

Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC), noviembre 2025

Próxima publicación: 20 de febrero

Comercio al por menor

En noviembre, el comercio minorista registró un aumento de 1.01% mensual, sumando cinco meses de aumentos, de acuerdo con cifras ajustadas por estacionalidad. El incremento superó ampliamente al crecimiento de 0.26% que esperaba el mercado.

Al interior, 18 de 22 subsectores de comercio minorista registraron crecimientos mensuales, destacando: 1) motocicletas y otros vehículos de motor (11.40%) que registra tres meses consecutivos de crecimiento, 2) artículos para el esparcimiento (9.65%) que corta una racha de cuatro meses de disminuciones y 3) mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos y otros aparatos de comunicación (5.59%) que suma dos meses de avances.

Por el contrario, las únicas contracciones mensuales en sus ventas minoristas fueron en los sectores de: 1) artículos de perfumería y joyería (-3.51%), 2) artículos para el cuidado de la salud (-3.36%), 3) abarrotes y alimentos (-2.37%) y 4) artículos usados (-0.24%).

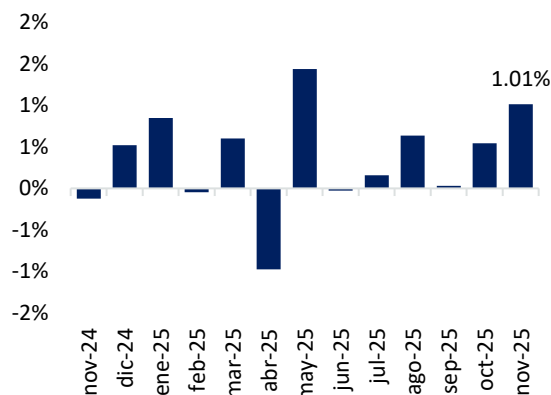
Al comparar contra noviembre del 2024, se observa que las ventas minoristas crecieron 4.82%, hilando once meses al alza luego de 9 meses consecutivos de caídas. Al interior, las ventas en 19 de 22 subsectores crecieron a tasa anual en noviembre, con los mayores crecimientos en:

1. Exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares (25.04%). El fuerte crecimiento podría deberse a los descuentos que hay en el mes de noviembre como el "Buen Fin" y las compras anticipadas por las festividades.
2. Mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos y otros aparatos de comunicación (17.82%), que registra su mayor crecimiento anual desde febrero de 2022.
3. Combustibles, aceites y grasas lubricantes (13.00%) que muestra su mayor avance desde diciembre de 2021.

Por su parte, los subsectores que registraron mayor contracción a tasa anual fueron:

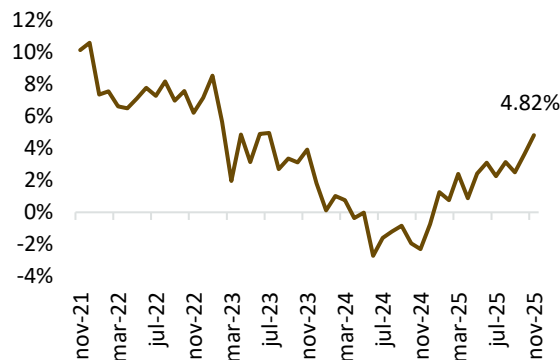
1. Abarrotes y alimentos (-5.99%) sumando cuatro meses de contracción.
2. Partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones (-4.39%), que suma 15 meses de caídas.
3. Mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables, artesanías y otros artículos de uso personal (-2.96%) que acumula dos meses de disminuciones.

Figura 1. Variación mensual del comercio minorista



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Figura 2. Variación anual del comercio minorista

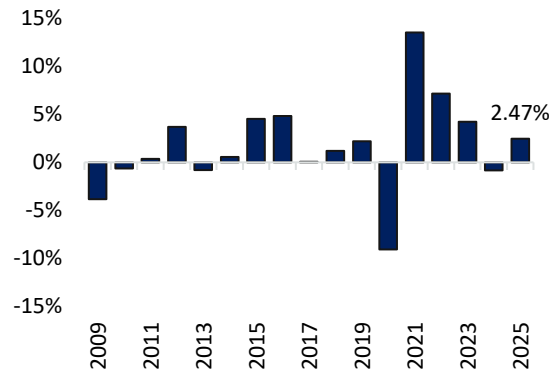


Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Por su parte, en los primeros once meses del año, el comercio al por menor en México acumuló un crecimiento anual de 2.47% respecto al mismo periodo del año anterior. Aunque este dato representa una mejora respecto al desempeño del mismo periodo del 2024 (-0.83%), se mantiene por debajo de los avances observados en 2022 (7.19%) y 2023 (4.25%).

