

## Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC), febrero 2025

Próxima publicación: 21 de mayo

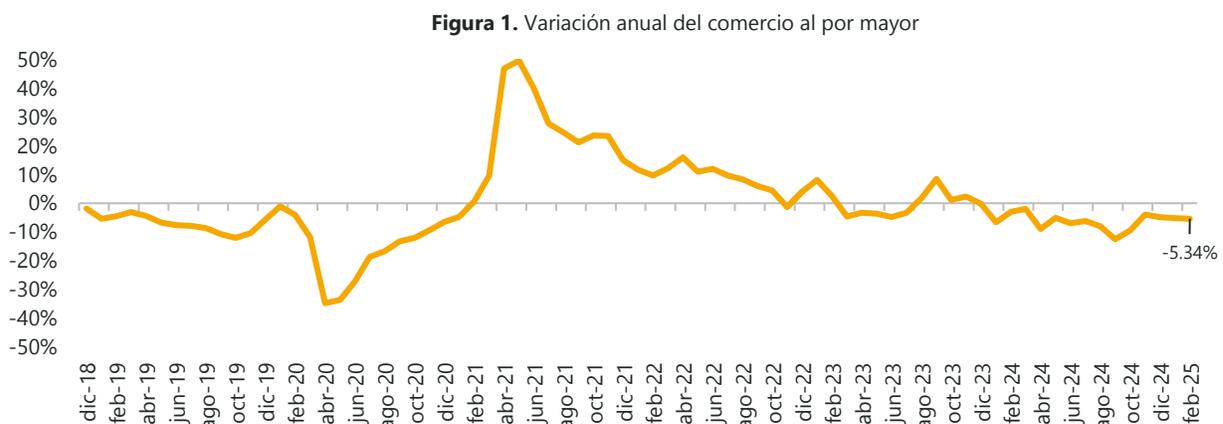
De acuerdo con cifras ajustadas por estacionalidad, el comercio en México continuó mostrando señales mixtas en febrero. Por un lado, las ventas al por menor registraron su cuarto mes consecutivo de avance, con un crecimiento mensual y anual de 0.23% y 1.70%, respectivamente, aunque a un menor ritmo que el observado en enero. Por otro lado, las ventas al por mayor crecieron 0.20% mensual, pero a tasa anual se contrajeron 5.34%, continuando con la tendencia negativa que han mostrado por más de un año, lo que confirma mayor deterioro del sector mayorista en México.

### 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. La debilidad en el **comercio al por mayor** no es reciente. En comparación anual, las ventas mayoristas registraron una contracción de 5.34%, la mayor desde octubre del 2024 (-9.54%), acumulando así 15 meses consecutivos de retrocesos anuales. Este deterioro se atribuye a los siguientes factores:

- La reconfiguración de operaciones o menor inversión en inventarios por parte de las empresas, ante las expectativas de un menor crecimiento económico.
- Los riesgos en el comercio internacional derivado de conflictos geopolíticos y ante las recientes políticas proteccionistas en el segundo mandato de Donald Trump.

Cabe notar que existe una estrecha relación entre el desempeño de las ventas al por mayor y el crecimiento del PIB de México, pero las ventas al por mayor tienden a caer con mayor fuerza que el PIB. Esto se debe a las señales de debilidad económica, pues se reducen las ventas a negocios en anticipación de menor demanda, como ocurrió en 2019, cuando se registraron contracciones de las ventas al por mayor a una tasa anual promedio de 7.27% (Figura 1), mientras que el PIB cayó sólo 0.39%.

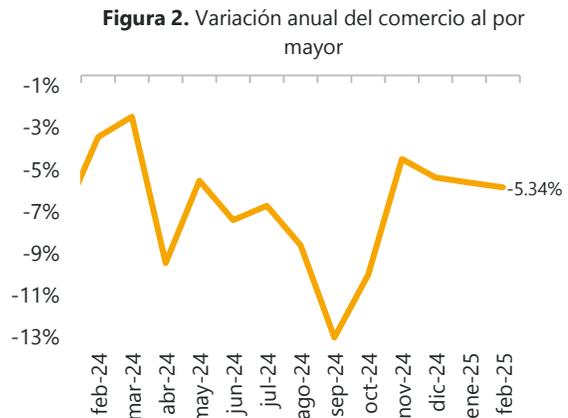


Fuente: GF BASE con información de INEGI.

