



## Los impuestos... ¿afectan tus hábitos de consumo?

Para la mayoría de los consumidores, sí afectan, entre las principales razones encontramos que afectan en alguna medida los ingresos que se perciben; ¿cuáles otros factores afectan?

por Ivan Nava

Sin duda, uno de los principales factores que impactan en los hábitos de consumo de la población es la situación económica, así como los indicadores que se relacionan con ella. Esto debido a que tienen una incidencia directa en el poder adquisitivo de las personas.

Los impuestos están relacionados directamente con la situación económica y el poder adquisitivo de las personas, ya que sin importar un comportamiento positivo o negativo, estos no dejarán de existir en una sociedad contemporánea.

De acuerdo con datos del Departamento de Investigación de Merca2.0, los impuestos son un factor importante en sus hábitos de consumo, ya que para el 44.8 por ciento de las mujeres, así como para el 37.9 por ciento de los hombres, afectan de manera directa o indirecta si capacidad de compra.

A su vez, el 'Estudio: Factores Socioeconómicos que Influyen en tu Consumo' en el que participaron 1,824 personas, encontró que el 39.7 por ciento de las consultadas del género femenino, al igual que el 38.7 por ciento de los del género masculino refieren que afectan sus ingresos de forma directa.

En tanto, para el 13.1 por ciento de las mujeres y el 21.2 por ciento de los hombres, los impuestos imponen una carga directa al consumidor.

Estos datos son importantes ya que los impuestos se recienten en mayor medida ya que los consumidores sienten que sus ingresos son menos competitivos ante una debilidad económica, misma que se manifiesta en un menor crecimiento. Por ejemplo, México cerrará el 2016 con un menor crecimiento económico, con una proyección del 2.0 por ciento, mientras que para 2017 prevé que lo hará 2.6 por ciento, de acuerdo con datos de la calificadora Fitch Ratings.

Esto se refleja en la capacidad de compra o en el tipo de productos y servicios que se deciden adquirir o descartar si se tenían considerados. Datos de este tipo pueden ayudar a las marcas a definir estrategias para conservar a sus clientes.