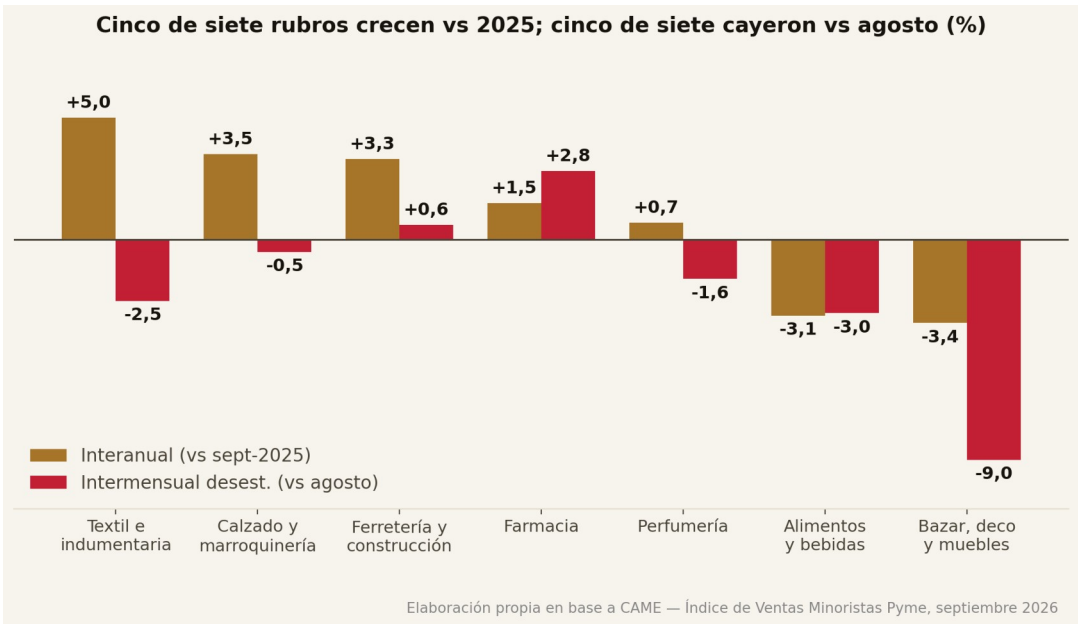
Implicancia inmediata: quien venda a, o financie, el canal pyme no debería proyectar el cuarto trimestre sobre el +0,3% interanual. La referencia más prudente combina ese dato con la caída mensual (-1,2%), el acumulado (-2,1%) y un comerciante que, en su mayoría, no está dispuesto a invertir.

LA FOTO COMPLETA: SIETE RUBROS, TRES LECTURAS

Qué mide el índice

El Índice de Ventas Minoristas (IVM) de CAME mide la evolución mensual de la facturación de los comercios minoristas pyme, deflactada con el IPC del INDEC y con base diciembre 2022 = 100. La edición de septiembre se elaboró sobre un relevamiento a 1.150 comercios del país, realizado entre el 24 de septiembre y el 2 de octubre de 2026, e incluye correcciones por subdeclaración de facturación. Cubre siete rubros: alimentos y bebidas; bazar, decoración, textiles de hogar y muebles; calzado y marroquinería; farmacia; perfumería; ferretería, materiales eléctricos y de la construcción; y textil e indumentaria.

Interanual contra intermensual, rubro por rubro



Elaboración propia en base a CAME — Índice de Ventas Minoristas Pyme, septiembre 2026

Datos y cifras clave

Rubro	Interanual	Intermensual desest.	Acumulada 2026
Índice general (85,3 puntos)	+0,3%	-1,2%	-2,1%
Textil e indumentaria	+5,0%	-2,5%	-3,0%
Calzado y marroquinería	+3,5%	-0,5%	-0,6%
Ferretería, mat. eléctricos y construcción	+3,3%	+0,6%	+2,1%
Farmacia	+1,5%	+2,8%	-2,5%
Perfumería	+0,7%	-1,6%	+4,0%

Alimentos y bebidas	-3,1%	-3,0%	-1,7%
Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles	-3,4%	-9,0%	+3,0%

Fuente: CAME — Índice de Ventas Minoristas Pyme, septiembre 2026.

Tres lecturas del mismo mes

Interanual: cinco de siete rubros crecen, con textil a la cabeza (+5,0%). Intermensual desestacionalizado: cinco de siete rubros cayeron, con una baja de 9,0% en bazar, decoración y muebles. Acumulado del año: cuatro rubros por debajo de cero (textil -3,0%, farmacia -2,5%, alimentos -1,7%, calzado -0,6%) y tres por encima (perfumería +4,0%, bazar +3,0%, ferretería +2,1%). Ningún rubro lidera las tres métricas a la vez.

