



México, D. F. a 13 de mayo de 2013.  
Boletín de Prensa: 112

## ALZA DE PRECIOS EN EL DISTRITO FEDERAL

Página:

1

**A** una semana de que el presidente de la **Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México**, Gerardo López Becerra y el director general, Enrique Guerrero Ambriz, dieron a conocer los diversos incrementos en los precios de productos de consumo básico como el huevo, carne y tomate, en ejercicio de nuestra representatividad y en defensa del comerciante minorista, así como del consumidor final, ofrecemos a la opinión pública los siguientes datos, tomados del muestreo que realizamos entre diversos socios de nuestra institución, el pasado fin de semana:

1. El precio del tomate, el cual había registrado un incremento de febrero a mayo de hasta del 400 por ciento en promedio, bajó su costo en una semana. En la Central de Abastos, como en otros puntos de suministro el decremento se registró hasta en un 200 por ciento en promedio, disminuyendo su precio de 32 a 18 pesos por kilo, en promedio. Aun así, el precio del tomate sigue manteniendo un incremento en su precio de más del 100 por ciento entre febrero y el pasado fin de semana. Otras verduras de gran consumo, que habían registrado incrementos entre el 20 y 30 por ciento como son el chayote, calabaza, jitomate, cebolla, brócoli, coliflor, pimiento, chile poblano, chile de árbol, entre otros, registraron precios similares a los de hace un año, como por ejemplo:

- **BROCOLI: \$8.00, precio promedio por kilo.**
- **COLIFLOR: \$9.00, precio promedio por pieza.**
- **CALABAZA: \$5.00, precio promedio por kilo.**
- **CHAYOTE: \$5.00, precio promedio por kilo.**
- **JITOMATE: \$8.00, precio promedio por kilo.**
- **CEBOLLA: \$5.00, precio promedio por kilo.**
- **CHILE POBLANO: \$12.00, precio promedio por kilo.**
- **LIMÓN: \$5.00, precio promedio por kilo.**

2. El precio del huevo se sigue manteniendo en un nivel alto, el cual oscila entre 34 y 36 pesos por kilo al público, lo cual representa un 20 por ciento arriba del precio en que se estabilizó en los primeros días de abril del presente año, que fue de 30 pesos por kilo.





3. El precio del pollo, producto que es considerado alternativo para la dieta del mexicano ante los incrementos en los costos de la carne de res, se sigue manteniendo alto. El precio de la pechuga de pollo varía entre los 60 y 65 pesos por kilo, cuando hace menos de un año, oscilaba entre los 45 y 50 pesos por kilo, esto es un incremento de alrededor del 34 por ciento.

Página:

2

Queda claro que el fenómeno de los incrementos de los precios afecta directamente la imagen del pequeño comercio, que al ser el último eslabón de la cadena comercial es recurrentemente señalado como responsable. Dada la naturaleza y dinámica de estos negocios, de estructura familiar en su mayoría, e independientes entre sí; es casi imposible que se dé entre ellos, algún acuerdo de especulación de precios.

El comerciante minorista o empresario dueño de pequeños comercios no es responsable del alza en los precios, ya que estos se originan en otra parte de la cadena productiva. El comerciante debe trasladar los incrementos que le da el proveedor al consumidor final y en muchas ocasiones, absorbe parte del incremento, sacrificando la utilidad para poder mantenerse en competencia.

Es patente que ya no existen en México los “precios oficiales” que rigieron el mercado durante los años setentas y ochentas del siglo pasado. Ahora, se dio paso a los precios sugeridos, los cuales son los que rigen el mercado.

Ante esta dinámica, podemos encontrar que un mismo producto sea comercializado en la misma calle con diferentes precios –como es el caso de los refrescos, que en tiendas de conveniencia generalmente tienen un precio más alto que en el pequeño comercio tradicional-, sin que esto sea motivo de sanción de alguna autoridad.

Hoy, las relaciones comerciales deben establecerse por una entidad, que en perfecta sintonía con la dinámica actual, sea gestora de acuerdos que beneficien tanto al consumidor como a las empresas del país.



**Nota: Sondeo realizado a 116 negocios del Distrito Federal, el 11 y 12 de mayo de 2013.**

