

Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC), febrero 2024

Próxima publicación: 20 de mayo

Comercio al por menor

En febrero, los ingresos reales por suministro de bienes y servicios de empresas comerciales al por menor (ventas minoristas) registraron un crecimiento mensual de 0.39% (Figura 1), rompiendo una racha de 3 meses consecutivos de caída en donde sumó un retroceso de 1.65%. Con lo anterior, el comercio minorista en México suma una caída de 0.16% en los dos primeros meses del 2024, de acuerdo con cifras ajustadas por estacionalidad.

A tasa anual, el comercio al por menor registró un avance de 0.39% (Figura 2), después de mostrar una contracción de 0.87% en enero, de acuerdo con cifras desestacionalizadas. Cabe recordar que la contracción del mes anterior fue la primera disminución después de 35 meses consecutivos de crecimiento anual. Finalmente, respecto al máximo histórico que registró la EMEC en junio del 2023 al mes de febrero del 2024, se observa un rezago de 1.79%.

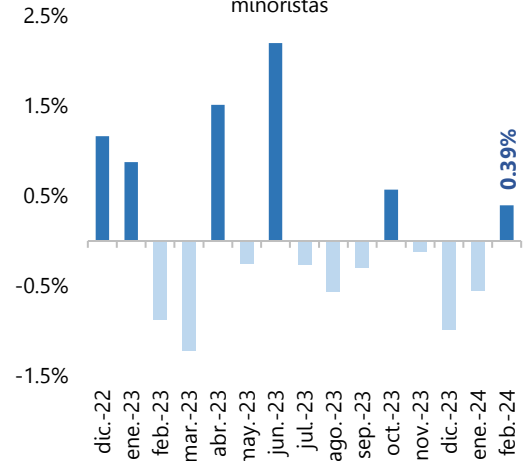
Análisis por principales sectores

Al interior de las ventas minoristas en México, destaca que el crecimiento mensual de febrero estuvo liderado por 15 de un total de 22 sectores de actividad económica. Destaca que los tres sectores con mayor crecimiento mensual fueron (Figura 3 y Tabla 1): 1) artículos exclusivamente a través de internet (+7.75%) registrando el mayor avance mensual desde junio del 2023 y siendo la mayor tasa mensual para un mes igual desde el 2016, 2) ventas de regalos, artículos de mascotas, religiosos... (+7.26%) que registró la mayor tasa de crecimiento desde mayo del 2022, y 3) ventas de partes y refacciones para automóviles (+6.16%), siendo la mayor tasa mensual desde junio del 2020 y la mayor tasa mensual para un mes igual en la historia del indicador.

En cambio, los sectores con el peor desempeño mensual fueron (Figura 4 y Tabla 1): 1) artículos de perfumería y joyería (-8.19%) registrando el mayor retroceso mensual desde diciembre del 2020, 2) ventas de artículos usados (-5.58%) y 3) artículos de papelería, libros, revistas y periódicos (-1.90%).

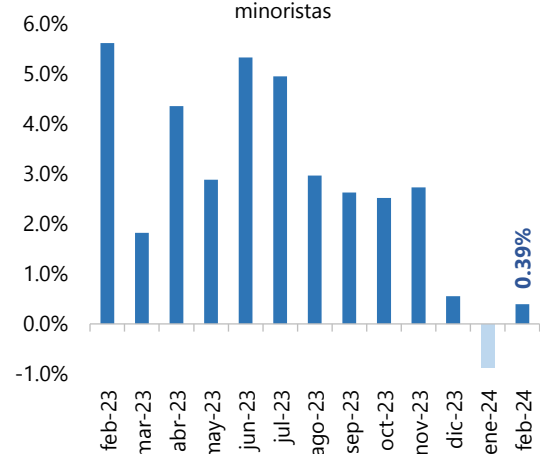
A tasa anual 12 de 22 sectores muestran crecimiento en febrero (Tabla 1). El sector que registró el mayor crecimiento anual fue el de artículos exclusivos a través de internet con 22.55%, acumulando 9 meses consecutivos de avance. Mientras que el mayor retroceso anual fue el de ventas de calzado con 18.02%, acumulando 2 meses consecutivos de caída.

Figura 1. Variación mensual de las ventas minoristas



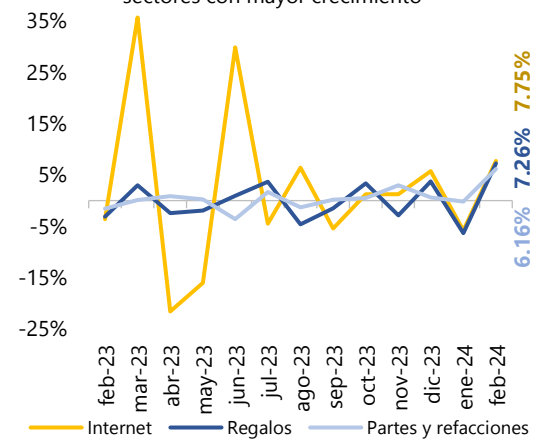
Fuente: GF BASE con información de INEGI.