Cabe mencionar que los riesgos para el comercio minorista persisten. Entre los factores que podrían limitar el crecimiento de las ventas minoristas destacan: 1) la caída en el flujo de remesas, que al mes de noviembre (último dato disponible) registran una caída anual de 5.67%, con ocho meses al hilo de disminución, 3) la alta tasa de interés nominal, 4) la mayor cautela de los consumidores, pues de acuerdo con la Encuesta sobre Confianza del Consumidor del mes de diciembre, disminuyó 2.37 puntos anual a 44.7 puntos, sumando 12 meses de disminución en su comparación anual.

Figura 3. Comercio al por menor, variación acumulada en los primeros once meses de cada año



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Tabla 1. Comercio al por menor. Cifras desestacionalizadas.

Noviembre 2025	var. % m/m	var. % a/a	Crecimiento acumulado hasta noviembre 2025
Comercio al por menor	1.01%	4.82%	2.47%
Abarrotes y alimentos	-2.37%	-5.99%	-0.57%
Bebidas, hielo y tabaco	1.97%	0.57%	-3.70%
En tiendas de autoservicio	0.85%	2.57%	2.39%
Tiendas departamentales	3.77%	7.63%	-0.10%
Productos textiles, excepto ropa	0.07%	5.77%	-1.91%
Ropa, bisutería y accesorios de vestir	0.69%	4.39%	0.14%
Calzado	3.56%	5.31%	3.31%
Artículos para el cuidado de la salud	-3.36%	9.84%	4.48%
Artículos de perfumería y joyería	-3.51%	1.36%	4.02%
Artículos para el esparcimiento	9.65%	7.36%	-0.24%
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	3.38%	7.84%	0.78%
Mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables, artesanías y otros artículos de uso personal	0.47%	-2.96%	4.71%
Muebles para el hogar y otros enseres domésticos	0.18%	8.49%	9.72%
Mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos y otros aparatos de comunicación	5.59%	17.82%	5.71%
Artículos para la decoración de interiores	2.03%	8.28%	9.99%
Artículos usados	-0.24%	3.74%	-3.94%
Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2.58%	4.00%	-1.17%
Automóviles y camionetas	2.45%	3.03%	2.16%
Partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones	1.01%	-4.39%	-8.18%
Motocicletas y otros vehículos de motor	11.40%	1.41%	14.01%
Combustibles, aceites y grasas lubricantes	1.79%	13.00%	6.50%
Exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares	3.56%	25.04%	21.21%

Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Comercio al por mayor

El comercio al por mayor comprende la venta de bienes en grandes cantidades, generalmente a otras empresas para su reventa o como bienes intermedios. En noviembre, el comercio al por mayor mostró un crecimiento de 1.87% mensual, rebotando de la caída de 1.41% del mes anterior. Con esto, se registran cuatro aumentos mensuales en los últimos cinco meses.

Al interior, las ventas en 9 de 17 subsectores mayoristas registraron crecimiento a tasa mensual en noviembre, siendo los de mayores aumentos:

1. Maquinaria y equipo para la industria (10.03%), que rebota de una caída de 5.07% en octubre.
2. Maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales (9.97%), que registra cuatro avances en los últimos cinco meses.
3. Artículos de perfumería, cosméticos y joyería (5.76%), que acumula tres meses de crecimiento.

En contraste, los subsectores con mayor contracción mensual en noviembre fueron:

1. Discos, juguetes y artículos deportivos (-12.86%), que corta una racha de dos meses de avances.
2. Intermediación de comercio al por mayor (-6.57%), que muestra su mayor caída desde marzo.
3. Productos textiles y calzado (-5.90%), que suma dos meses a la baja.

En su comparación anual, el comercio al por mayor se contrajo 1.93%, acumulando 20 meses consecutivos de retrocesos anuales. Esta es la segunda racha más larga, sólo superada por el periodo de diciembre de 2018 a enero de 2021, cuando el comercio al por mayor cayó por 26 meses al hilo, viéndose afectado por la pandemia. El deterioro se puede atribuir a la debilidad de la economía mexicana y a una mayor cautela por parte de las empresas. Además de una alta incertidumbre debido a las políticas comerciales de Estados Unidos.

Al interior del sector mayorista, los subsectores del comercio mayorista con mayores caídas anuales en noviembre fueron:

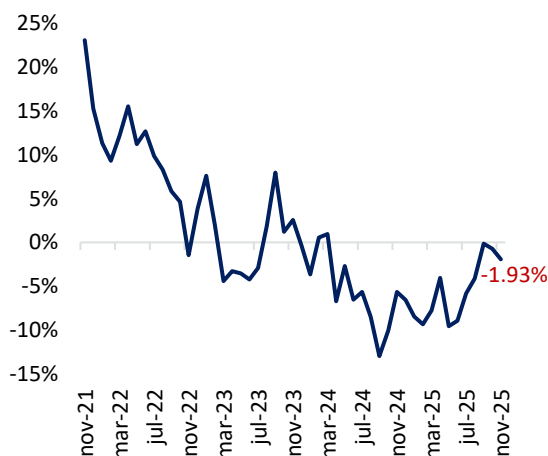
1. Discos, juguetes y artículos deportivos (-22.16%), que ha disminuido en 8 de los 11 meses del año
2. Intermediación de comercio al por mayor (-20.54%), que de los 11 meses del año, ha caído en 8 ocasiones.
3. Camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones (-13.66%), que suma seis meses de contracciones

