

Inflación y demanda de mercancías en principales ciudades de Sinaloa

Inflation and demand for goods in major cities in Sinaloa

*Nicolás Guadalupe Zúñiga Espinoza¹

Carlos Alberto Talamantes Padilla²

Lisvia Beatriz Angulo Castro³

Resumen

El objetivo de este trabajo, a efecto de generar información para los consumidores, fue analizar la elasticidad precio de la demanda ($\epsilon/P Q$) de productos que se ofertan en cuatro tiendas departamentales en las ciudades de Los Mochis, Guasave, Culiacán y Mazatlán del Estado de Sinaloa. La metodología fue de tipo documental, exploratoria y descriptiva. Los resultados muestran que las tiendas manejan diferentes políticas de precios en tiempos normales que durante el Programa del Buen Fin y, desde luego, en diciembre, mes que registra mayor circulante de dinero y los consumidores adoptan un enfoque de economía conductual.

Palabras clave: inflación, elasticidad, precio, demanda, bienes.

Abstract

The objective of this study, in order to generate information for consumers, was to analyze the price elasticity of demand (ϵ/Q) for products offered in four department stores in the cities of Los Mochis, Guasave, Culiacán, and Mazatlán in the state of Sinaloa. The methodology was documentary, exploratory, and descriptive. The results show that stores operate different pricing policies in normal times than during the Buen Fin program, and, of course, in December, the month with the highest cash flow and consumers adopting a behavioral economics approach.

Keywords: inflation, elasticity, price, demand, goods.

Introducción.

Durante la campaña del Buen fin que se realiza en México, desde el año 2012, los consumidores se enfrentan a un problema de microeconomía, es decir, tomar decisiones apegadas a una restricción presupuestaria de su capacidad de ingreso o endeudarse. Con el objetivo de analizar la elasticidad-precio de la demanda del tipo

1 Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Autónoma de Sinaloa. <https://orcid.org/0000-0001-9211-7764>

2 Labora en Leoni Wiring Systems de Durango. <https://orcid.org/0009-0002-5545-3464>

3 Licenciada en Administración de Empresas por Universidad Autónoma de Sinaloa

*Autor de correspondencia: nicozu1@uas.edu.mx

de bienes adquiridos para dicho periodo, se procedió a retomar variables tanto de la macroeconomía como de la microeconomía aplicada. De la primera para contextualizar la evolución de los precios (inflación) de las mercancías analizadas durante el periodo seleccionado; mientras que la segunda para retomar la muestra de los bienes⁴ normales⁵ elegidos en tiendas departamentales sobre los cuales se determinó la elasticidad precio de la demanda.

En ese tenor, se integró una data con los precios de mercancías que se ofertan en los supermercados establecidos en las ciudades de Los Mochis, Guasave, Culiacán y Mazatlán, en el Estado de Sinaloa. Bajo esa modalidad, se acudió directamente a las unidades económicas para recolectar los precios, extraídos de solo un día, de los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, así como los datos correspondientes al periodo del buen fin (del 17 al 20 de noviembre) y 01 de diciembre del año de 2023. Posteriormente se calculó la elasticidad precio de la demanda de los bienes escogidos, permitiendo determinar el comportamiento que tiene su demanda, ante una variación de los precios, por parte de los consumidores.

1. Orígenes para medir la inflación.

Estudiar los antecedentes de la inflación es útil para las decisiones de política económica que instrumenta el estado mexicano, para las empresas, para las familias y, desde luego, también para las decisiones económicas personales, por eso se hace una breve referencia a ella en este trabajo. El crecimiento de los precios se presenta en diferentes modalidades: inflación moderada, inflación galopante e hiperinflación. Para conocer el origen del proceso de medición de la inflación en México, se hizo una búsqueda en sitios de internet y páginas oficiales de dependencias gubernamentales. Una referencia interesante se tuvo en uno de los principales periódicos nacionales, llamado *El Economista*, en el cual se señala:

A partir de la primera quincena de julio de 2011, el INEGI se encargará de medir y difundir la inflación, tarea que le asignaron junto a su autonomía. El Banco de México (BANXICO) dejó de medirla durante la última quincena de junio del mismo año, pero esa responsabilidad la tuvo por 42 años (El Economista, 2011).

El primer responsable de medir la inflación fue el BANXICO y, posteriormente, se delegó dicha tarea al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). Mencionar que “la ley constitutiva del Banco de México fue promulgada el 25 de agosto de 1925” (Turrent, 2015:126). De acuerdo a su historia el BANXICO “se creó el 1 de septiembre de 1925... se le otorga su autonomía a partir de abril de 1994. Hasta hoy es una institución sólida que goza de credibilidad y reputación” (BANXICO, 2024).

La inflación es referente para decidir sobre el ahorro, gasto e inversión que efectúan los agentes económicos, pues les impacta sobre su poder adquisitivo. En general, el hecho de que la inflación se salga de control, a una economía como la mexicana, afecta el poder adquisitivo de todos los hogares, pero a quien más daña es a las personas que tienen menos recursos económicos y que se encuentran en la pobreza extrema. Esto ocurre, específicamente, en la población que vive en las entidades federativas como Chiapas, Guerrero y Oaxaca.

