



Índice de Ventas Minoristas Pyme

Marzo 2025



ESTADÍSTICAS
e INFORMES

Resumen ejecutivo

Marzo 2025

Índice de ventas minoristas

98,8

Marzo 2025

Variaciones porcentuales

Interanual

+10,5 %

Marzo 2025

Intermensual
desestacionalizada

+0,1 %

Marzo 2025

Acumulada

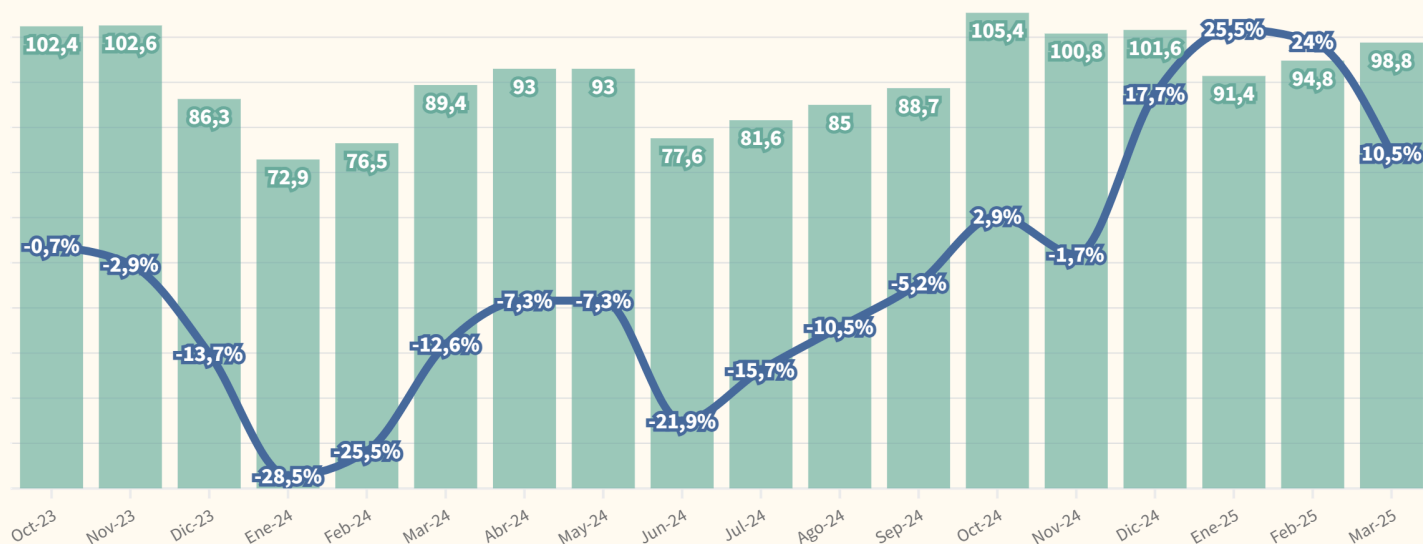
+19,4 %

Marzo 2025

Índice de Ventas Minoristas

Número índice y variación interanual. Últimos 18 meses.

■ Variación interanual ■ Índice



Variaciones porcentuales, por rubro.

