Ventas al menudeo caen en abril tras cinco meses al alza

• Las ventas minoristas registraron un retroceso de 1% en abril, mermadas sobre todo por los resultados de las tiendas departamentales, automotrices y de papelería: Inegi.

PÁG. 29

México | Ventas minoristas

FUENTE: INEGI

GRÁFICO EE

PERIÓDICO	PÁGINA	FECHA	SECCIÓN
EL ECONOMISTA	PP-29	24/06/25	NACIONAL

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXVI LEGISLATURA
SOBERANÍA Y JUSTICIA SOCIAL

Cayeron 1% mensual

Ventas minoristas tropiezan en abril

El retroceso del indicador puso fin a una racha de cinco meses de avances mensuales; mercado laboral y confianza del consumidor siguen perdiendo ritmo

Octavio Amador
octavio.amador@eleconomista.mx

En abril del 2025 los ingresos por ventas minoristas en México retrocedieron 1% respecto de marzo, con lo que pusieron fin a una racha de cinco meses de avances, reveló el reporte de la Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC) publicado este lunes por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (Inegi).

Este desempeño debilitó el comparativo interanual del indicador, sin embargo, todavía se mantuvo en terreno positivo, al registrar un avance de 0.4%, frente al alza de 2.5% anual registrada en marzo.

Luego de haber tenido un desempeño favorable durante el primer trimestre a contracorriente del clima de incertidumbre económica por el endurecimiento de la política arancelaria de Estados Unidos, el debilitamiento de las ventas minoristas de abril ocurre mientras se observan otras señales de atonía económica al inicio del segundo trimestre del 2025.

Entre ellas está la desaceleración del mercado laboral, así como de diversos componentes de la actividad industrial del país. En el mercado de trabajo formal, por ejemplo, se registró la baja de 47,442 puestos de trabajo, de acuerdo con cifras del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

En tanto, la actividad industrial se mantuvo estancada, con un avance mensual de apenas 0.08%, en donde destacó una caída de 2% del sector de la construcción que pudo ser compensado gracias al avance de la manufactura (+0.7%) y la minería (+1.3 por ciento).

Por otro lado, la confianza del consumidor se siguió deteriorando, al descender 0.6% unidades, en lo que fue su sexta caída mensual al hilo, de acuerdo con el Índice de Confianza del Consumidor del Inegi.

Desempeño por rubro

En la comparación mensual, en abril

Revés

Las ventas minoristas en México cayeron 1% de forma mensual en abril, cortando una racha de cinco meses de crecimientos mensuales.

México | Ventas minoristas

ÍNDICE (2018=100)

VARIACIÓN % POR SEGMENTO (TOP 5 MENSUAL DE MAYORES CAÍDAS), ABRIL, 2025

RENGLÓN	MENSUAL	ANUAL	ENE-ABR 2024	ENE-ABR 2025
Total	-1.0	**0.4**	0.6	**1.0**
Papelería, libros	-8.6	**-11.8**	-4.9	**0.1**
Departamentales	-8.1	**-15.4**	0.6	**-7.7**
Artículos usados	-7.8	**-1.9**	-12.9	**4.0**
Automóviles	-4.8	**-9.1**	10.3	**0.7**
Bebidas, hielo	-4.6	**-8.4**	-1.4	**-1.8**

FUENTE: INEGI. GRÁFICO EE

se observaron caídas en 11 de las 22 categorías de canales de venta y tipos de mercancía que mide el Inegi. La debilidad predominó, principalmente, en rubros de consumo discrecional, es decir, no básico.

Los cinco mayores descensos fueron los artículos de papelería, libros, revistas y periódicos (-8.6%); tiendas departamentales (-8.1%); artículos usados (-7.8%); automóviles y camionetas (-4.8%); y bebidas, hielo y tabaco (-4.6 por ciento).

En contraparte, las mayores alzas fueron las de ventas por internet, televisión y catálogos impresos (+5.1%); artículos para el esparcimiento (+4.3%); artículos de perfumería y joyería (+4.3%); partes y refacciones para automóviles (+4.1%) y motocicletas y otros vehículos de motor (+3.5 por ciento).

"Las caídas en sectores esenciales muestran una mayor cautela de los hogares, posiblemente asociada a incertidumbre económica. Solo el comercio digital mantiene un crecimiento sólido, lo que sugiere una reconfiguración en los patrones de consumo", opinaron en un reporte economistas de Valmex.

De enero a abril se observó un avance consolidado de 1% interanual, el cual supera el 0.6% observado en el mismo corte, pero del 2024. Sin embargo, queda muy por debajo del 5% visto en el 2023 o el 6.9% del 2022.

En la comparación mensual, en abril se observaron caídas en 11 de las 22 categorías de canales de venta y tipos de mercancía que mide el Inegi. La debilidad predominó, principalmente, en rubros de consumo discrecional, es decir, no básico.