



INFORMA LA ANPEC

Afecta inflación ventas de pequeños comercios

GENOVEVA ORTIZ

Revela que siete de cada diez comerciantes admiten que sus ventas han bajado y 8 de cada 10 señalan que sus clientes les piden fiado

Siete de cada diez comerciantes de tiendas de abarrotes y pequeños negocios reportan que en los últimos seis meses observaron una baja en sus ventas de entre 10 y 15% debido a la inflación, y ocho de cada diez revelan que sus clientes les piden fiado.

Así lo reveló el presidente de la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC), Cuauhtémoc Rivera al dar a conocer los resultados de la Encuesta «21 Desafíos a Resolver 2024-2030», quien advirtió que esta baja en las ventas responde al cambio que observan los patrones de consumo de las familias que ahora solo adquieren lo que van a consumir en el día, dejando en el pasado la compra de grandes despensas.

Por ello, productos como el huevo, pan, tomate, cebolla, papa y aguacate se compran por pieza. La carne, frijol, arroz y azúcar por medio kilogramo, y la leche por un litro, mientras que el jamón, queso, salchicha se compran ahora por un cuarto



La ANPEC señaló que lo que más se vende a granel son las croquetas para gatos y perros, azúcar y frijol. /IGNACIO HURTIZ



de kilo o por pieza.

Indicó que los productos que registran la mayor variación de precio son las bebidas, huevo, frutas y verduras, botanas, cigarros y lácteos. Informó que la demanda bajó en comida enlatada, pan de caja, dulcería, legumbres y proteína animal.

Señaló que lo que más se vende a granel son las croquetas para gatos y perros, azúcar y frijol.

"Es decir, las mascotas corren la misma suerte que el grupo familiar al que pertenecen, al ya no tener oportunidad de acceder a alimento de marca".

Cinco de cada diez comerciantes entrevistados señalaron que han notado más inflación en alimentos, ocho de cada diez dijo que la inflación no ha bajado y siete de cada diez dijo que sus clientes consumen menos, con respecto a 2019, es decir, antes de la pandemia, indicó Rivera.

Durante la conferencia de prensa, el líder de ANPEC informó que siete de cada

diez comerciantes respondieron que el ticket promedio de sus clientes es de 50 a 100 pesos; siete de cada diez perciben que a sus clientes "no les alcanza para comprar la canasta básica" y ocho de cada diez dicen que sus clientes les han pedido fiado.

"La inflación está a la orden del día. Los precios siguen al alza, el consumo ha disminuido, las ventas se han estancado y la alimentación se está volviendo inasequible, demostrado por el aumento de clientes que piden fiado", puntualizó Cuauhtémoc Rivera.

Al referir a los desafíos que enfrenta el pequeño comercio, el líder de ANPEC mencionó el acelerado proceso de gentrificación que viven la mayoría de las ciudades mexicanas y del mundo, con un alto fenómeno de migración y repoblación al interior.

"Este desarrollo urbano moderno fundamentalmente es vertical y su uso de suelo es mixto para acercar a la vivienda los distintos giros comerciales de servicio y consumo que las familias demandan", explicó Cuauhtémoc Rivera, presidente de ANPEC.

Esta transformación de

50

A 100 pesos es el ticket promedio de los clientes de siete de cada diez comerciantes

5

DE CADA 10 comerciantes entrevistados señalaron que han notado más inflación en alimentos

Los productos que registran la mayor variación de precio son las bebidas, huevo, frutas y verduras, botanas, cigarros y lácteos, indica la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes

las ciudades lleva a la recuperación y apropiación de los espacios públicos por parte de los ciudadanos, sin que exista una mejor fórmula para abatir la inseguridad pública que las personas deambulando por sus banquetas, plazas y parques, haciendo suyo el entorno.

Con la gente en movimiento se atajan los índices delictivos que encuentran su mejor oportunidad en la oscuridad y lugares solitarios; con la proximidad comercial se gana tiempo al evitar desplazamientos, se ahorra dinero y hay menos desgaste.

IMPULSO AL CONSUMO LOCAL

El pequeño comercio impulsa el consumo local reanimando su economía, realiza una mayor derrama y robustece la vida comunitaria. Por todas esas razones y más, el fortalecimiento del pequeño comercio en nuestra sociedad es una acción estratégica de ganar-ganar al elevar nuestra calidad de vida y mejorar nuestra convivencia.

Por eso la ANPEC destacó que el pequeño comercio demanda del sector público, especialmente del futuro gobierno federal, la atención y solución a los siguientes problemas:

1- Seguridad. La violencia que trastoca la paz social en más de dos terceras partes del territorio nacional perturba la actividad del pequeño comercio que vive desde el robo hormiga, asaltos con violencia con armas punzocortantes o de fuego, horarios acotados con operación en punto de venta enrejado, extorsiones por cobro de derecho de piso, entre otras situaciones, las cuales conforman un cóctel de inseguridad que obliga a trabajar en condiciones de excepción y obstaculizan aún más la labor de garantizar el abasto de proximidad y encontrar el punto de equilibrio para hacerlo.



2- Tarifa preferente en el servicio de energía eléctrica. Uno de los factores que más presionan la operación de los pequeños comercios en nuestro país es lo elevado del recibo de la luz, lo que estresa y complica de sobremanera el punto de equilibrio de los pequeños negocios, batallando permanentemente para lograr pagarlos.

Por ello, estamos prestos a impulsar que se presente una iniciativa en el poder legislativo, en la Cámara de Diputados, para la discusión y aprobación de una tarifa preferente de la energía eléctrica a los pequeños comercios que la vuelva más asequible y sea un tanque de oxígeno para la operación de estos negocios.

3.- Apoyo crediticio. Se requiere de una puerta crediticia giratoria, un fondo revolvente que ofrezca líneas de crédito para que los pequeños comerciantes las puedan utilizar y cultivar para el desarrollo de sus negocios.

Esta medida se justifica plenamente por la exclusión financiera que vive por parte del sistema bancario, los considera como un alto riesgo, negándoles crédito alguno.

Estos son los tres pilares de un universo mayor de necesidades y obstáculos, como las prohibiciones comerciales, que acarrear especulación, mercado negro, informalidad e inseguridad, afectando la microeconomía y complicándole un consumo asequible a la ciudadanía de a pie, del esfuerzo, del trabajo, a la población más vulnerable y de mayor necesidad.

Por otro lado, señaló la urgencia que tiene nuestro país de incluir de manera eficaz y verdadera a la mujer en el contrato social, pues es importante señalar que la actividad del pequeño comercio se realiza fundamentalmente por mujeres: el 70% de estos negocios son llevados por ellas, que ahora se han convertido en jefas de familia, otra bondad que se logra al robustecer esta actividad.