Marzo 2025

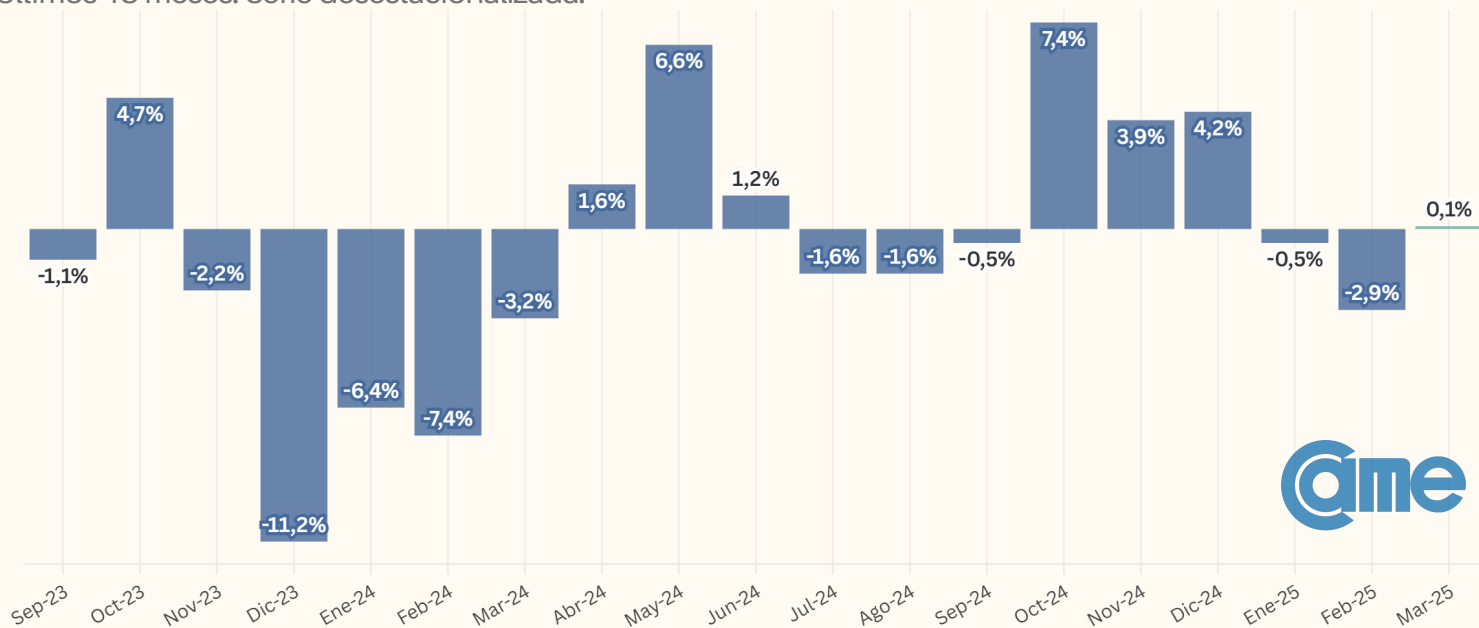
| | Interanual | Intermensual desestacionalizada | Acumulada |
|--|------------|------------------------------------|-----------|
| Alimentos y bebidas | 13,7% | -0,3% | 25,3% |
| Bazar, decoración, textiles de hogar y muebles | 7,9% | -1,8% | 21,6% |
| Calzado y marroquinería | 12,4% | 0,4% | 18% |
| Farmacia | 16,8% | 3,8% | 22,3% |
| Perfumería | 23,6% | 0,9% | 22,3% |
| Ferretería, materiales eléctricos y de la construcción | 10,5% | -1,1% | 17,5% |
| Textil e indumentaria | 1,9% | 0,3% | 10,7% |

Resumen ejecutivo

Marzo 2025

Variación intermensual, histórico.

Últimos 18 meses. Serie desestacionalizada.

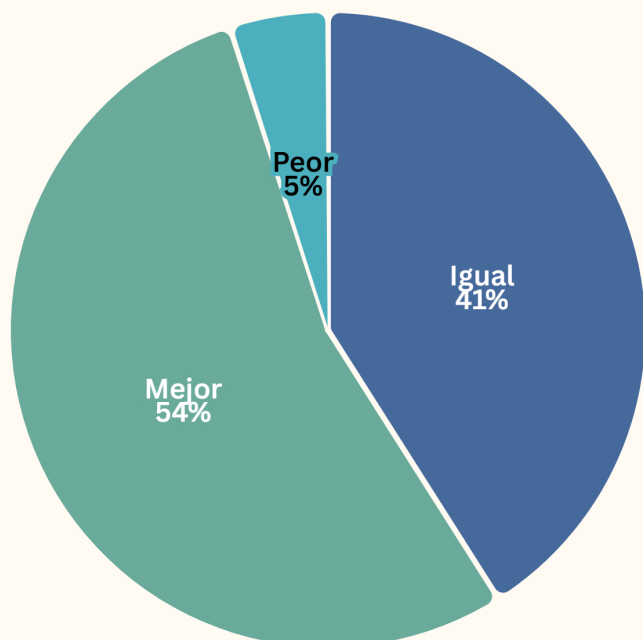


Las ventas minoristas pymes aumentaron un +10,5% interanual en marzo -a precios constantes- mientras que subió +0,1% en la variación mensual desestacionalizada, acumulando +19,4% en el primer trimestre del año. Sin embargo, es importante señalar que esta mejora aún no logra compensar las fuertes caídas del año pasado, cuando las ventas retrocedieron -12,6% en marzo, acumulando un descenso del -22,1%.

