



# Índice de Ventas Minoristas Pyme

## Junio 2025



# Resumen ejecutivo

Junio 2025

## Índice de ventas minoristas

# 77,2

Junio 2025

## Variaciones porcentuales

Interanual

# -0,5%

Junio 2025

Intermensual  
desestacionalizada

# -6,7%

Junio 2025

Acumulada

# +9,1%

Junio 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.

Junio 2025

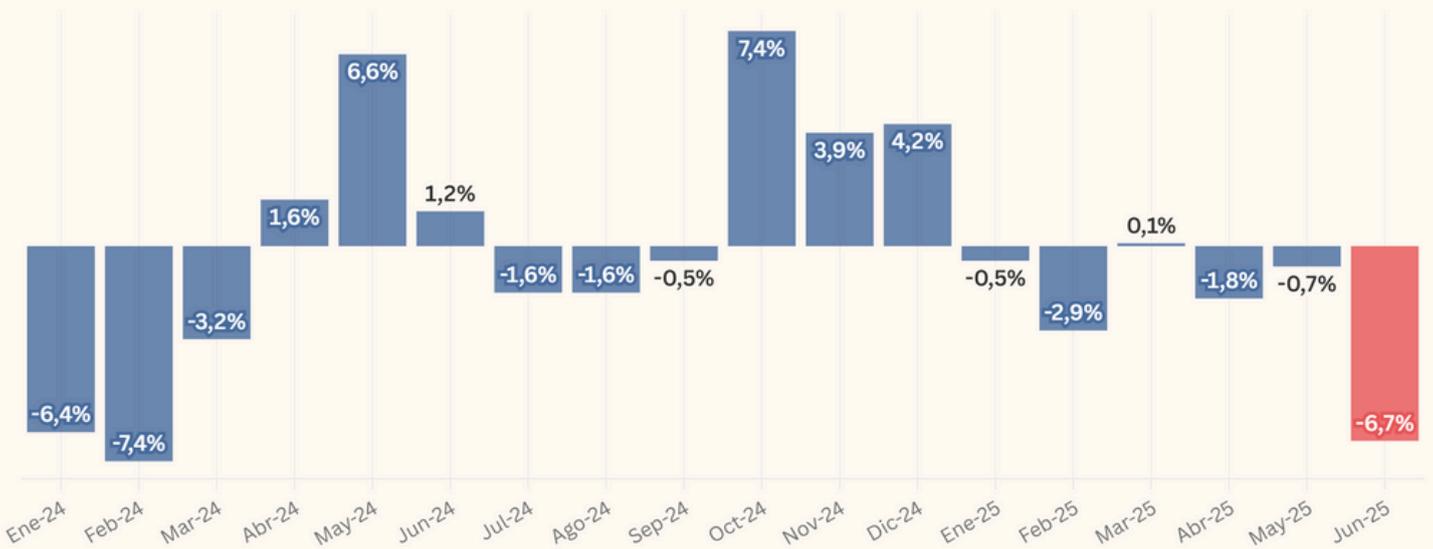
Rubro	Interanual	Acumulada	Intermensual desestacionalizada
Alimentos y bebidas	1,8	11,7	-4,1
Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles	0,4	11,1	-5,3
Calzado y marroquinería	-5,2	8,1	-4,3
Farmacia	1,3	11,6	-4,2
Perfumería	0,2	13,6	-6,2
Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción	0,7	8,1	-4,2
Textil e indumentaria	-4,7	4,4	-1,6

# Resumen ejecutivo

Junio 2025

## Variación intermensual, histórico.

Últimos 18 meses. Serie desestacionalizada.



