



BOLETÍN DE PRENSA

CASCADA DE PRECIOS ASFIXIA A LA ECONOMÍA POPULAR

- Incrementos superiores al 20 por ciento golpean directamente a las familias de menores ingresos.
 - El “impuesto saludable” se confirma como una medida recaudatoria.
 - Con reduflación, la otra cara de la inflación

Ciudad de México 8 de enero del 2026.

La cascada de incrementos en los precios al público de diversos productos de consumo popular que comenzó a registrarse desde mediados de diciembre y claramente a partir del 1º de enero -entre los que se encuentran alimentos, refrescos y cigarros-, según los registros que lleva el sector, ha sido recibida con resignación y enojo entre comerciantes en pequeño y consumidores al arranque de este 2026, coincidieron Gerardo Cleto López Becerra, presidente del Consejo para el Desarrollo del Comercio en Pequeño y la Empresa Familiar (ConComercioPequeño SC) y Alberto Vargas Lucio, presidente del Movimiento Nacional del Contribuyente Social, organización que agrupa a locatarios de mercados públicos a nivel nacional.

Pese al discurso oficial sobre el control de la inflación, la realidad en la calle es otra: negocios de barrio, mercados públicos y comercios familiares enfrentan un aumento constante en sus costos, sin margen para absorberlos, comentó Alberto Vargas quien abundó que en carnicerías y pollerías de mercados públicos han tenido que ajustar precios para sobrevivir: “en colonias populares de la Ciudad de México, el kilo de bistec de res ya se vende entre 210 y 260 pesos, cuando a mediados del año pasado costaba alrededor de 180 pesos; la pechuga de pollo pasó de 110 a 130 pesos por kilo”, señaló.

Por su parte, Gerardo López agregó que este encarecimiento está obligando a las familias a recortar gastos esenciales. El cierre de 2025 dejó una caída superior al 20 por ciento en el consumo de sectores como ropa, calzado, joyería, electrónicos, perfumería y telefonía celular, giros que antes de la pandemia mantenían una dinámica estable”.

“IMPUESTOS SALUDABLES”: MÁS RECAUDACIÓN, MENOS BIENESTAR

El presidente de ConComercioPequeño agregó que el llamado “impuesto saludable”, aplicado vía Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) a refrescos, bebidas azucaradas y cigarros, es un golpe directo al bolsillo de los mexicanos, sin que existan evidencias claras de beneficios reales en materia de salud pública. En este rubro, los aumentos al consumidor oscilan entre 20 y 30 por ciento.

“Una cajetilla de cigarros que en diciembre se comerciaba entre 80 y 86 pesos hoy supera los 100 pesos. Un refresco de 3 litros pasó de 45 pesos a 57 pesos. Estos incrementos no sólo afectan al consumidor final, sino que están estrangulando al comercio en pequeño en estados de la República de alta marginalidad económica como Chiapas, Oaxaca o Veracruz, ya que las tiendas de abarrotes y misceláneas dependen de estos productos de alta rotación para sostener su operación diaria”, agregó López Becerra.


MÁS IMPUESTOS, MÁS MERCADO NEGRO


En el caso del tabaco, la política fiscal ha demostrado su fracaso para incentivar los programas de salud. El encarecimiento del comercio legal no ha reducido el consumo: las cifras oficiales hablan de que existen más de 14 millones de mexicanos que fuman aunque estimaciones que son más de 16 millones de personas.

REDES SOCIALES

 <https://www.concomercio.org>

 @concomerciopeq

 Con Comercio Pequeño

 concomerciopeque@gmail.com

@concomerciopequeno

 5530135286

“Lo que ha crecido de forma alarmante es el mercado ilegal de cigarros, que entre 2017 y 2023 aumentó más de 240 por ciento, pasando del 8.5 al 20.4 por ciento del mercado nacional: hay cajetillas de cigarro legal y regulado que por las cargas fiscales, su venta al público rebasaron el techo de los \$100, pesos mientras que en los puestos ambulantes, las marcas piratas están entre 8 y 12 pesos”.

Esta realidad evidencia que el “impuesto saludable” no combate adicciones ni enfermedades, pues los hospitales públicos no tienen inversión suficiente en equipo médico, mantenimiento de instalaciones o medicamento, mientras que diputados o senadores que llevan una vida alejada de los sectores que dicen representar. Tal parece que en incremento de impuestos fue para pagar esos lujos, comentó López Becerra.

GASOLINAS, EFECTO DOMINÓ SOBRE PRECIOS

En este escenario, también aparece el ajuste al IEPS en gasolinas, agregó Alberto Vargas, que se estará incrementando entre 24 y 26 centavos por litro y que según la autoridad hacendaría podría tener amortiguamientos fiscales al inicio del año. Aunque el gobierno evita dar cifras claras, es previsible que durante 2026 el precio de la gasolina Magna superará el tope de 25 pesos por litro que mantuvo durante el año pasado, lo cual provocará un efecto dominó en el costo del precios del transporte de pasajeros y mercancías.

INCREMENTO AL SALARIO MÍNIMO, NO ALCANZA

Gerardo López contrastó el aumento del 13% al salario mínimo que se aplica para trabajadores de menor estrato laboral, el cual pasó de 278.80 a 315.04 pesos diarios, lo que representan en términos reales 36.24 pesos: “en nuestra opinión, el incremento al IEPS que los diputados del partido oficial defendieron, ha generado aumentos en los precios de productos que consumen los sectores populares de entre el 20 y 30 por ciento, que dejó anulado los incrementos del salario mínimo, pues hoy se necesitarían más de 70 pesos para alcanzar el alza de los precios que provocaron los impuestos, comento el presidente de ConComercioPequeño.

Los comerciantes y prestadores de servicios vemos que los consumidores cambian de marca hacia productos cuyos precios son más accesible a sus presupuestos o si mantienen el consumo de las marcas de su preferencia, buscan presentaciones de menor contenido.

El fenómeno de la reduflación –reducción del contenido neto de los productos-, ha sido una estrategia que la gran industria implementa para equilibrar los precios ante una inflación creciente y salarios que pierden su poder adquisitivo, agregó Gerardo López al pedir que los diseñadores de las políticas económicas gubernamentales, tomen más en cuenta factores que incentivan la productividad para mejorar la economía popular y no alternativas que la dañan, como ha sido los impuestos especiales o el control de precios.

LOS HECHOS SON CONTUNDENTES


1. Para más de 1 millón 200 mil tiendas de abarrotes, misceláneas y minisúper, la venta de cigarros y refrescos representa cerca del 60 por ciento de sus ingresos. Golpear estos productos es golpear directamente al comercio familiar.
2. En México existen más de 3 mil 300 mercados municipales de abasto popular. Sólo en la Ciudad de México se registran 239 mercados.
3. En refrescos y bebidas azucaradas, los consumidores sólo están migrando a presentaciones más pequeñas (reduflación) o a ofertas de grandes cadenas (competencia desleal), dejando en desventaja al comercio en pequeño popular.
4. El incremento del IEPS en tabaco ha reducido el consumo del producto legal mientras que ha disparado el consumo del producto ilegal y de contrabando.
5. El incremento al salario mínimo diario de 36.24 pesos no alcanza a cubrir los incrementos de los precios en productos de consumo popular que son superiores a los 60 pesos diarios.


oo00oo


REDES SOCIALES

 <https://www.concomercio.org>

 @concomerciopeque

 Con Comercio Pequeño

 concomerciopeque@gmail.com

 @concomerciopequeno

 5530135286