

Cae el consumo y sube el precio

● El tirón comercial se desinfla y la demanda cae por primera vez desde que se inició la recuperación ● El sector del gran consumo vende un 0,9% menos en lo que va de año pero factura más al dispararse los precios un 3,9%

RAQUEL VILLAÉCIJA MADRID

La alegría con la que los españoles hemos gastado tras la salida de la crisis empieza a apaciguarse. En el primer semestre de este año la demanda se ha moderado, en parte porque la subida de los precios (y no en la misma medida de los salarios) nos ha quitado poder adquisitivo. En el caso del gran consumo (que abarca nuestras visitas a los supermercados, hipermercados y tiendas de alimentación) incluso se ha retraído por primera vez desde que empezó la recuperación, hace ahora cuatro años. La facturación sigue creciendo pero porque los precios han subido y han compensado.

«En este principio de año se ha producido una desaceleración importante en la demanda», señala Pedro J. Domínguez, experto de la consultora Nielsen. Las ventas en volumen hasta junio cayeron un 0,9%, mientras que en el mismo periodo del año anterior habían subido un 1,8%. La facturación si se mantiene, crece un 3% tanto en esta primera mitad del año como en el mismo periodo de 2017. Que, a menores ventas, sigan creciendo los ingresos se justifica por la subida de los precios. El año pasado la evolución de los mismos en gran consumo fue del 1,2%; este año es del 3,9%.

«Es la primera vez que vemos este cambio de tendencia en la demanda. Durante la crisis se restringió el consumo, cuando comenzó la recuperación llegó la alegría y ahora el volumen se estabiliza, en parte porque no hay un crecimiento de la población que pueda justificar un aumento de la demanda», explica el experto, para quien «sin duda, los precios están influyendo en esta desaceleración»: nos disuaden a la hora de gastar.

AVISOS

El servicio de estudios de BBVA ya vaticinó a principios de año una ralentización del consumo de los hogares tanto este año como en 2019. BBVA Research apreciaba una desaceleración hasta el entorno del 2% entre este ejercicio y el que viene. El consumo privado en 2017 ya se relajó, pues aunque creció un 2,5%, es medio punto menos que en 2016, según los datos BBVA.

El Banco de España también diviso signos de moderación a finales del semestre. Según el organismo, la caída del poder adquisitivo por la subida de los precios «tendrá un impacto en el gasto». El consumo de los hogares es uno de los motores que está tirando del Producto Interior Bruto (PIB) de nuestro país, pero el hecho de que los precios suban y los salarios no acompañen al mismo ritmo nos contiene.

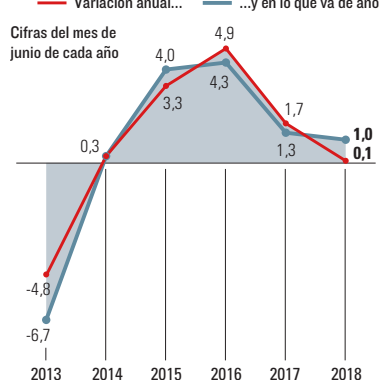


Dos personas empujan los carritos de la compra de un supermercado en Cabrera de Mar (Cataluña). REUTERS

LA DESACELERACIÓN DEL CONSUMO

● EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA

Índice de cifra de negocios a precios constantes. En %



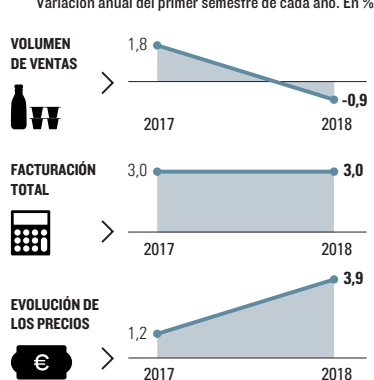
FUENTE: INE y Nielsen.

El poder de compra del salario medio se ha reducido un 2,3% en estos dos años

De hecho, el poder de compra del salario medio en España se ha reducido un 2,3% en los dos últimos años, según datos de un informe de Adecco publicado este martes. Si al incremento de los sueldos se le resta el aumento del nivel de los precios el resultado

● VENTAS EN GRANDES SUPERFICIES

Datos de supermercados, hipermercados y gasolineras



A. Hernández / EL MUNDO

en valor: vendió más cantidad de producto y facturó más. Cuando la población no crece es difícil que ambos indicadores avancen. Este año lo que sostiene el aumento de las ganancias son los precios. En 2017 el coste de los alimentos subió 17 veces más que los salarios. Los primeros crecieron un 1,7% mientras que el salario medio del español se quedó casi igual, con una subida testimonial del 0,1%, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

AGOTAMIENTO

En el caso de otro tipo de bienes duraderos, ya se ha agotado esa demanda que se había quedado embalsamada durante los años de crisis, como señalaba el Banco de España. Un ejemplo son los electrodomésticos: en los años de debacle la gente no renovaba su vieja lavadora. Tras la recuperación y con la reactivación de la construcción, se ha ido dando salida a esta demanda que ya se está tocando techo.

La muestra es que en el primer semestre de 2017 las ventas de electrodomésticos crecieron un 3%, según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes e Importadores de electrodomésticos (An-

es que el asalariado medio tiene 469 euros menos para gastar que hace dos años.

En el caso del sector del gran consumo esta contención es más evidente. El año pasado el sector vivió una «situación idílica» e inusual porque creció en volumen y

fel). En la primera mitad de este año el avance se ha reducido a la mitad, al 1,4%. En 2016 el crecimiento llegó a ser de 4,44%.

El índice de ventas minoristas del INE también revela un crecimiento menos vigoroso. Este indicador revela la evolución de las ventas en el comercio minorista en España, lo que facturan las empresas por lo que venden. Hasta junio creció un 1%, frente al 1,3% en el mismo periodo del año pasado, y muy por debajo del 4,3% del primer semestre de 2016. La Confederación Española del Comercio (CEC) lleva meses manifestando «la profunda inquietud» del sector «y la preocupación por la evidente ralentización del consumo».

La asociación señala que el sector vive «dificultades sin precedentes». El citado índice revelaba

MÁS POBRES

Todo, más caro. Los precios cerraron 2017 con una subida del 1,1%. En el caso de los productos de la cesta de la compra, el ascenso fue del 1,7%. En julio de este año la inflación fue del 2,2%.

Se disparan algunos alimentos. Las frutas frescas, por ejemplo, son el producto (dentro de los que mide el IPC) que más se encareció en 2017, tras las gasolinas. Subieron casi un 13%.

Menos dinero en el bolsillo. Compramos más caro pero nuestros salarios no han crecido como para absorber esta escalada de precios. En 2017 la subida media fue del 0,1%.

en junio una caída de las ventas de las empresas unilocalizadas (comercio independiente, sin contar las cadenas) del 0,3%. La CEC calcula que en los próximos meses podrían cerrar hasta el 20% de las pymes del pequeño comercio si no se toman medidas.

A su juicio, además de la subida de precios y la caída del poder adquisitivo, influye mucho «el cambio de hábitos del consumidor. Vemos que el tradicional equilibrio entre formatos comerciales sobre el que se ha asentado el sector está desapareciendo», explican.

El consumidor «se ha vuelto más dicotómico, más bipolar», según explica Domínguez, de Nielsen: «Queremos ahorrar y si suben los precios el consumo se resiente, pero por otro lado no nos importa pagar más por algunos productos de valor añadido», dice. Es decir, que pagamos más caro pero metemos menos productos en la cesta.