



Las Breves

Crece 6.0% ingresos del mercado móvil en el 2025

En el 2025, el mercado móvil generó ingresos anuales por 378 mil 809 millones de pesos (mdp), lo que representó un incremento de 6.0 por ciento anual, de acuerdo con The Competitive Intelligence Unit (CIU), una consultoría especializada en telecomunicaciones.

“Este dinamismo fue impulsado primordialmente por la expansión de la base de usuarios, que alcanzó 161.6 millones de líneas activas (un alza de 6.2 por ciento anual), lo que muestra la relevancia de la movilidad y el consumo de datos como servicios esenciales para la población”, explicó la firma.

The CIU recopila los datos de los reportes financieros que las empresas de telecomunicaciones presentan a la Bolsa Mexicana de Valores, con lo que

cada trimestre estima los resultados del sector.

La consultoría señaló que durante el 2025, el mercado de telecomunicaciones móviles en México experimentó una fase de expansión acelerada respecto a su base de usuarios activos.

Destacó que la creciente demanda por conectividad móvil impulsó al mercado hacia niveles récord tanto en líneas activas como en términos de adopción.

Al cierre de 2025, el mercado mexicano alcanzó 161.6 millones de líneas, tras captar 4.2 millones de adiciones netas sólo en el cuarto trimestre.

“Este dinamismo confirma una fase de expansión extraordinaria para el ecosistema móvil en su conjunto”, aseguró The CIU.



Aumenta demanda en alimento y cuidado de mascotas



Las mascotas han dejado de ser un gasto ocasional para las familias mexicanas y ahora forman parte del presupuesto mensual. Entre alimento, arena, juguetes, productos de higiene, cada hogar llega a desembolsar alrededor de 2,884 pesos, en promedio, al mes, indican datos de la firma de consultoría Deloitte.

“Este desembolso refleja que el consumidor actual no sólo considera a sus mascotas como parte integral de la familia, sino que también prioriza su cuidado y calidad de vida”, explicó la directora de Abarrotes no Comestibles y Farmacia en Organización Soriana, Alejandra Núñez.

Para la cadena de supermercados,

esta tendencia se refleja en la demanda de productos para perros, que concentra el 70% de las compras, mientras que los destinados a gatos suponen el 30% restante.

En México, alrededor de 25 millones de hogares tienen, al menos, una mascota, lo que se traduce en unos 80 millones de animales de compañía, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Respecto a las preferencias de compra, Alejandra Núñez detalló que en el caso de los perros predominan los alimentos en gran formato, las fórmulas segmentadas por tamaño y etapa de vida, y la creciente demanda de productos funcionales, como aquellos que

favorecen la digestión o el cuidado articular.

Para los gatos, las arenas con aglomerantes y con control avanzado de olores, así como los alimentos secos y húmedos en presentaciones flexibles, impulsados por su conveniencia, son los productos de mayor demanda.

Los estados con mayor nivel de consumo de productos y alimentos para mascotas son Nuevo León, Ciudad de México, Baja California, Jalisco y Estado de México. Tamaulipas, Chihuahua, Coahuila, Veracruz y Quintana Roo también se incluyen en la lista de regiones con mayor crecimiento de la categoría, de acuerdo con un análisis de Soriana.