



Índice de Ventas Minoristas Pyme

Octubre 2025



ESTADÍSTICAS
e INFORMES

Índice de ventas
minoristas

103,9

Octubre 2025

Variaciones porcentuales

Interanual

-1,4 %

Octubre 2025

Intermensual
desestacionalizada

+2,8 %

Octubre 2025

Acumulada

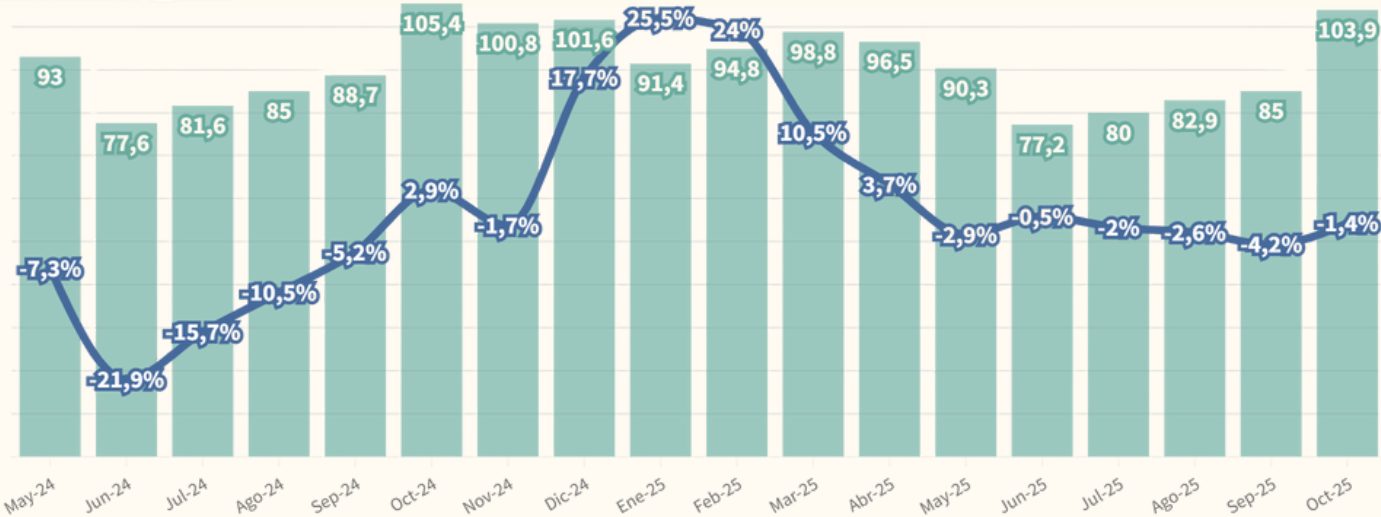
+4,2 %

Octubre 2025

Índice de Ventas Minoristas

Número índice y variación interanual. Últimos 18 meses.

Variación interanual Índice



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

Variaciones porcentuales, por rubro.

