

Fecha 10.08.2022	Sección Economía	Página 24
----------------------------	----------------------------	---------------------

Capacidad de compra de los hogares se redujo en el semestre, reporta Anpec

ALEJANDRO ALEGRÍA

La alta inflación ha provocado una merma importante en el poder adquisitivo de los hogares en el país durante el último semestre, pues el monto máximo de compra en las tiendas de barrio se redujo de 150 a 100 pesos, dado que a los consumidores sólo alcanza para comprar productos por pieza, medios kilos o litros, además de pedir fiado, señaló la Asociación Nacional de Pequeños Comerciantes (Anpec).

“Hay una baja en la capacidad de compra de la gente en el último semestre para acá de 50 pesos”, dijo Cuauhtémoc Rivera, presidente del organismo. Explicó que mientras en el periodo anterior la gente gastaba entre 100 y 150 pesos cada que

acudía a comprar productos a las tienditas, ahora sólo gasta máximo entre 50 y 100.

Aseguró que la tendencia a pedir fiado por parte de los consumidores ha aumentado, pues ocho de cada 10 negocios indicaron que esta práctica se ha acentuado.

A granel, menos caro

Los productos que observan mayor encarecimiento son huevo, bebidas, tortillas, botanas, pollo y el pan. Por el contrario, los productos con menor alza son los que se venden a granel —azúcar, arroz y frijol—, el dulce artesanal y las legumbres, mientras los que dejan más utilidades son cerveza, cigarro y bebidas.

Uno de cada dos pequeños co-

mercios reporta la baja de sus ganancias respecto de 12 meses atrás.

“El poder de compra está por debajo de los precios de los productos y eso hace que la gente tenga menos oportunidad de consumir, por lo que ahora compra lo que va necesitando y lo compra por piezas.”

Agregó que ha llegado la era en la que el kilo de tortilla ya no es la presentación de mayor flujo, sino el medio kilo, el huevo se vende más por piezas que por cartón; los aceites comestibles por medios litros, las carnes y embutidos por medios kilos y de forma menos frecuente.

Destacó que la reduflación, es decir, el fenómeno que obliga a los productores a hacer presentaciones más pequeñas de los productos, se ha acentuado (<https://bit.ly/3JFCtQg>).