⁴ En este trabajo la palabra bienes será sinónimo de mercancías.

⁵ Bienes normales son aquellos que tienen una relación inversa con el precio, si estos suben la demanda baja y viceversa. La muestra tomada para este trabajo se trata de bienes normales.

1.1 Inflación subyacente y no subyacente.

La inflación *subyacente* es el incremento de precios que se presenta en los bienes y servicios que son menos volátiles; la da a conocer cada quince días el INEGI a través de los medios de comunicación, sean periódicos, radio, televisión u otros que buscan informar a los consumidores. De acuerdo al INEGI (2018) “está integrado por los bienes y servicios para los cuales la variación de sus precios responde principalmente a condiciones de mercado que contiene a los genéricos con cotizaciones menos volátiles.

Por su parte la inflación no subyacente es muy raro que se dé a conocer a través de los medios de comunicación. Según el INEGI (2018) “el componente *no subyacente* se integra por los bienes (alimentos sin procesar, energéticos y tarifas autorizadas por el gobierno) y servicios cuyos precios no responden directamente a condiciones de mercado, sino que se ven altamente influenciados por condiciones externas como el clima o por las regulaciones del gobierno”.

2. Contexto que incentiva el consumo.

Como es sabido, a través de la mercadotecnia se ofertan bienes y servicios en los comercios, desde las transnacionales hasta las unidades económicas locales. Ello es útil tanto para las oferentes como para los demandantes. Para Vecinday (2022:3) “un empujoncito es un incentivo simbólico para orientar la decisión individual y posee un bajo costo” Respecto a este empujoncito, los miembros de los hogares deben tener cuidado y no caer en el consumismo, pues Cristancho-Triana, et al (2024:52) dicen que “el consumo responsable es hoy uno de los aspectos de mayor relevancia en las políticas públicas medioambientales”. Respecto al comportamiento del consumidor para para Rodríguez-Soto (2025:355) “lo descriptivo se refleja principalmente en los supuestos no realistas para la conducta, que han provocado que la economía tenga muchos detractores”.

Lo anterior indica que, en términos de racionalidad deben priorizarse las necesidades alineadas al presupuesto familiar. Cuando los deseos superan a las necesidades por adquirir bienes y servicios es cuando los consumidores tienen problemas conductuales que afectan su economía personal. Respecto a la conducta de las personas en las decisiones económicas, Rao,G; et al (2025) encontraron que los componentes de reconocimiento de patrones de comportamiento resultan especialmente eficaces para estos casos. Dicho lo anterior, a continuación, se hace una breve descripción de los Programas *Buen Fin* (México), *Small Business Saturday* y *Black Friday* (Estados Unidos), los cuales pretenden influir en las conductas de los consumidores.

En México, el *Buen Fin* nace en el año 2011, llevándose a cabo el mes de octubre de cada año, es decir, un mes antes que el *Black Friday* que se realiza durante el mes de noviembre en el país vecino, pero desde hace ya muchos años. A este respecto, Rentería (2023) dice que “el Buen Fin ha dejado una derrama de 1.4 billones de pesos en más de 10 años (2011 al 2022) según información de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo”.

Por su parte, el *Black Friday* (en Estados Unidos) es una práctica que se efectúa desde hace muchos años en el país vecino. De hecho, muchos mexicanos cruzan la frontera para realizar compras. Eso ocurre durante el cuarto viernes de noviembre, un día posterior al Día de Acción de Gracia (Thanksgiving Day). Staff (2023) nos dice que el día de acción de gracia se celebra en noviembre de cada año, siempre el cuarto jueves de ese mes. Para González (2021), el Día de Acción de Gracia marca la antesala para uno de los días más importantes en cuanto a compras y descuentos.

También en Estados Unidos, a partir del año 2010, se instrumentó el *Small Business Saturday* (Sábados de Pequeñas Empresas) en apoyo al comercio local. A este respecto, Lake (2023) dice que “el concepto fue introducido por American Express en 2010 como una forma de poner a las pequeñas empresas en el centro de atención en medio de la recesión resultante de la crisis financiera de 2007-2008”.

3. Revisión de literatura

Respecto al marco referencial, este inicia en primer lugar con Heath (2012), quien dice que la inflación es un “fenómeno derivado de un alza generalizada y sostenida de los precios de una economía”. Otros autores la definen “como el alza del nivel general de precios que afecta la redistribución del ingreso, la riqueza, la producción y el empleo” (Samuelson, P. A. et al, 2001).

Hay diferentes tipos de inflación, por ejemplo, “la hiperinflación que son producto de problemas de déficit fiscales recurrentes que cada vez más requiere de un financiamiento monetario mayor con relación al periodo anterior” (Fernández. 2011: 254). Dornbusch, et al (2009) menciona que “en países en los que los precios se duplican cada mes, el dinero deja de ser un medio útil” (p.149). El INEGI (2018) establece que “la inflación cuenta con un componente subyacente que representa a aquellos bienes cuyo precio depende de las condiciones de mercado”.

Aunado a lo anterior, “la inflación es la distorsión más grave que desincentiva el crecimiento económico” (Katz 2002). Así ocurrió en México al final de los sexenios gubernamentales de las décadas de los sesenta, ochenta y noventa. Para Mitchell (2021c) “es el aumento continuo del nivel de precios”; y Dabus y viejo (2003) dicen que “una inflación más alta es más variable y el daño para las familias es incalculable”.

