

25 alimentos básicos suben más de un 14%, el doble que la inflación general

EN OCTUBRE/ El IPC se moderó hasta el 7,3% en el mes frente al 8,9% de septiembre por la bajada de la luz, pero el precio de los alimentos sigue desbocado, con un incremento récord del 15,4%.

J. Díaz, Madrid
“La inflación es como la pasta de dientes; una vez que está fuera (del tubo), difícilmente puedes volver a meterla dentro, así que lo mejor es no apretar demasiado fuerte”. Esta frase pertenece al que fuera presidente del Bundesbank durante once años (1980-1991), Karl Otto Pöhl, y resume de forma muy gráfica el enorme desafío al que se enfrenta Europa desde hace meses, incluida España, que si bien ha logrado moderar el ritmo de subida de la inflación a golpe de anestesia en los precios del gas y de la electricidad, no ha podido evitar que la pasta de dientes inflacionista se desbordara fuera del tubo e impregnase al conjunto de la cesta de la compra, disparando el precio de los alimentos a cotas históricas. El INE confirmó ayer que el IPC atemperó su subida al 7,3% en octubre en tasa anual, 1,6 puntos menos que el mes anterior, gracias esencialmente al abaratamiento de la electricidad, que bajó un 15,4%, ya que el precio de los alimentos sigue sin dar un respiro a las familias, que arrastran desde hace meses una fuerte pérdida de poder adquisitivo viendo cómo los productos más básicos se encarecen a tasas de doble dígito. En octubre, el precio de los alimentos subió un 15,4% interanual, un punto más que en septiembre (+14,4%) y la tasa más alta de toda la serie histórica, que se remonta a 1994.

Aunque hace tiempo que la fiebre inflacionista se contagió al conjunto de la cesta de la compra, las subidas de precios se están cebando especialmente en los alimentos, muchos de ellos productos de primera necesidad y consumo diario. Al cierre de octubre, alrededor de 45 alimentos se habían encarecido más de un 10%, de los que más de 25 subieron un 14% o más, con porcentajes que en el menor de los casos duplican la inflación general. En una docena larga de productos, los incrementos de precios rebasan el 20%, triplicando en muchos casos el avance del IPC. Así, un mes más lideran el ránking los aceites que no son de oliva con el telón de fondo de los problemas de suministro de aceite de girasol

EL SUBIDÓN DE LA CESTA DE LA COMPRA		
Variación del índice de precios de consumo (IPC) en octubre en tasa anual. En %.		
	Otros aceites comestibles	58,9
	Azúcar	42,8
	Harinas y otros cereales	37,8
	Mantequilla	34,1
	Salsas y condimentos	29,2
	Otros productos de panadería	26,4
	Legumbres y hortalizas frescas	25,7
	Leche entera	25,6
	Huevos	25,5
	Leche desnatada	25,0
	Pastas alimenticias y cuscús	23,9
	Yogur	23,0
	Patatas chips	21,8
	Legumbres y hortalizas congeladas	19,8
	Frutas en conserva	19,3
	Patatas	19,0
	Queso	18,7
	Carne de ave	18,3
	Otros productos lácteos	18,1
	Otras carnes	18,1
	Arroz	16,0
	Aceite de oliva	15,7
	Pan	14,9
	Carne de vacuno	14,9
	Otros preparados de carne	14,8
	Preparados de pescado y marisco	14,5
	Alimentos para bebé	14,3
	Pizza y quiche	14,0
	Legumbres y hortalizas secas	13,3
	Zumos de frutas y vegetales	13,2
	Sal y especias	13,1
	Frutas frescas	12,8
	Confituras, mermeladas y miel	12,8
	Pescado congelado	12,7
	Carne de porcino	12,3

Expansión

Fuente: INE

El consumo de productos frescos cae un 3,2% por los precios

J.D. Madrid
“Fatiga por la inflación”. Es lo que ha empezado a sentir el consumidor español ante una escalada de los precios que se prolonga ya meses y que, de momento, no parece haber encontrado techo en los alimentos, uno de los apartados más sensibles de la cesta de la compra y uno de los termómetros más fiables del estado de salud del consumo. El diagnóstico no invita precisamente al optimismo. El volumen de compra de productos frescos ha caído un 3,2% este año, según un informe de la consultora IRI Worldwide presentado ayer durante una jornada organizada por Aecoc, la gran asociación de fabricantes y distribuidores. El análisis por productos muestra que el marisco (16,1%), el pescado (10,9%) y las verduras y hortalizas (4,1%) son las categorías de frescos más afectadas por el descenso en las cifras de ventas, productos que, al igual que el resto de la cesta alimentaria de la compra, acumulan un fuerte encarecimiento.

Cambio en el consumo
Esto ha llevado a cambios en los patrones de consumo de los ciudadanos, obligados a un mayor control del gasto, a comparar precios entre productos y marcas y a optar por la compra de promoción. De hecho, las ventas en promoción representan el 19,4% de la facturación de los productos frescos, que a su vez suponen el 30% del gasto en gran consumo, tan solo por detrás de la alimentación seca, que absorbe el 38,5% del presupuesto de los hogares.
“El actual contexto está llevando a los consumidores a unos comportamientos de compra de austeridad que ya vivimos en los años 70 y 80 y que son resultado de una fatiga por la inflación”, señaló ayer el director comercial de IRI Worldwide, Antonio Khalaf.
Ese cambio de patrón también está afectando al conjunto de productos de gran consumo, aunque en menor medida. El volumen total de compras en el sector ha descendido un 0,5%, según el informe, que resalta que también la facturación total se ha comportado mejor, con un crecimiento del 8,2% frente a la subida del 5,3% registrada en el segmento de frescos.