

Shocks coyunturales y dinámicas estacionales: evidencia de octubre de 2025 sobre expectativas y percepciones en nanostores de Argentina

Gerardo Toboso
Universidad Nacional de San Martín

Facundo Latini
Universidad Nacional de San Martín

Enero de 2026

Resumen

Los micro y pequeños negocios, incluidos los nanostores, cumplen un rol central en el abastecimiento cotidiano de los barrios y en el empleo en América Latina. En Argentina, operan bajo alta volatilidad macroeconómica y enfrentan shocks de corto plazo que alteran el consumo y la toma de decisiones. Este informe analiza cómo conviven estímulos estacionales asociados a fechas comerciales e incertidumbre coyuntural en las percepciones y expectativas de ventas de nanostores. Se utilizan datos de encuestas del MIT Low-Income Firms Transformation (LIFT) Lab, combinando análisis descriptivo con análisis exploratorio de texto sobre respuestas abiertas. El objetivo no es probar causalidad, sino documentar patrones consistentes en una ventana temporal específica y proponer métricas operativas para profundizar el análisis.

Palabras clave: nanostores, nanocomercios, expectativas, Argentina, shocks, MIT LIFT.

1. Introducción

Los nanostores (almacenes, kioscos, verdulerías y comercios de cercanía similares) son un componente clave de los sistemas de consumo barrial y de la economía cotidiana. Sin embargo, su escala reducida y su dependencia del flujo de caja diario los vuelve especialmente sensibles a cambios repentinos en la demanda, expectativas y precios. En contextos de inflación elevada, la gestión de inventario, la fijación de precios y la planificación de compras se vuelven decisiones de supervivencia (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), 2026).

En ese marco, octubre de 2025 resulta una ventana relevante para observar la superposición de señales estacionales—asociadas a picos de consumo por fechas comerciales, como el Día de la Madre—con un entorno de incertidumbre coyuntural (por ejemplo, cambios en expectativas macro y el clima político, como un proceso electoral). Este trabajo se concentra en cómo los comerciantes describen y anticipan el desempeño de su negocio: qué reportan sobre sus ventas recientes, qué esperan hacia adelante y qué razones mencionan en respuestas abiertas.

2. Datos y metodología

El análisis se basa en el relevamiento del MIT LIFT Lab, que utiliza instrumentos de encuesta para capturar indicadores operativos y percepciones de micro y pequeños negocios, combinando variables cuantitativas con preguntas cualitativas (MIT LIFT Lab, 2026).

En particular, se trabaja con 923 respuestas correspondientes al periodo bajo estudio (octubre de 2025). El instrumento de encuesta releva, entre otros aspectos:

- La percepción del comerciante sobre cómo evolucionaron sus ventas respecto del mes previo.
- La expectativa de ventas en un horizonte de hasta 3 meses desde el momento en que se tomó la encuesta.
- Preguntas abiertas donde los encuestados explican, en sus propias palabras, las razones detrás de cambios en ventas y otras decisiones.
- Señales operativas complementarias (por ejemplo, precios e inventario) y características generales del negocio.

La estrategia analítica es descriptiva: se reportan distribuciones (gráficos de barras) y se analizan respuestas abiertas mediante técnicas simples de normalización de texto y frecuencia de términos (nubes de palabras). Este enfoque se alinea con el carácter exploratorio de un informe educativo y con la necesidad de interpretar el contexto sin sobre-estender conclusiones causales.

2.1. Preparación de datos

El proceso de limpieza inicial tuvo como objetivo mejorar consistencia y comparabilidad entre respuestas. Dado el foco de este informe (expectativas, percepciones y texto), se priorizaron las siguientes acciones:

- Depuración de metadatos del instrumento: se removieron columnas técnicas de plataforma (por ejemplo, identificadores y marcas temporales) que no aportan al análisis.
- Normalización de variables de texto: se estandarizaron acentos y caracteres especiales, y se homogeneizaron respuestas cortas para evitar fragmentación artificial en el análisis de frecuencia.
- Parseo de variables numéricas con respuestas mixtas: se definieron reglas para separar o convertir entradas donde el encuestado combinó texto y números en una misma celda.
- Tratamiento conservador de outliers evidentes: cuando un valor extremo luce incompatible con la escala típica de la variable, se lo trató como faltante para el análisis descriptivo.

