

En marzo, la mejora fue de 0.5%: Inegi

Ventas minoristas crecieron 2% en el I Trim.; hilan cinco meses en ascenso

- Las posibles repercusiones por las políticas comerciales del gobierno de EU en el tercer mes no se reflejaron en el gasto.
- El índice del comercio minorista se ubicó cerca del récord, registrado en noviembre del 2023.

Octavio Amador
@G. 23

En el primer trimestre, el consumo al menudeo creció sobre todo en rubros como perfumería y joyería, muebles, internet y ventas por catálogo.

México | Ventas minoristas

ÍNDICE (2018=100)



FUENTE: INEGI

VARIACIÓN % POR SEGMENTO (TOP 5 MENSUAL), MARZO, 2025

REGLÓN	MENSUAL	ANUAL	ENE-MAR	
			2024	2025
Total	0.5	2.7	-0.1	2.0
Perfumería y joyería	7.9	27.2	-14.4	11.4
Ropa y accesorios	5.7	2.8	-7.3	4.4
Muebles	4.5	18.6	0.3	10.9
Internet y catálogos	3.0	17.3	0.7	16.5
Textiles (no ropa)	2.8	-2.7	-12.1	-3.1



Ventas minoristas hilan cinco meses de repuntes

Retailers superan ruido arancelario en marzo

• El indicador medido por el Inegi creció 0.5% mensual impulsado por categorías de consumo no básico y durante el primer trimestre acumuló un avance interanual de 2%

Octavio Amador

octavio.amador@eleconomista.mx

La tensión comercial externa de México en marzo pudo haber impactado el ánimo de los consumidores, pero solo en el papel, pues en la práctica estuvieron lejos de retraer su gasto.

Durante el tercer mes del año las ventas minoristas crecieron 0.5% frente a febrero, con lo que el indicador ligó cinco periodos de avances intermensuales y se acercó más a recuperar el terreno perdido desde su último pico histórico.

El índice de ingresos de las empresas de comercio minorista se ubicó así en 119.4 puntos en marzo, quedando solo 0.7% por debajo de los 120.2 puntos de noviembre del 2023, el récord del indicador (en enero del 2024 la brecha negativa llegó a ser de 4%), de acuerdo con datos de la Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC), del Instituto Nacional de Geografía

y Estadística (Inegi), publicados este miércoles.

Los resultados de marzo coincidieron con indicadores contrastantes. Por un lado, el índice desestacionalizado de confianza del consumidor, también construido por el Inegi, se redujo mensualmente 0.4 puntos y 1.3 puntos de forma interanual, con lo que alargó una trayectoria de deterioro que inició en noviembre del 2024, ubicándose además en su nivel más bajo desde octubre del 2023.

Esto en medio de la incertidumbre por los impactos adversos para la economía mexicana de la imposición de aranceles a las exportaciones mexicanas dirigidas a Estados Unidos.

Pero, por otro lado, el empleo recuperó terreno con la adición de más de 560,000 plazas formales e informales, luego de la pérdida de casi 280,000 posiciones en febrero, de acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Ocu-

pación y Empleo, del Inegi.

En tanto, el salario del empleo formal siguió recuperándose, alcanzando una cotización diaria promedio de 619.3 pesos, lo que representa un crecimiento nominal de 7.6% y una real de 3.3%, según datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

La recepción de remesas familiares, por su parte, también transitó por terreno positivo, luego de crecer 2.7%

interanual a 5,150 millones de dólares. En marzo 14 de las 22 categorías de mercancías y canales de venta que mide la EMEC tuvieron mejoras mensuales, observándose las más notables en renglones de consumo discrecional.

El top cinco de crecimientos fue: artículos de perfumería y joyería (+7.9%); ropa, bisutería y accesorios de vestir (+5.7%); muebles para el hogar y otros enseres domésticos (+4.5%); internet y catálogos impresos (+3.0%); y productos textiles, excepto ropa (+2.8 por ciento).

PERIÓDICO	PÁGINA	FECHA	SECCIÓN
EL ECONOMISTA	PP-23	22/05/25	NACIONAL



14
CATEGORÍAS
de las 22 de
consumo y
canales de venta
que mide el Inegi
tuvieron alzas
mensuales en
marzo.

Del lado de las caídas destacaron la de mobiliario, equipo y accesorios de cómputo y teléfonos (-8.6%); partes y refacciones para automóviles (-5.6%); mientras que cayeron categorías de consumo básico como abarrotes y alimentos (-1.7%) y bebidas, hielo y tabaco (-1.4 por ciento).

Crecimiento acumulado
Durante el primer trimestre del año los ingresos por ventas minoristas acumularon un crecimiento de 2%, en contraste con la caída de 0.1% que tuvieron durante el mismo lapso del 2024.

El repunte es consistente con el crecimiento interanual de 0.6% que tuvo el Producto Interno Bruto, según la

estimación oportuna del Inegi, que también arrojó una mejora intertrimestral de 0.2 por ciento.

Esta permitió eludir, de momento, la ocurrencia de una recesión técnica, pues el PIB había caído 0.6% durante el último cuarto del 2024 frente al trimestre previo.

Hacia adelante, consideramos que el indicador mantiene señales mixtas para el consumo de corto plazo, considerando la coyuntura del comercio mundial, lo que ha generado incertidumbre en los consumidores; así como, por la ralentización en la economía nacional, opinaron Janneth Quiroz y Rosa Rubio, economistas del Grupo Financiero Monex.

El repunte trimestral de las ventas minoristas es consistente con el crecimiento interanual de 0.6% que tuvo el PIB, según la estimación oportuna del Inegi, que también arrojó una mejora intertrimestral de 0.2 por ciento.