Octubre 2025

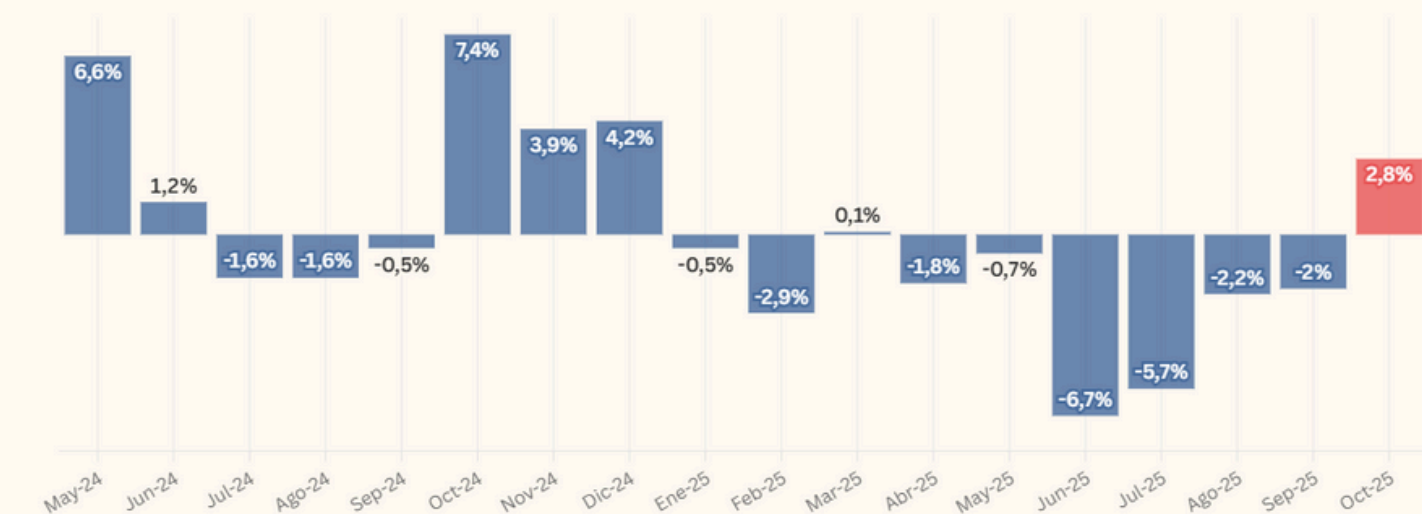
	Interanual	Acumulada	Intermensual desestacionalizada
 Alimentos y bebidas	-1,0	6,2	3,5
 Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles	-3,7	3,6	1,8
 Calzado y marroquinería	-0,2	3,8	4,1
 Farmacia	1,7	6,8	2,5
 Perfumería	-6,3	7,5	9,7
 Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción	-2,1	3,8	4,1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

Resumen ejecutivo

Octubre 2025

Variación intermensual, histórico.

Últimos 18 meses. Serie desestacionalizada.



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

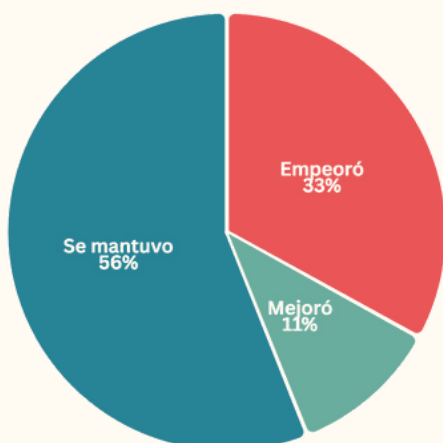
En octubre, las ventas minoristas pymes registraron una variación interanual de -1,4% a precios constantes. En la comparación mensual desestacionalizada, se observó un incremento de 2,8%. En lo que va del año, las ventas acumulan un aumento interanual de 4,2%.

En el análisis por rubros, seis de los siete sectores mostraron caídas interanuales. El rubro "Perfumería" presentó la mayor baja (-6,3%), seguido por "Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles" (-3,7%). En la comparación intermensual, todos los rubros registraron incrementos. "Perfumería" lideró el crecimiento con una suba de 9,7% respecto del mes anterior, seguida por "Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción" (+4,1%).

Respecto de la situación económica de los comercios, el 56% indicó que se mantuvo igual al año pasado y el 33% que fue peor, cinco puntos porcentuales menos que en septiembre.

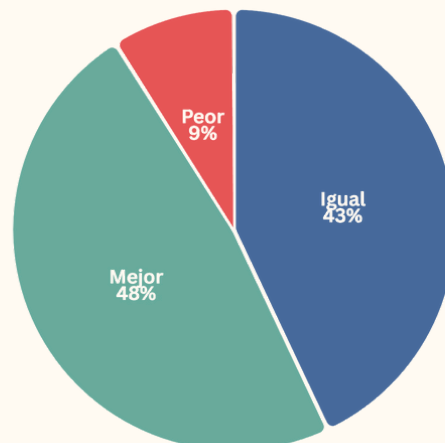
Situación actual

Comparado con el año anterior



Expectativa a futuro

Situación dentro de un año



En cuanto a las expectativas, el 47,9% prevé una mejora para el próximo año, el 43% estima que se mantendrá sin cambios y el 9% anticipa un deterioro. Sobre la posibilidad de invertir, el 57,3% considera que no es un buen momento, el 14,8% que sí lo es y el 27,9% no tiene una opinión definida o no respondió.