3. Resultados

3.1. Señales estacionales en el relato de los comerciantes (análisis de texto)

Las preguntas abiertas permiten observar cómo los comerciantes explican “por qué” subieron o bajaron las ventas. En un primer nivel, suelen aparecer términos generales (por ejemplo, referencias a “gente/clientes” o a la “situación económica”), coherentes con el contexto macro que enfrentan los hogares (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), 2026).

En octubre, también emergen términos asociados a dinámicas estacionales (por ejemplo, menciones a “madre”, “temporada” o “fin de mes”), que funcionan como señales narrativas de picos de consumo o cambios transitorios en la demanda. En paralelo, aparecen referencias a “elecciones” y a “precios”, que suelen asociarse en el discurso de los encuestados a incertidumbre, cautela o ajustes preventivos.

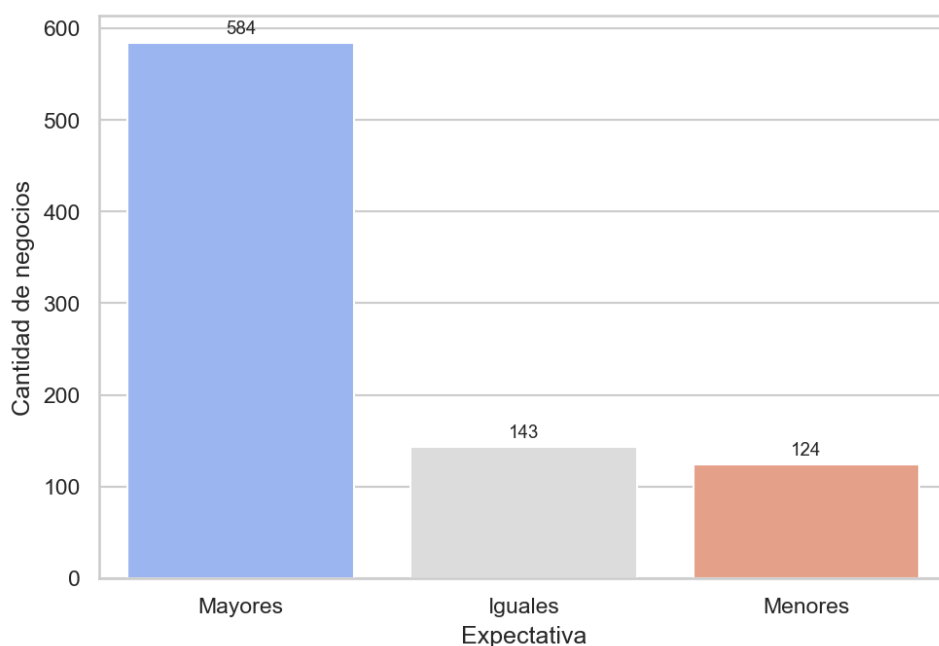


Figura 2: Distribución de la expectativa de ventas en un horizonte de 3 meses.

Fuente: Elaboración propia con datos del MIT LIFT Lab (octubre de 2025).

3.3. Consistencia entre expectativa y desempeño reciente (brecha expectativa–resultado)

Para conectar expectativas con resultados recientes, se construye un indicador simple de consistencia comparando:

- La expectativa de ventas a 3 meses (declarada al momento de la encuesta), y
- La percepción del desempeño reciente (ventas respecto del mes anterior).

La idea es estimar, por tipo de negocio y antigüedad (en grupos), qué tan alineadas están las expectativas con el desempeño reportado. Este indicador no pretende medir desempeño “real” (no hay auditoría de ventas), pero sí comparar consistencia interna entre percepción y proyección.

