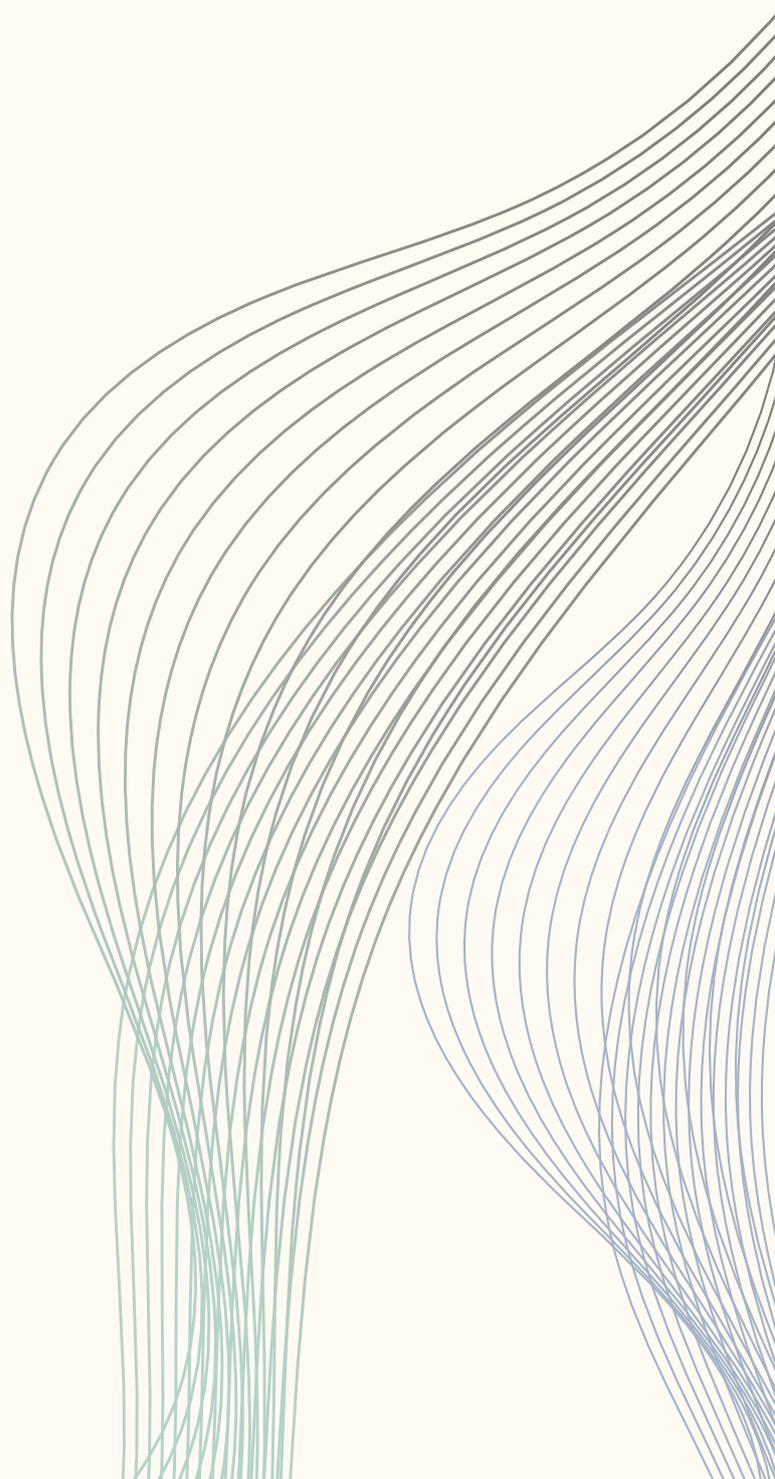




Índice de Ventas Minoristas Pyme

Abril 2025



Resumen ejecutivo

Abril 2025

Índice de ventas minoristas

96,5

Abril 2025

Variaciones porcentuales

Interanual

+3,7 %

Abril 2025

Intermensual
desestacionalizada

-1,8 %

Abril 2025

Acumulada

+14,9 %

Abril 2025

Índice de Ventas Minoristas

Número índice y variación interanual. Últimos 18 meses.

■ Variación interanual ■ Índice



Variaciones porcentuales, por rubro.

