

LA CESTA DE LA COMPRA, POR LAS NUBES

LA ALTA INFLACIÓN ESTÁ PONIENDO CADA VEZ MÁS DIFÍCIL HACER LA COMPRA, UN GASTO QUE SE SUMA AL DE LA LUZ Y EL COMBUSTIBLE, CON PRECIOS CADA VEZ MÁS ALTOS. LOS EXPERTOS AVISAN DE QUE LA SITUACIÓN VA PARA LARGO.

MIGUEL BLANCO
FOTOGRAFÍA: VV.AA.

Hacer la compra semanal se está convirtiendo en un problema para muchas familias. La inflación disparada en los últimos meses, con subidas en productos de alto consumo, como el aceite de girasol, así como la escalada del precio de la factura eléctrica o el de los carburantes, está consiguiendo que cada vez más familias revisen bien qué meten en la cesta de la compra, para intentar que el ticket no se vaya por las nubes.

En marzo, el Índice de Precios al Consumo (IPC) interanual subía al 9,8%. En el caso de los alimentos y bebidas, la subida se quedaba en un 6,8%. Aunque depende del tipo de contrato que cada uno tenga, hay familias que han visto cómo, en los últimos meses, ya casi un año, el precio de la factura eléctrica se ha duplicado respecto a los mismos meses de años anteriores. Y desde el inicio en marzo de la guerra en Ucrania, han sido los combustibles los que han comenzado una escalada que los ha puesto por encima de 1,9 euros el litro, consiguiendo incluso que el diésel esté más caro que la gasolina. La situación es complicada porque, más allá de la posibilidad o no de que la inflación se modere en un plazo relativamente corto de tiempo, cosa que los expertos ven poco probable que ocurra, está golpeando de especial manera a las familias con menos ingresos, que son las que tienen que dedicar un mayor porcentaje de su renta a estas compras de primera necesidad. Si incluso para clases medias más acomodadas la cosa se

está poniendo cada vez más difícil, para quienes tienen menos margen de maniobra en las finanzas del hogar la situación está siendo ya angustiosa.

Asimismo, los comercios de productos como alimentación y ropa están siendo testigos directos de esta subida, que les afecta de forma especial, ya que la subida de precios hace que algunos clientes piensen en recortar gastos mientras que a ellos les sigue repercutiendo, por ejemplo, la subida de la electricidad.

LA LUZ, CADA VEZ MÁS ALTA

“La electricidad es el caballo de batalla, a la economía doméstica la está llevando de cabeza”, asegura José Antonio Díaz Roda, presidente de la Unión de Consumidores de Almería, que señala que la luz “ha subido más en la tarifa regulada, que es la que tiene la población más necesitada, la que tienen las personas mayores, los que no saben lo del mercado libre o negociar para conseguir tarifas más ventajosas”. Y lamenta que “pasan los meses y ya llevamos casi un año en que cada mes está más alta que el anterior”.

Sobre el precio de los combustibles, Díaz Roda recuerda que “ahora está el precio del barril a 100 euros y el litro de diésel se ha puesto a 1,90, y hace diez años, que también estaba a ese precio el barril, valía el litro de diésel 1,10”. Esto sucede, asegura, porque “en cuanto sube el precio del barril diez euros, se le aplica de manera inmediata al precio final del carburante, aunque ese carburante que se está vendiendo, sea de hace tres o cuatro meses, por eso no se entiende que

se aplique de forma inmediata la subida”. Y luego, añade, “las bajadas sí se hacen de forma más escalonada”.

Prácticas poco éticas también ha detectado el presidente de la asociación de consumidores en las marcas de alimentación. “Algunas empresas están adoptando la práctica negativa de reducir la cantidad en el mismo envase”, explica. “Se ve en la bolsa de patatas, que lleva menos patatas y la bolsa es igual de grande”. Esta es, dice, “otra forma de subir el precio”. Por eso considera que es necesario que se marque el precio por kilo o por litro, como “dice la UE”.

Como consecuencia de esta subida de precios en los supermercados, Díaz Roda apunta a que los consumidores intentarán reducir el número de artículos que compren y también que aumentará la venta de productos de marcas blancas.

BUSCANDO LOS PRECIOS MÁS BAJOS

“Se nota en el mismo pan que compras todos los días, que la barra que hace menos de un año costaba 55 céntimos ahora te está costando 70”, cuenta Cristina González, que con dos niños pequeños en casa, a pesar de no tener problemas para llegar a fin de mes, reconoce que “ahora tenemos que mirar más los precios en el supermercado. Por ejemplo, de la leche, porque compramos mucha cantidad, y ahora vamos a comprarla a otro supermercado donde sale más barata, en lugar de en el que nos conviene porque está más cerca de casa”.

Y es que, añade, en apenas unos meses ha visto cómo la compra semanal ha pasado de



La subida de la tarifa eléctrica y la de los combustibles, además de la guerra en Ucrania, son los factores que están provocando el aumento de precios en productos como el aceite de girasol, la leche o los huevos en los supermercados.