En octubre, las ventas minoristas pymes mostraron una leve mejora mensual, aunque continuaron por debajo del nivel del año anterior. La mayoría de los rubros registró caídas interanuales, con **Perfumería y Bazar y decoración** entre los más afectados. Las promociones y el Día de la Madre impulsaron transitoriamente la demanda, sin revertir la tendencia general de consumo prudente. Los comercios destacaron mayores costos operativos, baja rentabilidad y escaso acceso al financiamiento. Predomina la cautela en las expectativas y la baja disposición a invertir.

Tabla 1. Índice de ventas minoristas, variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Periodo			Variaciones		
			Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	100,0	2,7%	6,1%	1,4%
	Enero	101,9	-0,3%	-3,4%	-
	Febrero	102,6	-1,6%	-0,6%	-0,6%
	Marzo	102,4	-0,8%	0,7%	-0,4%
	Abril	100,4	-1,6%	0,7%	-0,7%
	Mayo	100,3	-2,8%	-1,2%	-1,7%
2023	Junio	99,4	-3,6%	-0,9%	-1,8%
	Julio	96,8	-3,6%	-3,2%	-1,6%
	Agosto	95,0	-4,1%	-0,5%	-2,6%
	Septiembre	93,6	-5,1%	-1,1%	-2,6%
	Octubre	102,4	-0,7%	4,7%	-2,4%
	Noviembre	102,6	-2,9%	-2,2%	-2,4%
	Diciembre	86,3	-13,7%	-11,2%	-3,4%
	Enero	72,9	-28,5%	-6,4%	-
	Febrero	76,4	-25,5%	-7,4%	-27,0%
	Marzo	89,5	-12,6%	-3,2%	-22,1%
	Abril	93,1	-7,3%	1,6%	-18,4%
	Mayo	93,0	-7,3%	6,6%	-16,2%
2024	Junio	77,6	-21,9%	1,2%	-17,2%
	Julio	81,6	-15,7%	-1,6%	-17,0%
	Agosto	85,0	-10,5%	-1,6%	-16,2%
	Septiembre	88,7	-5,2%	-0,5%	-15,0%
	Octubre	105,4	2,9%	7,4%	-13,2%
	Noviembre	100,9	-1,7%	3,9%	-12,2%
	Diciembre	101,6	17,7%	4,2%	-10,0%
	Enero	91,4	25,5%	-0,5%	-
	Febrero	94,8	24,0%	-2,9%	24,7%
	Marzo	98,8	10,5%	0,1%	19,4%
2025	Abril	96,5	3,7%	-1,8%	14,9%
	Mayo	90,3	-2,9%	-0,7%	11,0%
	Junio	77,2	-0,5%	-6,7%	9,1%
	Julio	80,0	-2,0%	-5,7%	7,6%
	Agosto	82,9	-2,6%	-2,2%	6,2%
	Septiembre	85,0	-4,2%	-2,0%	5,0%
	Octubre	103,9	-1,4%	2,8%	4,2%

Tabla 2. Alimentos y bebidas. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Durante octubre, 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. Se observó un comportamiento de consumo prudente, donde los aumentos de precios y la estabilidad en algunos productos básicos influyeron en la evolución nominal de la facturación. La incidencia del Día de la Madre generó un leve impulso estacional, aunque no alcanzó para modificar la tendencia general de estancamiento registrada desde meses previos.

Los comerciantes destacaron el aumento de costos operativos, la competencia de supermercados, mayoristas y aplicaciones de delivery, y la menor efectividad de las promociones frente a la pérdida de poder adquisitivo. Se implementaron estrategias de descuentos en efectivo, acuerdos con tarjetas y acciones en redes sociales para sostener las ventas. La facturación se mantuvo estable en términos nominales, pero los negocios señalaron un contexto de fuerte cautela del consumidor y ausencia de señales de recuperación sostenida.

