ALIANZA NACIONAL DE PEQUEÑOS COMERCIANTES · ANPEC

Encuesta #28 · 2° semestre 2026

PULSO DE LA TIENDA DE BARRIO

Economía, Seguridad y Percepción del País

Cuauhtémoc Cruz Rivera Rodríguez

Presidente de ANPEC · Conferencia de prensa, 10 de noviembre de 2026

#28

EL MENSAJE DEL SEMESTRE

LA INFLACIÓN SE QUEDÓ. AHORA EL GOLPE ES AL CONSUMO.

37.3% → 43.9% de los pequeños comerciantes ve que el consumo de sus clientes cae cada vez más, de julio a noviembre

FICHA TÉCNICA

LA VOZ DEL PEQUEÑO COMERCIO, EN TODO EL PAÍS

2,990
pequeños comerciantes respondieron

32
estados de la República

12-25
de octubre de 2026, levantamiento

Se compara con la Encuesta #27
2,990 pequeños comerciantes, julio 2026

Se complementa con el Sondeo Express ANPEC
2–4 de noviembre de 2026

Y se lee con datos oficiales
INEGI: ENIGH 2024 y Medición de la pobreza 2024

Cuestionario aplicado por operadores de ANPEC · Las cifras expresan la percepción de los comerciantes encuestados

CONTEXTO NACIONAL · INEGI

EL CONSUMO NO DESAPARECE: SE VUELVE DEFENSIVO

De cada $100 que gasta un hogar mexicano:



$37.70
alimentos, bebidas y tabaco

$19.50
transporte y comunicaciones

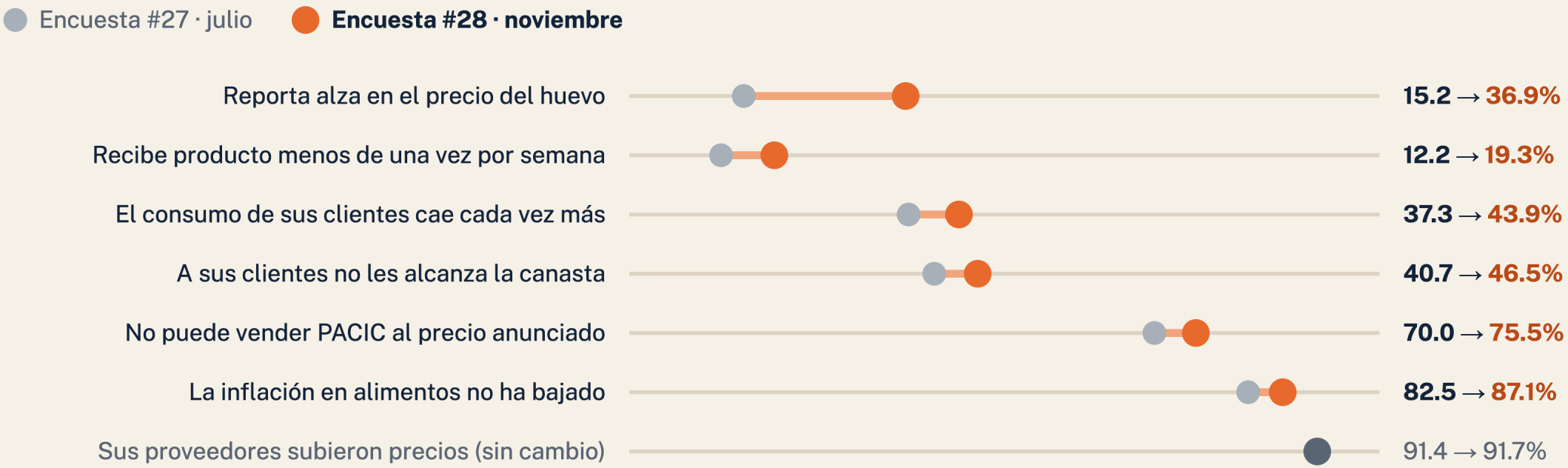
$42.80
todo lo demás: vivienda, salud, educación, ropa

38.5 millones de personas en pobreza multidimensional en 2024 (29.6%). Bajó desde 36.3% en 2022, un avance real; pero el presupuesto de millones de hogares sigue sin margen.