■ Sin soluciones a corto plazo

Los expertos lo tienen claro: la situación es muy complicada y no se atisban soluciones en un plazo medianamente cercano. Al menos, habrá que esperar un año para ir recuperando la normalidad. Y a quien lo alarga a unos cinco años. Todo dependerá de las medidas que se vayan adoptando y de cómo evolucionen la guerra de Ucrania y las sanciones a Rusia.

"En el medio plazo, tiene poco arreglo y en el largo, la cosa probablemente tenga más solución, pero hablamos de al menos doce meses", asegura el economista **DAVID UCLÉS**. "Probablemente, este año va a ser de muchísima inflación, va a ser muy difícil que se pueda recortar, pero a partir del año que viene probablemente hayamos solucionado algunos de los problemas que tenemos por el lado de la oferta", explica. En este sentido, cuenta que "con toda seguridad, tendremos suministro alternativo de gas y probablemente hayamos tenido que adaptar muchos de nuestros comportamientos a un menor consumo energético, lo que hará que la demanda se reduzca, porque por el lado de la energía no hay mucho camino para más subidas".

Otro problema que cree que en un año estará resuelto es el del aumento del precio del pienso para los animales, que también ha subido mucho a causa de la guerra. "Dentro de un año seguramente ya habremos resuelto ese problema, porque hemos aprobado que se puedan cultivar los barbechos y una parte de la producción que necesitamos la vamos a tener en nuestras fronteras, y seguramente tendremos otros suministradores, porque hemos facilitado las importaciones desde países de América, lo que hará que para la campaña que viene esos precios hayan bajado y, por lo tanto, no habrá esa presión tan acuciante sobre los costes de los ganaderos". Lo mismo sucederá con los abonos, pronostica, así que concluye que "en el largo plazo, por encima del año, hay margen para que tanto la oferta como la demanda se ajusten". Uclés tiene claro que a los consumidores ahora les "toca aguantar el chaparrón, como se aguantó el chaparrón de la crisis de 2008-2009, que fue mucho peor, y se ha aguantado el de la pandemia". El problema, reconoce, "es que llevamos muchos chaparrones en muy poco tiempo, que no terminamos de secarnos de uno y ya nos cae otro". Y concluye recordando que "no hay soluciones mágicas para nada, sobre todo cuando hay problemas complejos".

EMILIO GALDEANO, catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Almería, asegura que

"cuando hay una subida de la inflación, lo que hay que hacer es una política fiscal restrictiva, que consiste en reducir el gasto público y subir los tipos de interés para desestimar la inversión en esa economía y aumentar el ahorro y las restricciones al consumo". El problema, añade, es que "no estamos viendo por ningún lado la reducción de gasto" y que la subida de tipos de interés no depende del Gobierno, sino del Banco Central Europeo.

Asimismo, para tratar de aliviar la situación de las rentas más bajas, que son a las que más perjudica esta situación de hiperinflación, "habría que reducir impuestos, porque la presión fiscal en España es muy superior a la de otros países europeos". Y añade que "por mucho que se diga que aquí pagamos menos, es lo contrario, si sumamos impuestos locales, autonómicos y estatales, nos vamos a más del 50% de presión fiscal".

A esto hay que añadir que aunque baje la inflación en algunos productos básicos, "vamos a tener el escollo energético durante bastante tiempo y eso va a hacer que también sigan bastante tiempo los precios altos, porque muchos productos dependen de la electricidad y la agricultura también depende de la electricidad y el petróleo", explica Galdeano, que tiene claro que "si se mantienen los costes de la energía, seguirá habiendo altos niveles de inflación".

Así que mientras dure la situación, "los consumidores tendremos que tratar de gastar menos y de presionar para que reduzcan los impuestos, reducir el IVA a los productos básicos, el impuesto a los combustibles, a la energía y sobre todo al petróleo". El problema es que él ve que la cosa va para bastante largo plazo: "Estamos abocados, muy previsiblemente, a una recesión como la que tuvimos hace años con el ladrillo, que puede durar también varios años, cinco o siete, hasta que nos recuperemos".

unos 50 euros a unos 70, para llevarse los mismos productos.

"La bolsa de la compra ha subido bastante", corrobora Ana Gutiérrez. "No tengo calculado cuánto ha subido pero en los básicos sí que lo he notado, los huevos o la leche". Asimismo, con la idea de ahorrar, aunque tampoco tengan problemas en su casa, con una niña de cinco años, sí selecciona a qué tienda acudir para comprar algún producto que salga más barato. "Si una marca de leche vale menos en un sitio y a mí me da igual la marca, me voy al sitio donde sea más barata", explica, aunque reconoce que "tampoco vamos a hacer milagros con eso".

Otra subida que está afectando especialmente a las familias es la del carburante, ya que no son pocas las que necesitan al menos un vehículo, cuando no dos, para desplazarse al trabajo cada día. En este sentido, Ana Gutiérrez cuenta que su marido, que viaja una hora en coche cada día, entre ida y vuelta al lugar de trabajo, ha calculado que está gastando "unos cien euros más" al mes en combustible.