Por su parte Murillo y Peña (2010:377-378) mencionan que “las cotizaciones de maíz, soya y trigo en la Chicago Board of Trade (CBOT) produjeron presiones inflacionarias que volcaron la atención de los banqueros centrales” (p. 377-378). También, durante la pandemia (covid-19), la inflación afectó a los hogares porque “un cisne negro actuó de manera muy perjudicial a lo que era nuestra economía” (Weller, 2020). El crecimiento de los precios también afecta el ingreso de capitales mediante los cuales se ejecutan proyectos en los países. “Así, el alza en los precios, al fin de cuentas, daña la inversión” (Andersen et al.,2020).

El BANXICO (2020) observa que “la inflación en alimentos, México la ha padecido por décadas, afectando la calidad de vida de los trabajadores con las percepciones más bajas”. Los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) también se han deteriorado con el alza de los precios, “como el aumento de las tasas de pobreza y la recesión económica debido a la pandemia” (Sachs et al., 2021). Es sabido que “las expectativas de inflación afectan las decisiones de los hogares” (Coibion et al., 2018). Una de las causas por las que se da el incremento de precios “ha sido por cuestiones fiscales o monetaria, a través de déficits o tasas de interés (Martín, De Aguilar y Peñaloza, 2020).

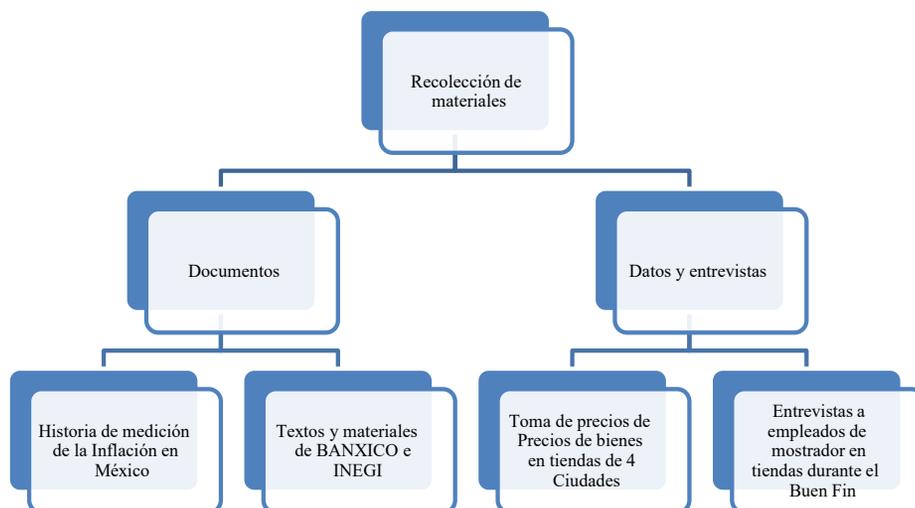
Por ello, Friedman (1968) dice que “al incluir las expectativas de inflación, en el largo plazo, el sistema económico tiende a la tasa natural de desempleo”. Mientras que Acevedo (2006) sostiene que “una inflación menor a 8.1% estimula a la economía, mientras que una tasa de inflación mayor a ese umbral sería perjudicial”. Por consiguiente, “la inflación afecta a todas las personas de un país, pero no a todas por igual” (Beker 2001). Schmidt-Hebbel, K. y M. Carrasco (2016) dicen que en México se tuvo “alta inflación general entre el final de los setenta y el inicio de los ochenta”

4. Método

Para desarrollar el presente artículo, en primer lugar, se hizo análisis documental y exploratorio. Se accedió a la página de BANXICO y se consultaron documentos sobre inflación y el papel que juega esta institución en controlar dicha variable macroeconómica. Se revisó su historia, objetivos generales y actividades que realiza hasta hoy. También se aplicaron entrevistas a empleados de mostrador de supermercados. En el mismo tenor, a través de estadística descriptiva, se realizaron la medición de elasticidades precio de la demanda. Esta última herramienta, microeconómica, es útil para responder a cuestionamientos como ¿por qué cambian los precios y las cantidades demandadas por los consumidores en los mercados de bienes y servicios?

Figura 1.

Proceso de recolección de información



Fuente: elaboración propia

El objeto de estudio seleccionado se hizo por muestreo de conveniencia, el cual es una técnica no probabilística ya que no se pretende tener una muestra representativa de la población y resulta más económico para su ejecución. De esta forma se procedió a realizar el cálculo de la elasticidad-precio de la demanda de bienes de la corporación multinacional Walmart, tienda de autoservicio Merza, supermercado Ley y tienda de conveniencia Aurrera, establecidas en las cuatro ciudades de Sinaloa. Para efectos de este trabajo, a las anteriores unidades económicas, se les denominará supermercados. Los citados precios se tomaron mediante visitas directas durante el periodo septiembre-diciembre de 2023.