POR QUÉ UN +0,3% NO ES UNA RECUPERACIÓN

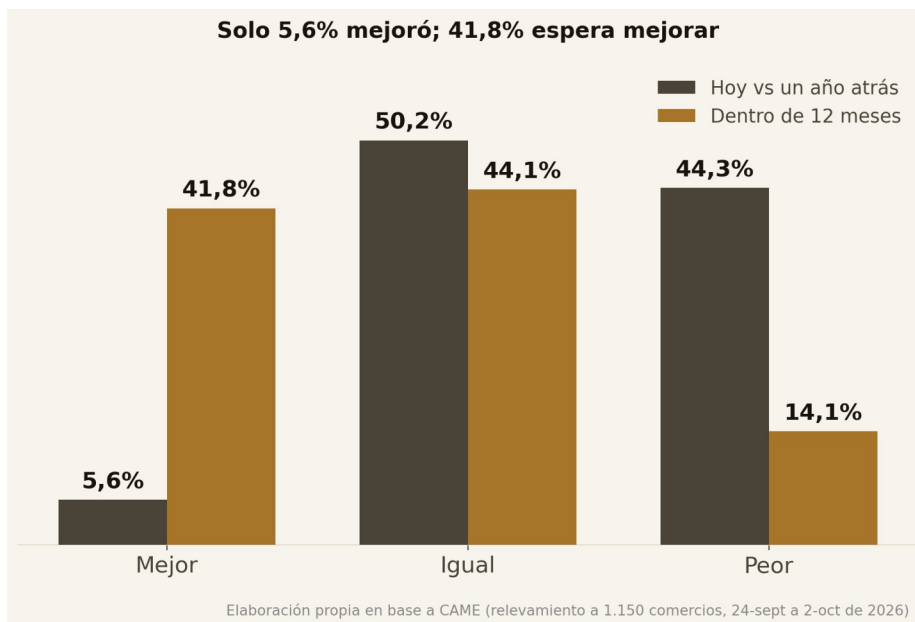
Impacto económico: el consumo se sostiene, pero sin margen

Una suba interanual de 0,3% con una caída mensual de 1,2% describe un consumo que se mantiene en el nivel de hace un año, sin tracción. CAME describe el patrón en casi todos los rubros: reposición diaria, ticket de bajo importe, preferencia por opciones económicas y compras fraccionadas por etapas. La demanda no desapareció: se volvió más chica, más frecuente y más dependiente del financiamiento.

Impacto sectorial: dónde duele y dónde alivia

Alimentos y bebidas (-3,1% interanual, -3,0% mensual) concentra la señal más incómoda: es el rubro de consumo más básico y todavía retrocede, con sustitución de cortes vacunos por avícolas y presión competitiva de cadenas mayoristas y supermercados. Bazar, decoración y muebles (-9,0% mensual) sufre la postergación de compras de mayor valor: según CAME, la falta de acuerdos bancarios y de planes oficiales limita el recambio de piezas de mayor costo. En el otro extremo, farmacia (+2,8% mensual) se sostiene con recetas y tratamientos crónicos, y ferretería (+0,6% mensual) con refacciones menores, mientras la construcción integral sigue frenada.

La paradoja de las expectativas



Elaboración propia en base a CAME (relevamiento a 1.150 comercios)

El 50,2% de los comerciantes dice que su empresa está igual que hace un año (+2,8 puntos porcentuales vs agosto), el 44,3% dice que está peor (-2,2 pp) y solo el 5,6% dice que mejoró (-0,5 pp). Hacia adelante, 44,1% espera que todo siga igual, 41,8% espera

mejorar y 14,1% espera empeorar. La expectativa de mejora (41,8%) es 7,5 veces mayor que la experiencia de mejora (5,6%).

Drivers clave

- **1. El financiamiento en cuotas cortas sostiene el mostrador:** CAME lo destaca como determinante en bazar y muebles, calzado, ferretería y textil. Sin cuotas sin interés o de tres pagos, la caída sería mayor; con ellas, el comercio financia al consumidor con su propia liquidez.
- **2. La competencia de importados y del canal informal presiona precios en el canal formal:** CAME la menciona en bazar y muebles, calzado y textil. Limita la capacidad de trasladar costos y comprime márgenes.
- **3. El comerciante gestiona caja, no crecimiento:** Liquidaciones de stock invernal para generar liquidez, reposiciones acotadas y control de compras para evitar sobrestock describen una lógica defensiva de capital de trabajo.
- **4. El Día de la Madre es la próxima prueba:** Bazar y perfumería ponen sus expectativas en esa fecha; perfumería la define como la segunda de mayor facturación, solo detrás de las fiestas de fin de año.

