

# Tras cinco meses en alza, las ventas minoristas retrocedieron a nivel interanual al caer 2,9% en mayo

08/06/2025



Las ventas minoristas de las pymes retrocedieron 2,9% interanual en mayo, volviendo a caer después de cinco meses consecutivos de crecimiento, y bajaron 0,7% respecto a abril, de acuerdo a un relevamiento elaborado por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME).

El dato implica un corte en la consecución de mediciones positivas y una profundización en la merma del ritmo que viene exhibiendo el registro mensual desde el alza del 25,5% de enero, para luego marcar un 24% en febrero, un 10,5% en marzo, un 3,7% en abril y la baja del 2,9% de mayo. Así, las ventas acumulan un aumento del 11% en lo que va del año.

En la comparación mensual desestacionalizada, el Índice de Ventas Minoristas Pymes arrojó que los comercios registraron un nuevo descenso en el consumo del 0,7% en el quinto mes del año frente a abril, acumulando dos meses consecutivos de caídas.

Al analizar el escenario relevado, desde CAME sostuvieron que «en los últimos meses, la actividad comercial experimentó una leve retracción, en un contexto caracterizado por una menor disponibilidad de recursos, ajustes de precios y mayores exigencias operativas».

**En este contexto, puntualizaron que «en mayo se advirtió una tendencia hacia compras más medidas, una circulación algo reducida en los centros comerciales y una competencia creciente con los canales online y con los formatos informales».**

Asimismo, indicaron que «en el comercio minorista persiste un escenario de cautela, con sectores que enfrentan caídas en las ventas, márgenes estrechos y dificultades para sostener la rentabilidad», precisando que «rubros como Alimentos y bebidas; Calzado; Bazar; Ferretería, e Indumentaria registran un consumo más selectivo, limitado por el poder adquisitivo, la falta de crédito y la competencia informal o externa».

**Ante este panorama, la entidad gremial-empresaria aseguró que «a pesar de los esfuerzos por adaptarse con ventas online, promociones o financiamiento, predomina la incertidumbre y muchos comercios recurren a liquidaciones anticipadas o reducen inversiones».**

En paralelo, rescató que «algunos actores logran mejoras puntuales mediante estrategias digitales o de fidelización, mientras un rubro como Farmacia muestra cierta estabilidad» y reclamó que «el sector comercial en su conjunto espera señales de mayor previsibilidad y medidas que impulsen la demanda para revertir la tendencia».

En cuanto a las perspectivas para los meses venideros, el relevamiento arrojó que «el 49,2% de los encuestados cree que su situación económica mejorará dentro de un año, mientras que sólo el 9,3% prevé un empeoramiento», mientras que reveló que «respecto a las inversiones, el 55,9% considera que no es un buen momento para invertir, frente a un 14,4% que opina lo contrario».

## **EL RENDIMIENTO DE CADA RUBRO**

**-Alimentos y bebidas:** las ventas cayeron un 7,6% en la comparación interanual, a precios constantes, pero mantiene en el acumulado un aumento del 13,6% en lo que va del año. En la comparación intermensual desestacionalizada, se registró una caída del 0,9%.

**-Bazar, decoración, textiles para el hogar y muebles:** las ventas se mantuvieron estables en mayo, sumando un incremento del 13% en lo que va del año. En el contraste intermensual desestacionalizado, se observó una disminución del 3,8%.

**-Calzado y marroquinería:** las ventas descendieron un 0,5% interanual, pero acumulan un incremento durante el 2025 del 10,5%. En el intermensual se midió un crecimiento del 2,4%.

**-Farmacia:** las ventas mejoraron un 1,5% interanual y llevan un alza del 13,5% en lo que va del año. En tanto, en la comparación intermensual, siempre desestacionalizada, se registró una suba del 3,6%.

**-Perfumería:** las ventas subieron un 5,2% interanual, y suman un incremento del 15,9% en el primer cuatrimestre. En la comparación intermensual, hubo un descenso del 0,9%.

**-Ferretería, materiales eléctricos y materiales de la construcción:** las ventas tuvieron una baja del 2,6% pero acumulan un crecimiento del 9,5% en el 2025. Por su parte, en el intermensual treparon 2,6%.

**-Textil e indumentaria:** las ventas cayeron un 1,6% interanual, a precios constantes, pero acumulan un crecimiento del 6,2%. En la comparación intermensual desestacionalizada, se observó una caída del 0,6%.