La decisión sobre el objeto de estudio fue porque representan los lugares más accesibles en distancia y en costo económico para recolectar la información en cuatro ciudades de esta entidad federativa, cuya recolección de información fue posible gracias a la participación de alumnos que estudian en los cuatro campus del área de ciencias económicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Desde luego, para el trabajo de campo

se utilizaron recursos propios, dado que esta investigación no contó con financiamiento externo. Se realizaron entrevistas no estructurada a empleados de mostrador de otras tiendas comerciales para conocer si ofertaron mercancías a menores precios durante el *Buen Fin*.

Figura 2.



Fuente: elaboración propia en base a selección de tiendas departamentales para extraer precios de bienes en las ciudades de Los Mochis, Guasave, Culiacán y Mazatlán.

Se decidió tomar este objeto de estudio porque son los supermercados de la economía formal a donde acuden los consumidores, principalmente las amas de casa para comprar bienes diversos. Para recolectar información de campo se hizo levantamiento de precios de los siguientes diez productos: aguacate has, aceite nutrioli, tequila, papa, atún, tomate, limón, puré, frijol valle verde y pepino.

En el mismo tenor, se hizo una exploración de los bienes con más alta demanda histórica, registrada, durante la semana el *Buen Fin*. Así, se procedió a tomar precios de dichas mercancías correspondientes al periodo 17 al 20 de noviembre. Estos fueron cinco bienes: pantalla plana, celular, lap top, tablet y consola. Los datos sobre los precios a los que se ofertan estos bienes permitieron conocer la elasticidad-precio de la demanda que mostraron los consumidores ante los programas de mercadotecnia que difunden los supermercados Walmart, Ley, Aurrera y merza.

Durante el trabajo directo se recolectaron datos de fuentes primarias sobre los precios de los productos que se ofertaban en los supermercados estudiados. En el caso de la cantidad demanda fue imposible que se nos proporcionara información, dado que son datos confidenciales de las empresas e informaron que esas cifras no se difunden, son reservadas. Por ello, esta variable se estimó y se considera como un proxy⁶ para poder llevar a cabo este trabajo.

⁶ Un proxy se refiere a un valor aproximado de una variable sobre la cual no se pudo obtener información en trabajo de campo. Sin embargo, cuatro informantes anónimos de los supermercados nos dieron cifras aproximadas sobre la cantidad mensual de productos vendidos.

Como se explica en cualquier curso introductorio de microeconomía, en mercados competitivos o competencia perfecta, cuando la oferta aumenta el precio cae. En mercados imperfectos como los monopolios, oligopolio, duopolio y monopsonio, los precios no los determina el mercado sino los oferentes o vendedores y, por lo general, crecen para generar inflación. Por ello, es necesario conocer ¿cuál es la sensibilidad de la demanda por parte de los consumidores ante cambios en los precios de los bienes en los supermercados Aurrera, Ley, Merza y Walmart? Para dar respuesta a dicho cuestionamiento se planteó integrar una pequeña base de datos sobre variación de los precios a efecto de medir la sensibilidad que muestran los consumidores y para ello utilizar el instrumento de medición llamado elasticidad-precio de la demanda.

En el campo de la economía (tanto en la macroeconomía como en la microeconomía) se realizan mediciones para tratar de comprender los fenómenos que impactan a los agentes económicos. En el caso particular de la microeconomía es común asociar cambios porcentuales para realizar análisis de un problema sobre el cual se desea conocer las causas y efectos. A este respecto Nicholson y Snyder(2011:118) dicen que:

La elasticidad-precio de la demanda se define como el cambio porcentual en la cantidad debido a un cambio del 1% en el precio. En términos matemáticos, la elasticidad precio de la demanda es:

$$\epsilon_{QP} = \frac{\text{cambio porcentual en Q}}{\text{cambio porcentual en P}}$$

El cociente anterior refleja que los cambios en el precio (P) de un bien producirán cambios en la cantidad (Q) demandada del mismo. Por ello, este fue el instrumento que se utilizó para medir la ϵ_{QP} de los productos seleccionados en los cuatro supermercados (Aurrera, Ley, Merza y Walmart), ubicadas en las cuatro ciudades de Sinaloa, anteriormente mencionadas.

Por su parte Parkin (2009:85) dice que:

Para emplear esta fórmula necesitamos conocer las cantidades demandadas a diferentes precios cuando todos los demás factores que influyen en los planes de compradores permanecen sin cambio. Por lo tanto, la elasticidad-precio de la demanda es:

$$\epsilon_{QP} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

que es el cambio porcentual en la cantidad demandada Q dividida entre el cambio porcentual en el precio P

Hay tres tipos de elasticidad-precio de la demanda, los cuales definen Nicholson y Snyder (2011:119) en los siguientes términos:

€ $QP < -1$ elástica

€ $QP = -1$ elasticidad unitaria

€ $QP > -1$ inelástica

Dando continuidad a la definición de elasticidad por parte de ambos autores, se afirma que € $QP < -1$, la elasticidad-precio de la demanda es elástica y significa que un aumento en el precio provoca una caída más que proporcional en la cantidad demandada. Es decir, es más alta el porcentaje de caída de la demanda a pesar que haya sido más bajo el porcentaje de incremento del precio.

Ahora bien, cuando la € $QP = -1$, se dice que es elasticidad unitaria porque una disminución en el precio hace que la demanda caiga en el mismo porcentaje que lo hizo el precio.