INEGI: ENIGH 2024 (gasto corriente monetario, promedio $15,891 al mes) y Medición de la pobreza 2024

JULIO CONTRA NOVIEMBRE

LOS PRECIOS SIGUIERON IGUAL; EL CLIENTE EMPEORÓ



% de pequeños comerciantes · Encuestas ANPEC #27 y #28 · cambios estadísticamente significativos, salvo proveedores

PRECIOS

LOS PRECIOS NO BAJARON, Y EL HUEVO SE DISPARÓ

91.7% recibió alzas de sus proveedores

87.1% considera que la inflación en alimentos no ha bajado

Lo que más subió: bebidas refrescantes (77.2%), cigarros (63.2%) y botanas (58.2%). Lo que más se sostuvo: la tortilla (50.8% dice que no subió).

EL PRODUCTO DEL SEMESTRE

HUEVO

15.2% → **36.9%**

de los pequeños comerciantes reporta alza en el huevo, de julio a noviembre. En julio, la mitad lo veía estable.

Encuestas ANPEC #27 y #28 · hasta 5 productos por respuesta

REFRESCOS

LO QUE MÁS SUBE ES DE LO QUE MÁS DEPENDEN

77.2%

reporta alza en bebidas refrescantes, el producto que más subió

32.6%

dice que sus clientes dejaron de comprarlas

27.7% en julio

29.4%

dice que más de $40 de cada $100 que vende son bebidas refrescantes

Sondeo Express ANPEC

Por qué importa: si el producto que más ingreso aporta sube y se vende menos, el punto de venta lo resiente de inmediato.

MARGEN DE GANANCIA

EL PEQUEÑO COMERCIANTE SE COME LA INFLACIÓN

79.1%

redujo su ganancia para no perder al cliente: sube sus precios menos de lo que le suben a él

Mientras más chico el negocio, más absorbe



54.2% de los puntos de venta vende $20,000 o menos al mes

Encuesta ANPEC #28 · redujo su margen en algunos productos por los aumentos de precio

EL EFECTO DOBLE

GANA MENOS POR PIEZA Y VENDE MENOS PIEZAS

Gana por pieza

$3.00 → **$2.50**

−17%

×

Piezas vendidas

100 → **90**

−10%

=

Ganancia del mes

$300 → **$225**

−25%

Y además, el fiado: parte de lo vendido se entrega sin cobrar. 51.3% ve más clientes pidiendo fiado: presta justo cuando gana menos.

Ejemplo ilustrativo: un producto que le costaba $15 sube a $16.50. Lo vendía en $18 y lo sube solo a $19 para no perder al cliente.

Cifras ilustrativas para explicar el mecanismo · Fiado: Encuesta ANPEC #28

EL CLIENTE

COMPRA LO JUSTO PARA EL DÍA

46.5%
cree que a sus clientes no les alcanza la canasta básica (40.7% en julio)

73.4%
dice que sus clientes eligen por precio, no por marca

76.6%
compra el pan por pieza

75.9%
compra el arroz por medio kilo o menos

35.5%
compra el huevo por pieza; solo 3.4% por docena

22.8%
dice que sus clientes ya no compran carne

% de pequeños comerciantes, según lo que observan en sus clientes · Encuestas ANPEC #27 y #28

LA ESPIRAL DE DESCAPITALIZACIÓN

DE LA GANANCIA AL CAPITAL: LA ESPIRAL YA EMPEZÓ

1 · 79.1%
gana menos por pieza: recortó su margen

2 · 43.9%
vende menos: ve caer el consumo de sus clientes

3 · 51.3%
presta más: ve más clientes pidiendo fiado

4 · 34.5%
le queda menos efectivo: compró menos inventario

5 · 19.3%
se surte menos de una vez por semana (12.2% en julio)