Abril 2025

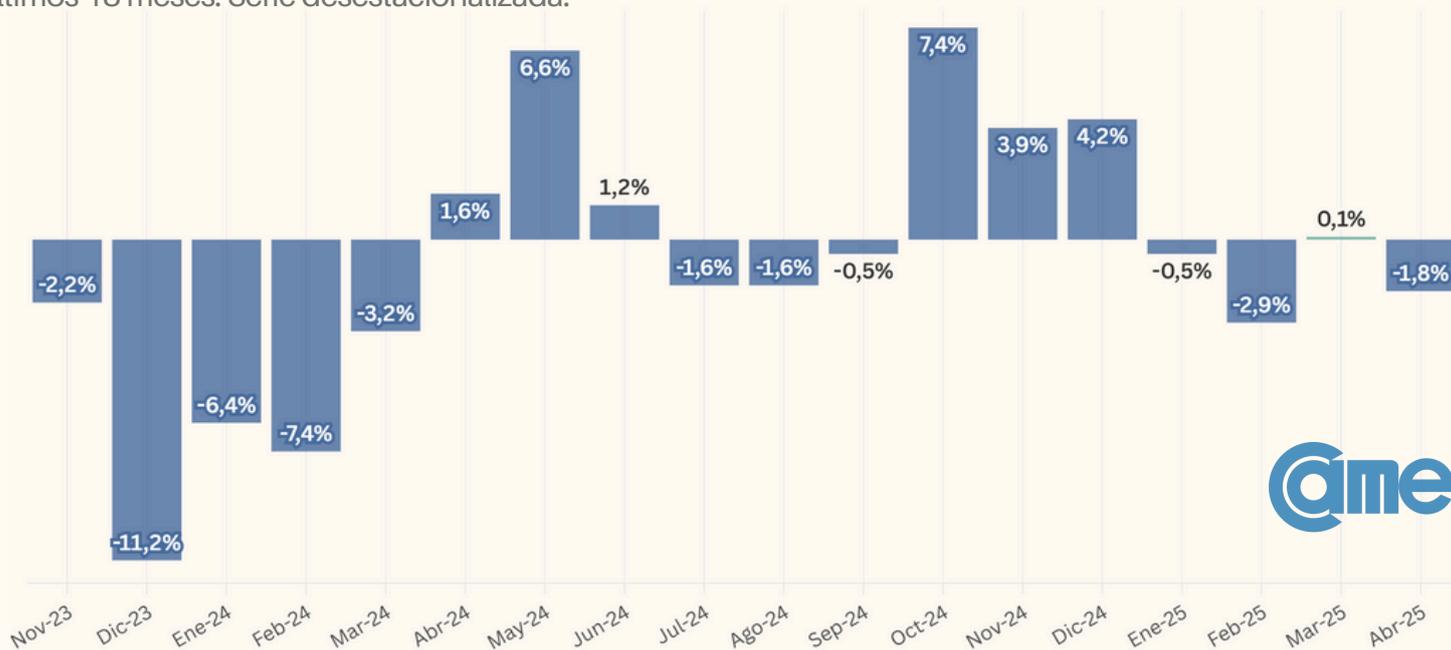
	Interanual	Intermensual desestacionalizada	Acumulada
Alimentos y bebidas	6,3%	-0,9%	19,8%
Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles	3,4%	-6,1%	16,5%
Calzado y marroquinería	3,2%	-1,5%	13,7%
Farmacia	3,8%	0,1%	16,9%
Perfumería	9,1%	6,5%	18,6%
Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción	1,6%	-1,3%	12,9%
Textil e indumentaria	1,9%	-2,6%	8,4%

Resumen ejecutivo

Abril 2025

Variación intermensual, histórico.

Últimos 18 meses. Serie desestacionalizada.



En abril, las ventas minoristas de las pequeñas y medianas empresas registraron un crecimiento interanual del 3,7% a precios constantes. No obstante, en la comparación mensual desestacionalizada se observó una contracción del 1,8%. De este modo, el acumulado del primer cuatrimestre del año muestra una variación positiva del 14,9%.