Fuente: Confederación Argentina de la Mediana Empresa

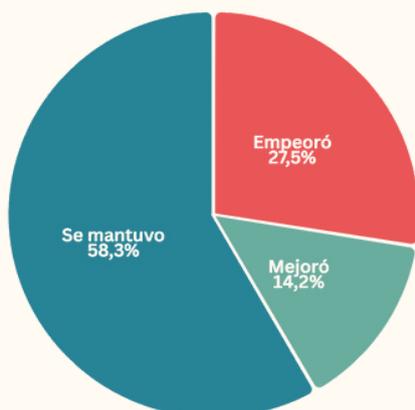
En junio, las ventas minoristas de las pequeñas y medianas empresas evidenciaron una caída interanual del 0,5% a precios constantes. Al comparar con el mes anterior, también se verificó un descenso del 6,7%. En lo que va del año, las ventas acumulan un crecimiento interanual del 9,1%, reflejando cierta recuperación respecto al mismo período del año pasado, que había descendido, en el primer semestre, 17,2%.

Los comercios relevados describieron un contexto marcado por la inestabilidad de la demanda y crecientes dificultades para sostener los niveles de actividad. En este escenario, las ventas dependieron en gran medida de estrategias comerciales centradas en promociones, planes de pago en cuotas y descuentos especiales, que buscaron atraer consumidores y sostener el flujo de ingresos.

Por su parte, algunos rubros experimentaron incrementos puntuales impulsados por las compras por el Día del Padre y el cobro del medio aguinaldo, aunque estos repuntes no lograron modificar de forma significativa la tendencia general del mercado, que continúa mostrando signos de fragilidad.

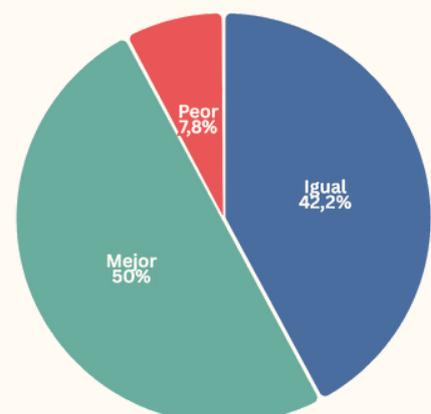
### Situación actual

Comparado con el año anterior



### Expectativa a futuro

Situación dentro de un año



# Ventas minoristas

Junio 2025

En cuanto a la situación económica de los comercios, el 58,3% indicó que se mantuvo respecto al año anterior, mientras que un 27,5% afirmó que empeoró.

Sin embargo, el 50% de los comercios encuestados cree que la situación económica de su negocio mejorará de cara al próximo año, mientras que solo un 7,8% estima que será peor.

En el análisis por rubro, se observó que, de los siete sectores relevados, cinco registraron crecimientos interanuales. "Alimentos y bebidas" lideró con un alza del 7,4%, seguido por "Farmacia", y "Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción". Por otro lado, dos rubros presentaron caídas: "Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles", con un descenso del 5,7%, seguido por "Calzado y marroquinería" con una baja del 5,2%.

**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	2,70%	6,10%	1,40%
	Enero	101,9	-0,30%	-3,40%	-
	Febrero	102,6	-1,60%	-0,60%	-0,60%
	Marzo	102,4	-0,80%	0,70%	-0,40%
	Abril	100,4	-1,60%	0,70%	-0,70%
2023	Mayo	100,3	-2,80%	-1,20%	-1,70%
	Junio	99,4	-3,60%	-0,90%	-1,80%
	Julio	96,8	-3,60%	-3,20%	-1,60%
	Agosto	95,0	-4,10%	-0,50%	-2,60%
	Septiembre	93,6	-5,10%	-1,10%	-2,60%
	Octubre	102,4	-0,70%	4,70%	-2,40%
	Noviembre	102,6	-2,90%	-2,20%	-2,40%
	Diciembre	86,3	-13,70%	-11,20%	-3,40%
	Enero	72,9	-28,50%	-6,40%	-
	Febrero	76,4	-25,50%	-7,40%	-27,00%
	Marzo	89,5	-12,60%	-3,20%	-22,10%
	2024	Abril	93,1	-7,30%	1,60%
Mayo		93,0	-7,30%	6,60%	-16,20%
Junio		77,6	-21,90%	1,20%	-17,20%
Julio		81,6	-15,70%	-1,60%	-17,00%
Agosto		85,0	-10,50%	-1,60%	-16,20%
Septiembre		88,7	-5,20%	-0,50%	-15,00%
Octubre		105,4	2,90%	7,40%	-13,20%
Noviembre		100,9	-1,70%	3,90%	-12,20%
Diciembre		101,6	17,70%	4,20%	-10,00%
Enero		91,4	25,50%	-0,50%	-
Febrero		94,8	24,00%	-2,90%	24,70%
Marzo		98,8	10,50%	0,10%	19,37%
2025	Abril	96,5	3,70%	-1,80%	14,90%
	Mayo	90,3	-2,90%	-0,70%	11,00%
	Junio	77,2	-0,50%	-6,70%	9,10%

