

Hogares pierden 16% de su ingreso por sobreprecios (El Financiero 15/10/18)

Hogares pierden 16% de su ingreso por sobreprecios (El Financiero 15/10/18) DIANA NAVA Los hogares mexicanos pierden en promedio el 15.7 por ciento de sus ingresos, es decir, cerca de 16 de cada 100 pesos, como consecuencia del poder de mercado que ostentan algunas empresas en productos y servicios comunes, como medicamentos, transporte aéreo, alimentos lácteos, huevo y carne de res. Los mexicanos más pobres, según el estudio 'Poder de Mercado y Bienestar Social', de la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece), son los más afectados por los sobreprecios provocados por la no competencia, pues disminuyen en casi 31 por ciento su ingreso promedio. Esta última cifra es 4.42 veces más de lo que pierden las familias con ingresos más elevados. Esta alta concentración en algunos sectores, afirma la Cofece en el estudio, trae como consecuencia la acentuación de desigualdad en el país. La Comisión analizó el gasto en 12 sectores y productos: tortilla de maíz, pan, pollo y huevo, carne de res, carnes procesadas, lácteos, frutas, verduras, bebidas no alcohólicas, medicamentos, transporte foráneo de pasajeros y materiales de construcción. Las familias destinan en promedio cerca de dos tercios de su gasto a estas categorías y las de menor ingreso hasta 75 por ciento. Se encontró que existe un sobreprecio promedio de 98 por ciento, resultado del poder de mercado en estos productos. El mayor sobreprecio se observó en las frutas, con 238 por ciento, seguido del pan y los materiales de construcción, con 238 y 200 por ciento. En promedio, una familia mexicana pierde mil 497 pesos al mes de sus ingresos por estos sobreprecios. Los del estrato más bajo pierden cerca de 841 pesos y los de mayores ingresos 2 mil 237 pesos. El poder de mercado puede entenderse como la existencia de niveles superiores de precios a los que deberían generarse en un ambiente con suficientes competidores. Cuando existen bajos niveles de competencia, las empresas poseen la oportunidad de extraer mayor renta de los consumidores ya sea por un producto o servicio.