La Razón DE MÉXICO

Fecha	Sección	Página
20.09.2022	Negocios	PP-17

Encarecen 32 de 44 productos básicos

REBASA alza 200% en algunas zonas: Anpec; cebolla va de $17 a $54; papa, de $30 a $64.

8.71 **Por ciento** proyectan que será la inflación

La Razón
19-S, OTRA VEZ

Continúa en siguiente hoja

La Razón DE MÉXICO

Fecha	Sección	Página
20.09.2022	Negocios	PP-17

En algunas zonas el incremento asciende a más de 200%: Anpec

Precio de la canasta imparable: 32 de 44 productos con alzas

CEBOLLA, PAPA, CHILE y limón, los de mayores aumentos; alimentos frescos y marcas propias de supermercados recobran auge derivado de la creciente inflación

Por Carla Martínez • negocios@razon.com.mx

MAYORES AUMENTOS

A nivel nacional la cebolla fue el producto que registró el aumento más alto.

Cifras en porcentaje
Fuente| Anpec

Prevén menor encarecimiento

LA INFLACIÓN GENERAL de México habría pausado su escalada en la primera quincena de septiembre, aunque seguiría muy por encima de la meta oficial, manteniendo intactas las expectativas de que el banco central continuará subiendo su tasa clave, señala un sondeo de Reuters.

Sobre el dato a conocerse el jueves próximo, la mediana de las proyecciones de 17 participantes arrojó una tasa interanual de 8.71 por ciento para el Índice Nacional de Precios al Consumidor, abajo del 8.77 por ciento de la segunda mitad de agosto, cuando alcanzó su mayor nivel desde finales del año 2000.

El Banco de México, que tiene un objetivo permanente de inflación de 3.0 por ciento, más/menos un punto porcentual, ha incrementado la tasa referencial en 450 puntos base en sus últimas 10 reuniones de política monetaria hasta su nivel actual de 8.5 por ciento. Su siguiente decisión está programada para la próxima semana

Entre el 15 de agosto y el 15 de septiembre de este año se registró un alza de precios en 32 de los 44 productos esenciales de la canasta básica que analiza la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (Anpec), con aumentos que sobrepasan el 200 por ciento en ciertas zonas del país.

La Anpec realizó el sondeo en 15 zonas metropolitanas de México arrojando que, en lugares como Hidalgo, se registraron los aumentos más importantes en el precio de la cebolla y la papa, los cuales tuvieron aumentos de 217 y 113 por ciento, respectivamente.

En el primer producto, el precio pasó de 17 pesos que se tenía en el sondeo de julio-agosto a 54 pesos en este ejercicio; en tato, la papa saltó de 30 a 64 pesos.

El tercer y cuarto producto con mayor variación, fueron el chile que pasó de 20 pesos a 36 pesos, con una variación mensual de 80 por ciento, seguido del limón que el mes pasado se encontraba en 17 pesos y ahora en 31 pesos, ambos en Morelos, y en quinto lugar la zanahoria, que pasó de 20 a 28 pesos en Oaxaca.

La Anpec destacó que los resultados obtenidos van acorde al aumento inflacionario de precios de los últimos dos años que, parece ser, seguirán al alza, superando así el 8.7 por ciento de inflación general, 10.5 por ciento de inflación alimentaria y 16 por ciento de inflación en productos agropecuarios, acercándonos cada vez más a un índice inflacionario de dos dígitos en los próximos meses.

ELDATO

EL ANÁLISIS de la Anpec se realizó en 15 zonas del país como CDMX, Tlaxcala, Hidalgo, Jalisco, Tabasco, NL, Guanajuato, entre otras.

La Anpec agregó que además si se toma en cuenta la fecha en la que entró en vigor el Paquete Contra la Inflación y la Carestía (Pacic), el pasado 4 de mayo, han pasado cuatro meses y medio; sin embargo, la alianza continúa reportando que los precios de los alimentos no bajan y siguen subiendo con las consecuencias sociales que esto implica.

Ante esto, dijo que es urgente que existan políticas públicas efectivas en apoyo al consumo popular de la población más vulnerable del país.

ALIMENTOS FRESCOS. En una encuesta de EY se demostró que los consumidores gastan más en alimentos frescos y reducen el consumo de bebidas, ante el incremento de precios de la canasta alimentaria.

Esta perspectiva es apoyada por un estudio realizado por la consultora Deloitte, que señala que actualmente, la mitad de los consumidores en el país utiliza la mayor parte de su presupuesto de alimentos para adquirir productos frescos.

Por ello, refiere, estos compradores destinarán aproximadamente 264 pesos a la compra de alimentos frescos y, menos de la mitad, 101 pesos, a productos empacados, mientras que gastarán 69 pesos en congelados.

MARCAS PROPIAS EN AUGE. Por precios altos, la firma Kantar señaló que alrededor del 5.0 por ciento de las compras de los mexicanos también fueron de productos empaquetados bajo las llamadas "marcas propias" de supermercados.

Éstas cobraron importancia en las adquisiciones de los consumidores ya que son más económicas que el resto e, incluso, se adquirieron por canales digitales y en categorías premium.

Siendo los clubes de precio y bodegas las que alcanzaron una mayor participación.

Un sondeo realizado por *La Razón* encontró que la diferencia de precios entre productos de marca genérica y comercial resulta sustancial. Al realizar el comparativo se observaron diferencias de entre 32 por ciento y 100 por ciento en marcas propias de WalMart, Aurrerá y Great Value.

Por ejemplo, el chocolate soluble Great Value tiene un precio de 28.50 pesos y el de Nesquick vale 37 pesos, lo que significa una diferencia de 32 por ciento; una bolsa de arroz Verde Valle cuesta 31 pesos y de marca Aurrerá 16.90 pesos, una diferencia de 82 por ciento, mientras que la sopa de pasta Moderna cuesta 10 pesos y marca Aurrerá 5 pesos, de manera que es 100 por ciento más costoso el de marca comercial.

ELTIP

DENTRO DE LA ENCUESTA que realizó EY se señaló que 57% de los consumidores considera que los comestibles cuestan más que antes.

8.7 **Por ciento,** la inflación registrada al cierre de agosto de este año

2 **De cada 10** consumidores ve una recuperación económica pospandemia