



CANASTA ALIMENTICIA RECOMENDABLE

Ximena Barrientos Domínguez,^a María Patricia Domínguez Echeverría,^b y Ulises Uriel Guzmán Dorantes.^a

^aUNAM, Posgrado de la Facultad de Arquitectura y Facultad de Ingeniería, Programa de Ahorro de Energía (PAE), *campus* C.U. arq.barrientos@gmail.com; uxguzman@gmail.com

^bUniversidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. Departamento de Sistemas Biológicos. Calzada de Hueso # 1100 Col. Villa Quietud, C.P. 04960, México, D.F. mpdomin@correo.xoc.uam.mx

RESUMEN

Introducción: en el caso concreto del ingreso familiar, México se ubica en los niveles más bajos a escala internacional. Las medidas de las administraciones neoliberales, a través de sus políticas deliberadas de contención salarial, de reducción de programas sociales, así como de eliminación de derechos y conquistas laborales, se han convertido en uno de los mayores obstáculos para una recuperación económica fiable y sólida. Como resultado, el atraso social y económico es inocultable; prevalece una población sin el mínimo bienestar, ante los intereses de los grandes capitales.

Teoría: con el actual salario mínimo en México, sólo se puede comprar el 35% de la Canasta Alimenticia Recomendable (CAR), con un valor promedio de 192.50 pesos. El Índice de Confianza del Consumidor (ICC), tiene como base Enero 2003=100, el cual proviene de cinco índices parciales que se promedian; dos refieren la situación económica actual y esperada del hogar entrevistado, otros dos atienden a la situación económica actual y esperada del país y el quinto índice refleja qué tan propicio es el momento actual para la compra de bienes de consumo durable.

Metodología: como indicador de los niveles de bienestar de la población mexicana, se utilizó el ICC, elaborado en conjunto por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (Inegi) y el Banco de México, el cual proviene de la Encuesta Nacional sobre la Confianza del Consumidor (ENCO), así como también el indicador CAR, elaborado por el Instituto Nacional de Nutrición Salvador Zubirán.

Conclusiones: 1) El crecimiento económico ha sufrido constantes ajustes a la baja. 2) Pérdida de confianza de los consumidores. 3) Incremento de la inflación en la frontera norte y sur y desempleo. 4) Canasta básica continúa en aumento. 5) Los mexicanos se ven cada vez más afectados en su economía familiar y tienen miedo de comprar.

1. INTRODUCCIÓN

Ignorar la realidad de lo que pasa en México, es lo que han hecho, sistemáticamente, los gobiernos mexicanos del salinato a la fecha. Se han empeñado en asegurar que México se encuentra en una ruta segura hacia el desarrollo, el crecimiento económico y la superación de los rezagos sociales. En este sentido, la construcción de modelos teórico-metodológicos basados en el concepto de *vulnerabilidad*, está contribuyendo a la interpretación de la desigualdad y la pobreza persistentes en América Latina. A partir de las aportaciones de Caroline Moser (1998) y su enfoque de la vulnerabilidad, centrado en los grupos vulnerables, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) puso en su agenda las vulnerabilidades social, demográfica y ambiental.



Actualmente, son varios los autores latinoamericanos que afirman que los enfoques teóricos centrados en el concepto de *vulnerabilidad social*, constituyen la base de un cuerpo teórico emergente para generar una interpretación integradora y multidimensional de los fenómenos de desigualdad y pobreza en América Latina. Entre ellos, Busso, 2005; Moreno Crossley, 2008.

2. TEORÍA

El **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)** elaborado conjuntamente por el INEGI y el Banco de México, presentó, durante el mes de Enero de 2015, una reducción mensual de (-) 1.01% con datos desestacionalizados. De los cinco componentes que lo integran y se promedian (dos refieren la situación económica actual y esperada del hogar entrevistado, otros dos atienden a la situación económica actual y esperada del país y el quinto índice refleja qué tan propicio es el momento actual para la compra de bienes de consumo durable), se observaron disminuciones mensuales desestacionalizadas en cuanto a la situación económica actual y futura del hogar, y los que evalúan la situación económica actual del país y la posibilidad en el momento actual, por parte de los miembros del hogar para efectuar compras de bienes durables. A contrapelo, se reportó un aumento en el rubro que mide la expectativa sobre la situación económica futura del país. En su serie original, en el primer mes de 2015 el ICC se ubicó en 91.1 puntos (enero de 2003=100). Dicho nivel fue 7.8% superior al alcanzado en igual mes de 2014, cuando había sido de 84.5 puntos.

