

Estancamiento y Carestía

Trago Amargo en la Vida de los Mexicanos

- *El bajo poder adquisitivo de los consumidores mexicanos y el alza constante de los productos de primera necesidad han intensificado la carestía de la vida en los últimos meses.*
- *El aumento salarial otorgado en enero, si bien fue un buen aliciente, a estas alturas ha quedado virtualmente pulverizado. Es imprescindible aumentar el salario nuevamente y otorgar un justo valor al trabajo en México.*
- *Las ventas del pequeño comercio siguen constreñidas por regulaciones excesivas, sobrecarga fiscal y, el colofón de todo este entorno negativo, los altos niveles de inseguridad prevalecientes en el país, factores que provocan esta caída comercial.*

Ciudad de México a 1 de octubre de 2019.- La Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes da a conocer los resultados de la Onceava Encuesta ANPEC, “*Estancamiento y Carestía 2019*”, la cual es un termómetro que busca reflejar la percepción del canal del pequeño comercio en México, ante la situación económica que enfrenta el país en la que destaca que los productos que más se han encarecido en lo que va del año son: el aguacate, limón, huevo, pan y refresco, mientras los productos que han bajado su venta son: el yogurt, quesos, embutidos, carnes y pan.

El tamaño de la muestra en esta encuesta fue de 1,142 entrevistas domiciliadas en punto de venta en las zonas metropolitanas de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, arrojando que medidas como el aumento del IEPS y el etiquetado impactarán fuertemente a las tiendas de abarrotes, pues son piedra angular de la economía mexicana, tan solo el 65% de las misceláneas son dirigidas por mujeres jefas de familia que sostienen hogares de tres a cuatro integrantes.

“Los consumidores mexicanos vivimos una deflación que el gobierno federal se empeña en presumir como control inflacionario. A pesar de la estabilidad de los precios de algunos productos (que no son de primera necesidad) de la canasta básica, los productos de primera necesidad y consumo cotidiano se mantienen en una tendencia al alza. En donde a ratos suben unos más que otros, sin dejar de golpear el bolsillo de las familias mexicanas. Como consecuencia negativa de esto, no logran obtener una alimentación digna y de calidad a la que tienen derecho”, aseguró Cuauhtémoc Rivera, presidente de la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes.

México está entrando en un período recessivo con impactos en todos los indicadores, un cambio impositivo importante como el IEPS o un etiquetado de advertencia provocarían: desaliento del sector productivo, debilitación del empleo, desaceleración del consumo y desincentivación del de la inversión.

Durante 2019 el crecimiento del PIB será de 0%, esto refleja un retroceso económico del 0.58% anual en el primer semestre, una situación que no se presentaba desde hace una década y que evidencia el nivel de carestía que vive la población y que se ha justificado con los aumentos en la luz, canasta básica y gasolina encareciendo así la vida del mexicano que no encuentra la posibilidad aumentar sus ingresos.

Otros datos que resaltan de la encuesta son:

El 71.47% dice que a los consumidores no les alcanza para la comprar los productos de la canasta básica, el 64.03% de los clientes compran diariamente los productos de la primera necesidad y el 65% de los puntos de venta siguen utilizando el sistema de fiado.

De igual forma 74% considera que el último aumento del salario ya no rinde y el 52% no se ha visto beneficiado de los programas sociales del gobierno, lo que justifica que alrededor del 65% considera injusta la actualización del IEPS pues, quienes terminan pagándolo son los consumidores y para una mejor recaudación debe haber transparencia y retorno en beneficios sociales

El 80% dice que el etiquetado de advertencia no ha disminuido la venta de cigarros, al igual que el 80% afirma que sus clientes ignoran y no atienden la información nutricional de los productos a la hora de la compra y destaca que el 67% de los consumidores toma en cuenta el precio, 18% la marca y el 15% la información nutrimental, en tanto, el 80% ignora y no atiende la información nutrimental de los productos.

“El mercado está resintiendo la deflación con una baja significativa en las ventas, pues el consumo de los mexicanos se redujo hasta un 0.2% en el primer semestre de este año, lo que nos indica que hay una carestía y su poder de compra cada vez es más bajo. En este país todos somos consumidores, todos estamos batallando de una manera u otra, y el ‘desarrollo con control inflacionario’ que se nos ofrece, no termina por satisfacer las necesidades básicas en la vida de las familias mexicanas”, comentó Rivera.

El aumento de impuestos ya sea asociado o no a un etiquetado de advertencia, generaría un aumento de la informalidad en un segmento de la población en el que la mayoría de las transacciones son en efectivo. Es un círculo vicioso, la política fiscal recaudatoria fortalece a la informalidad, la informalidad es el motor que financia a la criminalidad y la criminalidad es la responsable de la inseguridad que vivimos en las calles, carreteras, vías férreas; prácticamente un flagelo que azota a toda la sociedad. Se debe tener el arte y talento para romper con este círculo vicioso.

De acuerdo con la última encuesta realizada por ANPEC, 60% considera injusta la actualización de los impuestos, pues terminan pagándolo los consumidores, mientras que 66% considera que para elevar la recaudación de impuestos debe haber transparencia y retorno en beneficios sociales. Los cigarros, las botanas, los dulces, los panes y refrescos son los productos ancla del canal tradicional, y lo son por ser los productos de mayor demanda por parte de los consumidores. Insistir en elevar los impuestos que recaen en los comerciantes y consumidores refleja que el móvil de esta política fiscal es meramente recaudatorio.

“Con la situación económica actual y el contexto internacional adverso, resulta importante visualizar alternativas que permitan a los mexicanos tener certezas económicas. Salir del estancamiento en el que nos encontramos requerirá de un fortalecimiento del mercado interno, de la búsqueda de alianzas efectivas con el sector empresarial nacional y del extranjero para



lograr una mayor inversión que genere empleos bien remunerados y una movilidad económica. De lo contrario, el escenario para México seguirá siendo desalentador”, finalizó Rivera.

###

anpecmx @[@anpecmx](https://twitter.com/anpecmx)

Sobre la ANPEC

La Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes, A.C. (ANPEC), trabaja desde 2010 para brindarle bienestar al Pequeño Comerciante, generando las condiciones de competitividad, modernización y sustentabilidad necesarias para que compita en el mercado, así como ser la Voz Social de los comerciantes antes el conjunto de actores sociales.

Conoce más en www.anpec.com.mx