Por último, cuando € $QP > -1$ se dice que es inelástica porque una disminución en el precio no tiene gran impacto en la demanda porque esta aumenta en porcentaje muy bajo o casi nulo respecto a la variación que tuvo el precio sobre un bien o servicio.

En los tres renglones anteriores se afirma que el precio baja y la demanda sube, pero también se pudiera haber ejemplificado a la inversa, que cuando precio sube la demanda baja. Claro, esto es en un mercado de competencia perfecta, ya que existe una ley que indica una relación inversa entre precio y cantidad demandada. En mercados imperfectos (oligopolio, monopolio, duopolio y monopsonio) no se cumple esa ley. Por ello, muchas veces es necesaria la intervención del Estado en la economía, cuyo propósito es controlar la inflación.

Para integrar la data se visitaron los cuatro supermercados elegidos, durante el cuatrimestre septiembre-diciembre 2023 y se procedió a levantar. Mensualmente, la variación de los precios de diez bienes, lo cual permitió armar una pequeña base de datos a través de la cual se determinó la elasticidad-precio de la demanda de los periodos: septiembre a octubre; octubre a noviembre; noviembre a buen fin; buen fin a diciembre; septiembre a buen fin; y octubre a buen fin.

En el mismo tenor, del 17 al 20 de noviembre del citado año se hizo un recorrido, por los supermercados seleccionados, para conocer los precios de programa del buen fin, el cual se realiza en México desde el año 2011, lo cual permitió recolectar datos cualitativos como fotografías donde invitaban a los consumidores a comprar sus productos de contado o a crédito y se realizó entrevista no estructurada a los empleados de mostrador.

5. Evidencia empírica.

La inflación es una variable macroeconómica que recae sobre actividades microeconómicas como es el caso de la medición de la elasticidad-precio de la demanda de bienes y servicios. En concordancia con ello, como una primera evidencia de este trabajo, aunque no la más importante, se retomaron datos de la inflación histórica que publica el INEGI. En la tabla 1, se muestra el crecimiento de los precios, en México, correspondientes al mes de enero del año 2024, donde la inflación subyacente fue del 4.76% y la no subyacente fue del 5.24%; aunado a lo anterior, la inflación registrada de los servicios y las mercancías fue del 5.25% y 4.33%, respectivamente.

Tabla 1.

Datos sobre inflación del mes de enero 2024

Concepto	Inflación
Subyacente	4.76%
No subyacente	5.24%
Precios de las mercancías	4.33%
Precios de los servicios	5.25%

Fuente consultada el periódico El economista 8 de febrero 2024.

Analizando la inflación subyacente en el país, durante el periodo de 1994 al 2003, la tasa más alta se tuvo en el año de 1995, la cual fue del 46.45%. (INEGI, 2024). Derivado de dicha espiral inflacionaria los agentes económicos vieron afectados sus presupuestos y, por ende, sus actividades económicas. Por ello, a partir del primero de abril del 1995 el Gobierno Federal creó las Unidades de Inversión (UDIS) como un instrumento financiero que permitió oxigenar la deuda desproporcionada que se les generó a raíz de la crisis económica de diciembre de 1994. Por último, también comentar que durante periodo 2014-2023 la mayor tasa de inflación se obtuvo en el año 2022 por el orden del 7.18%, generada en la etapa posterior a la pandemia del COVID (INEGI, 2024).

Lo anterior solo se muestra como un recordatorio sobre la evolución reciente de la inflación en México. Ahora corresponde mostrar los resultados del trabajo de campo realizado sobre la elasticidad-precio de la demanda de bienes. Para ello, los datos fueron extraídos del objeto de estudio, es decir, de los precios que se mostraban en los anaqueles de Wal-Mart, Ley, Aurrera y Merza. El realizar este trabajo, en el campo de la microeconomía aplicada, se considera útil y formativo para los consumidores.

Tabla 2.

Elasticidad-precio de diez bienes en Buen Fin

Elasticidad precio de la demanda de 10 bienes, año 2023

Bien	Septiembre Vs Buen Fin	Octubre Vs Buen Fin	Noviembre Vs Buen Fin	Buen Fin Vs Diciembre
Aguacate	-0.27	-1.73	2.5	-50
Aceite	-50	-8.25	0.8	-3.84
Tequila	0	0	3.84	-6.66
Papa	0	3.2	2.5	0
Atún	-1.73	-2.5	0	40
Tómate	1.47	1.78	0.15	5.55
Limón	-0.60	0	-2.5	-9.09
Puré	2	2.5	-0.52	0
Frijol	-3	-3.3	-3	8.33
Pepino	0.92	0	2.94	-57.14

Fuente: elaboración propia en base a datos tomados en cuatro supermercados, durante el periodo septiembre-diciembre y el *Buen Fin* (17-20 de noviembre).

La tabla 2 concentra la elasticidad precio de la demanda de diez bienes normales. Los resultados evidencian como los cambios en los precios de las mercancías pueden impactar en diversos mercados. Algunas elasticidades fueron positivas, otras negativas y algunas fueron inelásticas. El aguacate registró la elasticidad más alta de 50 durante diciembre y la más baja fue de 0.27 en septiembre. La elasticidad del aceite, la cifra más elevada, fue de 50 en septiembre; en tanto que la inferior fue de 0.8 durante noviembre.