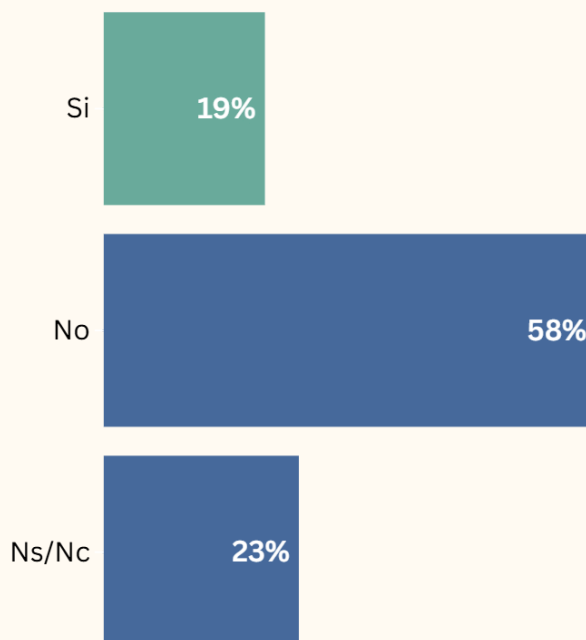
Durante marzo, el comercio minorista operó en un contexto desafiante, con señales de debilidad en el consumo y un comportamiento cauteloso por parte de los hogares. La demanda mostró limitaciones, especialmente en rubros no esenciales, mientras que algunos sectores estacionales lograron cierta recuperación gracias a eventos como el inicio del ciclo lectivo. Sin embargo, persiste un entorno de baja liquidez en los hogares, que condiciona las decisiones de compra.

Expectativas

Perspectiva económica de la empresa a un año



Considera que es un buen momento para invertir



Ventas minoristas

Marzo 2025

De cara al futuro, las expectativas del sector comercial son mayoritariamente optimistas. Un 54% de las comerciantes espera que su situación económica mejore en el próximo año, destacándose rubros como Ferretería, materiales eléctricos y materiales de la construcción, donde casi el 70% de los encuestados confía en una evolución favorable.

En marzo, los siete rubros relevados registraron subas interanuales en sus ventas. El mayor incremento se detectó en Perfumería (+23,6%), seguido por Farmacia (+16,8%) y Alimentos y Bebidas (+13,7%). En el acumulado del trimestre, lidera Alimentos y Bebidas con un aumento de +25,3%.

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% |

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

En el rubro de alimentos y bebidas, marzo mostró un desempeño dispar. Algunos comercios notaron continuidad respecto a febrero, mientras otros mencionaron una leve desaceleración, influida por factores estacionales como el inicio de clases y ciertos ajustes de precios. Si bien se registran diferencias según la zona y el perfil del negocio, en general se observa estabilidad con márgenes acotados de mejora.

Las expectativas empresarias tienden a ser positivas, la mayoría proyecta una mejora o continuidad de su situación en el corto plazo, impulsada por una mayor actividad y orden financiero. Predomina una actitud de espera atenta, sin grandes definiciones aún, pero con disposición a aprovechar nuevas oportunidades si el contexto lo permite.

| 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% |

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro muestra una dinámica heterogénea, algunos comercios lograron mejorar sus ventas gracias a promociones, financiación y renovación de productos, mientras otros reportaron una caída vinculada a la baja liquidez, mayores costos operativos o menor circulación de personas. En términos generales, marzo se percibe como un mes de transición, con esfuerzos visibles por sostener las ventas.

Las proyecciones empresarias para el rubro son moderadamente positivas, se espera una mejora gradual en el corto y mediano plazo, en parte sostenida por la estabilidad de precios y las estrategias comerciales implementadas. Predomina una visión de adaptación continua, con confianza acotada en la recuperación del mercado.

| 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% | - |
| | 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% |
| 2024 | 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% |
| | Enero | 33,8% | 3,9% | - |
| 2025 | Febrero | 24,0% | -1,3% | 28,9% |
| | Marzo | 7,9% | -1,8% | 21,6% |

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro se vio atravesado por un mes de transición entre temporadas, el inicio del ciclo lectivo impulsó las ventas en segmentos específicos (escolar y mochilas). Los comerciantes mencionan como factores relevantes la baja liquidez, el endeudamiento post-vacacional y la competencia informal o con productos importados. La venta se sostuvo por liquidaciones, cuotas sin interés y estrategias de precios.

