



# **ENCUESTA 19°**

## **Inseguridad como Factor Inflacionario**

---

ANPEC  
Junio 2023

# ENCUESTA

---

- **Población objetivo:** Hombres y mujeres de 18 años en adelante
- **Puntos de venta:** Abarrotes, ultramarinos y misceláneas
- **Levantamiento:** Domiciliada, presencial
- **Entrevistas:** 2,193 entrevistas completas
- **Fecha:** 5 al 19 de junio del 2023



# PEQUEÑO COMERCIANTE



**78.35%** edad  
económicamente activos  
entre 30-60 años

**66.93%** son mujeres

**71.05%** jefe(a) de familia

**52.46%** cursado hasta  
preparatoria

**86.67%** no se percibe con  
alguna enfermedad

**51.25%** no cuenta con  
seguro social

## Reflexiones

La cara del pequeño comercio tiende a ser de mujeres que son amas de casa y jefas de familia.

La mayoría tiene la preparatoria terminada.

En general, no cuentan con enfermedades porque el trabajo no da oportunidad y que poco de la mitad no cuenta con atención médica, por lo que no costea en tiempo y dinero enfermarse.

# PEQUEÑO COMERCIO



**68.05%** atiende de 10-50 clientes

**81.98%** opera diario

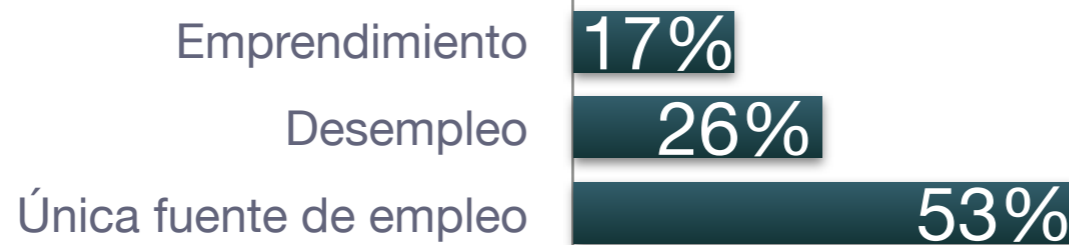
**62.14%** es dueño del local donde está la tienda

**67.53%** 5 a 10 años de antigüedad

**36.04%** emplea al menos a una persona

**91.10%** usa WhatsApp

**71.49%** usa Facebook



## Reflexiones

Los pequeños comercios tienden a abrir todos los días con asistencia de hasta 100 clientes que surten a sus familias o sus necesidades del día.

La mayoría son propiedades privadas y emplean máximo a una persona, la mayoría opera por su cuenta (dueño y empleado).

La mayoría son negocios de éxito pues rebasan lo 5 años de antigüedad. Demostrando que es la opción por excelencia del mexicano para emprender, fuente de autoempleo.

# VENTAS

**56.74%** en el último semestre bajaron sus ventas entre 10% y 25%

**91.81%** NO han tenido más ganancias en el último semestre

**59.79%** NO ha aumentado su clientela

**42.78%** nota un aumento en las compras, pero no han llegado a las ventas de hace un semestre

**33.26%** dicen que el consumo ha ido en declive este semestre



**54.07%** comenta que hay mercaditos en su colonia

**46.25%** dice notar menor asistencia a los mercaditos

## Reflexiones

En el último semestre las ventas han bajado hasta un 25%. Esto significa que las ganancias han sido bajas o nulas, sin poder recuperar el consumo de antes.

Incluso, se ha notado la baja de ventas en mercados alternativos como los mercaditos.

# INFLACIÓN

**52.52%** aumento del predial en últimos 5 años

**48.95%** aumento de agua en últimos 5 años

**86.40%** mayor inflación en el consumo de los clientes, modificando su patrón de ingesta

**88.17%** NO ha bajado la inflación en precios de alimentos

**59.79%** NO ha aumentado su clientela

## Servicios que se han encarecido

Canasta Básica

Luz

Gasolina / Transporte

**55.01%** aumento del 10-20% en pago de luz

**27.82%** aumento del 20% en pago de luz



## Reflexiones

En los últimos 5 años la inflación ha ido en aumento y constante.

Los precios de servicios, alimentos y energéticos sigue al alza, bajando la calidad de consumo.

# PRODUCTOS

MAYOR VARIACIÓN	MAYOR DEMANDA	DEMANDA BAJÓ	MAYOR DEMANDA A GRANEL
Huevo	Bebidas Refrescantes	Comida Enlatada	Azúcar
Bebidas Refrescantes	Huevo	Dulcería	Frijol
Proteína Animal	Botanas	Pan de Caja	Arroz
Botanas	Tortillas	Pescado y Mariscos	
Frutas y Verduras	Cigarros	Legumbres	

## Reflexiones

Se observa que la calidad alimentaria del mexicano no costea ni lo saludable, ni lo “chatarra”.

Y la mayor demanda son mismos productos que sus precios han ido en aumento.

Se han sacrificado productos para costear otros, se ha bajado la calidad con sustitución o de plano se ha dejado de consumir, situaciones de hambre.

# PATRÓN DE CONSUMO



**\$50 - \$100** es el ticket promedio

**42.17%** nota que al cliente no le alcanza para la canasta básica

**40.64%** han tenido más peticiones de fiado

**78.12%** NO conoce el PACIC

**83.19%** NO cree que el PACIC ha funcionado

**72.24%** notan menor consumo de sus clientes

PRODUCTOS	PRESENTACIÓN
Tortilla	Medio Kilo
Huevo	Por Pieza
Leche	Litro
Pan	Por Pieza
Embutidos/Quesos	Menos del Medio Kilo
Aceite	Litro
Arroz	Medio Kilo
Frijol	Medio Kilo
Azúcar	Medio Kilo
Tomate	Por Pieza
Cebolla	Por Pieza
Aguacate	Por Pieza
Papa	Por Pieza
Carnes	Medio Kilo

## Reflexiones

El consumo cada vez es más precario. Frutas, verduras y huevo se compran por pieza. Proteínas y embutido en menos del medio kilo.

