



La fuerza del mercado... interno.

Miguel Alemán V.

07 de abril de 2010

El mercado interno de México es la otra parte de la ecuación de la globalización para nuestra recuperación económica. A lo largo de los últimos dos años se han descrito y analizado —quizá en exceso— las serias implicaciones que han tenido para nuestro país las condiciones económicas internacionales, pero poco se ha dicho de la importancia para México de su mercado interno como motor de la recuperación de la economía.

Para muestra basta un botón. Durante los días de asueto de la Semana Santa los destinos turísticos mexicanos registraron niveles de ocupación superiores a las estimaciones realizadas en este tema. Tanto los destinos de playa en el Pacífico, en el Caribe y en el golfo de México —y de manera notable en el puerto de Veracruz— recibieron una afluencia turística que fue considerada como una de las más altas de los últimos años. Asimismo, las ciudades que se caracterizan por su arquitectura colonial, en el Altiplano y en el Bajío, o los lugares que poseen sitios arqueológicos, tuvieron un significativo número de visitantes.

El resultado de esta gran afluencia turística no fue producto de una cruzada nacional en pro del turismo o de una intensa promoción a favor de este sector; fue resultado de un genuino y espontáneo deseo de las familias mexicanas de aprovechar los días de descanso en un destino turístico al alcance de sus bolsillos.

Esta situación dio un nuevo e importante impulso a una actividad económica que el año pasado fue severamente afectada por las medidas sanitarias para prevenir y contener la supuesta pandemia de la influenza A/H1N1. En este sentido, en días pasados, Michèle Rivasi, diputada del Parlamento Europeo, acusó a la OMS por haber sobrereaccionado al emitir un diagnóstico exagerado de las consecuencias de esta enfermedad. Denunció a los directivos de esta organización internacional de favorecer a las empresas farmacéuticas y de obligar a los gobiernos a adquirir vacunas y medicamentos con un valor estimado de 40 mil millones de dólares. Desde que fue detectada dicha enfermedad hasta la fecha se han registrado 16 mil fallecimientos a causa de la misma en todo el mundo, un poco más del número de muertes que ha sufrido nuestro país en los últimos años en la lucha contra el crimen organizado.

El mercado interno es, y debe de seguir siendo, una prioridad de México para salir de la crisis, como quedó demostrado en días pasados. La derrama económica derivada del turismo nacional es positiva, desde cualquier ángulo que se quiera ver; fueron beneficiados los servicios de transporte de pasajeros terrestre y aéreo, los hoteleros y restauranteros, la industria del entretenimiento, con el subsecuente fortalecimiento y creación de fuentes de empleos directos. Ello, a su vez, repercutió, por ejemplo, en la demanda de alimentos, lo que fue positivo para actividades productivas como las agrícolas y ganaderas en diversas regiones del país.

Atrás quedó la incertidumbre de tener o no una Secretaría de Turismo a nivel federal y la indefinición de quién encabezaría esta dependencia. La evidencia muestra, de manera contundente, que el mercado interno es el motor de recuperación del sector turístico en este periodo, y que para ello no fue necesario lograr grandes acuerdos en el Congreso federal ni condicionar la recuperación de este sector a reformas o a nuevas leyes.

Esta es una lección muy útil para seguir impulsando el crecimiento de nuestra economía en los sectores agrícola (nunca olvidar al campo), comercial e industrial, así como la educación científica y tecnológica.

En países desarrollados se le da la misma o mayor importancia al potencial económico del mercado interno que al del mercado externo.

El secreto de su éxito está definido por un solo factor: asegurar que el poder adquisitivo del ciudadano común no se vea afectado por alzas indiscriminadas de precios que impacten negativamente su capacidad de consumo.

Mucho se ha hablado de recuperar la esperanza en el futuro de México. Para ello será necesario aprovechar el potencial del mercado interno, que no está condicionado a consideraciones globales. De no ser así, la inflación puede matar esta gallina de los huevos de oro, que, todo parece indicar, es de las últimas que nos quedan.

Encomendados a San Goloteo.- Los movimientos telúricos en distintas partes del mundo ya tocaron territorio mexicano. ¿Estamos preparados y prevenidos para una contingencia mayor?

articulo@alemanvelasco.org
Político, escritor y periodista