Por su parte el tequila, la elasticidad más alta fue de 6.6 y ocurrió durante el mes de diciembre, en tanto que en septiembre y octubre resultó inelástica. La papa tuvo la mayor elasticidad de 3.2 en octubre, mientras que en septiembre y diciembre fue inelástica.

El atún registro la más alta elasticidad de 40 en el mes de diciembre, mientras que en noviembre fue inelástica. El tomate, rey de la cocina en los hogares, su elasticidad más elevada fue en diciembre al llegar al 5.5 y la más baja fue de 0.15 durante noviembre. El limón tuvo el mismo comportamiento que el tomate ya que en diciembre su elasticidad-precio de la demanda fue de 9.09 y en octubre fue inelástica.

El puré registro su más elevada elasticidad de 2.5 durante octubre y en diciembre fue inelástica. El frijol tuvo una elasticidad-precio de la demanda de 8.33 en diciembre, la más alta para dicho bien alimenticio, en tanto que la más baja fue en septiembre y noviembre al registrar 3 puntos. Por último, el pepino en diciembre registro 57.1 de elasticidad-precio, mientras que en octubre resultó ser inelástica.

Tabla 3.

Elasticidades precio de la demanda de bienes más demandados en Buen Fin

Bien	Noviembre VS Buen Fin	Buen Fin VS Diciembre
Pantalla plana (TV Samsung 55")	-6.06	25
Celular (iPhone 14)	-2.27	33.33
Lap top. (HP 240G)	-10	13.33
Tablet (iPad Apple 10.2")	-10	-8.33
Consolas (PlayStation 5)	100	-40

Fuente: elaboración propia en base a datos tomados del *buen fin*, noviembre y 01 de diciembre del 2023 en supermercados que fueron objeto de estudio.

Finalmente se tiene la tabla 3, donde la pantalla plana evidenció una elasticidad de 25.0 durante diciembre; lo mismo pasó ese mes con el celular y laptop al registrar elasticidades de 33.3 y 13.3, respectivamente. En tanto que la tablet y consola tuvieron su elasticidad más alta en noviembre con 10 y 100, respectivamente. En el trabajo de campo realizado se pudo observar que estos fueron los bienes mayormente demandados por los consumidores, lo cual fue consulta obligada para la obtención de la su elasticidad- precio de la demanda.

5.1. ¿Hay descuentos reales en buen fin?

Durante el *Buen Fin* se hizo un recorrido por diferentes supermercados de las cuatro ciudades de Sinaloa, durante los días 17, 18 y 19 de noviembre de 9 a 12 de la mañana se visitaron las tiendas; walmart, Autozone, Ley, Dico, Coppel, Do It Center. El propósito fue observar la publicidad y preguntar a los jefes de mostrador que accedieron sobre los descuentos vigentes.

Se revisaron precios en las siguientes Farmacia Guadalajara, Farmacon, del Ahorro y Similares. En Farmacia Guadalajara se mostraba un cartel, a la entrada de la puerta, sobre los descuentos del *Buen Fin*. Al ingresar a esta farmacia en la caja se mostraba un descuento del aceite de oliva para cocinar de 73 a 54 pesos, pero al preguntarle a la cajera dijo que “esa etiqueta ya no tenía vigencia” y puso una etiqueta nueva anunciando un descuento de 74 a solo 49.90 pesos, ósea, un precio más bajo.

En la farmacia Farmacon, la encargada del mostrador, dijo que “no tenían ningún descuento bajo el Programa del Buen Fin”; en la farmacia del Ahorro la cajera del mostrador dijo que “los descuentos no estaban a la vista de los productos, pero que al momento de pagar en caja allí podría expresarse que productos eran los que estaban sujetos al descuento”.

En las farmacias Similares la encargada del mostrador dijo que “si tenía descuentos del buen fin 3 tipos de productos, entre ellos suplementos alimenticios”. En la tienda Walmart se mostraba una lona anunciando el Buen Fin con descuentos a 18 meses sin intereses, pero adquiriendo los productos con tarjeta de crédito. Obvio, se trataba de promover el consumismo entre las personas. Las evidencias encontradas en Do It Center, al preguntar que descuentos de precios tenían, mencionaron las siguientes: “solo tienen descuento del 15% lo que no está en promoción”.

En la tienda Ley se supervisaron todas sus sucursales y no invirtieron en ninguna lona promocional, por lo tanto, no tenían ningún anuncio a la vista frente a su tienda. Las ofertas que tenía al entrar eran de macetas para jardín. En cambio, las cadenas comerciales de Coppel y Dico sí tenían anuncios de descuentos por el Buen Fin.

El asunto es que la tienda Walmart, Aurrera y Sam’s Club no participan en el *Buen Fin*. Hace varios años que decidieron retirarse de ese programa. En lugar de ello lo llaman el *Fin Irresistible* y lo mantuvieron vigente del 9 al 21 de noviembre, siendo que el buen fin solo abarca del 17 al 20 de noviembre. En otras palabras, no se apegan a los lineamientos del *Buen Fin* y establecen su propia ruta. La pregunta es ¿Por qué a estas transnacionales se les permite que lo llamen *Fin Irresistible* y tomen decisiones autónomas? ¿Dónde está el papel de la Procuraduría de la Defensa del Consumidor (PROFECO)? ¿Qué pasaría si los demás supermercados nacionales realizaran esas mismas prácticas? Creo que eso no es justo y si es inequitativo. El tema da para más debate sobre la flexibilidad con unos y la dureza con otros sobre el *Buen Fin*.