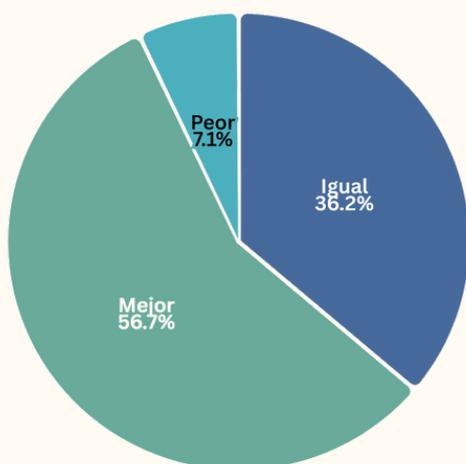
Durante el mes de abril el comercio atravesó un contexto complejo: las ventas se mantuvieron estables o levemente activas, pero con márgenes muy reducidos por el alto costo de servicios, impuestos y alquileres.

El bajo poder adquisitivo limitó el consumo y muchos comercios venden sólo lo indispensable. Aunque algunos rubros destacan cierta reactivación estacional, la mayoría percibe un escenario incierto y difícil de sostener.

Respecto a las políticas prioritarias, el 86,7% de los empresarios encuestados manifestó que el gobierno debería implementar una reducción impositiva en el corto plazo para apoyar al sector pyme, seguida por medidas orientadas a estimular la demanda interna.

Expectativas

Perspectiva económica de la empresa a un año



Considera que es un buen momento para invertir



Ventas minoristas

Abril 2025

De cara al futuro, los comerciantes mantienen una postura optimista, ya que el 56,7% indicó que esperan una mejora en la economía de su empresa de cara al próximo año. Textil e indumentaria fue el rubro con mayor expectativa con un 63,2%, seguido por el rubro de Farmacia, donde un 58,2% espera mejoras dentro de un año.

Todos los rubros relevados registraron subas interanuales en sus ventas. El crecimiento más fuerte se dio nuevamente en Perfumería con un 9,1%, seguido por Alimentos y bebidas con un 6,3%. Si analizamos el acumulado de los primeros cuatro meses, Alimentos y bebidas mantiene el mayor crecimiento con un 19,8%.

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Periodo	IVM	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%	-
2025	Febrero	94,8	24,0%	-2,9%	24,7%
	Marzo	98,8	10,5%	0,1%	19,4%
	Abril	96,5	3,7%	-1,8%	14,9%

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

En abril, el sector de Alimentos y bebidas registró ventas estables. El 53,2% indicó que las ventas en comparación al año anterior se mantuvieron, aunque con márgenes muy ajustados. Predominaron las dificultades para cubrir costos fijos crecientes y mantener la rentabilidad. El consumo continúa retraído, con foco en productos básicos y baja rotación en golosinas y panificados estacionales.

Preocupan los aumentos en carnes, verduras, servicios públicos y la pérdida de poder adquisitivo de los clientes. También se señaló el impacto negativo de los feriados y la competencia de grandes cadenas. Algunos negocios aplicaron estrategias de precios agresivas para sostener las ventas, aunque eso implicó reducir ganancias. Predominó una actitud cautelosa, con expectativas moderadas hacia el corto plazo.

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%	
2023	Mayo	-4,2%	-0,7%	-1,9%	
	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%	
	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%	
	2024	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%	
Diciembre		21,2%	0,1%	-18,6%	
2025		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%	

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro Bazar atraviesa una situación compleja, marcada por la incertidumbre económica, altos costos fijos y baja rentabilidad. Comerciantes destacaron la falta de financiamiento accesible, el impacto negativo de los feriados y el retiro de promociones bancarias como factores que limitaron las ventas. Sin embargo, el 59,9% indicó que la situación económica se mantuvo respecto al año anterior y en su mayoría esperan que la situación mejore de cara al próximo año.

Algunos comercios implementaron estrategias de reducción de gastos, mudanza o fusión de locales para sostenerse. La demanda se concentró en productos económicos, especialmente artículos gastronómicos. El sector reclama medidas concretas como planes de pago en cuotas y baja en tasas de interés para recuperar dinamismo.

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%
	Diciembre	-5,9%	-9,8%	-1,3%
	Enero	-20,5%	-5,4%	-
2024	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%
	Diciembre	23,4%	7,8%	-11,6%
	2025	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%

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro atraviesa un momento complejo, con una temporada que no termina de arrancar. Las ventas siguen por debajo de lo esperado y se sostienen principalmente gracias a las promociones y la financiación con tarjetas. Muchos comercios optan por liquidar stock ante la falta de liquidez, pero esto se realiza a costa de resignar rentabilidad.

