

El consumidor mexicano sostiene la frágil economía del país, dice Reuters

Escrito por Pablo Petovel

La agencia destaca el aumento del consumo. Dice que volvió a los niveles anteriores a la pandemia. Remesas, turismo y empleo, los pilares. Walmart facturó 9% más. También grandes ventas de Starbucks y Domino's.

- Reuters habla de un “punto brillante” en la economía débil de México.
- Walmart y Grupo La Comer crecieron en ventas en el primer trimestre un 9% y un 7,3%, respectivamente.
- Remesas, más turismo y empleo, entre las razones.

Aunque hay muchos puntos oscuros en la economía de México en estos meses, como la [inflación](#) y la ralentización del crecimiento, **el consumo se destaca y se ha convertido en el motor para salir de los problemas que dejó la pandemia.**

Así lo entiende la [agencia Reuters](#), que en un extenso artículo califica al consumidor mexicano como **“el punto brillante” de la economía del país** que gobierna Andrés Manuel López Obrador.

“No todo es color de rosa para la economía de México, ya que lidia con la suba de precios más alta en 20 años y con un lento crecimiento de la actividad, pero el nivel de consumo está en los valores anteriores al coronavirus en el segundo país de Latinoamérica más grande por el volumen de su economía”, explica Reuters.

Según detalla con datos de Fitch Ratings, buena parte de ese crecimiento del consumo se explica en el **incremento de las remesas desde el extranjero**, que en los primeros tres meses de 2022 superaron los 12,550 millones de dólares, un récord.

También es clave, según Reuters, **la recuperación del turismo**, un pilar de la economía del país, a medida que las restricciones y las infecciones cayeron.

Sólido mercado laboral impulsa el gasto del consumidor mexicano

Asimismo, dice que el **mercado laboral en México se mantuvo “sólido”** y que las pequeñas y medianas empresas están recibiendo los beneficios de este crecimiento del consumo.

Todo esto, a pesar de la inflación que, en algunos casos, ha duplicado el valor de algunos productos como las frutas.

Fitch, en su último informe sobre la economía de México, dijo que el consumo es la mayor fortaleza de la economía mexicana. En una nota en la que sostiene la calificación de BBB- para la deuda soberana del país, dijo que “ha alcanzado los niveles previos a la pandemia”.

Reuters destaca también que el consumo sólido se refleja en **los resultados de los grandes retailers**, como Walmart de México, que registró una suba interanual de ingresos del 9 por ciento en el primer trimestre.

Grupo La Comer, en tanto, anotó un aumento de su facturación interanual del 7.23 por ciento.

También recibieron más demanda las empresas de servicios. Alsea, por ejemplo, que opera en México los restaurantes de Domino’s y Starbucks, tuvo **un aumento interanual del ingreso de casi el 50 por ciento entre enero y marzo**.

Citando al director financiero de Alsea, Rafael Grosskelwing, Reuters señala que los datos del segundo trimestre también indican muy buenas ventas, especialmente impulsadas por la semana de Pascua.

Analizando datos de la macroeconomía, el consumo privado en el país aumentó un 1.29 por ciento en términos desestacionalizados en febrero en comparación con enero, el doble que la inflación de abril, que fue de 0.53 por ciento, según Inegi.

Adrián de la Garza, de Citibanamex, le dijo a Reuters que el aumento del consumo fue “sorpresivo” y superó las expectativas.

El pronóstico de Citibanamex es que el consumo de los mexicanos crezca un 2 por ciento en 2022.