Al interior del sector mayorista, los subsectores de actividad económica que acumulan más meses de retroceso anual y muestran un deterioro más profundo en sus ventas mayoristas son:

1. Materias primas agropecuarias y forestales (-18.28%): Cuyas ventas suman 25 meses de retroceso anual, es decir, este subsector se ha contraído por más de dos años.

2. Productos textiles y calzado (-0.60%): De los últimos 21 meses, 20 han registrado contracción anual.
3. Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos (-5.06%): De los últimos 19 meses, 18 han mostrado caídas anuales.
4. Productos farmacéuticos (+0.26%): Si bien en febrero se observó un crecimiento de 0.26% anual, las ventas en este subsector sumaron a enero 15 meses seguidos de caídas, por lo que todavía es muy pronto para hablar de un cambio de tendencia o recuperación.
5. Mobiliario y equipo de cómputo y de otra maquinaria y equipo de uso general (-16.56%): Las ventas de este subsector suman 13 meses de contracción anual.
6. Bebidas, hielo y tabaco (-2.68%): Cuyas ventas han caído en 12 de los últimos 13 meses.
7. Materias primas para la industria (-6.07%): Cuyas ventas acumulan 11 meses seguidos de caídas.



Fuente: GF BASE con información de INEGI.

En febrero el comercio al por mayor registró un crecimiento mensual de 0.20%, siendo el primer avance después de dos meses consecutivos de caída, pues en diciembre del 2024 y en enero del 2025 el comercio mayorista se contrajo 1.83% y 2.70% (Tabla 1). No obstante, el avance de febrero fue limitado en comparación con otras variaciones mensuales del indicador y no logra compensar las caídas registradas en los meses previos. Asumiendo que en marzo el comercio al por mayor no presente variación mensual, el sector mostraría una contracción de 2.34% en el primer trimestre del 2025 respecto al trimestre anterior, la mayor desde el segundo trimestre del 2024 (-3.84%) y acumularía un retroceso anual de 4.46% respecto al mismo periodo del 2024, con lo que sumaría cinco trimestres consecutivos de caída anual.

Al interior, las ventas en 11 de 17 subsectores se incrementaron a tasa mensual en febrero, siendo las de mayor crecimiento:

1. Materiales de desecho (+13.20%), registrando su mayor crecimiento desde julio del 2021. El buen desempeño de este subsector se vincula con el aumento gradual en el volumen de residuos generados, así como con el creciente interés por la sostenibilidad y la economía circular, que han impulsado el reciclaje y el comercio mayorista de residuos en México.
2. Mobiliario y equipo de cómputo y de oficina, y de otra maquinaria y equipo de uso general (+10.39%), el primer incremento después de cinco meses seguidos de caídas y el mayor crecimiento desde febrero del 2023.
3. Camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones (+9.19%), avanzando tras la caída de 24.14% del mes previo posiblemente en anticipación a nuevos aranceles por parte de Estados Unidos.

En contraste, los subsectores con mayores caídas mensuales en febrero fueron:

1. Discos, juguetes y artículos deportivos (-9.39%), acumulando tres meses seguidos de caídas, probablemente por un menor consumo tras la temporada navideña.
2. Maquinaria y equipo para la industria (-6.11%), en línea con la cautela empresarial ante un panorama económico débil.
3. Artículos de perfumería, cosméticos y joyería (-2.09%).

## Comercio al por menor

Al comparar contra febrero del 2024, se observa que las ventas minoristas crecieron 1.70% anual, desacelerándose frente al 2.67% registrado en enero, que fue el mayor crecimiento anual desde noviembre del 2023 (Figura 3 y Tabla 2). Cabe recordar que el crecimiento anual de las ventas minoristas en enero respondió a una combinación de factores, entre ellos: una base de comparación baja, un mayor poder adquisitivo de las remesas, impulsado por la depreciación del peso, y compras anticipadas, ante la incertidumbre generada por la política comercial de Trump. El crecimiento de febrero debe seguir tomándose con cautela, pues el avance responde en parte a decisiones de consumo adelantadas por parte de los hogares.

