



Consumo Privado en el Mercado Interior: con tendencia al alza

1. Introducción

El Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior (IMCPMI) mide el comportamiento del gasto realizado por los hogares residentes del país en bienes y servicios de consumo (tanto de origen nacional como importado), del cual se excluye la compra de vivienda u objetos valiosos y es dado a conocer por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

El indicador tiene como finalidad dar seguimiento de forma mensual al componente más significativo del PIB por el lado de la demanda.

En este boletín se da cuenta del avance que ha presentado el indicador, tanto en su serie original como ajustada por estacionalidad; además, se expone la marcha de las variables que pudieran afectar su avance y el comportamiento del consumidor con relación a su tendencia.

2. Evolución de los componentes del IMCPMI

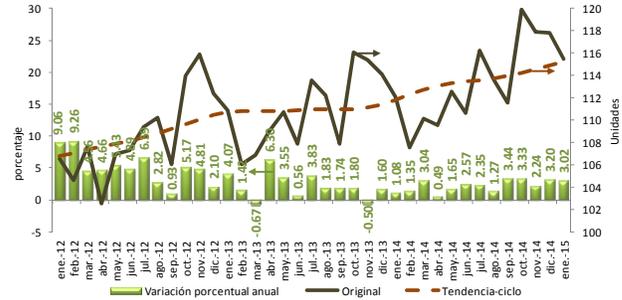
Cifras originales

El IMCPMI pasó de un aumento de 1.08 por ciento en enero de 2014 a un **crecimiento de 3.02 por ciento en el mismo mes de 2015**, lo que implicó catorce meses de alzas consecutivas; lo que muestra que el consumo privado continúa avanzando.

Al interior de sus componentes, el **consumo nacional** transitó de una elevación de 1.41 por ciento a una **ampliación de 3.22 por ciento**; destacando los siguientes movimientos:

Por un lado, el **consumo de bienes nacionales** se fortaleció al pasar de un aumento de 1.72 por ciento a un **alza de 4.21 por ciento**; lo que significó su décimo mes de incrementos.

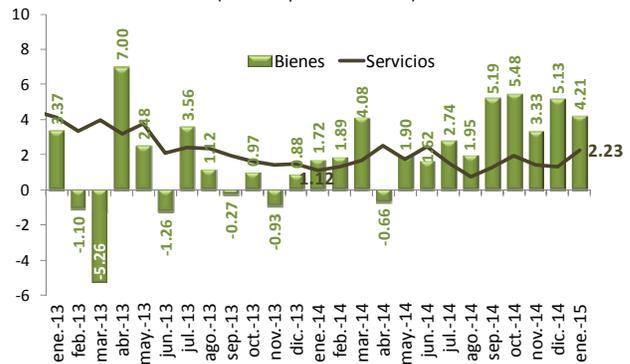
Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior
Variación %, Serie Original y Tendencia-Ciclo,² 2010-2015/enero^P



1/ Debido al método de estimación, al incorporarse nueva información la serie se puede modificar.
p/ Cifras preliminares a partir de enero de 2012. Año base 2008=100.
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

Por el otro, la **demanda de servicios se dinamizó** al ir de un incremento de 1.12 por ciento a uno de **2.23 por ciento**, consiguiendo con ello 66 meses en alza.

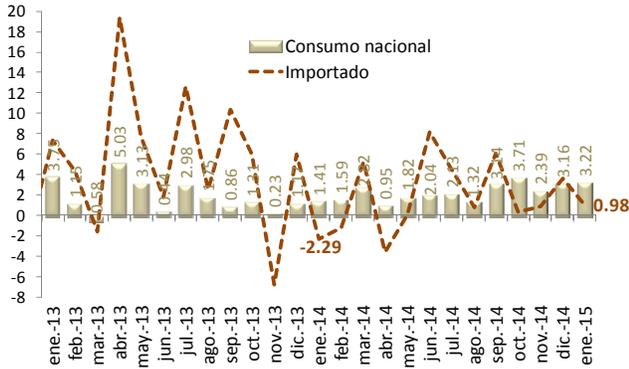
IMCPMI: Consumo Nacional por Componentes, 2013 - 2015/enero
(variación porcentual anual¹)



1/ Cifras revisadas a partir de enero de 2012. Año base 2008=100.
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

Por su parte, el **componente importado del consumo** transitó de una caída de 2.29 por ciento a un **aumento de 0.98 por ciento** e implicó nueve meses de subidas sucesivas.

