



Comercio minorista de Italia creció en valor y volumen

Posted on Diciembre 6, 2025

(Roma) En octubre de 2025 creció en Italia el comercio minorista, con un incremento del 0,5 por ciento en su valor y de 0,4 puntos porcentuales en su volumen, respecto al mes anterior, destaca hoy un reporte.

Un informe del Instituto Nacional de Estadísticas (Istat), apunta que en los productos alimenticios el aumento intermensual fue de un 0,5 por ciento en su valor y en un porcentaje de 0,7 puntos en el volumen, mientras que en los bienes no relacionados con la alimentación el alza comercial fue de 0,4 puntos porcentuales en ambos indicadores.

En el trimestre de agosto a octubre de 2025, las ventas minoristas se mantuvieron sin cambios en valor y disminuyeron en un porcentaje de 0,3 puntos en su volumen en relación con los tres meses anteriores, con un incremento de 0,2 puntos porcentuales en el valor en el caso de los alimentos, mientras que su volumen cayó un 0,6 por ciento.

En cuanto a la comercialización de productos no alimenticios, en esa comparación intertrimestral se observó estabilidad en su valor, pero un descenso de 0,2 puntos porcentuales en el volumen.

En octubre de 2025, respecto a igual período del año anterior, las ventas minoristas aumentaron 1,3 por ciento en valor, mientras que el volumen se mantuvo sin cambios.

La comercialización de los alimentos creció interanualmente un 2,3 por ciento en su valor, mientras que en el caso de los bienes no alimenticios el aumento en ese indicador fue de apenas 0,5 puntos porcentuales, con valores sin cambios para ambos tipos de productos en el volumen de las ventas.

En comparación con octubre de 2024, en el décimo mes de este año el valor de las ventas minoristas aumentó en la gran distribución un 2,7 por ciento, mientras que en las realizadas fuera de tienda el alza fue de 1,1 puntos porcentuales, con mejores resultados en el comercio electrónico, donde el crecimiento alcanzó un porcentaje de 4,6 puntos.

Los expertos del Istat destacaron en ese estudio que, en octubre de 2025, el valor de las ventas minoristas registró un crecimiento trimestral tras dos meses de descenso, un resultado que se observó en la comercialización tanto de los productos alimenticios como de los no relacionados con la alimentación, agrega la fuente.

El Maipo/PL