6. Discusión y recomendaciones

Este trabajo se enfocó a generar información para los consumidores, no para los comercios y hacedores de políticas públicas. Aquí los consumidores son tomadores de precios, no hay negociación para que oferta y demanda fijen los precios. Es un común dejarse llevar por las ofertas que aparecen en los supermercados sin considerar el nivel de ingreso que poseen las personas para adquirirlas. Inclusive a veces compran a crédito, endeudándose por un largo plazo, lo cual puede afectar su economía familiar.

Los consumidores tienen que ser muy cautos con las promociones que se presentan, cada año, en el *Buen Fin* que se promueve en México. Por otra parte, hay consumidores mexicanos que viajan al país vecino para aprovechar las ofertas del *Black Friday*.

Mencionar que la mayoría de los consumidores no observan que el adquirir bienes a meses sin intereses el precio es más elevado que si se realizan de contado, pues los comercios le agregan al precio, implícitamente, la cantidad total desde el anticipo, las parcialidades, el tipo de interés y cualquier otro pago que se le incluya a dicho producto.

Realizar trabajos de campo sobre microeconomía, más en los actuales tiempos de guerra arancelaria iniciada en estados Unidos desde inicios de 2025, son relevantes para el cuidado de la economía familiar, particularmente de las personas que se encuentran en condiciones de pobreza y pobreza extrema. Por ello, sobre todo en épocas de inflación, se recomienda que los consumidores que acuden a los supermercados a surtir las mercancías de la canasta básica, realicen un análisis comparativo de los precios que tienen los bienes que se ofertan en los diferentes supermercados.

En microeconomía los consumidores deben de actuar racionalmente y no comprar artículos por mero consumismo. En este tenor, es que en este trabajo se realizó un análisis de precios de productos y conocer su evolución durante los días 9 de los meses de septiembre, octubre y noviembre. El registro de estos precios, durante dicho trimestre, sirve de base para conocer cómo se fijan los precios durante la campaña del *Buen Fin*. De esta manera se pudo observar que los precios se elevaron en algunos casos y en otros disminuyeron. Por último, mencionar que ante la actual incertidumbre de política arancelaria promovida por Estados Unidos contra México y otras naciones del mundo, será interesante esperar los resultados que tendrá el Buen Fin y el Black Friday durante los meses de octubre y noviembre de este año 2025. Es aventurero predecir, pero México puede aprovechar los espacios de mercado que puede estar dejando la menor oferta de mercancías que provienen de China al territorio de Norteamérica (México, Estados Unidos y Canadá).

Referencias

- Acevedo, E. (2006). Inflación y crecimiento económico en México: una relación no lineal. *Economía Mexicana*, Nueva Época, XV (2), pp. 199-249.
- Andersen, A. L., Hansen, E. T., Johannesen, N., Sheridan, A., (2020). Pandemic, shutdown and consumer spending: lessons from scandinavian policy responses to. [http://refhub.elsevier.com/S2666-1438\(22\)00037-0/sbref0001](http://refhub.elsevier.com/S2666-1438(22)00037-0/sbref0001)
- Banco de México (2016). Cambios recientes en el mecanismo de transmisión de la política monetaria en México. Extracto del Informe Trimestral, eneromarzo, recuadro 2, pp. 47-52.
- Banco de México (2020), Salario Mínimo General, Series Históricas. México. <https://www.banxico.org.mx/Indicadores/consulta/Instrumentos.action>
- Banco de México. (2023, 10 de octubre). Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC). Recuperado de <https://www.banxico.org.mx/portal-inflacion>
- Banco de México (2024). Historia. <https://www.banxico.org.mx/conociendo-banxico/semblanza-historica-historia-.html>
- Beker Victor, Mochon Francisco (2001) Economía elementos de micro y macroeconomía Ed. Mc Graw Hill
- Coibion, O., Gorodnichenko, Y., y Kumar, S. (2018). How do firms form their expectations? New survey evidence. *American Economic Review*, 108(9), 2671-2713. doi: 10.1257/aer.20151299
- Cristancho-Triana, G. J., Cancino-Gómez, Y. A. y Ninco-Hernández, F. A. (2024). Factores que influyen en el comportamiento de consumo sostenible en la generación Z. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 14(27), 51-67. <https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.04>
- Dornbush R. Fischer S. y Startz R. (2009) Macroeconomía Mc Graw Hill, Décima Edición
- Dabus, C., & Viego, V. (2003). Inflación, precios relativos y crecimiento: evidencia de América Latina. *Estudios de economía aplicada*, 21(1), 91-107.