Periodo		Variaciones		
		Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	3,6%	4,9%	2,9%
	Enero	3,6%	-0,2%	-
	Febrero	2,6%	-1,0%	3,1%
	Marzo	1,5%	-1,1%	2,6%
	Abril	-1,6%	-0,9%	0,5%
	Mayo	-4,2%	-0,7%	-1,9%
2023	Junio	-4,1%	0,1%	-1,4%
	Julio	-4,3%	-4,0%	-1,3%
	Agosto	-6,6%	-2,3%	-1,9%
	Septiembre	-8,1%	-1,6%	-2,6%
	Octubre	-8,0%	0,0%	-2,9%
	Noviembre	-7,7%	0,4%	-3,3%
2024	Diciembre	-19,8%	-13,2%	-5,7%
	Enero	-37,1%	-13,2%	-
	Febrero	-33,3%	-7,6%	-35,2%
	Marzo	-15,5%	-2,7%	-28,7%
	Abril	-8,5%	2,7%	-23,8%
	Mayo	-9,4%	8,3%	-20,9%
	Junio	-26,6%	1,8%	-21,8%
	Julio	-20,9%	-2,5%	-21,7%
	Agosto	-11,8%	-1,8%	-20,5%
	Septiembre	-2,7%	0,1%	-18,6%
	Octubre	5,8%	0,0%	-16,3%
	Noviembre	4,4%	0,1%	-14,5%
2025	Diciembre	21,2%	0,1%	-18,6%
	Enero	32,5%	-1,0%	-
	Febrero	33,0%	-2,1%	32,8%
	Marzo	13,7%	-0,3%	25,3%
	Abril	6,3%	-0,9%	19,8%
	Mayo	-7,6%	-0,9%	13,6%
	Junio	1,8%	-4,1%	11,7%
	Julio	0,4%	-5,6%	10,1%
	Agosto	-0,9%	-3,7%	8,7%
	Septiembre	-3,1%	-1,8%	7,2%
	Octubre	-1,0%	3,5%	6,2%

Tabla 3. Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Durante octubre, 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. La incertidumbre electoral y las elevadas tasas de financiación limitaron las compras con tarjeta, mientras que las promociones y descuentos en efectivo no lograron generar una mejora sostenida. La incidencia del Día de la Madre aportó un leve impulso, aunque menor al registrado en años anteriores, y no logró revertir la tendencia descendente observada respecto de septiembre.

En los comentarios generales, los comercios señalaron una fuerte volatilidad en la demanda y la pérdida de estacionalidad habitual del rubro. La falta de financiamiento accesible y la competencia con productos importados y mayoristas incidieron en la evolución de la facturación. Se implementaron estrategias de promoción y difusión en redes sociales, aunque con bajo nivel de conversión a ventas efectivas. La actividad se sostuvo principalmente en el canal físico, con expectativas de una leve mejora hacia fin de año vinculada a las festividades de diciembre.

Periodo		Variaciones		
		Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	4,7%	7,6%	1,8%
	Enero	-0,4%	-4,7%	-
	Febrero	-3,4%	-3,1%	-1,9%
	Marzo	-1,7%	1,8%	-1,8%
	Abril	0,4%	2,1%	-1,1%
	Mayo	-2,0%	-0,2%	-2,0%
2023	Junio	-4,7%	-2,7%	-2,2%
	Julio	-2,4%	-0,5%	-1,8%
	Agosto	-3,5%	-1,6%	-2,0%
	Septiembre	-1,2%	2,4%	-1,9%
	Octubre	6,4%	7,7%	-1,1%
	Noviembre	4,3%	-2,0%	-0,6%
2024	Diciembre	-5,9%	-9,8%	-1,3%
	Enero	-20,5%	-5,4%	-
	Febrero	-22,7%	8,2%	-21,6%
	Marzo	-17,7%	-6,7%	-20,3%
	Abril	-9,4%	-1,6%	-17,6%
	Mayo	-10,6%	3,3%	-16,2%
	Junio	-24,7%	-0,4%	-17,8%
	Julio	-16,1%	-0,4%	-17,5%
	Agosto	-9,3%	-0,4%	-16,5%
	Septiembre	-12,3%	-0,3%	-16,0%
	Octubre	-7,4%	7,4%	-15,1%
	Noviembre	-9,4%	3,4%	-14,6%
2025	Diciembre	23,4%	7,8%	-11,6%
	Enero	33,8%	3,9%	-
	Febrero	24,0%	-1,3%	28,9%
	Marzo	7,9%	-1,8%	21,6%
	Abril	3,4%	-6,1%	16,5%
	Mayo	0,0%	-3,8%	13,0%
	Junio	0,4%	-5,3%	11,1%
	Julio	-6,7%	-3,1%	8,5%
	Agosto	-10,4%	-4,1%	6,0%
	Septiembre	-6,2%	-2,6%	4,5%
	Octubre	-3,7%	1,8%	3,6%

