



Decepción económica frena consumo de mexicanos

Los impuestos y el débil crecimiento económico han golpeado la confianza del consumidor: expertos; las empresas también han resentido este escenario, y han tenido que aminorar costos.

Por: Carmen Luna |
Jueves, 11 de septiembre de 2014 a las 06:00



En agosto, la confianza del consumidor hiló 11 meses de caídas anuales. (Foto: Getty Images)

CIUDAD DE MÉXICO (CNNExpansión) — Los consumidores mexicanos están desalentados no solo por la entrada en vigor de nuevos impuestos, sino también por el débil crecimiento y [las magras expectativas para la economía mexicana](#), por lo que el consumo privado seguirá de capa caída si no se da una recuperación en los próximos meses, consideran analistas.

La confianza del consumidor en agosto acumula 11 meses de caídas en términos anuales, mientras que la expectativa por la situación económica suma 15 meses consecutivos en terreno negativo, según cifras oficiales.

“El [crecimiento económico es lo que ha afectado a los consumidores](#) y al final del día toman decisiones racionales. Tienen que ver cuánto dinero tienen en el bolsillo para ver en qué lo van a gastar”, dijo el vicepresidente *senior* de análisis de Moody's, Alonso Sánchez, en entrevista.

En este escenario, las expectativas económicas tampoco han ayudado. La Secretaría de Hacienda bajó en meses pasados su pronóstico de este año para la economía mexicana a 2.7% desde el 3.5% previo. En 2013, la dependencia recortó cuatro veces su estimado.

“La reforma fiscal desanimó a los inversionistas y no fue la que se esperaba. Se requería una mayor progresividad en el ISR para personas físicas y una generalización del IVA”, dijo por su parte el académico del Centro Investigación y Docencia Económicas (CIDE), Carlos Elizondo.

Las empresas no salieron ilesas de los [nuevos impuestos y del bajo crecimiento](#), por lo que han tenido que echar mano de estrategias para no ver afectadas sus ventas.

Por ejemplo, las compañías productoras de mercancías consideradas de alta densidad calórica o chatarra que fueron gravadas con IEPS - refrescos y golosinas- han tenido que lanzar presentaciones más pequeñas de sus productos para compensar a los nuevos impuestos.

Alonso Sánchez, directivo de Moody's, dijo que el repunte de la economía final de año dinamizará al consumo privado, aunado a que la mayoría de los productos gravados con IEPS son productos que todos compran, no obstante, de no darse la recuperación, los consumidores no tendrán incentivos para salir a gastar.

Por su parte, Carlos Elizondo consideró que si el Gobierno federal hubiera buscado que se aprobara un IVA generalizado la reforma energética no habría sido aprobada.