# Ventas minoristas

Junio 2025

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Las ventas se mantuvieron sin cambios relevantes entre mayo y junio, con comportamientos dispares según el local. Se señalaron como factores principales la pérdida de poder adquisitivo, el aumento de costos fijos y operativos, y una menor circulación de personas en la vía pública. Los primeros fríos del invierno influyeron en el tipo de productos demandados y en el uso de canales como la venta online con entrega a domicilio.

También se mencionó que el Día del Padre generó un repunte puntual. La frecuencia de compra y la cantidad adquirida se redujeron, priorizando precios bajos y segundas marcas. La mayoría de los comercios no observó señales de recuperación en el consumo, que continúa concentrado en lo esencial. En algunos casos, se aplicaron promociones y ofertas para mantener el nivel de ventas, aunque sin lograr un impacto sostenido.

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%
	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%
2024	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%
	Enero	32,5%	-1,0%	-
2025	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%

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

En junio se registró escasa circulación de personas y un bajo nivel de consumo, con fuerte concentración en ventas en efectivo o promociones puntuales. El Día del Padre generó algunas operaciones, aunque sin impacto generalizado, y el aguinaldo no impulsó un repunte sostenido. La competencia informal y la falta de herramientas de financiamiento como cuotas bancarias fueron señaladas como factores que afectaron las ventas.

Se observó mayor uso de redes sociales para captar clientes y una leve reactivación en rubros estacionales como calefacción o colchonería. La inestabilidad de ingresos sumada a costos operativos elevados limitó la recuperación. Hubo consultas que no se tradujeron en ventas por falta de financiamiento, y algunas estrategias se enfocaron en sostener márgenes con descuentos en efectivo. También se mencionó la expectativa de mejora para julio si queda remanente del aguinaldo.

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%
2023	Mayo	-2,0%	-0,2%	-2,0%
	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%	-
	Febrero	-22,7%	8,2%	-21,6%
	Marzo	-17,7%	-6,7%	-20,3%
	Abril	-9,4%	-1,6%	-17,6%
2024	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%
	Mayo	0,0%	-3,8%	13,0%
	Junio	0,4%	-5,3%	11,1%

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Durante junio se observó un repunte puntual de ventas por el Día del Padre y el pago del aguinaldo, aunque la mayoría lo vincula a promociones específicas más que a una recuperación genuina. En muchos casos, los consumidores se acercaron, consultaron o interactuaron con las publicaciones, pero no concretaron la compra, lo que generó un desacople entre interés y ventas reales. Los comerciantes destacaron las dificultades para sostener el funcionamiento diario, entre el aumento de costos fijos, la baja rentabilidad y la necesidad de mantener personal.

Hay preocupación por la competencia desleal, por la venta informal, canales digitales con menor carga impositiva y grandes cadenas con promociones agresivas. El frío ayudó a movilizar ciertos productos, aunque el movimiento fue dispar y no alcanzó para revertir la tendencia del mes. En muchos casos, el impacto positivo de algunas fechas se diluyó ante la falta de condiciones estructurales para sostener la demanda.