Figura 2. Variación anual de las ventas minoristas



Fuente: GF BASE con información de INEGI.

Figura 3. Variación mensual de los 3 sectores con mayor crecimiento



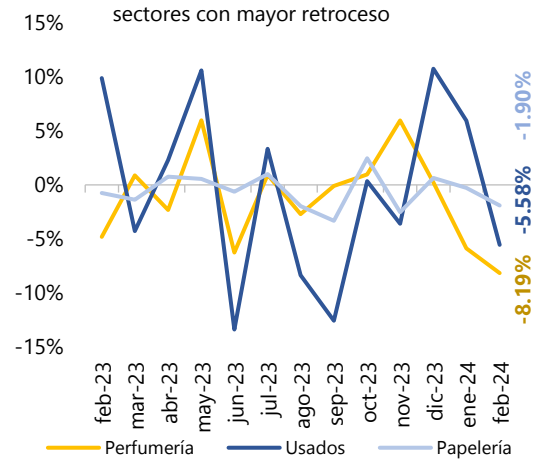
Fuente: GF BASE con información de INEGI.

Niveles pre-pandemia (febrero 2020)

Con el crecimiento de febrero, las ventas minoristas se ubicaron 15.79% por encima del nivel pre-pandemia (febrero del 2020), acumulando 37 meses consecutivos en expansión. Sin embargo, 4 sectores muestran una recuperación incompleta respecto a sus niveles pre-pandemia (Tabla 1):

1. Artículos usados con un rezago de 16.20%, aumentando el rezago en comparación con el mes anterior de 11.25%.
2. Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos con un rezago de 15.91%, acumulando en febrero 48 meses consecutivos de rezago.
3. Calzado, mostrando un rezago de 7.23%, siendo el segundo mes consecutivo de caída.
4. Productos textiles, excepto ropa con un rezago de 4.39%, acumulando 4 meses consecutivos de rezago.

Figura 4. Variación mensual de los 3 sectores con mayor retroceso



Fuente: GF BASE con información de INEGI.

Tabla 1. Ventas minoristas por sector de actividad económica según la EMEC.

Sector de actividad económica, febrero 2024	Var. % m/m	Var. % a/a	Var. % vs. Feb 2020
Índice general	0.39%	0.39%	15.79%
Alimentos y abarrotes	0.66%	1.82%	9.89%
Bebidas, hielo y tabaco	5.51%	-0.73%	22.91%
Tiendas de autoservicio	-0.25%	2.32%	17.24%
Tiendas departamentales	2.07%	5.14%	21.28%
Productos textiles, excepto ropa	-0.34%	-10.61%	-4.39%
Ropa, bisutería y accesorios de vestir	2.52%	-2.91%	15.86%
Calzado	2.80%	-18.02%	-7.23%
Artículos para el cuidado de la salud	1.39%	6.00%	24.21%
Artículos de perfumería y joyería	-8.19%	-11.01%	28.96%
Artículos para el esparcimiento	-0.81%	-10.97%	17.20%
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	-1.90%	-6.56%	-15.91%
Mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables (...)	7.26%	1.28%	17.54%
Muebles para el hogar y otros enseres domésticos	2.77%	7.28%	62.37%
Mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos (...)	-1.10%	16.88%	49.09%
Artículos para la decoración de interiores	1.00%	6.80%	12.10%
Artículos usados	-5.58%	-16.80%	-16.20%
Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2.55%	-5.93%	3.66%
Automóviles y camionetas	0.03%	6.75%	14.26%
Partes y refacciones para automóviles, camionetas (...)	6.16%	8.30%	19.72%
Motocicletas y otros vehículos de motor	5.13%	5.82%	43.14%
Combustibles, aceites y grasas lubricantes	0.72%	-5.01%	6.66%
Exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos (...)	7.75%	22.55%	117.61%

Fuente: Grupo Financiero BASE con información de INEGI.

Gabriela Siller Pagaza, PhD

Directora de Análisis Económico-Financiero

gsiller@bancobase.com

Tel. 81512200 ext. 2231

Jesús A. López Flores

Subdirector de Análisis Económico-Financiero

jlopezf@bancobase.com

Paulina Di Giusto Fernández

Analista Económico-Financiero

pdigiusto@bancobase.com

El presente documento ha sido elaborado por Grupo Financiero 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.