Tabla 4. Calzado y marroquinería. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Durante octubre, la evolución del rubro estuvo afectada por la contracción del consumo y la pérdida de poder de compra de los hogares, en un contexto de alta incertidumbre económica. La demanda se concentró en artículos de menor valor, mientras que las ventas de productos de temporada mostraron un comportamiento irregular. El Día de la Madre aportó un movimiento puntual, aunque menor al esperado por el sector. Los incrementos en costos de reposición, impuestos y servicios redujeron los márgenes de rentabilidad y limitaron la capacidad de reposición de stock.

Los comercios destacaron la relevancia de las promociones bancarias y de las estrategias de financiamiento en cuotas sin interés para sostener la facturación nominal. Se observó una fuerte competencia del canal informal y de las plataformas de venta online del exterior, que incidieron en la rotación de productos locales. Algunos locales implementaron acciones de marketing digital y extensión horaria para captar mayor flujo de clientes. Hacia fin de mes, las expectativas permanecieron moderadas, con la atención puesta en el desempeño del último bimestre del año.

Periodo		Variaciones		
		Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	1,6%	7,4%	1,6%
	Enero	-2,5%	-4,1%	-
	Febrero	-0,8%	1,8%	-1,6%
	Marzo	-2,9%	2,1%	-2,0%
	Abril	7,0%	7,3%	0,7%
	Mayo	-1,4%	-3,4%	-0,3%
2023	Junio	-0,4%	-1,0%	-0,7%
	Julio	-1,7%	-5,0%	-0,2%
	Agosto	0,8%	1,6%	0,0%
	Septiembre	4,3%	3,5%	0,5%
	Octubre	6,6%	2,2%	1,1%
	Noviembre	1,3%	-5,0%	1,1%
	Diciembre	-9,1%	-10,3%	0,4%
	Enero	-20,8%	-7,1%	-
	Febrero	-21,4%	-7,8%	-21,1%
	Marzo	-5,9%	-2,1%	-16,0%
	Abril	-2,4%	2,6%	-12,5%
	Mayo	0,4%	6,3%	-9,9%
2024	Junio	-20,7%	1,3%	-12,1%
	Julio	-8,8%	-0,9%	-11,6%
	Agosto	-5,4%	-1,2%	-10,8%
	Septiembre	-6,8%	-0,5%	-10,4%
	Octubre	10,3%	9,7%	-8,2%
	Noviembre	2,6%	3,4%	-7,2%
	Diciembre	19,6%	3,2%	-5,2%
	Enero	19,8%	-1,9%	-
	Febrero	23,0%	-5,4%	21,4%
	Marzo	12,4%	0,4%	18,0%
2025	Abril	3,2%	-1,5%	13,7%
	Mayo	-0,5%	2,4%	10,5%
	Junio	-5,2%	-4,3%	8,1%
	Julio	-2,5%	-4,5%	6,5%
	Agosto	-0,8%	-2,2%	5,6%
	Septiembre	-4,3%	-2,1%	4,4%
	Octubre	-0,2%	4,1%	3,8%

Tabla 5. Farmacia. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro Farmacia mostró en octubre una dinámica condicionada por la pérdida del poder adquisitivo y la persistente suba de precios en medicamentos e insumos. A ello se sumó un contexto de recesión y baja circulación de personas en las zonas comerciales, lo que moderó la actividad. 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. En paralelo, se observaron ajustes en los convenios con obras sociales y promociones bancarias que modificaron los patrones de compra.

En cuanto a los comentarios de los comercios, se destacó una percepción de estabilidad respecto a septiembre, con leves mejoras asociadas a la estacionalidad y al cierre del proceso electoral. Varias farmacias señalaron dificultades por aumentos de costos operativos y demoras en los pagos de obras sociales, mientras que otras mencionaron estrategias de control de stock, descuentos en efectivo y acciones de fidelización de clientes. Algunas incorporaron canales de venta online limitados a productos de perfumería, aunque las regulaciones continúan restringiendo su alcance.