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%	-
2025	Febrero	23,0%	-5,4%	21,4%
	Marzo	12,4%	0,4%	18,0%
	Abril	3,2%	-1,5%	13,7%
	Mayo	-0,5%	2,4%	10,5%
	Junio	-5,2%	-4,3%	8,1%

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Durante el período relevado, las ventas estuvieron influenciadas por factores estacionales vinculados al invierno, como el aumento de enfermedades respiratorias y la consecuente mayor demanda de medicamentos. Se registró una incidencia de variables económicas, entre ellas el aumento de costos operativos, suba de insumos e impuestos, y una marcada caída del poder adquisitivo, en particular entre jubilados. La estacionalidad, el aguinaldo y la condición de productos esenciales funcionaron como impulsores de la demanda.

Se observaron incrementos asociados a la incorporación de nuevos puntos de venta y estrategias comerciales. En cuanto a la percepción de los comerciantes, señalaron estabilidad en la cantidad de clientes, aunque con reducción en el volumen de compra. La comparación interanual mostró una leve disminución en unidades vendidas. Se identificaron dificultades operativas asociadas a obras sociales y cambios logísticos.

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%
2023	Mayo	6,4%	0,8%	6,8%
	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%
	2024	Abril	-18,0%	-4,8%
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%
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%
2025	Abril	3,8%	-0,1%	16,9%
	Mayo	1,5%	3,6%	13,5%
	Junio	1,3%	-4,2%	11,6%

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

En perfumerías, las ventas estuvieron condicionadas por la falta de dinero, el bajo poder adquisitivo y el aumento de costos e impuestos. El Día del Padre generó cierta tracción, aunque con impacto limitado. Se aplicaron estrategias de promoción, descuentos y financiación, con resultados dispares. La apertura de nuevos puntos de venta impulsó algunas mejoras puntuales.

El clima frío y la menor circulación también influyeron en la demanda. Se destacó la alta competencia, especialmente frente a supermercados y ventas informales. Hubo dificultades operativas por precios elevados, baja rotación y restricciones de stock. En general, el rubro mostró un movimiento reducido, afectado por la situación económica.

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%
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%	

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Las ventas en ferreterías mostraron un comportamiento estable o en baja, influenciado por la caída del poder adquisitivo, la falta de efectivo y la postergación de gastos no urgentes. Se mencionó estacionalidad invernal, con menor actividad en obras y menor circulación de personas. Algunos locales identificaron un leve repunte vinculado al aguinaldo y a ventas de productos para calefacción.

Persisten los altos costos operativos, presión impositiva y márgenes de rentabilidad reducidos. La demanda se concentra en productos básicos o reparaciones. Las ventas con tarjetas ganaron protagonismo. Se observa baja en el ticket promedio y escasa rotación de stock.

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%
	2024	Abril	-11,2%	1,5%
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%
2025	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%
	Mayo	-2,6%	2,6%	9,5%
Junio	0,7%	-4,2%	8,1%	

# Ventas minoristas

Junio 2025

**Tabla 7. Textil e indumentaria. Variación interanual, mensual desestacionalizada y acumulada.**

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro textil atraviesa un proceso de fuerte ajuste, en el que ya no alcanza con hacer promociones agresivas o liquidar stock. A pesar de intentarlo con cuotas, descuentos y ofertas de temporada, muchos comercios reportan que las ventas no despegan y que incluso fueron peores que en 2024. El Día del Padre trajo algo de movimiento, pero quedó muy por debajo de lo esperado, afectado también por la falta de dinero en los hogares.

Las ventas dependen cada vez más del uso de tarjetas, aunque las altas tasas y los plazos de acreditación están generando tensión financiera en los locales. Se destaca una leve recuperación con la llegada del frío en algunas zonas, pero no alcanza para revertir el panorama general. Los comerciantes mencionan incertidumbre, carga impositiva elevada, endeudamiento con proveedores y dificultades para sostener estructuras.

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%
	Mayo	-8,2%	-0,8%	-9,0%
2023	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%
	Mayo	14,1%	4,7%	7,6%
2024	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%
	Enero	27,6%	3,1%	-
2025	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%

**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 mayo fue elaborado en base a un relevamiento mensual entre 1.175 comercios minoristas del país, realizado entre el 1 y 5 de julio. 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](#).