IMCPMI: Consumo Nacional e Importado, 2013 - 2015/enero
(variación porcentual anual¹)



1/ Cifras revisadas partir de enero de 2012. Año base 2008=100.
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

Cifras ajustadas por estacionalidad

De acuerdo con las cifras desestacionalizadas, el IMCPMI despuntó al transitar de una reducción de 0.53 por ciento en diciembre de 2014 a un **incremento de 1.59 por ciento** en enero de 2015; tasa que superó lo mengua sufrida un mes atrás.

Lo anterior se debió al **mayor consumo de bienes nacionales** que fue de una baja de 0.54 por ciento en el último mes de 2014 a un **aumento de 1.64 por ciento** en el primer mes de 2015.

A su interior, el **consumo de bienes** pasó de un disminución de 0.58 por ciento a un **incremento de 1.76 por ciento**, mientras que la **demand de servicios nacionales** desfiló de una baja de 0.17 por ciento a una **alza de 0.85 por ciento**.

Por su parte, el consumo de **bienes importados** fue de una ampliación de 2.16 por ciento a una **elevación de 2.68 por ciento**.

Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior 2014 - 2015/enero ^P				
Concepto	(variación % anual)		(variación % mensual) ¹	
	2014	2015	Diciembre 2014	Enero 2015
	Enero	Enero	2014	2015
Total	1.08	3.02	-0.53	1.59
Nacional	1.41	3.22	-0.54	1.64
Bienes	1.72	4.21	-0.58	1.76
Servicios	1.12	2.23	-0.17	0.85
Importado				
Bienes	-2.29	0.98	-2.16	2.68

p/ Cifras preliminares a partir de enero de 2012. Año base 2008=100.
1/ Serie desestacionalizada.
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

3. Factores de incidencia en el consumo

Entre los factores que podrían incidir en la dinámica del consumo privado en el mercado interior se podría ubicar, principalmente, a la confianza del consumidor.

En enero de 2015, el **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)** tuvo un **crecimiento de 7.83 por ciento**, cifra que contrastó con la reducción que registró en el mismo mes de 2014 (-15.55%). Entre los componentes que integran el índice, destaca el **indicador que evalúa las posibilidades en el momento actual por parte de los integrantes del hogar, comparadas con las de hace un año, para efectuar compras de bienes durables** (ejemplo: muebles, televisor, lavadora y otros aparatos electrodomésticos), el cual **tuvo un incremento anual de 18.40 por ciento**, mientras que un año atrás había caído 22.94 por ciento.

Ya para **marzo de 2015, la confianza del consumidor continuó avanzando y registró un aumento de 4.81 por ciento** (-11.45% un año atrás). En tanto que la posibilidad de comprar bienes durables también se elevó al registrar un alza de 17.54 por ciento (-2.93% un año atrás).

Índice de Confianza del Consumidor, Serie Original y Desestacionalizada¹
2013 - 2015/marzo
(variación porcentual)

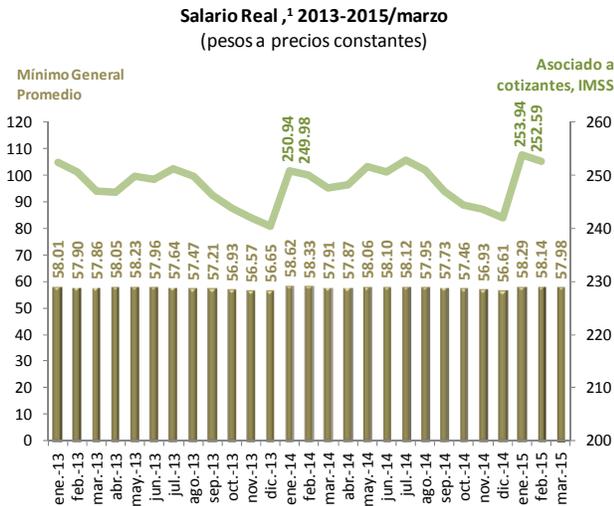


1/ Debido al método de estimación, al incorporarse nueva información la serie se puede modificar.
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

Otro factor es el **salario diario real asociado a cotizantes en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)**, el cual ha mostrado doce meses de avances positivos; así, mientras que en enero de 2015 registró un **incremento de 1.19 por ciento** (-0.60% un año atrás), para febrero se expandió 1.04 por ciento (-0.24% en febrero de 2014). Lo que ha implicado recuperación de su poder de compra y posiblemente un mayor consumo.

Además, el **salario mínimo general promedio real tuvo una ampliación real de 1.09 por ciento** en el primer mes del presente año, cifra que contrasta con la reducción que tuvo en el mismo mes de 2014 (-0.56%); ya para marzo, el

salario real continuó creciendo y registró un aumento de 1.02 por ciento (0.13% en marzo de 2014); lo que fue su tercera alza después de seis bajas consecutivas.