En términos desestacionalizados, en el primer mes del año en curso el indicador que hace referencia a la **situación económica de los integrantes del hogar en el momento actual frente a la que tenían hace doce meses** registró una disminución mensual de (-)0.95 por ciento. Por su parte, el componente que mide la **situación económica que se espera para los miembros del hogar dentro de doce meses, respecto a la que registran en el momento actual** se redujo (-)0.89% con relación al nivel alcanzado en diciembre pasado. El que hace mención de la **situación económica del país hoy en día comparada con la que prevaleció hace doce meses** presentó una variación mensual de (-) 1.32 por ciento. El rubro que capta las **expectativas sobre la condición económica del país dentro de un año respecto a la situación actual** se incrementó 2.78% respecto al mes previo. Por último, el indicador que evalúa las **posibilidades en el momento actual por parte de los integrantes del hogar, comparadas con las de hace un año, para efectuar compras de bienes durables, tales como muebles, televisor, lavadora y otros aparatos electrodomésticos**, reportó un descenso mensual de (-) 6.01 por ciento.

Es importante destacar que la gran mayoría de las series económicas se ven afectadas por factores estacionales. Éstos son efectos periódicos que se repiten cada año y cuyas causas pueden considerarse ajenas a la naturaleza económica de las series, como son las festividades, el hecho de que algunos meses tienen más días que otros, los periodos de vacaciones escolares, el efecto del clima en las diferentes estaciones del año, y otras fluctuaciones estacionales como, por ejemplo, la elevada producción de juguetes en los meses previos a la Navidad provocada por la expectativa de mayores ventas en diciembre.

3. METODOLOGÍA

Como indicador de los niveles de bienestar de la población mexicana, se utilizó el **Índice de Confianza del Consumidor ICC**, elaborado en conjunto por el Instituto Nacional de Geografía y



Estadística (INEGI) y el Banco de México, el cual proviene de la Encuesta Nacional sobre la Confianza del Consumidor (ENCO), así como también el indicador CAR, elaborado por el Instituto Nacional de Nutrición Salvador Zubirán.

Nota Metodológica. La Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor (ENCO) se lleva a cabo durante los primeros veinte días de cada mes y tiene como base una muestra de 2,336 viviendas urbanas a nivel nacional, en las que se entrevista personalmente al informante, para el cual se requiere que tenga por lo menos 18 años de edad. La ENCO se recaba en 32 ciudades que comprenden a la totalidad de las entidades federativas del país y el Nivel de Confianza de sus resultados es de 90% con un error máximo esperado del 15 por ciento. La información captada permite estimar el Índice de Confianza del Consumidor, el cual está constituido tanto por la opinión que el entrevistado tiene del presente (comparado con algún punto de referencia en el pasado) como por su opinión de la situación futura (comparada con la presente). Este es un índice con base igual a 100 en enero de 2003, que resulta de promediar cinco indicadores parciales de los cuales dos hacen referencia a la situación económica actual y esperada del hogar entrevistado, otros dos atienden a la situación económica actual y esperada del país y el quinto índice refleja qué tan propicio consideran el momento actual para la compra de bienes de consumo duradero. De esta manera, cada uno de los indicadores parciales que integran el Índice de Confianza del Consumidor resulta del promedio ponderado de los resultados expandidos de las respuestas a cada una de las siguientes preguntas:

4. CONCLUSIONES

1) El crecimiento económico ha sufrido constantes ajustes a la baja. 2) Pérdida de confianza de los consumidores. 3) Incremento de la inflación en la frontera norte y sur y desempleo. 4) La canasta básica continúa en aumento. 5) Los mexicanos se ven cada vez más afectados en su economía familiar y tienen miedo de comprar.

5. BIBLIOGRAFÍA

1. Busso, Gustavo (2002). "vulnerabilidad sociodemográfica en Nicaragua: un desafío para el crecimiento económico y la reducción de la pobreza." Santiago, CEPAL, Serie Población y Desarrollo No. 29.
2. _____ (2005). "Pobreza, exclusión y vulnerabilidad social. Usos, limitaciones y potencialidades para el diseño de políticas de desarrollo y de población"; Tandil, VIII Jornadas Argentinas de Estudios de Población, Asociación de Estudios de la Población Argentina.
3. Moreno Crossley Juan C. (2008). "El concepto de vulnerabilidad social en el debate en torno a la desigualdad: problemas, alcances y perspectivas". Miami, Center for Latin American Studies, University of Miami, Working Paper Series #9.
4. Moser, Caroline (1998): "Reassessing urban poverty reduction strategies: The asset vulnerability framework". En: World Development. Washington, The World Bank, Vol. 26, N° 1, pp. 1-19.