Las expectativas empresarias combinan prudencia con optimismo, muchos sostienen que la situación actual presenta mejoras respecto al año pasado y hay una proporción considerable que proyecta mejoras para su empresa en el próximo 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% |

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro Farmacia mostró un desempeño relativamente estable, con algunos signos de mejora vinculados al inicio de la temporada alta, la mayor demanda por enfermedades estacionales y una creciente utilización de promociones y ventas con tarjetas. A pesar del impacto de los aumentos en los costos operativos y del consumo aún moderado, las empresas mantuvieron en general su situación económica frente al año pasado.

Sobre las expectativas a futuro, son mayormente positivas. Predomina el optimismo sobre una mejora tanto en la situación propia como en la del país. La mirada de mediano plazo resulta clave para entender el comportamiento del sector en un contexto aún incierto.

| 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% |
| | Enero | 19,4% | -3,2% | - |
| 2025 | Febrero | 31,9% | -2,3% | 25,9% |
| | Marzo | 16,8% | 3,8% | 22,3% |

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro perfumería mostró señales de recuperación, especialmente impulsadas por promociones con tarjetas, la estacionalidad (Día de la Mujer e inicio de clases) y una leve mejora en el consumo. Si bien los aumentos de costos siguen siendo un factor de presión, la mayoría de los comercios mantuvo o mejoró su situación económica respecto al año pasado.

Las expectativas son predominantemente positivas. La gran mayoría proyecta mejoras para su empresa a un año. Muchos comerciantes visualizan un entorno más estable para las pymes, apoyados en una posible recuperación del consumo, la consolidación de canales de financiación y la capacidad de adaptación del sector ante un contexto aún desafiante.

| 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% |
| | 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% |
| 2024 | 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% |
| | Enero | 11,9% | -0,3% | - |
| 2025 | Febrero | 33,1% | -1,9% | 21,6% |
| | Marzo | 23,6% | 0,9% | 22,3% |

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

El rubro Ferretería mostró una leve mejora general en la situación económica de los comercios, sostenida en promociones, precios estables y facilidades de pago. Sin embargo, los comerciantes mencionan la falta de liquidez, el clima y la estacionalidad. El arrastre de obras privadas activas permitió cierto sostén en algunas zonas, aunque muchos comerciantes advierten márgenes más ajustados.

Las expectativas son fuertemente optimistas. Aunque la coyuntura actual es desafiante, gran parte del sector espera mejoras tanto a corto como a mediano plazo. Se destacan señales de recuperación basada en el acceso al crédito, una mayor circulación de personas y expectativas de reactivación en la construcción privada y en el consumo.

| 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% |
| | Mayo | -1,8% | -3,7% | 0,5% |
| 2023 | 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% |
| | Mayo | -7,8% | 6,9% | -19,6% |
| 2024 | 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% | - |
| 2025 | Febrero | 28,3% | -4,3% | 21,7% |
| | Marzo | 10,5% | -1,1% | 17,5% |

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

Serie histórica. Diciembre 2022 = 100.

Durante marzo, el rubro tuvo una leve mejora en las ventas respecto al mes anterior, sostenida principalmente por el comienzo de clases, promociones con tarjetas y el cambio de temporada. Sin embargo, persisten dificultades por el escaso movimiento en las calles y la competencia de productos importados o informales.

Si bien la mayoría de los comercios mantuvo sus niveles de actividad, muchos advierten que las ventas siguen por debajo de lo esperado para esta época del año. A corto plazo, las expectativas son moderadamente optimistas, con proyecciones de mejora si se estabilizan los precios y el consumo. De cara al mediano plazo, predomina una mirada cauta, algunos esperan una recuperación gradual, mientras otros temen que el contexto económico siga condicionando al sector.

| 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% |

Aspectos metodológicos

Marzo 2025

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 1.200 comercios minoristas del país, realizado entre el 1 y 4 de marzo. 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](#).