

## El consumo en México.

"Dos cosas contribuyen a avanzar: ir más de prisa que los otros o ir por el buen camino",  
René Descartes, filósofo y matemático frances.

El Centro de Innovación y Competitividad "Prospecta" en su departamento de Inteligencia Competitiva genera diversos reportes sobre diversos temas que inciden en el desarrollo de nuestro sector manufacturero, los cuales están a disposición de nuestros afiliados.

En esta editorial, quiero compartirles algunos datos del Reporte de la Situación del Consumo en México, un análisis en el periodo del 2010 al 2014 de cómo se ha comportado este indicador esencial para la venta de los productos que fabricamos. Esta información nos permite conocer nuestra posición en el escenario actual y permite diseñar estrategias respecto a cómo debemos responder los empresarios para conquistar nuevos mercados; y encontrar formas de trabajar con nuestras autoridades para generar las acciones necesarias que nos permitan transitar en el entorno actual.

Cómo sabemos, la variable consumo es el principal motor de la economía en cualquier país. En México este factor tiene un peso muy importante dentro del Producto Interno Bruto (PIB), al representar casi dos terceras partes del mismo. En los últimos 10 años, el crecimiento económico nacional ha estado en torno al 2 por ciento, por lo que resulta de vital importancia que se implementen políticas públicas que fortalezcan el poder adquisitivo de los trabajadores para así romper el círculo vicioso de bajo consumo –limitado crecimiento.

Lo anterior se desprende en base al análisis de la información publicada por el INEGI. En los últimos 5 años, la demanda total y el consumo privado han tenido un comportamiento muy similar. Sin embargo a partir del segundo trimestre del 2010, la dinámica de la demanda agregada ha venido a menos hasta último trimestre del 2013; a partir de esa fecha se observa un ligero repunte. El mayor crecimiento registrado fue en el segundo trimestre del 2010, cuando se alcanzó la cifra de 11.22%, y desde entonces no ha tenido un crecimiento con doble dígito. Por su parte, el componente de consumo interno, ha seguido una pauta similar en la trayectoria de crecimiento, es en el segundo trimestre del 2010 y el primer trimestre del 2012, en las que se registran las mayores tasas anuales de crecimiento, alcanzando cifras del 7.4 y 7.5%, respectivamente.

En el último trimestre del 2014, el crecimiento anual que registró el consumo privado fue de 2.73%, cifra superior a la que registro un año previo al alcanzar una cifra de 1.02%, pero ambos datos fueron inferiores a lo que se registró en el mismo periodo de los años previos (2010, 2011 y 2012), cuando en promedio el consumo creció a tasas de 4.6%, en cada uno de los años.

El año 2014, tuvo un mejor comportamiento tanto en la demanda agregada, en comparación con el año previo, pero sin acercarse al desempeño que tuvo durante los 3 años anteriores. Por su parte, el consumo privado tuvo un menor desempeño que lo registrado en los años previos, con crecimiento anual de 1.97%, muy por debajo de lo que se observó en los 4 años previos. El consumo, sin duda ha sido uno de los principales factores que no han permitido consolidar el crecimiento y la recuperación económica del país y de la industria manufacturera.

Por otra parte los datos que resultan del Termómetro Industrial del cuarto trimestre del 2014, indican que el valor de la producción de la rama de fabricación del calzado, tuvo un

incremento nominal del año 2010 al 2014 de tan sólo el 0.4%, lo que implica una disminución de 3.7% en términos reales, ya que al cierre del 2014 la inflación fue del 4.1%.

Cabe señalar que gracias al Decreto presidencial de agosto de 2014, se dio una importante recuperación en el cuarto trimestre de 2014, ya que en el comparativo respecto al mismo trimestre de 2013, hubo un incremento nominal en valor de la producción de 7.6%.

Todo lo anterior muestra la situación complicada que vive nuestro sector, motivada por la debilidad del mercado interno, y la continuidad de problemas como la subvaluación de mercancías en las aduanas del país, así como el contrabando.

Por ello es muy importante reactivar el mercado interno y que se consuma lo hecho en México, que los empresarios fortalezcamos la competitividad y la productividad en nuestras empresas, y que el decreto continúe funcionando para que todo ello nos permita continuar llevando a cabo nuestra labor productiva en beneficio de los miles de empleos que generamos.

Ing. Javier Plascencia Reyes  
presidencia@ciccg.org