6 · Vende aún menos
con menos surtido, el cliente busca en otro lado

% de pequeños comerciantes · Encuesta ANPEC #28 · el paso 5 creció siete puntos desde julio

COMPETENCIA

LA TIENDA DE DESCUENTO YA ESTÁ EN LA COLONIA

31.9%

tiene una 3B, Neto o Bara a 5 minutos caminando

Ve el consumo caer cada vez más, según la distancia



Mismo cliente, mismo ticket: el ticket promedio de 3B fue de $94.90 en 2025, y 52.4% de los puntos de venta tiene un ticket de $50 a $100. El descuento baja precios con escala y marcas propias (58.2% de sus ventas); el pequeño comercio, con su propio margen.

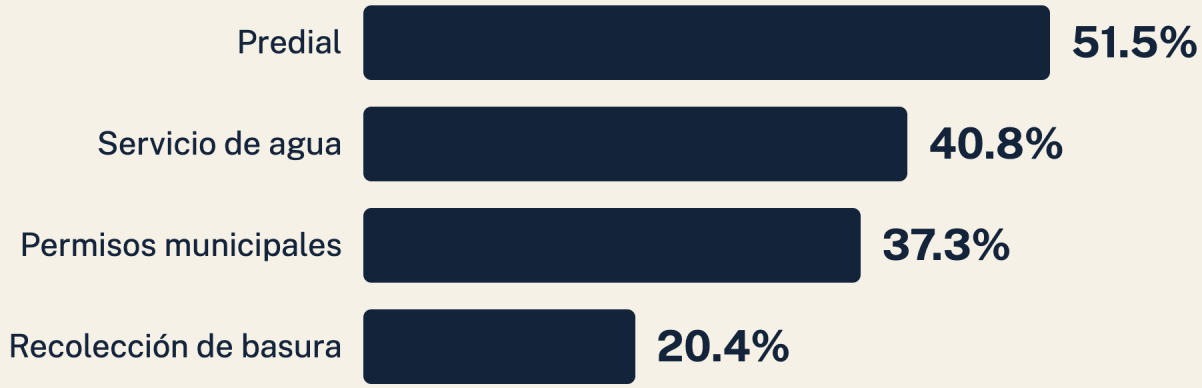
COSTOS DE OPERAR

LA LUZ PESA MÁS QUE CUALQUIER OTRO GASTO

82.5%

dice que el recibo de luz es el servicio más caro de pagar

Además, percibió aumentos en 6 meses en...



81.0% no ve reflejados en su comunidad los impuestos que paga, y **73.4%** considera que el SAT no le da condiciones justas para operar.

SEGURIDAD

LA INSEGURIDAD LLEGA POR LA CADENA DE ABASTO

53.4%

dice que sus proveedores sufren inseguridad al surtirle

38.8%

cree que en su región hay redes de distribución controladas por grupos delictivos

15.1%

ha sido presionado para comprar a un proveedor específico

31.1%

sufrió robo hormiga en el año; 8.7%, extorsión

42.9%

en el Centro del país ve peor la seguridad de su colonia (29.8% nacional)

Encuesta ANPEC #28 · Centro: CDMX, Edomex, Morelos, Puebla, Tlaxcala, Hidalgo

LOS ESTADOS

EL CENTRO, EL MÁS PRESIONADO; EL SUR, EL QUE MÁS SE DETERIORÓ

Centro

47.8%

ve caer el consumo

86.5% redujo margen · 42.9% ve peor la seguridad

Sur-Sureste

44.9%

ve caer el consumo (35.2% en julio)