Se señaló un bajo poder adquisitivo, aumento de costos y falta de condiciones para invertir. Si bien algunas estrategias como el refuerzo del canal online mostraron resultados, persiste la preocupación por la baja demanda y la competencia con productos importados.

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%
2023	Mayo	-1,4%	-3,4%	-0,3%
	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%
2024	Mayo	0,4%	6,3%	-9,9%
	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%
2025	Enero	19,8%	-1,9%	-
	Febrero	23,0%	-5,4%	21,4%
	Marzo	12,4%	0,4%	18,0%
	Abril	3,2%	-1,5%	13,7%

Tabla 4. Farmacia. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El consumo en farmacias se mantuvo estable durante abril, impulsado parcialmente por la llegada de los primeros fríos y el aumento de enfermedades estacionales. Si bien el dólar más estable trajo algo de tranquilidad en los precios, los aumentos de medicamentos siguen siendo una preocupación. También se registró una leve mejora en la relación con PAMI, lo que contribuyó a un mejor desempeño en el mes.

Sin embargo, el rubro continúa afectado por el bajo poder adquisitivo de la población, sumado a una elevada carga impositiva y altos costos de servicios. En cuanto a las expectativas a futuro, el 58,2% de los encuestados espera una mejora en la economía de su empresa de cara al próximo año.

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%
	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%
2024	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%
	Diciembre	10,3%	2,6%	-19,9%
	2025	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%

Tabla 6. Perfumería. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El sector atraviesa un momento muy delicado, con ventas sostenidas sólo a costa de fuertes descuentos que redujeron drásticamente la rentabilidad. A pesar de cierta estabilidad en precios de algunos proveedores, los márgenes son cada vez más estrechos debido al aumento de costos fijos (alquileres, servicios, impuestos) y la imposibilidad de trasladarlos al consumidor. La inflación más controlada no ha generado reactivación del consumo: la gente no gasta, no quiere endeudarse y apenas repone lo básico.

Se mencionaron explícitamente dificultades para cubrir gastos operativos y una fuerte presión financiera por la falta de acceso a crédito. La apertura de importaciones ha erosionado el mercado, desplazando a productos locales.

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%
2023	Mayo	-2,2%	-2,1%	-1,5%
	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%
	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%
	2024	Abril	-23,3%	-4,8%
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%
Diciembre		17,7%	11,7%	-24,5%
2025		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%

Tabla 5. Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro mostró señales mixtas: algunos locales detectaron mayor estabilidad respecto a 2024, aunque las ventas continúan por debajo de lo esperado. De hecho, el 21,5% de los encuestados indicó que la situación económica de su empresa empeoró respecto al año anterior. El aumento de productos importados más baratos y el freno de la obra pública limitaron el repunte.

Pese a que algunos negocios siguen creciendo por clientes fidelizados, el fuerte incremento de costos fijos (alquileres, tarifas e impuestos) erosionó la rentabilidad. Muchos comerciantes señalaron que deben bajar precios para competir, sin poder trasladar subas de costos.

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%	
	2025	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%

Tabla 7. Textil e indumentaria. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.
Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El panorama general es el de una temporada gris, marcada por un retroceso en la rentabilidad, ventas débiles y una alta carga fiscal. A pesar de promociones y precios estables, o incluso más bajos que en 2024, la demanda sigue deprimida.

Además, la competencia desleal con Chile es un tema recurrente: la diferencia de precios es tan marcada que aun bajando márgenes no logran competir, y los fines de semana largos agudizan esta fuga de consumo. A esto se suma la presión impositiva: algunos comerciantes indicaron que debieron convertirse en monotributistas por no poder sostener las cargas del régimen general. Los costos fijos se mencionaron como estrangulantes, en especial servicios, impuestos, cargas sociales y sueldos.

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%	
	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%	
2024	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%

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 marzo fue elaborado en base a un relevamiento mensual entre 1.181 comercios minoristas del país, realizado entre el 1 y 8 de mayo. Este relevamiento sigue un cuestionario estructurado que permite obtener información detallada sobre las variaciones de facturación.

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