Escenarios

Escenario	Probabilidad	Condiciones	Impacto
Estancamiento con mercado dividido	50%	El interanual oscila cerca de 0% y el intermensual alterna signos; el Día de la Madre rescata a bazar y perfumería	El comercio sigue sin invertir; el crédito y el financiamiento en cuotas siguen siendo la variable que decide la venta
Rebote por fecha comercial	30%	El Día de la Madre y la primavera traccionan consumo de reposición y regalos	El intermensual de octubre recupera parte de la caída de septiembre; no cambia la tendencia del acumulado
Segundo mes de retroceso	20%	El intermensual vuelve a ser negativo en octubre, con el interanual ya sin sostén	Se consolida un patrón de caída mensual; el acumulado del año se profundiza y la inversión se posterga más

Probabilidades son estimativas cualitativas de KARTAL Consulting. No constituyen proyección econométrica formal.

LO QUE ESTO SIGNIFICA PARA QUIEN VENDE AL CANAL PYME

Para fabricantes, distribuidores, financieras y proveedores del comercio

El canal minorista pyme es el último eslabón de muchas cadenas de valor: lo que vende o deja de vender determina pedidos, cobranzas y morosidad aguas arriba. Un canal que crece 0,3% interanual pero cae 1,2% en el mes, y cuya mayoría no invertiría, es un cliente que pide plazos más largos, volúmenes más chicos y mayor financiamiento.

- Fabricantes y distribuidores: esperar pedidos más fragmentados y de reposición inmediata, con menor tolerancia a mínimos de compra.
- Financieras y bancos: el financiamiento en cuotas cortas es hoy la variable que cierra ventas en el mostrador; la capacidad de ofrecerlo (o financiarlo) define participación.
- Retailers y marcas con canal propio: la preferencia por opciones económicas y presentaciones fraccionadas favorece formatos chicos y primeras marcas de menor precio.
- Áreas de crédito y cobranzas: un comerciante que gestiona caja con liquidaciones de stock tiene mayor riesgo de demora de pago que uno que invierte para crecer.

Ventana de tiempo

- **Urgente (próximas semanas):** El Día de la Madre (18 de octubre) es la próxima fecha comercial relevante; las decisiones de stock, financiamiento y promoción se toman ahora.
- **Mediano plazo (próximos meses):** El dato de octubre de CAME define si septiembre fue un tropiezo (rebote) o el inicio de un patrón (segundo mes de caída mensual).
- **Estructural (resto de 2026 y 2027):** La combinación de financiamiento corto, competencia de importados y comerciante defensivo condiciona la inversión del canal en capacidad, stock y locales.

LO QUE HAY QUE HACER ESTA SEMANA

PRIORIDAD ALTA — Esta semana

1. Rehacer el forecast del cuarto trimestre del canal pyme sobre una base de 0% real, no de +0,3%

Usar como escenario base un interanual cercano a cero con intermensual alternante, y tratar el +0,3% como techo del escenario central, no como punto de partida. Incorporar el acumulado (-2,1%) como referencia del año.

-> **Trigger:** publicación del índice de septiembre (-1,2% intermensual) y cierre del presupuesto del cuarto trimestre.

-> **Criterio de éxito:** forecast con escenario base de variación real $\leq 0\%$ y sensibilidad documentada a -3% y $+3\%$.

2. Activar o reforzar planes de cuotas cortas para el canal antes del Día de la Madre (18 de octubre)

CAME señala el financiamiento en cuotas cortas o sin interés como determinante de la venta en bazar y muebles, calzado, ferretería y textil. Definir condiciones (por ejemplo, planes de tres pagos) y comunicarlas al comercio con anticipación.

-> **Trigger:** inicio de la temporada de compras del Día de la Madre.

-> **Criterio de éxito:** plan vigente y comunicado al menos 10 días antes de la fecha, con seguimiento de la proporción de ventas en cuotas.