- El Economista (2011). Banxico pasa la medición de la inflación al INEGI. 8, julio <https://www.economista.com.mx/mercados/Banxico-pasa-la-medicion-de-la-inflacion-al-INEGI-20110708-0026.html>
- El Economista (2024). Inflación en México comenzó en 2024 acelerándose. 8 de febrero <https://www.economista.com.mx/economia/Inflacion-en-Mexico-comenzo-el-2024-acelerandose-por-tercer-mes-consecutivo-20240208-0023.html>
- Fernández, A. (2011). Política monetaria. Fundamentos y estrategias. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Friedman, M. (1968). The role of monetary policy. *American Economy Review*, 58, pp. 1-17.
- González, C. (2021, 19 noviembre). Black Friday 2021 en USA: fechas, cuándo es, qué día empieza y cuándo acaba el viernes de descuentos. *Diario AS*. https://us.as.com/us/2021/11/19/actualidad/1637354955_326425.html
- Heath, J. (2012). Lo que indican los indicadores: cómo utilizar la información estadística para entender la realidad económica de México, INEGI, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2018), Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) “¿A qué se refiere la inflación Subyacente y la No subyacente?”. Web, consultado el 1 de abril en <https://www.inegi.org.mx/programas/inpc/2018/PreguntasF>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2018). Programas <https://www.inegi.org.mx/programas/inpc/2018/PreguntasF/>
- Instituto nacional de Estadística, Geografía e Informática (2024). Calculadora Inflación. <https://www.inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/CalculadoraInflacion.aspx> (INEGI, s.f.).
- Katz, Isaac (2002) “Inflación, Crecimiento, Pobreza y Desigualdad en México” en *La inflación en México*, Gaceta de Economía, Instituto Tecnológico Autónomo de México, tomo |, enero.
- Lake, R. (2023, 22 noviembre). What and when is Small Business Saturday? *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/small-business-saturday-5085723>
- Murillo José y Peña Tonatiuh (2010). Futuro de productos básicos alimentarios: ¿son útiles para pronosticar inflación?, en *Monetaria*, volumen XXXIII, número 3, julio-septiembre, Centro de estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA) <https://ideas.repec.org/a/cml/moneta/vxxxiii/2010i3p377-430.html>
- Martín, B., De Aguilar, A., y Peñaloza, D. (2020). Consideraciones sobre política fiscal y expectativas de inflación en México. *Investigación Económica*, 79(312), 63-88
- Mitchell, W., (2021c), “The monetary and fiscal normality of Wolfgang Schäuble – stag-nation and entrenched unemployment”, en <http://bilbo.economicout-look.net/blog/> Jun. 8.08 Arturo Huerta ok.indd 15408 Arturo Huerta ok.indd 15429/06/22 11:5629/06/22 11:56
- Nicholson Walter y Snyder Christopher (2011). *Microeconomía Intermedia y su Aplicación*. Undecima edición. Cengage Learning.
- Parkin Michael (2009) *Economía*. Octava Edición. Pearson Addison Wesley
- Rao, G; Wang, Z; Liang, J (2025) Reinforcement Learning for Pattern Recognition in Cross-Border Financial Transaction Anomalies: A Behavioral Economics Approach to AML. *Applied and Computational Engineering*, 142, 116-127, <https://direct.ewa.pub/proceedings/ace/article/view/22287>
- Rentería N. S. (2023, 9 diciembre). El Buen Fin ha dejado una derrama de 1.4 billones de pesos en más de 10 años. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/economia/El-Buen-Fin-ha-dejado-una-derrama-de-1.4-billones-de-pesos-en-mas-de-10-anos-20231208-0063.html>

- Rodríguez-Soto, J. A. (2025). Behavioral economics and macroeconomics: Toward better microfoundations. *Cuadernos de Economía*, 44(94), 353-368. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=yjz0YK4AAAAJ&citation_for_view=yjz0YK4AAAAJ:aqIVkmm33-oC
- Staff, A. D. (2023, 3 noviembre). Thanksgiving 2023: ¿Cuándo es el Día del Pavo este año? Dallas News. <https://www.dallasnews.com/espanol/al-dia/estados-unidos/2023/11/03/cuando-es-thanksgiving-dia-accion-gracias-2023/>
- Samuelson, P. A., Nordhaus, W.D., Dieck, L. y Salazar, J.J. (2001), *Macro-economía con aplicaciones a México* (decimosexta edición). McGraw-Hill, ciudad de México.
- Schmidt-Hebbel, K. y M. Carrasco (2016). “The Past and Future of Inflation Targeting”, https://www.bcb.gov.br/pec/depep/Seminarios/2016_XVIII_SemAnualMetasInfBCB/SMETASXVIII-%20Klaus%20Schmidt.pdf
- Sachs (2021). Evaluación cuantitativa preliminar del impacto multidimensional de la Pandemia de COVID-19 en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (2021). *Revista de Producción Más Limpia*.
- Turrent Díaz Eduardo (2015). *Historia del Banco de México, antecedentes, fundación y despegue. Volumen 1. Banco de México* https://www.banxico.org.mx/AplBusquedasBM2/bgenwww_es.jsp
- Vecinday, M. L. (2022). Economía comportamental y paternalismo libertario: el comportamiento individual en el centro de la política pública. *Política y Sociedad*, 59(2), e73803. <https://doi.org/10.5209/poso.73803>
- Weller, J. (2020). *La pandemia del Covid-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales. (Documentos de proyectos). CEPAL.*