PANORAMA

La metalurgia opera a menos del 40% de su capacidad.

La actividad metalúrgica acumuló una caída de 5,5% en los primeros siete meses de 2026 y en julio registró un retroceso interanual de 4,4%, según la Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina (Adimra). La capacidad instalada se ubicó en 39,2%, uno de los niveles más bajos de la serie histórica. El deterioro alcanzó a sectores como bienes de capital (-9,5%) y maquinaria agrícola (-7,7%). En las provincias, Córdoba registró la mayor caída, con 7,9%, principalmente por el desempeño de maquinaria agrícola y autopartes.

La industria perdió casi 90.000 empleos desde 2023.

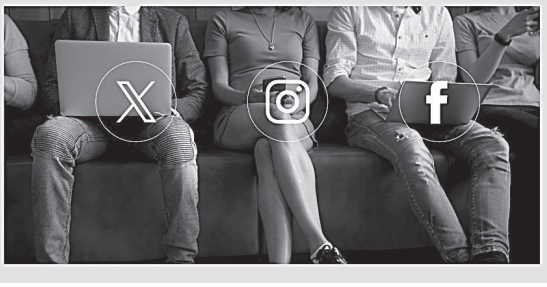
La industria manufacturera perdió 89.667 empleos registrados desde agosto de 2023, una caída del 7,5%, según datos de la Secretaría de Trabajo. El sector lidera la pérdida de empleo privado formal y concentra 35,5% de los 241.176 puestos menos registrados entre noviembre de 2023 y mayo de 2026. La mayor baja se produjo en textiles, confecciones, cuero y calzado, con 28.088 empleos menos, seguida por la metalmecánica, que perdió 21.384 puestos. En mayo, además, la industria redujo otros 3.157 empleos registrados.

Fondos fiduciarios: casi US$4.000 millones bajo la lupa.

Los fondos fiduciarios del Estado acumularon excedentes por casi US$4.000 millones entre 2024 y 2026, según una estimación del Instituto Consenso Federal. El informe cuestionó que parte de esos recursos, que tienen destinos específicos, no haya sido ejecutada y se haya orientado a inversiones financieras. El cálculo contempla US$2.030 millones de excedente en 2024, US$973 millones en 2025 y una proyección de US$956 millones para 2026. Entre los fondos figuran los destinados a infraestructura, transporte, energía y tarifas de gas.

El agro aportaría US$4.613 millones por retenciones.

El agro aportaría US$4.613 millones en retenciones durante 2026, según estimaciones sectoriales. El dato cobró relevancia durante la apertura de Expo Venado 2026, donde la vicepresidenta Victoria Villarruel reclamó eliminar las retenciones para el campo y la industria. "Nuestro campo y nuestra industria deben ser sin retenciones a las exportaciones", sostuvo Villarruel. Además, destacó el papel de los productores y trabajadores rurales y vinculó el desarrollo de la actividad con la generación de empleo y el crecimiento económico.



Las ventas del Día del Niño bajaron un 2,5% interanual

La demanda se concentró en compras de menor valor, promociones y financiación.

Las ventas minoristas pyme por el Día del Niño cayeron 2,5% interanual a precios constantes, según un relevamiento de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (Came). El resultado volvió a reflejar las dificultades que atraviesa el consumo, pese a las promociones y opciones de financiación.

El ticket promedio alcanzó $45.892, frente a los $33.736 del año pasado. En términos reales, esto representó una mejora de 0,8%, aunque el monto quedó por debajo de los $57.500 previstos por Focus Market.

El 81,2% de los comercios encuestados aplicó promociones, principalmente financiación con tarjeta, utilizada por el 55,3%, y descuentos en efectivo, implementados por el 46,2%. Sin embargo, las estrategias comerciales no fueron suficientes para impulsar una recuperación sostenida.

Más del 80% de los comercios apeló a promociones para sostener las ventas.

Según Came, los consumidores postergaron las compras hasta último momento y priorizaron productos de menor valor, en un contexto de restricciones presupuestarias. Además, el 41,7% de los comercios señaló que las ventas estuvieron por debajo de lo esperado.

La fecha tuvo un impacto limitado sobre la actividad: 36% de los comercios aseguró que sumó movimiento, pero sin modificar el panorama general, mientras que 35,5% lo calificó como moderado y 19,3% no registró incidencia. Solo 9,1% consideró que fue clave para dinamizar el mes.

Por rubros, jugueterías registró la mayor caída, con 4,8%, seguida por indumentaria y accesorios (-4,1%). Calzado y marroquinería bajó 3,1%, librerías 1,8% y equipos de audio, video, celulares y accesorios 1%.

El resultado muestra que, pese al mayor gasto nominal, el poder adquisitivo continúa limitando las compras de mayor valor y condicionando la recuperación del consumo.

El comercio cordobés registró una caída de 3,7%

El menor poder adquisitivo fue uno de los principales factores detrás del retroceso registrado durante la fecha. En diálogo con Hoy Día Córdoba, el vicepresidente de la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), Maximiliano Dauria, sostuvo que "a la gente le alcanza cada vez menos la plata" y que, aunque el ingreso de productos importados amplió la oferta y ayudó a contener precios, no compensó la pérdida de capacidad de compra. El 78% de las operaciones se realizó con tarjeta de crédito, impulsado por promociones concentradas en los últimos días. "Había muchísimas promociones y la gente esperó esos días para hacer la compra", explicó. Dauria agregó que los comercios "bajaron su rentabilidad para poder tener precios más competitivos", pero el volumen no alcanzó lo esperado. De cara a los próximos meses, reclamó "una baja de impuestos" para trasladar el alivio a los precios y recuperar el consumo.

Fin de semana largo

Más viajeros, pero con menos gastos

Más de 1,07 millones de turistas se movilizaron por distintos destinos del país durante el fin de semana largo por el Paso a la Inmortalidad del General José de San Martín, según un relevamiento de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (Came). El movimiento generó un impacto económico directo de $245.907 millones. La cantidad de viajeros fue 24,2% superior a la registrada en 2023, último año comparable para esta fecha. Sin embargo, el mayor movimiento no se tradujo en un aumento del consumo: el gasto total cayó 6,3% en términos reales frente a ese antecedente. El comportamiento estuvo marcado por viajes más cortos, decisiones de último momento y un consumo más selectivo. La estadía promedio pasó de 2,3 días en 2023 a 2 días, mientras que el gasto diario por turista fue de $114.464, un 13,2% menos en términos reales. Entre los destinos con mayor movimiento se destacaron Bariloche,

Más de 1 millón de turistas se movilizaron por distintos destinos del país.

Tandil, Jujuy, Santiago del Estero y distintos puntos de Entre Ríos y la cordillera. Bariloche se acercó al 100% de ocupación, mientras que Jujuy llegó al 83% y Tandil al 90%. En Córdoba, la Agencia Córdoba Turismo informó que la provincia recibió 13% más turistas que en el mismo período de 2025 y estimó un impacto económico de $25.000 millones. La Cumbrecita alcanzó 82% de ocupación, Villa General Belgrano 80%, Yacanto 79% y Embalse 77%. El balance refleja un mayor movimiento turístico, aunque con menor permanencia y consumo.