

Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC), febrero 2026

Próxima publicación: 21 de mayo

Comercio al por menor

En febrero, el comercio minorista registró una caída de 0.94% mensual, luego de un crecimiento de 1.01% en el mes anterior, de acuerdo con cifras ajustadas por estacionalidad. La contracción fue mayor a la caída 0.27% que esperaba el mercado.

Al interior, 15 de las 22 subramas de comercio minorista registraron caídas mensuales, destacando:

- 1) Motocicletas y otros vehículos de motor (-6.89%) que disminuye luego de un avance de 5.93% mensual el mes anterior,
- 2) Abarrotes y alimentos (-5.66%) que registra su mayor caída mensual desde diciembre de 2023.
- 3) Exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares (-5.32%), que cae luego de un fuerte crecimiento de 10.81% en enero.

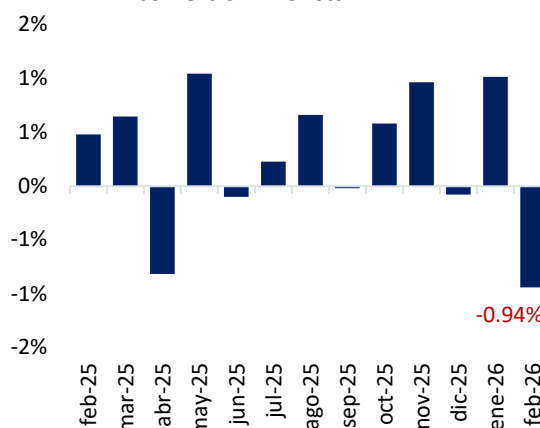
Por el contrario, las subramas que mostraron mayor crecimiento mensual en sus ventas minoristas fueron:

- 1) Muebles para el hogar y otros enseres domésticos (4.02%), que rebota luego de una caída de 3.64% el mes pasado.
- 2) Artículos para el esparcimiento (2.81%), que acumula dos meses al hilo de avances.
- 3) Productos textiles, excepto ropa (1.45%), que suma dos meses consecutivos de crecimiento.

Al comparar contra febrero del 2025, se observa que las ventas minoristas crecieron 3.20%, hilando 14 meses al alza, pero siendo el menor avance anual desde septiembre del año pasado. Al interior, las ventas en 17 de 22 subramas crecieron a tasa anual en febrero, con los mayores crecimientos en:

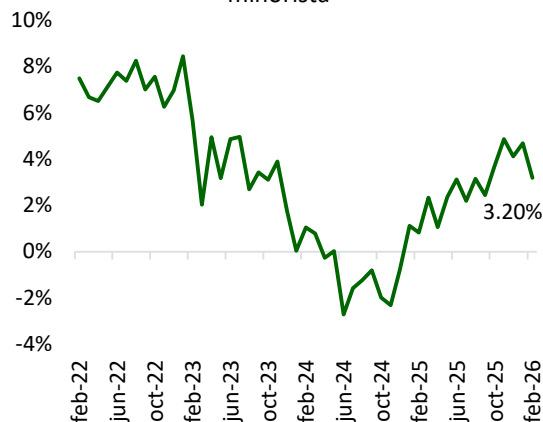
1. Artículos para el esparcimiento (25.26%), que suma dos meses con crecimientos anuales por encima del 20%.
2. Ropa, bisutería y accesorios de vestir (21.03%), que acumula 6 meses de incrementos.
3. Artículos de perfumería y joyería (17.83%), que hila tres meses con avances anuales por encima del 10%.

Figura 1. Variación mensual del comercio minorista



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Figura 2. Variación anual del comercio minorista



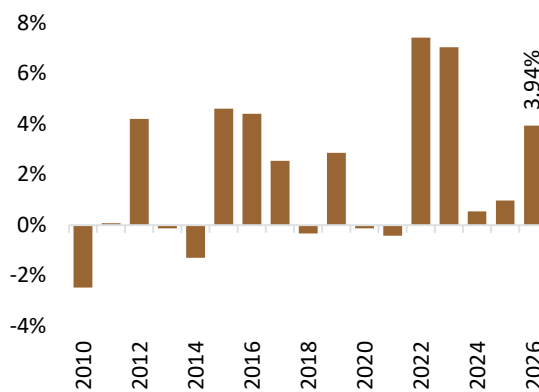
Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Por su parte, las subramas que registraron mayor contracción a tasa anual fueron:

1. Bebidas, hielo y tabaco (-7.40%), que acumula 5 meses al hilo de caídas.
2. Abarrotes y alimentos (-5.59%), que registra 7 caídas en los últimos 9 meses.
3. Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos (-5.24%), que corta una racha de 5 meses de crecimiento.

