

Alejandro Gómez Tamez\*

prospecta

20 de marzo el INEGI reportó buenos números para los establecimientos comerciales en México.

Para que a la actividad manufacturera le vaya bien, pues requiere que la actividad comercial también tenga un buen desempeño, y además de esto se necesita que el consumo por parte de los mexicanos sea en su mayoría de productos fabricados nacionalmente o bien, que tengan un alto valor de contenido nacional en sus insumos de fabricación.

Con esto en mente tenemos que el viernes 20 de marzo el INEGI reportó buenos números para los establecimientos comerciales en México, ya que éstos registraron en el mes de enero de este año un incremento anualizado en sus ingresos de 4.7%, tasa de incremento considerablemente más alta que el 2.5% observado en enero de 2014.

Si bien este dato es alentador de que pudieran venir tiempos menos malos para el sector comercio en los próximos meses, la realidad es que esta actividad ha sufrido un grave estancamiento en sus ventas (ingresos) en los últimos dos años, y lo que es peor para la economía en su conjunto es que el mayor dinamismo en el consumo se está dando en los bienes de importación.

De acuerdo con cifras provenientes de la encuesta mensual sobre empresas comerciales del INEGI, entre los años 2012 y 2014 los ingresos de este tipo de empresas crecieron apenas 3.8%, lo que significa un incremento promedio anual de apenas 1.9%, cifra muy por debajo de la inflación, la cual ascendió en el periodo de diciembre de 2012 al mismo mes de 2014 a 8.2 por ciento.

Cabe señalar que de este crecimiento total de 3.8% en los últimos dos años, hay actividades comerciales a las que les ha ido bien y hay otras a las que no tanto. A continuación se presentan las de mejor desempeño en términos de ingresos y en paréntesis se menciona su tasa de crecimiento del periodo 2012 a 2014:

- Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares (63.2%);
- Abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco (18.7%); y
- Enseres domésticos, computadoras, artículos para la decoración de interiores y artículos usados (15.2%).

A continuación se mencionan las actividades comerciales a las que les está yendo mal o muy mal en términos de ingresos, y se hace mención en paréntesis a su crecimiento o decremento en el periodo de 2012 a 2014:

- Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal (2.6%);
- Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes (2.1%);
- Tiendas de autoservicio y departamentales (0.6%);
- Productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado (0.0%);
- Artículos para el cuidado de la salud (-1.0%); y
- Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios (-8.1%).

Así pues, vemos que de acuerdo a la clasificación del INEGI, hay sólo tres segmentos de establecimientos comerciales que presentan tasas de crecimiento de los últimos dos años por encima de la inflación, mientras que hay seis que presentan cifras de incremento (o inclusive decremento) por debajo de la inflación del periodo.

De la mano de lo anterior, un dato que es por demás importante es conocer cómo ha evolucionado el consumo privado en México por origen de producto. De acuerdo al INEGI, el índice de volumen físico de consumo privado en el mercado interior creció entre 2012 y 2014 en 4.3%, cifra que denota la debilidad del mercado interno y va en línea con el incremento de 3.8% en los ingresos de los establecimientos comerciales.

Pero lo que es más grave respecto a la débil cifra de consumo privado es que el consumo de bienes y servicios de origen nacional creció apenas 4.0%, mientras que el consumo de bienes importados se elevó 7.4% en el mismo periodo.

Esto es perjudicial para la planta productiva y los empleos en México, ya que denotan que las ventas de los establecimientos comerciales son bajas porque el consumo es débil, y dentro de todo esto, lo peor es que los productos que muestra mayor dinamismo son los importados, lo que acaba por impulsar otras economías y no la nuestra.

Cabe aclarar que no tiene nada de malo consumir productos extranjeros, pero cuando se tiene el antecedente de que mucho de lo que se importa y se comercializa en el país se hace en condiciones de subvaluación o contrabando, pues entonces la cancha no es pareja para los productores nacionales, quienes ven las posibilidades de crecer muy limitadas, y la creación de empleos

se ve seriamente afectada.

En función de todo lo expuesto, es importante que el gobierno federal continúe fortaleciendo el mercado interno redoblando los esfuerzos de combate a la ilegalidad, sobre todo en las prácticas de comercio internacional. Si bien ya se han publicado decretos que combaten estas prácticas en los sectores calzado, vestido y textil, es necesario que también se tomen medidas enérgicas en contra de importadores subvaluadores en las demás ramas de actividad económica.

Otro aspecto que es importante es el que se realicen los ajustes en el marco fiscal que aligeren la carga impositiva para empresas y personas. El hecho de haber disminuido la deducibilidad de las prestaciones laborales fue un duro golpe para muchas empresas, lo que se ha traducido en menor capacidad de incrementar sueldos a los trabajadores.

Finalmente, se debe trabajar también en el tema de las exportaciones, las cuales en este momento pueden ser la principal fuente de crecimiento para el país. Como lo he señalado en anteriores entregas, el tipo de cambio que observamos actualmente es el de equilibrio en base a diferenciales de inflación entre México y Estados Unidos acumulados de 1997 a la fecha. Es decir, ahora en México ya no tenemos un peso sobrevaluado y eso le puede dar un fuerte impulso a las exportaciones, y limitar las importaciones al volverlas más caras.