PRIORIDAD MEDIA — Próximos 30-90 días

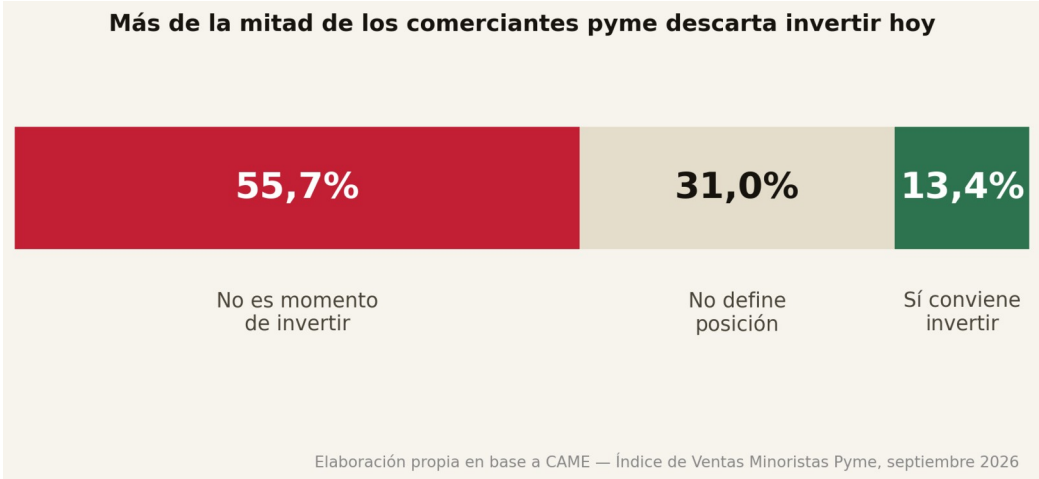
- 3. Ajustar el mix hacia formatos de menor importe y reposición frecuente (presentaciones fraccionadas, líneas económicas), que es donde se concentra la demanda según CAME.
- 4. Revisar límites de crédito y plazos de cobranza del canal pyme en rubros con acumulado negativo (textil, farmacia, alimentos y calzado), con monitoreo de morosidad mensual.
- 5. Diferir inversiones de expansión de capacidad ligadas exclusivamente al canal pyme hasta confirmar el dato de octubre (55,7% de los comerciantes tampoco invertiría).

MONITOREAR — Activar si se confirma escenario adverso

- Si el intermensual desestacionalizado de octubre vuelve a ser negativo, tratar septiembre como inicio de un patrón y recalibrar el escenario central a estancamiento con sesgo bajista.
- Si el porcentaje de comerciantes que dice estar peor que un año atrás vuelve a subir de 44,3%, endurecer los criterios de crédito al canal.

LO QUE PUEDE SALIR MAL

El comerciante invierte menos y el canal se achica



Elaboración propia en base a CAME — Índice de Ventas Minoristas Pyme, septiembre 2026

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
La caída mensual de septiembre (-1,2%) se repite en octubre y consolida un patrón bajista	MEDIO	ALTO	Seguir el índice mensual de CAME y recalibrar forecast ante un segundo dato negativo
Los rubros de ticket alto (muebles, materiales pesados) siguen postergando operaciones	MEDIO-ALTO	MEDIO	Reforzar financiamiento y evitar proyecciones de volumen en rubros con compras diferidas
La competencia de importados y del canal informal comprime márgenes del comercio formal	ALTO	MEDIO	Diferenciar propuesta por servicio y financiamiento, no solo por precio
Mayor morosidad del canal por gestión defensiva de caja	MEDIO	MEDIO-ALTO	Revisar límites de crédito y plazos en rubros con acumulado negativo

Variables a monitorear

- Variación intermensual desestacionalizada del índice de CAME, mes a mes, como señal de tracción.
- Balance cualitativo de comerciantes (mejor, igual, peor frente a un año atrás) y clima de inversión (55,7% adverso).
- Resultado del Día de la Madre en bazar y perfumería, los rubros que ponen allí sus expectativas.

Límites del análisis

Este análisis se basa exclusivamente en el Índice de Ventas Minoristas Pyme de CAME, septiembre de 2026, que mide facturación de comercios minoristas pyme y no el consumo total ni la actividad de grandes cadenas. Las variaciones de cada rubro surgen de un relevamiento a 1.150 comercios y de correcciones econométricas por subdeclaración; las cifras pueden ser revisadas por CAME. Las implicancias estratégicas, los escenarios y las recomendaciones son elaboración propia de KARTAL Consulting.

Este informe fue elaborado por KARTAL Consulting con fines informativos y estratégicos. No constituye asesoramiento de inversión. Fuente primaria: CAME — Índice de Ventas Minoristas Pyme, septiembre 2026.