Por su parte, en los primeros dos meses del año, el comercio al por menor en México acumuló un crecimiento anual de 3.94% respecto al mismo periodo del año anterior. Aunque este dato representa una mejora respecto al desempeño del mismo periodo del 2024 (0.55%) y 2025 (0.97%), se mantiene por debajo de los avances observados en 2022 (7.41%) y 2023 (7.04%).

Figura 3. Comercio al por menor, primer bimestre de cada año, variación anual



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

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, 2) la alta tasa de interés nominal, 3) la mayor cautela de los consumidores y 4) el repunte en la inflación.

Tabla 1. Comercio al por menor. Cifras desestacionalizadas.

Febrero 2026	var. % m/m	var. % a/a	Crecimiento acumulado hasta febrero 2026
Comercio al por menor	-0.94%	3.20%	3.94%
Abarrotes y alimentos	-5.66%	-5.59%	-3.06%
Bebidas, hielo y tabaco	-1.01%	-7.40%	-6.17%
En tiendas de autoservicio	0.41%	2.49%	2.43%
Tiendas departamentales	-1.55%	3.45%	0.69%
Productos textiles, excepto ropa	1.45%	3.57%	-0.13%
Ropa, bisutería y accesorios de vestir	-1.81%	21.03%	19.23%
Calzado	1.34%	7.43%	4.02%
Artículos para el cuidado de la salud	-3.75%	9.71%	12.55%
Artículos de perfumería y joyería	-2.33%	17.83%	17.84%
Artículos para el esparcimiento	2.81%	25.26%	22.85%
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	-2.15%	-5.24%	-2.21%
Mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables, artesanías y otros artículos de uso personal	0.32%	6.42%	4.56%
Muebles para el hogar y otros enseres domésticos	4.02%	6.41%	3.22%
Mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos y otros aparatos de comunicación	-2.97%	9.06%	12.26%
Artículos para la decoración de interiores	-3.11%	7.53%	11.84%
Artículos usados	-1.65%	10.61%	11.78%
Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	-0.69%	0.20%	2.22%
Automóviles y camionetas	0.48%	3.41%	3.29%
Partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones	-0.73%	-5.03%	-5.21%
Motocicletas y otros vehículos de motor	-6.89%	-1.27%	4.06%
Combustibles, aceites y grasas lubricantes	-1.16%	3.42%	7.26%
Exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares	-5.32%	13.31%	20.77%

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 febrero, el comercio al por mayor mostró una caída de 1.51% mensual, siendo la mayor contracción mensual desde enero de 2025. Con esto, se registran dos caídas mensuales en los últimos tres meses.

Al interior, las ventas en 8 de 17 subramas de comercio mayoristas registraron caídas a tasa mensual en febrero, siendo las mayores caídas en:

1. Materias primas agropecuarias y forestales (-15.06%), la mayor caída mensual desde abril de 2020.
2. Maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca (-4.90%), que suma dos meses de caídas.
3. Productos farmacéuticos (4.14%), que suma 3 caídas en los últimos 4 meses.

En contraste, las subramas con mayor avance mensual en febrero fueron:

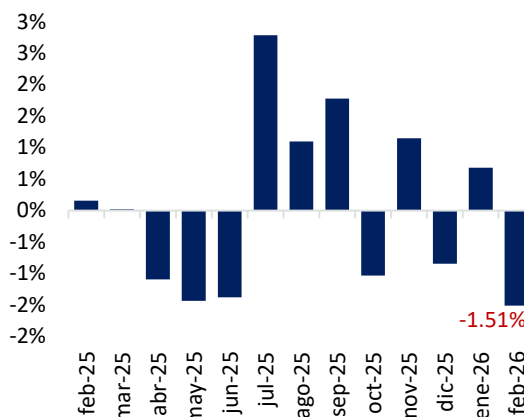
1. Productos textiles y calzado (12.92%), que rebota luego de una caída de 7.90% en el mes anterior
2. Maquinaria y equipo para la industria (5.03%), que avanza luego de una caída de 3.87% en enero.
3. Maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales (4.45%), que registra un crecimiento tras una contracción de 8.31% en el mes pasado