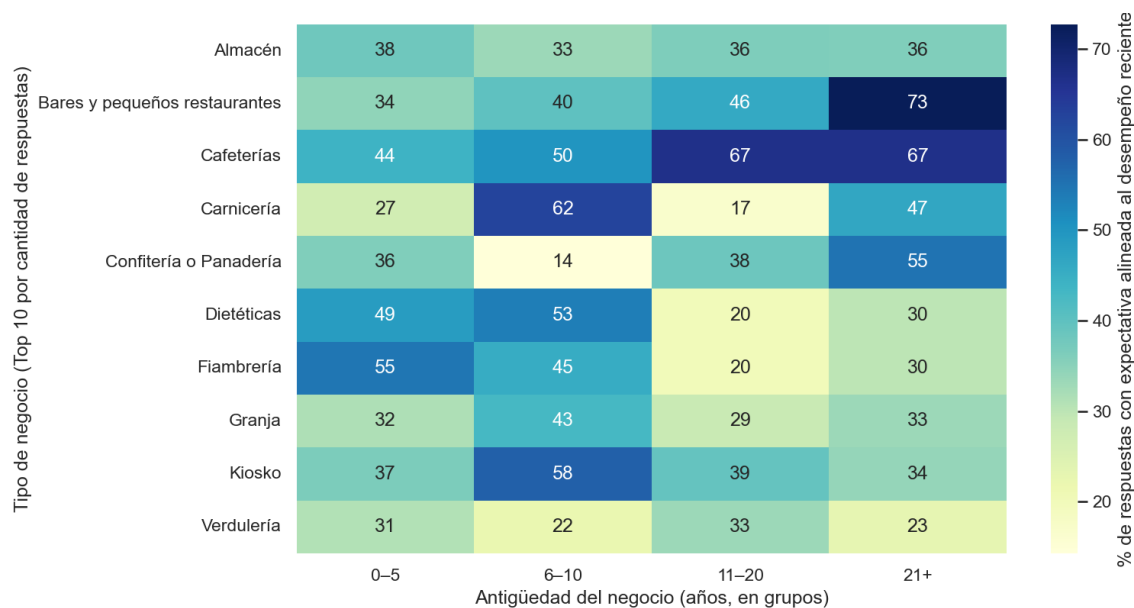


Figura 3: Porcentaje de coincidencia entre expectativa a 3 meses y desempeño reciente, por tipo y antigüedad del negocio.

Fuente: Elaboración propia con datos del MIT LIFT Lab (octubre de 2025).

Cómo leer la figura. Un porcentaje alto indica que, dentro de ese grupo, la expectativa a 3 meses suele estar *alineada en dirección* con el desempeño reciente reportado (por ejemplo, “mejor” con “mejor”). Un porcentaje bajo sugiere que las expectativas *no* siguen de cerca el último mes.

Vínculo con estacionalidad y shocks. En un contexto de estacionalidad, una menor alineación puede reflejar que los comerciantes proyectan el próximo trimestre en función del calendario comercial (picos transitorios) más que del mes inmediato anterior. En un contexto de shocks e incertidumbre, una menor alineación puede reflejar cautela o volatilidad en las proyecciones; alternatively, un shock que afecte de manera generalizada podría aumentar la alineación si el deterioro/mejora reciente se extrapola.

4. Conclusiones

En conjunto, los resultados describen un escenario típico del microcomercio de cercanía en contextos volátiles: el comerciante convive con señales contradictorias (estacionalidad comercial vs. incertidumbre coyuntural) y traduce esa tensión en decisiones prácticas. En las respuestas abiertas, aparecen menciones a eventos y al clima económico; en las expectativas, se observa una apuesta de corto plazo a la estacionalidad.

Como aporte principal, el informe propone operacionalizar esa tensión a través de una métrica simple de consistencia entre expectativas y percepciones. En iteraciones futuras, este enfoque podría ampliarse con:

- Un análisis cuantitativo formal (por ejemplo, modelos simples por rubro y antigüedad).
- Un análisis de texto más robusto (por ejemplo, clasificación temática o sentimiento, si se incorpora un método validado para español y se controlan sesgos).

Referencias

- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) (2026). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. Página institucional. URL: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-5-31> (visitado 06-01-2026).
- MIT LIFT Lab (2026). *MIT Low-Income Firms Transformation (LIFT) Lab*. Sitio web. URL: <https://liftlab.mit.edu/> (visitado 07-01-2026).