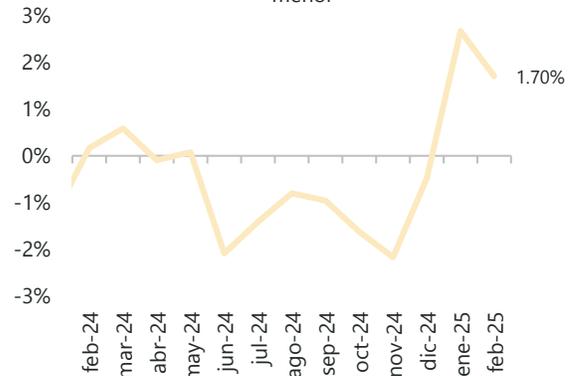
Al interior, las ventas en 15 de 22 subsectores crecieron a tasa anual en febrero, con los mayores crecimientos en (Figura 4):

1. Motocicletas y otros vehículos de motor (+17.22%). Este subsector continúa mostrando un desempeño sólido, aunque el crecimiento anual observado en febrero es el menor desde octubre del 2024.
2. Calzado (+12.99%). Después de 12 meses consecutivos de contracción, las ventas de este subsector mostraron su segundo mes consecutivo de crecimiento.
3. Artículos usados (+10.52%), el mayor avance desde julio del 2023.

Por su parte, las ventas en 7 de 22 subsectores se contrajeron, observándose las mayores caídas a tasa anual en (Figura 5):

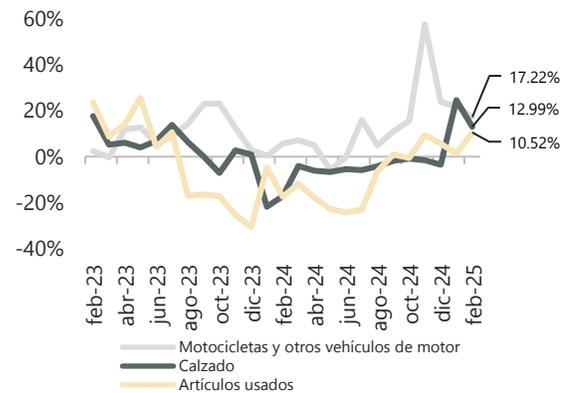
1. Partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones (-11.86%), la mayor caída anual desde septiembre del 2023. Con esto, este subsector suma 7 meses seguidos de caída en sus ventas minoristas.
2. Tiendas departamentales (-10.10%), la mayor caída desde agosto del 2024, posiblemente como cautela en el gasto de productos no esenciales.
3. Productos textiles, excepto ropa (-7.31%). Este sector ha mostrado una clara tendencia negativa, con caídas en 33 de los últimos 35 meses.

**Figura 3.** Variación anual del comercio al por menor



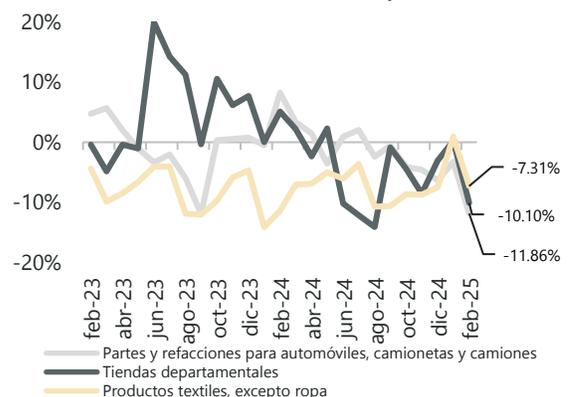
Fuente: GF BASE con información de INEGI.

**Figura 4.** Variación anual de los 3 subsectores de ventas minoristas con mayor crecimiento



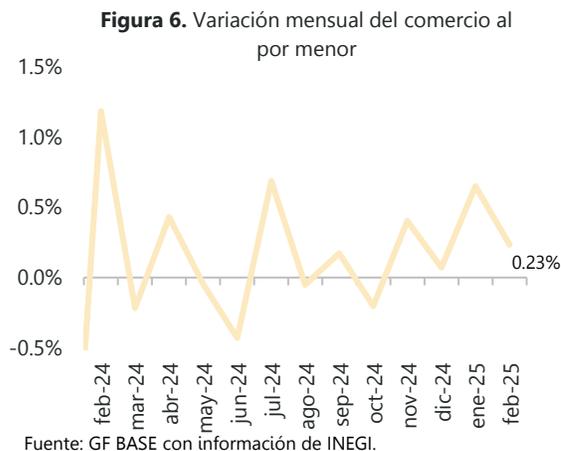
Fuente: GF BASE con información de INEGI.