En este caso, de todas formas, sí que se ha notado la bonificación de 20 céntimos por litro aprobada por el Gobierno en abril, tras haber adoptado esa medida para los transportistas y ampliarla a cualquier usuario. "La bonificación de la gasolina sí la hemos notado", reconoce Cristina González, que además se ha beneficiado de la oferta extra que algunas marcas están implantando y que supone un descuento de 30 céntimos por litro, en lugar de 20. "Ahí se ha notado un poco de desahogo", cuenta, pero señala





Carmen Taramelli, de negro, con su hija Ithaisa, en Panes y Caprichos, donde la factura de la luz se ha duplicado en los últimos meses. En la asociación El Saliente están intentando repercutir lo menos posible al cliente el aumento de los productos que usan en su servicios, como el de catering.



que “sigue estando por las nubes aunque le quites esos 30 céntimos”.

LA SITUACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

“La mayoría de los clientes se ha adaptado bien a la subida de precios, hay quejas pero lo entienden por la subida de la luz y el petróleo”, cuenta Carmen Taramelli, propietaria de Panes y Caprichos, una panadería y pequeña tienda de productos básicos y ecológicos. Al ser panadería que hornea el pan, “lo que más nos ha afectado es la subida de la luz, que ha sido de más del doble porque nos pillan todos los tramos más altos y al tener tanta potencia contratada no nos pueden bajar el IVA”, explica. La solución sería “venir de noche o cambiar el pan, en lugar de traer el que horneamos nosotros, traerlo ya listo”, pero no es algo que se plantee.

En algunos casos, considera que ha sido el propio consumidor el que ha hecho que suba el precio de algún productos, como cuando se vivió un ‘boom’ de comprar aceite durante las semanas de la huelga de transporte. E incluso la mala práctica de algunos supermercado. “La nueva cosecha de aceite de girasol aun no ha llegado, la que hay en las tiendas es de la anterior, así que todas las tiendas tenían aceite de sobra”, dice. Y añade que “lo que han hecho algunas es que, aprovechando que lo habían comprado barato, ahora que ha subido tanto, han subido ellos el precio de venta”.

María Parra, propietaria de la tienda de moda infantil Grumetes, revela que “esta temporada, la ropa no ha subido de precio porque los pedidos se hacen con mucho tiempo de antelación; por ejemplo, la de este verano la pedí a finales del verano pasado. Pero la que hemos comprado ahora para el invierno que viene sí viene con aumento de tarifa, porque ya han subido los precios de los tejidos”. Asimismo, cuenta que “en comple-

mentos, muchos productos de continuidad sí que han subido ahora”.

Así, avanza que para la próxima temporada de invierno “hay productos que han subido muchísimo, que tengo todos los años y ahora llevan un 20% de subida”. Es decir, que el año que viene, se va a notar un aumento de precio en la ropa, en las tiendas multimarca al menos.

En su caso, la subida de precios, de la ropa y del resto de productos, puede suponer una caída en ventas porque la clientela busque ahorrar. Ya le ha pasado en marzo, aunque, dice, “es verdad que en Almería influye mucho el clima y en marzo, entre la lluvia y la calima, ha habido pocos días para salir a la calle”. Vía online ha conseguido vender lo mismo que el año pasado, “pero había he-

cho más inversión en publicidad y tengo más tráfico en la web, así que en realidad debería haber subido”.

MEDIDAS GLOBALES

“Estamos viviendo momentos difíciles y muchas familias están sufriendo de manera especialmente dura los efectos de la crisis económica”, cuenta Matías García, presidente de la asociación de personas con discapacidad El Saliente. Esta entidad presta una serie de servicios, por ejemplo de catering, a los que la subida generalizada de precios está afectando también. En este sentido, el presidente asegura que “la subida se está experimentando en productos que necesitamos a diario”, aunque están intentando “repercutir lo menos posible esa subida en el cliente final, siendo conscientes de las dificultades que tienen muchas familias para llegar a final de mes”.

Los servicios que presta El Saliente están dirigidos precisamente a los colectivos que tienen mayores dificultades, “por lo que estamos manteniendo los precios de nuestros productos y servicios, para evitar repercutir esa subida en colectivos vulnerables”, añade. “En momentos de especiales dificultades, adquiere más sentido hablar de solidaridad, humanidad y compromiso, valores que representan a la asociación de personas con discapacidad El Saliente”.

Ante esta difícil situación, García espera “que acabe el conflicto internacional y que la Unión Europea tome medidas de cara a que no se produzcan estas subidas de precios, que, sobre todo, afectan a las familias con menos recursos”. Asimismo, tiene claro que “esas medidas se tienen que adoptar a nivel global, con negociaciones al más alto nivel, para que los sectores más débiles de la sociedad no sean los que más afectados se ven por la situación”. ■



María Parra, de Grumetes, avisa de que la ropa va a subir a partir de la temporada de otoño-invierno.