

## INFLACIÓN Y CARESTÍA OMNIPRESENTES EN EL CONSUMO POPULAR PACIC FALLIDO

- *Una minoría del 30% de la población sobrelleva los estragos de la inflación sin sentir, mientras que el 70% la carga con dolor y dificultad.*
- *ANPEC declara que el PACIC es un programa fallido, no atempera los precios de los alimentos ni abate la carestía.*
- *Sondeo ANPEC: 96% no conoce el programa ni lo asocia con un beneficio económico tangible en su bolsillo.*

**Ciudad de México a 19 de mayo de 2025.-** Desde el pasado mandato presidencial, el gobierno federal reaccionó ante la persistente inflación, no otra cosa que la factura de la pandemia de COVID-19, flagelo de los consumidores más vulnerables del país que destinan casi la totalidad de sus ingresos a la compra de alimentos (noventa centavos de cada peso que ganan), proponiendo el Paquete contra la Inflación y la Carestía (PACIC). A la fecha está en marcha la quinta edición del programa con escasos resultados y casi nula presencia en el mercado popular.

Además de los sectores vulnerables, las clases medias deprimidas también han resentido los estragos del alza de precios en alimentos y servicios, ya que a este consumo esencial nadie escapa, este gasto nos iguala a todos, pero no todos lo enfrentamos en la misma circunstancia debido a la desigualdad económica que decanta nuestra sociedad. Una minoría, no mayor al 30% de la población, sobrelleva los estragos de la inflación sin sentir, mientras que el 70% la carga con dolor y dificultad.

“La tendencia política del actual gobierno y el anterior, autodefinida como de izquierda humanista, con la consigna de “Primero los pobres”, con programas sociales de apoyo extendidos como la pensión universal a adultos mayores y becas de estudio y trabajo y su política de aumento salarial, es una cara de la moneda que no basta para sortear la inflación y sus graves consecuencias, ya que más allá de asistir y mejorar los ingresos de los ciudadanos, es responsabilidad ineludible del Estado garantizar un sano equilibrio entre la oferta y la demanda del mercado nacional. ¿Cómo lograrlo? Es algo que no se ha podido resolver hasta ahora. Las últimas dos presidencias asumieron el PACIC e insistieron en él sin evaluar su impacto”, subrayó Cuauhtémoc Rivera, presidente de la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC).

Cabe preguntarnos cuál es el objetivo del PACIC. Su nombre lo dice: combatir la inflación y la carestía de la vida. Subyace una pregunta más: ¿ha logrado el PACIC su objetivo de atemperar los precios de los alimentos y víveres de consumo esencial y abatir la carestía? La respuesta a ojos vistos es que el PACIC es un programa fallido.

De origen se convocó a algunas empresas y cadenas modernas de supermercados y el gobierno ofreció ventajas fiscales, arancelarias y logísticas para coadyuvar en la producción y abasto de los productos para una venta con precios asequibles de al menos 24 productos de la canasta básica: aceite vegetal, chuleta de puerco, arroz, manzana, frijol, pollo entero, atún en lata, pasta para sopa, huevo, plátano, sardina en lata, azúcar morena, jabón de tocador, pan de caja, bistec de res, jitomate, zanahoria, tortilla de maíz, papel higiénico, leche, cebolla, papa, chile jalapeño y limón.

Desde su lanzamiento, ANPEC ha planteado cuestionamientos válidos al PACIC con la intención de contribuir a su éxito. ¿Por qué no involucrar al pequeño comercio? ¿Por qué comercializar esta canasta en el canal moderno si está dirigida al consumo popular? ¿Por qué se eligieron esos productos, esas marcas, esas presentaciones? ¿Existe una relación justa entre precio y calidad? ¿Conviene estandarizar o regionalizar la canasta PACIC? Estas y muchas otras cuestiones se han quedado flotando en el aire sin respuesta.

Debido a que el gobierno insiste en el PACIC tal y como ha ido, es que ANPEC realiza este balance apretado del programa y llevó a cabo un sondeo de opinión el 12, 13 y 14 de mayo entre sus afiliados y clientes, buscando medir el impacto del PACIC en el canal de abasto tradicional, de mayor cercanía y penetración. Una suerte de evaluación obligada para buscar determinar lo válido de la medida en el combate a la inflación y la carestía para dar alivio y respiro al poder adquisitivo de los hogares de México.

La data obtenida de este sondeo es contundente:

**1.- Existe un desconocimiento generalizado sobre el PACIC, 96% no conoce el programa.** La mayoría no tiene información clara sobre qué es, cómo opera ni cuáles productos específicos contempla.

- 63% no conocen el programa.
- 33% han escuchado hablar de él, pero no saben cómo funciona.
- 4% lo conocen y entienden su funcionamiento.

**2.- La falta de visibilidad y acceso es crítica, 94% no sabe qué productos, marcas, presentaciones, ni dónde encontrar los productos que forman parte del PACIC.** Aunque el programa existe, su implementación práctica parece limitada y mal comunicada.

- 69% no reconocen los productos, marcas ni presentaciones del paquete.
- 25% no saben dónde están disponibles.
- 6% afirman haberlos comprado.

**3.- El PACIC no se percibe como una medida efectiva de ahorro, 96% no asocia el programa con un beneficio económico tangible en su bolsillo.**

- 78% no notan diferencia o no saben si el PACIC les ha ayudado.
- 18% dicen seguir pagando lo mismo o más.
- 4% reportan haber notado un ahorro.

Queda bastante claro que el PACIC no ha logrado impactar el consumo popular en México, no es reconocido ni demandado por las familias mexicanas, resultando más una postal navideña de buenas intenciones que una política pública eficaz y eficiente para apoyar el poder adquisitivo de la población.

“Refrendamos nuestro llamado a las autoridades correspondientes a convocar una mesa de evaluación y prospectiva del PACIC en la que participen todos los actores potencialmente involucrados e interesados, productores, comerciantes modernos y tradicionales, consumidores, académicos, comunicadores, funcionarios públicos, en fin, todo aquel que pueda aportar valor para construir una propuesta efectiva, una política de Estado que fortalezca realmente el poder adquisitivo de la gente. En conclusión, no con gusto y sí con mucha preocupación, afirmamos que, tras cinco ediciones, lamentablemente el PACIC es un programa fallido que apoya más el malestar de la población que su bienestar”, comunicó Rivera.

**#CombateEfectivoCarestíaEInflación**  
**#PorUnMayorPoderAdquisitivo**

## INFLACIÓN Y CARESTÍA OMNIPRESENTES EN EL CONSUMO POPULAR



El PACIC es un programa del Gobierno de México que busca contener los precios de alimentos básicos y reducir la carestía.



## ¿Qué opina la gente del PACIC?