**Figura 5.** Variación anual de los 3 subsectores de ventas minoristas con mayor retroceso



Fuente: GF BASE con información de INEGI.

Por su parte, el comercio al por menor registró un crecimiento mensual de 0.23% (Figura 6), siendo el cuarto mes consecutivo de avance, según cifras ajustadas por estacionalidad. Este desempeño superó la expectativa del mercado, que anticipaba una contracción de 0.1% mensual. No obstante, este crecimiento fue menor al de enero y debe tomarse con cautela, ya que no está acompañado por una mejora en los indicadores de percepción económica, por lo que podría estar relacionado a compras anticipadas ante la expectativa de una postura comercial más proteccionista en Estados Unidos.



Con relación a lo anterior, el Indicador de Confianza del Consumidor (ENCO) del INEGI muestra un claro deterioro en la percepción de los hogares. Al mes de marzo, última fecha disponible, el indicador de confianza acumuló cinco meses consecutivos de caídas mensuales en puntos porcentuales. Destaca que desde febrero, el subíndice que mide las expectativas sobre la situación económica del país dentro de 12 meses se ubicó por primera vez por debajo de los 50 puntos desde diciembre del 2023, lo que muestra el creciente pesimismo sobre la situación económica de México a futuro. Este debilitamiento de la confianza del consumidor se suma a otros riesgos que podrían limitar el buen desempeño del comercio minorista: la debilidad del mercado laboral y la inseguridad pública.

Al interior, 12 de 22 subsectores del comercio al por menor registraron crecimiento mensual, destacando: 1) artículos de papelería (+5.16%), 2) artículos para la decoración de interiores (+4.02%) y 3) combustibles, aceites y grasas lubricantes (+3.58%). Por el contrario, los subsectores que mostraron las mayores caídas mensuales en sus ventas minoristas fueron: 1) ropa, bisutería y accesorios de vestir (-9.29%), tiendas departamentales (-6.80%) y 3) productos textiles, excepto ropa (-6.43%). Estas caídas podrían reflejar una mayor cautela por parte de los consumidores al momento de adquirir bienes no esenciales, en línea con el debilitamiento observado en la confianza del consumidor durante los últimos meses.

## Resumen

En general, el comercio al por mayor en México mantiene una tendencia negativa desde finales del 2023. El periodo de mayor deterioro se presentó durante el tercer trimestre del 2024, con caídas de hasta 12% anual y al cierre del 2024 las contracciones comenzaron a moderarse. Sin embargo, en enero y febrero del 2025 se registraron los mayores retrocesos desde octubre del 2024, lo que sugiere que la debilidad en el sector mayorista podría intensificarse en el primer trimestre del año, superando incluso el deterioro observado al cierre del 2024. Por otro lado, en el comercio al por menor, aunque hubo crecimientos mensual y anual en febrero, ambos mostraron una desaceleración y es muy posible que esos crecimientos se hayan debido a las compras anticipadas por la entrada en vigor de los aranceles en el mes posterior, además de una baja base de comparación.

Hacia adelante, el comercio en México continúa enfrentando desafíos importantes, tanto en el comercio minorista como en el mayorista. En el caso del comercio al por menor, los principales riesgos para los siguientes meses son el debilitamiento del mercado laboral, la menor confianza de los consumidores y la posibilidad de aumentos en la inflación de mercancías. Por su parte, el comercio al por mayor enfrenta riesgos por el panorama de alta incertidumbre, señales de recesión en México, política monetaria que sigue en terreno restrictivo y la volatilidad del tipo de cambio.

