

PULSO DE LA TIENDA DE BARRIO 2026 INFLACIÓN, INSEGURIDAD Y FALTA DE LIQUIDEZ PONEN CONTRA LAS CUERDAS AL PEQUEÑO COMERCIO

- *El pequeño comercio absorbe la inflación con su propio margen de ganancia (81.9%) para que las familias puedan seguir comprando.*
- *Cuando el dinero ya no alcanza, la tiendita se adapta: cambia marcas, reduce inventarios y busca nuevas alternativas para seguir atendiendo a sus clientes.*
- *La inseguridad no solo amenaza al pequeño comercio: también pone en riesgo el abasto y las cadenas de distribución.*

Ciudad de México a 3 de agosto de 2026.- La Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC) presenta los resultados de su Encuesta #27: “Pulso de la Tienda de Barrio 2026: Economía, Seguridad y Percepción del País”, correspondiente al primer semestre de 2026, un ejercicio que recoge la realidad que viven diariamente miles de pequeños comerciantes en México.

La encuesta fue realizada a 3,500 comerciantes de los 32 estados de la República Mexicana y revela un escenario marcado por tres grandes presiones: el encarecimiento de la vida y la pérdida del poder adquisitivo de las familias, el incremento de los costos de operación y una creciente inseguridad que amenaza tanto a los comerciantes como a las cadenas de distribución de mercancías.

Los resultados muestran el rostro de un pequeño comercio que, pese a las dificultades, continúa siendo un sostén fundamental de miles de familias. El 68.4% de los establecimientos son administrados por mujeres y en el 74% de los casos el comerciante es el principal sostén económico de su hogar. Se trata, además, de una actividad que demanda jornadas extenuantes: 41.7% trabaja más de 12 horas al día y 74.5% mantiene abierto su negocio los siete días de la semana. A pesar de este esfuerzo, 43.8% no cuenta con ningún tipo de servicio de salud o seguridad social.

A esta realidad se suma un escenario de ventas cada vez más presionadas: el 57.5% de las tiendas reporta una facturación mensual de hasta \$20,000 pesos, mientras que el 42.5% supera este nivel. “En un contexto donde la caída de ventas es señalada como uno de los principales problemas que enfrenta el negocio, estos niveles de facturación reflejan el estrecho margen con el que opera buena parte del pequeño comercio, que debe hacer frente a sus gastos de operación, mantener su inventario y sostener también el propio hogar”, explicó Cuauhtémoc Rivera, presidente de ANPEC.

En el terreno económico, la presión es cada vez mayor y se extiende a lo largo de toda la cadena de abasto. El 91.3% de los comerciantes reporta que sus proveedores han



PEQUEÑO COMERCIO HACIENDO GRANDE A MÉXICO

📍 Rio Volga 87 Col.Cuauhtémoc
Cuauhtémoc C.P.06500 CDMX

🌐 www.anpec.com.mx

📞 55 5531 5989

📧 anpec@anpec.com.mx

aumentado recientemente sus precios, mientras que 89.1% tuvo que incrementarlos de su tienda en los últimos seis meses. Aun así, 81.9% ha tenido que sacrificar parte de su propio margen de ganancia para evitar perder clientes, convirtiendo al pequeño comercio en un amortiguador silencioso de la pérdida de poder adquisitivo de las familias. Además, 89.4% considera que la inflación ha afectado más a su negocio que el año pasado. En otras palabras, el pequeño comercio está absorbiendo parte de la inflación con su propio margen de ganancia para que el consumidor pueda seguir comprando.

La pérdida del poder adquisitivo está modificando los hábitos de consumo. El 55.6% de los clientes realiza compras de entre 50 y 100 pesos al día en la tienda y 70.9% compra principalmente guiándose por el precio, dejando en segundo plano la marca. También crece la compra de productos a granel, particularmente azúcar, arroz y frijol. Entre los productos que los comerciantes identifican con mayores incrementos de precio destacan bebidas refrescantes, cigarros, botanas y frituras, embutidos y frutas y verduras.