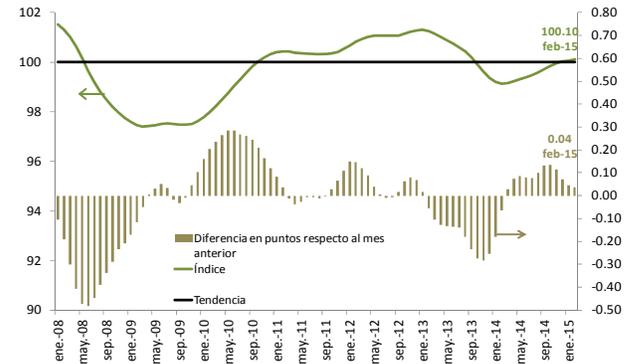
¹/ Pesos diarios de la segunda quincena (Q) de diciembre de 2010.
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos de CONASAMI, INEGI y STPS.

En contraste, el **crédito de la banca comercial al consumo continúa creciendo, aunque a un menor ritmo**; mientras que para enero de 2014 el crédito tuvo un aumento anual de 5.50 por ciento, para el mismo mes de 2015 su incremento fue de 2.83 por ciento; aunque, en particular, resalta el hecho de que el crédito en bienes de consumo duraderos pasó de una contracción de 1.81 por ciento a un alza de 1.88 por ciento en el mismo periodo.

Para febrero de 2014, el **crédito al consumo** tuvo una variación de 5.46 por ciento y para el mismo mes de 2015 **creció 2.77 por ciento**; en tanto que el crédito en bienes de consumo duraderos continuó recuperándose al ir de una reducción de 1.60 por ciento a una ampliación de 2.64 por ciento en el mismo periodo.

Así, hacia el segundo mes de 2015, se podría esperar que el consumo privado en el mercado interior continúe avanzando ya que el Índice de Confianza del Consumidor, como componente complementario del sistema de indicadores cíclicos, continúa fortaleciéndose al presentar doce meses de alzas consecutivas y situarse por arriba de su tendencia de largo plazo (100 puntos) y ubicarse en 100.10 puntos a aumentar 0.04 puntos.

Sistema de Indicadores Cíclicos: Índice de confianza del consumidor, 2008-2015/febrero (puntos)



Fuente: Elaborado por el CEFP con datos del INEGI.

4. Consumo privado y finanzas públicas

La evolución del consumo privado en el mercado interior se ve reflejado en el avance de las finanzas públicas; la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) informó que el **Impuesto al Valor Agregado (IVA) tuvo un incremento real de 5.47 por ciento en el primer bimestre de 2015** (12.36% un año atrás); sin embargo, es de recordar que el pago del IVA de las empresas al fisco se realiza con cierto rezago por lo que, pese a la evolución observada de los ingresos de las empresas comerciales, posteriormente podría mostrar una mayor dinámica. No obstante, cabe indicar que **el monto del IVA recaudado (133 mil 528.5 millones de pesos) fue superior en 1.27 por ciento** al que se tenía programado para dicho periodo (131 mil 849.7 millones de pesos).

5. Consideraciones finales

El Consumo Privado en el Mercado Interior presentó catorce meses de aumentos consecutivos y mantiene una tendencia al alza.

Es de esperar que el consumo privado continúe avanzando en el primer trimestre de 2015 dado que la confianza del consumidor mejoró en ese periodo.

El salario real ha recuperado poder de compra y continúa la generación de empleos formales, principalmente. No obstante de que el crédito de la banca comercial al consumo ha crecido cada vez menos, éste continúa avanzando y el crédito en bienes duraderos mejoró.

Se prevé que el consumo privado en el mercado interior siga progresando dado que el índice de la confianza del consumidor, como indicador complementario del sistema de indicadores cíclicos, se situó por arriba de su tendencia de largo plazo y continúa elevándose, lo que podría incidir favorablemente en las finanzas públicas.

Fuentes de información:

¹ INEGI, *Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior: cifras durante enero del 2015*, 8 pp., http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/imcpmi/imcpmi2015_04.pdf [Consulta: 8 de abril de 2015].

² Banco de México, <http://www.banxico.org.mx/estadisticas/index.html>.

³ Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), <http://www.shcp.gob.mx/Paginas/default.aspx>.

⁴ Secretaría del Trabajo y Previsión Social, <http://www.stps.gob.mx/bp/index.html>.



LXII LEGISLATURA
CÁMARA DE DIPUTADOS

Para mayor información consulte la página

www.cefp.gob.mx