



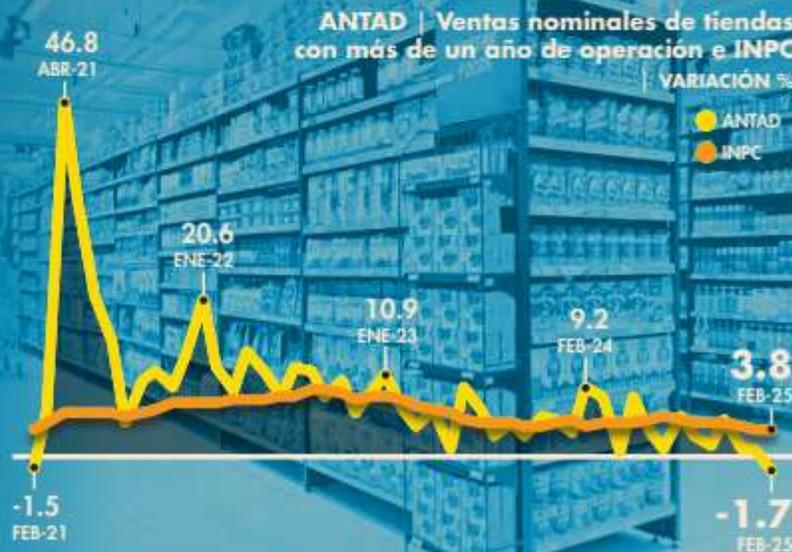
Políticas económicas y de seguridad de EU impactan: ANTAD

# Ventas en tiendas de autoservicio reportan primera caída en 4 años

- El resultado es otro signo de la desaceleración económica, freno en el empleo formal y descenso en confianza del consumidor.
- Las principales bajas en las ventas se reportan en supermercados y tiendas departamentales.

Judith Santiago  
 Pág. 23

De los últimos 12 meses, en ocho ocasiones las ventas nominales de los asociados fueron menores comparadas con el nivel de la inflación correspondiente, síntoma del debilitamiento que se viene gestando en ese sector de la economía.



FUENTE: ANTAD E INEGI



Registran baja anual de 1.7% en febrero

# Ventas de la ANTAD caen por primera vez en 4 años

- El consumo privado sigue en su trayectoria de debilitamiento en medio de la desaceleración de la actividad económica y de la generación de empleo; el mes pasado se sumó también la incertidumbre por los amagos arancelarios de Estados Unidos

**E**n febrero de 2025, las ventas nominales a tiendas iguales, que incluyen todas las tiendas con más de un año de operación pertenecientes a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), cayeron 1.7% en comparación con el mismo mes del año anterior.

Este descenso pone fin a una racha de cuatro años de crecimiento constante, marcando la primera caída desde febrero de 2021, cuando las ventas se redujeron un 1.5% debido a la pandemia de Covid-19.

Las tiendas departamentales, como Liverpool, El Palacio de Hierro, Sears

y Coppel, vieron caer sus ventas 2.5% en tiendas iguales y 1.3% en tiendas totales durante febrero pasado en comparación con igual mes del 2024.

Las cadenas de autoservicio, como Soriana, La Comer y Chedraui, reportaron caídas del 1.8% en tiendas iguales, aunque lograron un aumento del 0.9% en tiendas totales.

El sector especializado, que incluye farmacias, cadenas minoristas, entre otras, mostró una caída moderada del 0.5% en tiendas iguales, pero registró un crecimiento del 2.9% en tiendas totales.

En el acumulado de enero y febrero, las ventas a tiendas iguales cayeron un



0.2%, mientras que las ventas a tiendas totales crecieron un 2.4%.

Los resultados del indicador de la ANTAD confirman la debilidad del consumo en México debido a la desaceleración económica, la caída del empleo formal y en la confianza del consumidor.

También ha afectado la incertidumbre, en general, causada por las políticas arancelarias y antimigratorias de Estados Unidos, explicaron analistas.

“La debilidad en el consumo viene explicado por cierta desaceleración en la economía. El último trimestre del año pasado la actividad económica cayó. El tema arancelario sí genera un poco de ruido porque la gente se vuelve más cautelosa en cuanto a las compras, principalmente en bienes duraderos”, dijo el especialista financiero en Roga Capital, Jacobo Rodríguez.

En el cuarto trimestre del 2024, el Producto Interno Bruto (PIB) de México disminuyó 0.6% comparado con el trimestre inmediato anterior. En tanto, la economía creció un 1.2% en todo el año.

Subrayó que principalmente se están presentando caídas en las tiendas departamentales y supermercados, mientras que los indicadores más relacionados a los abarrotes, presentan tasas de crecimiento.

Jacobo Rodríguez agregó que, además, la base de comparación es más alta y, por lo tanto, más complicada, ya que las cifras de consumo fueron sólidas

en la primera mitad del año pasado.

La analista en Halcones Financieros, Marisol Huerta, explicó que la caída en las ventas de la ANTAD refleja el escenario de incertidumbre que está afectando tanto al consumidor como a las empresas.

“Estamos viendo **cautela** por parte del consumidor que está retrayendo las compras que pudiera estar realizando en un escenario más optimista... Los precios están subiendo y, además, no está existiendo creación de empleo”, subrayó.

Marisol Huerta recordó que los recientes reportes financieros que entregaron las empresas mostraron, en general, una sensación de “cautela” o “incertidumbre”, debido a la preocupación de que los precios de los productos sigan subiendo.

Por su parte, la directora de Análisis en Monex Casa de Bolsa, Janeth Quiroz, coincidió en que la baja en el consumo de febrero de las tiendas afiliadas a la ANTAD refleja “el sentimiento de incertidumbre que persiste en la economía”, según lo muestran varios indicadores.

Uno de ellos es la caída en la confianza del consumidor, que en febrero disminuyó 0.3 puntos respecto a enero y una caída más pronunciada en comparación con el mismo mes del año pasado.

“Varios indicadores reflejan que los consumidores también se mantienen cautelosos ante todas estas noticias que se están desarrollando en el ámbito nacional e internacional”, comentó, “hay también un creciente temor de la población de estar perdiendo su empleo”.

### Las ventas

comparables en tiendas departamentales cayeron 2.5% durante febrero pasado en comparación con igual mes del 2024, mientras que las cadenas de autoservicio reportaron una caída del 1.8 por ciento.



La debilidad en el consumo viene explicada por cierta desaceleración en la economía (...). El tema arancelario sí genera un poco de ruido por que la gente se vuelve más cautelosa en cuanto a las compras, principalmente en bienes duraderos”.

Jacobo Rodríguez,

ESPECIALISTA

FINANCIERO EN ROGA

CAPITAL



## Cautela en consumo

Las ventas nominales de la ANTAD decrecieron este pasado mes de febrero por vez primera desde febrero del 2021; en los últimos 12 meses, las ventas nominales fueron menores a la inflación general en ocho ocasiones, lo que muestra la debilidad que ya tenía la variable.