El PACIC no tuvo impacto alguno en beneficio del consumo.

Los clientes cada vez piden más fiado y no han habido ganancias de las tienditas en el último semestre.



# INSEGURIDAD



**25.61%** ha sido víctima de robo hormiga

**22.83%** más de 3 veces en el último semestre

**8.28%** víctima de asalto en el último semestre

**23.74%** solo han sido robos de mercancías

**16.73%** ha sido extorsionado por teléfono

**29.28%** no realizó denuncia ante las autoridades

**37.76%** dice que sus proveedores han sido víctimas de algún delito al surtir

**77.46%** considera que la informalidad aumentó

**33.60%** le han ofrecido vender cigarro pirata

**31.09%** declara pérdidas económicas entre el 10-20% por inseguridad

**46.45%** dice haber un aumento de violencia en su colonia en últimos 5 años

**76.45%** cree en recuperar espacios públicos para mayor seguridad

**87.92%** NO cuenta con botón de pánico

**56.31%** no cuenta con alguna medida de seguridad para salvaguardar su negocio

## Reflexiones

La inseguridad ha azotado fuertemente a los pequeños comercios.

Víctimas de robo hormiga, extorsión y mano armada.

Las afectaciones económicas son pérdidas de hasta el 20%.

Lamentablemente, la mayoría no cuenta con mecanismos de seguridad y existe un grado de desconfianza a las autoridades y su capacidad de respuesta.

Al igual, la informalidad va en aumento al pobre poder adquisitivo.

# COMPETENCIA

---

**32.83%** cuenta con terminal punto de venta

**31.08%** NO cuenta con servicio a domicilio

**67.60%** opina que tiendas de conveniencia son principal competencia

**89.33%** NO ha recibido algún tipo de apoyo por Gobierno

**77.72%** NO tiene relación bancaria

---

**32.78%** con surtido irregular de refrescos

**21.41%** con surtido irregular de cerveza

**19.68%** con surtido irregular de agua

## PRINCIPALES PROVEEDORES

Coca-Cola

Bimbo

Sabritas

Pepsi

Lala

## PRINCIPALES OBSTÁCULOS

- Falta de Crédito con Tasas Accesibles
- Nivel bajo del poder adquisitivo de los clientes
- No contar con una mejor infraestructura para su negocio

## Reflexiones

Para las tiendas de abarrotes es difícil competir con el resto del mercado por falta de apoyo del gobierno y los mismos proveedores para adquirir créditos.

Su principal competidor son las tiendas de conveniencia.

# PERCEPCIÓN

**84.09%** NO está de acuerdo en aumento de IEPS

**95.31%** NO está de acuerdo en aumento de ISR

**65.18%** NO está de acuerdo con prohibición de exhibición de cigarros

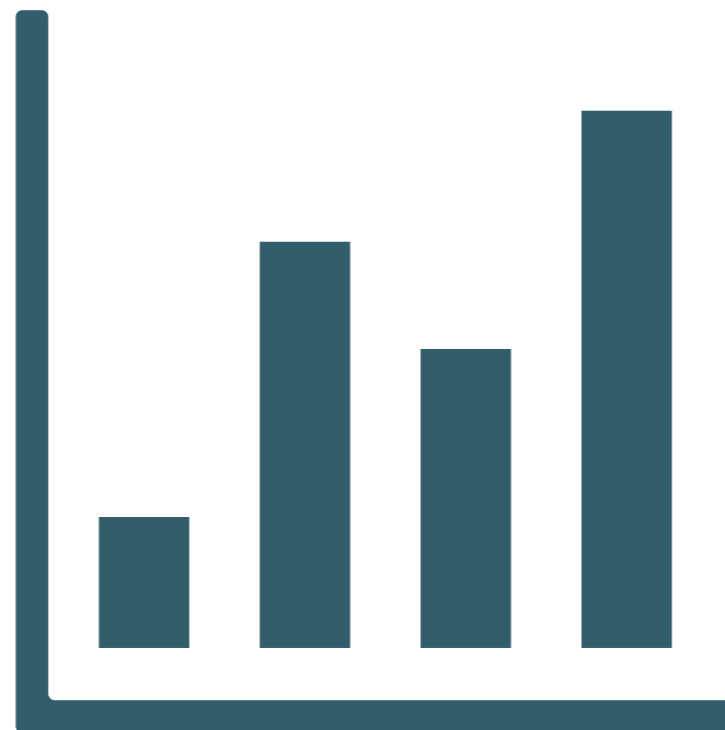
**36.53%** se ve afectado en ventas de cigarras entre 10-20% por prohibir exhibición

**13.90%** se ve afectado en ventas de cigarras más del 30%

**51.41%** va a cerrar el año muy presionado y con mucha incertidumbre

**25.64%** va a cerrar el año sin dinero y endeudado

Mayores Desaciertos del Gobierno	
Economía del país	62%
Seguridad	59.56%
Corrupción	46.59%



## Reflexiones

Los pequeños comerciantes no han sentido que el Gobierno esté respondiendo a las realidades que azotan al país.

No están de acuerdo en aumento de impuestos pues no se aplican en proteger y ayudar a la población.

Así, como las prohibiciones han ido afectando a la microeconomía.

Con todo esto en encima, se sienten presionados e inciertos a lo que sigue.