

2026-08-18

ConMéxico prevé recuperación del consumo masivo hacia el cierre de 2026

Autor: Judith Santiago

Género: Nota Informativa

<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/conmexico-preve-recuperacion-consumo-masivo-cierre-20260818-828922.html>

La presidenta ejecutiva del ConMéxico, Claudia Jañez, indicó que el Mundial 2026 pudo haber contribuido al comportamiento del consumo en julio, aunque señaló que todavía no cuentan con cifras suficientes para medir su impacto.

Después de un primer semestre de bajo dinamismo, la industria reportó una ligera mejoría en la demanda de productos de consumo masivo durante julio y prevé una recuperación hacia los últimos meses de este año y el primer semestre de 2027, ante un consumidor que cuida más su gasto y una inflación contenida.

Así lo proyectó la presidenta ejecutiva del Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico), Claudia Jañez, quien explicó que en julio el consumo de alimentos y bebidas aumentó alrededor de 0.5%, mientras que los productos para el cuidado del hogar registraron un avance de entre 0.3 y 0.5 por ciento.

"Las personas hoy están destinando su gasto de una manera mucho más educada. Creo que versus contra el primer trimestre de este año, que hubo un consumo muy lento, en julio mejoró... Creemos que empiece a mejorar hacia el último trimestre del año y primer semestre del 2027", sostuvo en conferencia.

Agregó que el Mundial 2026 pudo haber contribuido al comportamiento del consumo en julio, aunque señaló que todavía no cuentan con cifras suficientes para medir su impacto. También consideró que parte del gasto en bienes duraderos pudo haberse adelantado.

La expectativa de una inflación contenida también podría dar margen a un mayor gasto de los consumidores. De acuerdo con las proyecciones de ConMéxico, la inflación no superaría 3.5% este año.

En julio pasado, la inflación general anual se fue de 3.12%, de acuerdo con datos del INEGI.

"El gobierno federal ha hecho muy buen trabajo en contener la inflación. Creo que el compromiso que hay con el Paquete contra la Inflación y la Carestía (PACIC), por ejemplo, para el control de precios ha sido importante", aseveró.

Claudia Jañez añadió que debido a que en diciembre suele aumentar el consumo de productos de consumo masivo, principalmente alimentos y bebidas, así como artículos de cuidado personal y del hogar, lo que también podría impulsar la demanda.

Piden tiempo para nuevos cambios al etiquetado frontal

En otro tema, la presidenta ejecutiva de ConMéxico pidió que cualquier modificación a las reglas de etiquetado frontal se discuta con suficiente anticipación, debido a que la reformulación de los productos y el cambio del etiquetado los envases requiere tiempo e inversión.

"Lo que pedimos es no que haya un nuevo etiquetado o una nueva regulación, sino que haya una discusión con tiempo, un diálogo anticipado y con datos porque evidentemente la reformulación no se hace en tres minutos ni tampoco la inversión en el cambio de etiquetas", subrayó.

"Estamos preparados para tener una discusión en la mesa. Creo que el diálogo abierto e informado es lo que más funciona. Pediría un diálogo antes de imponer porcentajes por contenidos o por formulaciones", añadió.

Aseguró que las empresas cumplieron al 100% con las reglas del etiquetado frontal desde el primer día y que estas regulaciones ayudaron a reformular e innovar, sobre todo en el sector de alimentos y bebidas.

Además, las realizaron inversiones para cumplir con el etiquetado hace más de cinco años y que actualmente ese gasto ya forma parte de sus costos fijos.

Cada uno de las compañías asociadas a ConMéxico decidió qué productos reformular, retirar o sustituir, entre otras medidas.

La reformulación de los productos, tanto en tamaños como en contenido, abundó, no responde únicamente a la necesidad de compensar los mayores costos, sino también a los cambios en las preferencias de los consumidores.

"Esta reformulación tanto de tamaños como de contenido no se hace nada más para cuidar los costos, sino precisamente para llegar a un consumidor que eso es lo que está pidiendo", afirmó Claudia Jañez.

Añadió que estos cambios también han contribuido a que los consumidores sean más conscientes e informados sobre lo que compran.

ConMéxico trabaja con la Secretaría de Economía y la Secretaría de Salud para proporcionar información sobre los productos y las regulaciones, con el objetivo de contribuir a que los consumidores estén mejor informados.

"La empresas de ConMéxico han cumplido cabalmente con todas las etapas del etiquetado, siguen cumpliendo y seguimos proporcionando información", anotó Claudia Jañez.

En cuanto al etiquetado vigente, el calendario de la NOM-051 establece que la tercera fase comenzará el 1 de enero de 2028, mientras que la segunda fase se mantiene hasta el cierre de 2027.

La tercera fase del etiquetado frontal de alimentos y bebidas contempla mayores restricciones en los niveles de azúcar, sodio y grasas.

La presidenta ejecutiva de ConMéxico explicó que la tercera fase estaba programada para entrar en vigor el 1 de enero del próximo año, pero desde 2025 se suspendió para evaluar los resultados de la segunda etapa.

"Como no veía el gobierno claridad con respecto a los beneficios que podía conllevar esa implementación, dijo: 'Déjame evaluar cómo va la segunda etapa y vamos a suspender esta'", expuso.

En este sentido, destacó que si bien, las empresas de ConMéxico han asumido mayores costos laborales y de producción dentro de sus costos fijos, por lo que estos incrementos no se han trasladado al consumidor en la misma proporción.

"Evidentemente hay un aumento en el costo fijo, en el costo de producción, en el costo laboral. Sin embargo, no ha sido reflejado al consumidor en el mismo porcentaje", señaló.

Explicó que esto responde, entre otros factores, al compromiso de las empresas con el Gobierno Federal y a la necesidad de mantener una relación de calidad y precio, sobre todo porque son productos de consumo de alta rotación.