12.7% sufrió extorsión, la más alta

Centro-Occidente

42.8%

ve caer el consumo

54.2%: la canasta no alcanza, la más alta

Norte

39.8%

ve caer el consumo

56.1% ve más fiado, el más alto

Donde el consumo cayó con más fuerza (julio → noviembre)

Veracruz 41 → **59%**

Puebla 35 → **54%**

Morelos 34 → **52%**

Yucatán 17 → **30%**

Encuestas ANPEC #27 y #28 · estados con 80 respuestas o más · tabla completa por estado disponible

GOBIERNO

EL APOYO NO LLEGA AL MOSTRADOR

85.4%

dice que el Gobierno Federal no ayuda al pequeño comercio

75.5%

no puede vender los productos PACIC al precio anunciado

70.0% en julio

78.9%

considera que el PACIC no ha funcionado

Encuestas ANPEC #27 y #28

LO QUE ESTÁ EN JUEGO

CADA PUNTO DE VENTA SOSTIENE A UNA FAMILIA

68.2%

trabaja con al menos otra persona en su punto de venta

64.3%

emplea al menos a un familiar

29.9%

abrió su negocio por desempleo o despido

Cuando el punto de venta vende menos, no pierde una sola persona: **se resiente el ingreso de un hogar completo.**

LO QUE VIENE

ENERO 2027 SE VE DIFÍCIL

71.1% espera una Cuesta de Enero mala o muy complicada



53.2%
Muy complicada, clientes sin dinero

17.9%
Mal, venderá menos

15.1%
No sabe

13.7%
Tranquila

LA PROPUESTA DE ANPEC

DEL AMORTIGUADOR AL ALIADO

Hoy el pequeño comercio sostiene el consumo popular con su propio dinero. Para que atender a un cliente con presupuesto limitado también sea un negocio sostenible, necesita mejorar tres cosas:

1. Condiciones de compra

Precios y presentaciones que le permitan competir, y compras consolidadas entre pequeños comercios.

2. Capital de trabajo

Crédito de bajo monto, con trámites simples y pagos al ritmo de su flujo semanal, para resurtir.

3. Rotación

Costos de operar contenidos y pagos digitales sin comisiones que se coman su margen.

Y de fondo: mejorar el ingreso disponible de las familias.

LO QUE PIDE EL PEQUEÑO COMERCIO

SIETE DEMANDAS

1. Crédito
para el microempresario: lo pide 46.7%

2. Compra justa
precios y presentaciones para competir

3. Tarifa eléctrica
para el pequeño comercio

4. Menos trámites
y cobros locales contenidos

5. Reglas fiscales claras
y acompañamiento, incluida la Ley de Economía Digital

6. Un PACIC real
que se pueda vender al precio anunciado

7. Abasto seguro
protección a quienes surten al punto de venta

Contacto
Mauricio Neblina · WhatsApp 56 1846 5604

El pequeño comercio puede seguir siendo el abasto más cercano de las colonias de México, **pero no puede seguir financiando solo el consumo de quienes menos tienen.**

ANEXO

METODOLOGÍA

Responsable: Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC)

Población de referencia: 48,288 establecimientos afiliados a ANPEC en el padrón de selección

Selección: sorteo aleatorio de establecimientos del padrón en cada entidad

Informante: persona propietaria, encargada o responsable del establecimiento

Instrumento: cuestionario estructurado de 88 preguntas

Resultados: porcentajes ponderados sobre respuestas válidas; en selección múltiple pueden sumar más de 100%

Cobertura: las 32 entidades federativas

Diseño muestral: probabilístico, estratificado por entidad, con afijación no proporcional

Muestra: 2,990 establecimientos

Levantamiento: entrevista presencial en el punto de venta, por operadores de ANPEC, del 12 al 25 de octubre de 2026

Ponderación: factor de expansión por entidad (afiliados del estado entre entrevistas efectivas)

Alcance: universo de establecimientos afiliados a ANPEC incluido en el marco muestral