Figura 4. Variación mensual del comercio al por mayor



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Figura 5. Variación anual del comercio al por mayor



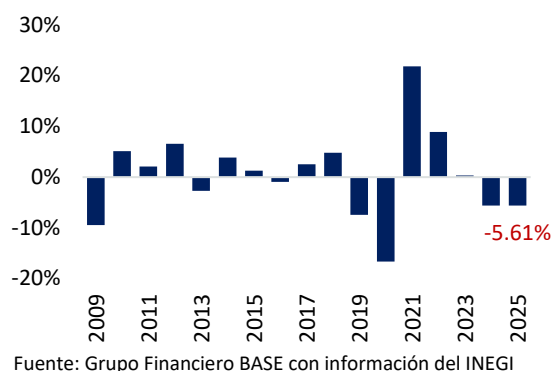
Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Cabe mencionar que solo 7 subsectores muestran incrementos anuales, de los que destaca: 1) Productos farmacéuticos (24.03%), que en últimos cuatro meses ha mostrado crecimientos por encima del 20% anual 2) artículos de perfumería, cosméticos y joyería (22.95%, que acelera su crecimiento por tercer mes consecutivo y 3) maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales (11.01%), que se recupera luego de una caída de 1.68% en octubre.

Finalmente, en el acumulado del año, el comercio al por mayor registra una caída de 5.61% respecto al mismo periodo del 2024, con lo que suma dos años de caídas en periodos iguales, lo que solo se había registrado en los primeros once meses del 2019 y 2020.

En conclusión, el comercio minorista continua mostrando un desempeño positivo y se mantiene resiliente, mientras que el comercio al por mayor sigue reflejando debilidad debido a la cautela de las empresas y una menor inversión.

Figura 6. Comercio al por mayor, variación acumulada en los primeros once meses de cada año



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Tabla 2. Comercio al por mayor. Cifras desestacionalizadas.

Noviembre 2025	var. % m/m	var. % a/a	Crecimiento acumulado hasta noviembre 2025
Comercio al por mayor	1.87%	-1.93%	-5.61%
Abarrotes y alimentos	-0.47%	-3.86%	-0.15%
Bebidas, hielo y tabaco	0.28%	2.03%	-5.06%
Productos textiles y calzado	-5.90%	-10.61%	-7.39%
Productos farmacéuticos	-3.81%	24.03%	8.25%
Artículos de perfumería, cosméticos y joyería	5.76%	22.95%	4.10%
Discos, juguetes y artículos deportivos	-12.86%	-22.16%	-13.24%
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	1.18%	-3.58%	-5.09%
Electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	1.40%	3.93%	-2.97%
Materias primas agropecuarias y forestales	-2.80%	-2.03%	-7.91%
Materias primas para la industria	2.06%	-5.27%	-8.43%
Materiales de desecho	-0.79%	2.23%	10.69%
Maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca	1.52%	-4.81%	-3.24%
Maquinaria y equipo para la industria	10.03%	-1.00%	-8.82%
Maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales	9.97%	11.01%	-6.06%
Mobiliario y equipo de cómputo y de oficina, y de otra maquinaria y equipo de uso general	2.22%	8.54%	-9.00%
Camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones	-1.04%	-13.66%	-3.26%
Intermediación de comercio al por mayor	-6.57%	-20.54%	-8.91%

Fuente: Grupo Financiero BASE con información de INEGI.

Gabriela Siller Pagaza, PhD

Directora de Análisis Económico-Financiero

gsiller@bancobase.com

Tel. 81512200 ext. 223

Jesús Anacarsis López Flores

Subdirector de Análisis Económico-Financiero

jlopezf@bancobase.com

Gerardo Villarreal Morales

Analista Económico-Financiero

gvillarrem@bancobase.com

El presente documento ha sido elaborado por Banco Base para fines EXCLUSIVAMENTE INFORMATIVOS y basado en información y datos de fuentes consideradas como fidedignas. Sin embargo; Banco Base NO asume responsabilidad alguna por cualquier interpretación; decisión y/o uso que cualquier tercero realice con base en la información aquí presentada. La presente información pretende ser exclusivamente una herramienta de apoyo y en ningún momento deberá ser utilizada por ningún tercero para fines políticos; partidistas y/o cualquier otro fin análogo.