Periodo		Variaciones		
		Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	15,7%	6,2%	7,8%
	Enero	10,7%	-6,7%	-
	Febrero	7,9%	-2,5%	9,3%
	Marzo	8,2%	0,3%	8,9%
	Abril	4,2%	-3,3%	7,5%
	Mayo	6,4%	0,8%	6,8%
2023	Junio	3,9%	-2,3%	6,9%
	Julio	1,3%	-3,1%	6,2%
	Agosto	-2,6%	-4,3%	5,2%
	Septiembre	-12,3%	-9,9%	3,2%
	Octubre	-5,4%	7,8%	2,4%
	Noviembre	-4,4%	1,1%	1,7%
2024	Diciembre	-19,0%	15,3%	-0,1%
	Enero	-45,8%	-7,9%	-
	Febrero	-39,0%	-8,8%	-42,4%
	Marzo	-21,9%	-3,8%	-36,6%
	Abril	-18,0%	-4,8%	-31,3%
	Mayo	-20,3%	8,5%	-29,1%
	Junio	-32,8%	1,5%	-29,6%
	Julio	-26,4%	-2,8%	-29,2%
	Agosto	-17,4%	-1,9%	-27,8%
	Septiembre	-3,0%	0,1%	-25,5%
	Octubre	-0,2%	7,8%	-23,2%
	Noviembre	-10,4%	3,2%	-22,1%
2025	Diciembre	10,3%	2,6%	-19,9%
	Enero	19,4%	-3,2%	-
	Febrero	31,9%	-2,3%	25,9%
	Marzo	16,8%	3,8%	22,3%
	Abril	3,8%	-0,1%	16,9%
	Mayo	1,5%	3,6%	13,5%
	Junio	1,3%	-4,2%	11,6%
	Julio	0,9%	-6,6%	10,1%
	Agosto	0,2%	-2,9%	8,8%
	Septiembre	-1,4%	-1,5%	7,5%
	Octubre	1,7%	2,5%	6,8%

Tabla 6. Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro Ferretería, materiales eléctricos y materiales de la construcción 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. La escasez de liquidez, el bajo poder adquisitivo y la priorización de bienes esenciales incidieron sobre la demanda, mientras que las promociones y la financiación con tarjetas de crédito atenuaron parcialmente el impacto. También se observaron comportamientos estacionales, con un leve incremento en la demanda de productos vinculados a reparaciones domiciliarias y mantenimiento preventivo, sostenido por la estabilidad de precios en algunos insumos básicos.

En los comentarios, los comercios mencionaron un nivel de facturación similar al de septiembre, aunque con mayor volatilidad por la especulación previa a las elecciones. Varios señalaron demoras en acreditaciones bancarias y aumentos de impuestos que afectaron la rentabilidad. Otros destacaron un leve repunte hacia fin de mes, asociado a la finalización del proceso electoral y a expectativas más favorables sobre la evolución del mercado.

Periodo		Variaciones		
		Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	3,2%	-8,5%	3,8%
	Enero	0,4%	-2,9%	-
	Febrero	-1,1%	-1,5%	-0,3%
	Marzo	3,7%	4,9%	1,0%
	Abril	3,6%	1,2%	1,5%
2023	Mayo	-1,8%	-3,7%	0,5%
	Junio	-2,2%	-0,3%	0,0%
	Julio	-4,2%	-3,5%	-0,4%
	Agosto	-5,0%	-1,4%	-0,9%
	Septiembre	-3,0%	2,1%	-1,1%
	Octubre	5,2%	8,5%	-0,5%
	Noviembre	-2,8%	-7,6%	-0,7%
	Diciembre	-14,2%	-11,7%	-3,0%
	Enero	-31,3%	-7,3%	-
	Febrero	-28,2%	-9,4%	-29,8%
	Marzo	-19,6%	-4,6%	-26,3%
	Abril	-11,2%	1,5%	-22,5%
2024	Mayo	-7,8%	6,9%	-19,6%
	Junio	-23,3%	1,4%	-20,4%
	Julio	-11,1%	1,0%	-19,1%
	Agosto	-6,4%	-0,4%	-17,6%
	Septiembre	-4,5%	0,6%	-16,1%
	Octubre	2,8%	9,3%	-14,1%
	Noviembre	-2,1%	2,5%	-13,1%
	Diciembre	12,3%	1,9%	-11,2%
	Enero	14,9%	-3,5%	-
	Febrero	28,3%	-4,3%	21,7%
	Marzo	10,5%	-1,1%	17,5%
	Abril	1,6%	-1,3%	12,9%
2025	Mayo	-2,6%	2,6%	9,5%
	Junio	0,7%	-4,2%	8,1%
	Julio	-1,9%	-2,0%	6,6%
	Agosto	-1,9%	-1,4%	10,2%
	Septiembre	-0,5%	0,0%	4,7%
	Octubre	-2,1%	4,1%	3,8%