Ante el encarecimiento de los productos y el cambio en los hábitos de consumo, los comerciantes también han tenido que modificar la operación de sus negocios para mantenerse competitivos. El 34.9% buscó nuevos proveedores, 33.3% redujo sus niveles de inventario, 26.2% cambió de marcas y 23.5% optó por productos más económicos. Son ajustes que reflejan cómo el pequeño comercio busca adaptarse a un mercado en el que el precio se ha convertido en el principal criterio de compra de las familias.

En cuanto a las políticas públicas, la percepción tampoco es favorable. El 76.4% considera que el PACIC no ha funcionado y 70% señala que no vende a precios PACIC porque sus proveedores le entregan los productos a un precio más elevado. Asimismo, 85% considera que el Gobierno Federal no está ayudando al pequeño comercio. Entre los principales costos y obstáculos destacan el servicio de electricidad: 83.1% identifica al recibo de CFE como el servicio más caro y difícil de pagar, mientras que 70.5% considera que el SAT no ofrece condiciones justas.

Pero el principal foco rojo que arroja esta medición a nivel nacional es la inseguridad. Para los pequeños comerciantes, este es el principal problema del país, señalado por 37.1% de los encuestados, por encima de la inflación y la corrupción. Sin embargo, al hablar de los problemas que afectan directamente a sus negocios, la inseguridad aparece por detrás de factores como las tiendas de autoservicio, los altos costos de los servicios y la informalidad. En cuanto a la victimización directa, 30% reporta robo hormiga, 10.7% extorsión, 7.1% asaltos a mano armada y 4.1% cobro de piso, mientras que 56.8% no reportó haber sufrido ningún delito en lo que va del año.

La preocupación se extiende a las cadenas de suministro. El 51.1% señala que sus proveedores enfrentan inseguridad al momento de surtir sus productos y 37.6% afirma que en su región existen redes de distribución de mercancías controladas por el crimen



organizado. Además, 16.8% asegura haber recibido presiones de grupos armados para adquirir marcas específicas de cigarros, bebidas o alimentos a través de un proveedor impuesto.

Ante esta realidad, los pequeños comerciantes demandan acciones concretas: mayor seguridad y operativos policiales permanentes, combate a las redes de distribución ilegal, acceso a créditos para los microempresarios, reducción de la burocracia y esquemas tarifarios de apoyo al comercio de barrio, particularmente en el servicio de energía eléctrica. También plantean frenar las prohibiciones y regulaciones excesivas sobre productos legales, al considerar que estas medidas pueden fortalecer el mercado informal y el contrabando.

“Los resultados del “Pulso de la Tienda de Barrio 2026” muestran un pequeño comercio que continúa trabajando, sosteniendo familias y manteniendo abiertas sus puertas todos los días, pero que enfrenta un entorno cada vez más complejo. La inflación, la pérdida del poder adquisitivo, los altos costos de operación y la inseguridad configuran un escenario que requiere atención y respuestas concretas”, concluyó Rivera.

Y porque el pequeño comercio también tiene mucho que celebrar, ANPEC recuerda que este 7 y 8 de agosto nos encontraremos en ExpoTrastienda 2026, en Centro Banamex, para celebrar y reconocer a quienes todos los días levantan la cortina y mantienen en movimiento a México. Los esperamos para juntos festejar al pequeño comerciante y seguir construyendo el futuro de este importante canal.

#PulsoDeLaTiendaDeBarrio2026
#EncuestaANPEC



PEQUEÑO COMERCIO HACIENDO GRANDE A MÉXICO

📍 Rio Volga 87 Col.Cauhtémoc
Cauhtémoc C.P.06500 CDMX

🌐 www.anpec.com.mx

📞 55 5531 5989

📧 anpec@anpec.com.mx