En su comparación anual, el comercio al por mayor mostró un ligero avance de 0.08%, acumulando 2 meses consecutivos de crecimientos anuales, luego de una racha de 21 meses de caídas. 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, las subramas del comercio mayorista con mayores avances anuales en febrero fueron:

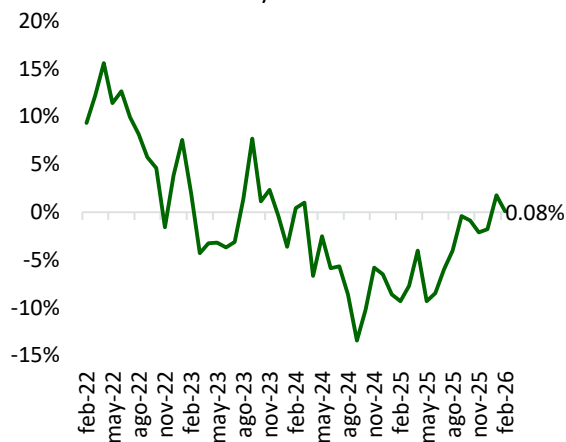
- 1) Maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales (16.24%), que suma cuatro meses de crecimiento.
- 2) Maquinaria y equipo para la industria (7.88%), que corta una racha de 13 meses consecutivos de contracción.
- 3) Mobiliario y equipo de cómputo y de oficina, y de otra maquinaria y equipo de uso general (7.23%), que registra el mayor incremento anual desde noviembre del año pasado.

Figura 4. Variación mensual del comercio mayorista



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Figura 5. Variación anual del comercio mayorista



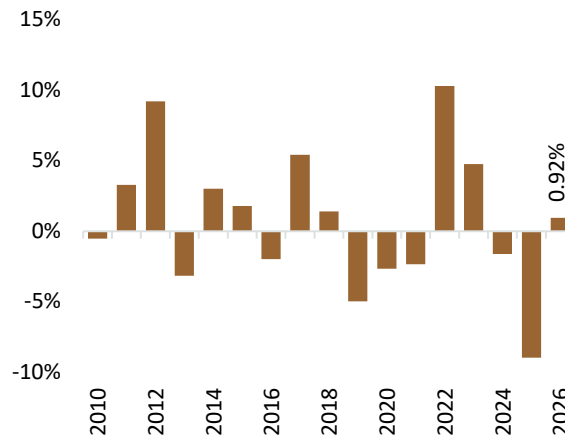
Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Cabe mencionar que solo 8 subramas muestran caídas anuales, de los que destaca: 1) camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones (-10.97%), 2) materias primas agropecuarias y forestales (-8.85%) y 3) intermediación de comercio al por mayor (-7.77%)

Finalmente, en el acumulado del año, el comercio al por mayor registra un crecimiento de 0.92% respecto al mismo periodo del 2025, luego de que en el primer bimestre del año pasado registrara una caída de 8.97%.

En conclusión, el comercio minorista continúa 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, primer bimestre de cada año, variación anual



Fuente: Grupo Financiero BASE con información del INEGI

Tabla 2. Comercio al por mayor. Cifras desestacionalizadas.

Febrero 2026	var. % m/m	var. % a/a	Crecimiento acumulado hasta febrero 2026
Comercio al por mayor	-1.51%	0.08%	0.92%
Abarrotes y alimentos	1.08%	3.27%	2.11%
Bebidas, hielo y tabaco	-1.00%	1.66%	2.38%
Productos textiles y calzado	12.92%	-5.35%	-12.03%
Productos farmacéuticos	-4.14%	2.38%	7.63%
Artículos de perfumería, cosméticos y joyería	-2.07%	-2.23%	-1.59%
Discos, juguetes y artículos deportivos	0.41%	1.02%	4.38%
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	0.11%	4.51%	3.20%
Electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	-0.01%	0.36%	0.96%
Materias primas agropecuarias y forestales	-15.06%	-8.85%	4.15%
Materias primas para la industria	-2.09%	-2.41%	-1.95%
Materiales de desecho	1.47%	-5.03%	3.97%
Maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca	-4.90%	-1.60%	3.07%
Maquinaria y equipo para la industria	5.03%	7.88%	1.07%
Maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales	4.45%	16.24%	15.68%
Mobiliario y equipo de cómputo y de oficina, y de otra maquinaria y equipo de uso general	1.65%	7.23%	7.09%
Camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones	-3.80%	-10.97%	-6.26%
Intermediación de comercio al por mayor	2.36%	-7.77%	-4.16%

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

Especialista 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.