Tabla 7. Perfumería. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro Perfumerías mostró en octubre un comportamiento irregular, con impacto del contexto electoral sobre el nivel de ventas.

El Día de la Madre generó un aumento puntual en perfumerías selectivas, con subas significativas en precios y facturación.

Las promociones provinieron principalmente de los comercios, orientadas a sostener el nivel de ventas.

Se registró menor lanzamiento de productos respecto a años anteriores; solo Unilever realizó actualizaciones y nuevas presentaciones.

El consumo mostró cambios de hábito, con mayor selectividad en las compras y menor gasto promedio.

Periodo		Variaciones		
		Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	15,7%	6,2%	7,8%
	Enero	5,3%	-8,3%	-
	Febrero	1,7%	-3,4%	3,5%
	Marzo	-2,4%	-4,1%	1,5%
	Abril	1,2%	3,5%	0,7%
	Mayo	-2,2%	-2,1%	-1,5%
2023	Junio	-2,9%	-0,7%	-0,6%
	Julio	-4,6%	-3,7%	-0,9%
	Agosto	-2,1%	-4,3%	-1,0%
	Septiembre	-1,0%	1,1%	-1,0%
	Octubre	-1,0%	0,0%	-1,0%
	Noviembre	-0,2%	0,9%	-1,0%
2024	Diciembre	-9,7%	-9,5%	-2,0%
	Enero	-32,6%	-7,8%	-
	Febrero	-40,9%	-11,4%	-36,7%
	Marzo	-27,5%	-9,1%	-33,7%
	Abril	-23,3%	-4,8%	-31,1%
	Mayo	-27,8%	0,7%	-30,4%
	Junio	-42,0%	-0,3%	-32,5%
	Julio	-32,6%	-2,4%	-32,5%
	Agosto	-29,3%	-2,8%	-32,1%
	Septiembre	-20,8%	3,0%	-30,9%
	Octubre	-15,0%	9,9%	-29,3%
	Noviembre	-15,4%	6,8%	-28,0%
2025	Diciembre	17,7%	11,7%	-24,5%
	Enero	11,9%	-0,3%	-
	Febrero	33,1%	-1,9%	21,6%
	Marzo	23,6%	0,9%	22,3%
	Abril	9,1%	-6,5%	18,6%
	Mayo	5,2%	-0,9%	15,9%
	Junio	0,2%	-6,2%	13,6%
	Julio	1,8%	-7,3%	12,0%
	Agosto	-8,9%	-4,1%	10,2%
	Septiembre	-6,0%	1,4%	8,8%
	Octubre	-6,3%	9,7%	7,5%

Tabla 8. Textil e indumentaria. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El desempeño del rubro Textil e Indumentaria en octubre 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. Las promociones, descuentos en efectivo y planes de cuotas sin interés fueron los principales instrumentos para estimular las ventas, junto con el inicio de la temporada primavera-verano.

Los comerciantes señalaron que las ventas se mantuvieron en niveles bajos pese al impulso estacional, con fuerte selectividad en el consumo y predominio de compras de bajo valor. Se destacó la relevancia del canal digital para la difusión de productos y la captación de clientes, aunque las operaciones continúan concentradas en los locales físicos. También se mencionaron dificultades para sostener el empleo y el financiamiento, junto con expectativas moderadas de recuperación tras el cierre del proceso electoral. La mayoría de los comercios espera una leve mejora en la actividad hacia fin de año, vinculada al cambio de temporada y al consumo de diciembre.

