

CONSUMO MASIVO AVANZA

Alimentos, bebidas y productos para el hogar comenzaron a registrar una ligera recuperación durante julio, aunque el gasto de las familias todavía avanza con cautela

POR KEVIN CEDILLO

@Kev_Cedillo

Después de un arranque de año marcado por la cautela de los hogares, el consumo masivo en México comienza a dar señales de recuperación. Alimentos, bebidas y productos para el cuidado del hogar registraron avances durante julio, aunque todavía insuficientes para hablar de un regreso pleno del gasto.

Datos preliminares de las empresas asociadas al Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo (ConMéxico) apuntan a que alimentos y bebidas avanzaron alrededor de 0.5 por ciento durante julio, mientras que los artículos para el cuidado del hogar registraron incrementos de entre 0.3 y 0.5 por ciento.

En conjunto, el crecimiento de los productos de consumo masivo habría rondado entre 0.5 y 0.6 por ciento, de acuerdo con lo expuesto por Claudia Jañez, presidenta ejecutiva de ConMéxico, durante el evento "Transformación y oportunidades en la industria de consumo".

La recuperación ocurre dentro de una industria con un peso relevante para la economía mexicana. Las empresas

asociadas a ConMéxico aportan alrededor del 4 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, cerca de 10 por ciento del PIB de consumo y generan más de 500 mil empleos directos y 2.3 millones indirectos.

Las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía también muestran un crecimiento moderado del gasto. Su Indicador Oportuno del Consumo Privado anticipó un incremento anual de 2.5 por ciento para junio y de 2.2 por ciento para julio.

EL CONSUMO AVANZA A DISTINTAS VELOCIDADES

El panorama cambia, sin embargo, dependiendo de dónde se observe el gasto. Mientras el indicador general considera un espectro amplio del consumo privado, Jañez explicó que buena parte del dinamismo reciente proviene de los servicios y no necesariamente de los bienes que pasan constantemente por los anaqueles.

Una señal de esta diferencia aparece en el Indicador de Consumo Big Data de BBVA Research, el cual planteó que en julio, el gasto en tiendas físicas se contrajo 2.1 por ciento a tasa mensual y registró una variación interanual de menos 5.9 por ciento.



Para ConMéxico, julio representó una mejoría frente a los meses anteriores, aunque Jañez pidió cautela debido a que las cifras todavía son preliminares. Su estimación inicial apunta a que el crecimiento anual del consumo masivo durante el mes difícilmente habría superado el uno por ciento.

“Por los datos que tenemos aislados, a lo mejor llegó, no subió muchísimo, debe haber sido uno por ciento máximo. Pero esto lo digo de manera preliminar”, puntualizó.

FAMILIAS CUIDAN MÁS SUS COMPRAS

Detrás de tal recuperación moderada anteriormente expuesta también existe un consumidor más cuidadoso al distribuir su presupuesto. El precio continúa siendo determinante, pero ya no es el único elemento considerado antes de comprar.

De acuerdo con información recopilada por ConMéxico a partir de NielsenIQ, los consumidores también valoran la calidad, conveniencia, promociones y beneficios adicionales.

A ello se suma una

decisión de compra cada vez más informada: datos de la Asociación Mexicana de Venta Online señalan que 82 por ciento investiga en internet antes de adquirir un producto.

La presión sobre el bolsillo ocurre mientras las compañías enfrentan mayores costos laborales, regulatorios y de producción. Jañez aseguró que una parte de esos incrementos ha sido absorbida por las empresas y no trasladada al consumidor en la misma proporción.

Pese al entorno, ConMéxico mantiene una perspectiva más favorable para la segunda mitad de 2026. Jañez anticipó que el último trimestre, tradicionalmente fuerte para las empresas de con-

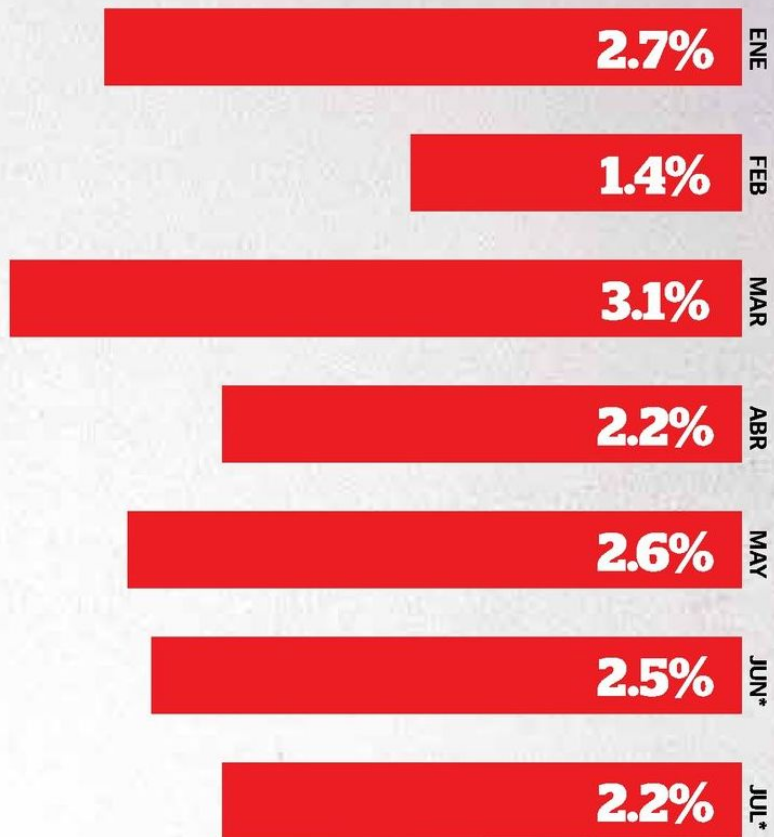
sumo, tendrá un mejor desempeño que el comienzo del año.

“Lo vemos mejor que la primera mitad. El primer trimestre fue muy, muy bajo y para las empresas de productos de consumo masivo el último trimestre es bueno”, concluyó la directiva.

TENDENCIA ERRÁTICA

El consumo se perfilaría a cerrar el año con una tendencia positiva, según estima ConMéxico

Comportamiento del Indicador Mensual del Consumo Privado (variación porcentual anual)



*Datos del Indicador Oportuno del Consumo Privado

Fuente: INEGI, 2026



El crecimiento de los productos de consumo masivo habría rondado entre 0.5 por ciento y 0.6 por ciento durante julio

1.6

billones de pesos

ventas en 2025 de las cadenas afiliadas a la ANTAD

82%

de los consumidores

investiga en línea antes de realizar una compra

0.8%

Es el crecimiento

que la OCDE prevé para México en 2026

Fuente: ConMéxico, 2026

CONSUMO COMO VARIABLE CLAVE

El consumo de los hogares mexicanos ha resistido una temporada marcada por la atonía, mientras se adapta a nuevas tendencias y el contexto macroeconómico vigente