**Tabla 1. Comercio al por mayor. Cifras desestacionalizadas.**

Febrero 2025 Subsector	Var. % m/m	Meses seguidos con aumento mensual	Meses seguidos con caída mensual	Var. % a/a	Meses seguidos con aumento anual	Meses seguidos con caída anual
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>0.20%</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-5.34%</b>	<b>-</b>	<b>15</b>
Abarrotes y alimentos	-1.21%	-	3	0.07%	11	-
Bebidas, hielo y tabaco	-0.33%	-	3	-2.68%	-	1
Productos textiles y calzado	5.66%	2	-	-0.60%	-	4
Productos farmacéuticos	3.10%	1	-	0.26%	1	-
Artículos de perfumería, cosméticos y joyería	-2.09%	-	1	-1.35%	-	1
Discos, juguetes y artículos deportivos	-9.39%	-	3	-30.47%	-	2
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	3.59%	2	-	-5.06%	-	6
Electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	2.87%	1	-	13.52%	2	-
Materias primas agropecuarias y forestales	1.68%	1	-	-18.28%	-	25
Materias primas para la industria	-0.32%	-	3	-6.07%	-	11
Materiales de desecho	13.20%	1	-	12.46%	1	-
Maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca	4.05%	1	-	-3.28%	-	1
Maquinaria y equipo para la industria	-6.11%	-	2	-11.86%	-	2
Maquinaria y equipo para los servicios y para actividades...	0.80%	1	-	-0.98%	-	2
Mobiliario y equipo de cómputo..., y de otra maquinaria...	10.39%	1	-	-16.56%	-	13
Camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles...	9.19%	1	-	6.61%	1	-
Intermediación de comercio al por mayor	7.42%	1	-	-1.58%	-	6

Fuente: Grupo Financiero BASE con información de INEGI.

**Tabla 2. Comercio al por menor. Cifras desestacionalizadas.**

Febrero 2025 Subsector	Var. % m/m	Meses seguidos con aumento mensual	Meses seguidos con caída mensual	Var. % a/a	Meses seguidos con aumento anual	Meses seguidos con caída anual
<b>Comercio al por menor</b>	<b>0.23%</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>1.70%</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
Alimentos y abarrotes	-0.71%	-	2	5.85%	9	-
Bebidas, hielo y tabaco	0.84%	2	-	-0.34%	-	1
Tiendas de autoservicio	0.40%	5	-	0.76%	3	-
Tiendas departamentales	-6.80%	-	1	-10.10%	-	1
Productos textiles, excepto ropa	-6.43%	-	1	-7.31%	-	1
Ropa, bisutería y accesorios de vestir	-9.29%	-	2	-3.33%	-	1
Calzado	-1.81%	-	1	12.99%	2	-
Artículos para el cuidado de la salud	0.71%	4	-	-0.97%	-	12
Artículos de perfumería y joyería	-3.29%	-	3	3.50%	2	-
Artículos para el esparcimiento	-2.05%	-	2	-6.34%	-	14
Artículos de papelería, libros, revistas y periódicos	5.16%	1	-	9.61%	4	-
Mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables (...)	-2.55%	-	1	3.64%	6	-
Muebles para el hogar y otros enseres domésticos	-0.68%	-	1	5.12%	2	-
Mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos (...)	2.14%	2	-	1.08%	1	-
Artículos para la decoración de interiores	4.02%	2	-	9.10%	14	-
Artículos usados	0.18%	4	-	10.52%	4	-
Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	1.00%	3	-	0.39%	2	-
Automóviles y camionetas	0.43%	2	-	5.79%	14	-
Partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones	-0.91%	-	1	-11.86%	-	7
Motocicletas y otros vehículos de motor	1.18%	1	-	17.22%	8	-
Combustibles, aceites y grasas lubricantes	3.58%	2	-	3.56%	1	-
Exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos (...)	1.32%	3	-	9.96%	8	-

Fuente: Grupo Financiero BASE con información de INEGI.

---

**Gabriela Siller Pagaza, PhD**

Directora de Análisis Económico-Financiero

[gsiller@bancobase.com](mailto:gsiller@bancobase.com)

Tel. 81512200 ext. 223

**Jesús Anacarsis López Flores**

Subdirector de Análisis Económico-Financiero

[jlopezf@bancobase.com](mailto:jlopezf@bancobase.com)

**Paulina Di Giusto Fernández**

Analista Económico-Financiero

[pdigiusto@bancobase.com](mailto:pdigiusto@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.