Periodo		Variaciones		
		Interanual	Mensual	Acumulada
2022	Diciembre	-9,3%	10,8%	-8,5%
	Enero	-14,4%	-5,6%	-
	Febrero	-11,0%	3,9%	-12,7%
	Marzo	-10,1%	1,0%	-11,8%
	Abril	-6,1%	3,3%	-10,3%
2023	Mayo	-8,2%	-0,8%	-9,0%
	Junio	-9,6%	-1,6%	-10,0%
	Julio	-7,0%	-2,4%	-8,9%
	Agosto	-1,3%	6,0%	-7,9%
	Septiembre	-1,9%	-0,6%	-7,3%
	Octubre	4,1%	6,1%	-6,1%
	Noviembre	1,8%	2,2%	-5,4%
	Diciembre	-4,4%	-6,1%	-5,3%
2024	Enero	0,9%	-2,8%	-
	Febrero	3,5%	-3,2%	2,2%
	Marzo	10,2%	-0,4%	4,9%
	Abril	8,8%	1,4%	5,9%
	Mayo	14,1%	4,7%	7,6%
	Junio	-0,9%	0,7%	4,9%
	Julio	-3,8%	-2,6%	3,7%
	Agosto	-8,0%	-2,6%	2,1%
	Septiembre	-5,4%	-3,2%	1,2%
	Octubre	4,8%	4,0%	1,6%
	Noviembre	-0,8%	3,0%	1,4%
	Diciembre	18,9%	5,8%	2,9%
2025	Enero	27,6%	3,1%	-
	Febrero	5,1%	-3,0%	15,8%
	Marzo	1,9%	0,3%	10,7%
	Abril	1,9%	-2,6%	8,4%
	Mayo	-1,6%	-0,6%	6,2%
	Junio	-4,7%	-1,6%	4,4%
	Julio	-5,1%	-5,7%	7,6%
	Agosto	-4,8%	-4,3%	2,2%
	Septiembre	-10,9%	-4,3%	0,7%
	Octubre	-2,8%	0,6%	0,3%

El Índice de Ventas Minoristas (IVM) es un indicador que mide la evolución mensual de la facturación de los comercios minoristas PyME en Argentina. Su construcción se basa en índices elementales que reflejan los niveles desagregados de ventas por sector y región, ponderados según criterios establecidos en la metodología.

La muestra incluye establecimientos representativos, clasificados en siete rubros principales: alimentos y bebidas; bazar y muebles; calzado y marroquinería; farmacia; perfumería; ferretería y materiales de construcción; y textiles e indumentaria. Para su ajuste por inflación, se utilizan los índices de precios al consumidor (IPC) reportados por el INDEC.

El cálculo del IVM sigue una estructura jerárquica, combinando datos de distintos rubros y regiones para obtener un índice de nivel general con base 2022= 100. Además, se consideran diferencias geográficas mediante una división entre comercios ubicados en Ciudad de Buenos Aires y la Provincia de Buenos Aires, y aquellos en el interior del país. Para minimizar distorsiones en la medición, se aplican correcciones por subdeclaración de facturación basadas en modelos econométricos y ajustes metodológicos inspirados en estudios previos sobre la economía informal.

El IVM del mes de Octubre fue elaborado en base a un relevamiento mensual entre 1.183 comercios minoristas del país, realizado entre el 1 y 6 de Noviembre. Este relevamiento sigue un cuestionario estructurado que permite obtener información detallada sobre las variaciones de facturación.

A partir de agosto 2025 incorporamos a nuestra medición el cálculo elaborado por la **Cámara de Perfumerías de la Argentina**, que se integra como dato del rubro específico. La estimación se basa en el relevamiento propio de la Cámara sobre ventas a precios reales con cobertura nacional de aproximadamente unas 172 perfumerías. Este ajuste metodológico no altera la definición del indicador ni su base histórica; simplemente agrega una fuente sectorial adicional a partir de agosto de 2025.

Para conocer en detalle la metodología completa, haga [clic aquí](#).