Cinco Días

EVOLUCIÓN DEL IPC

La guerra de precios en los alimentos lleva a la deflación

La caída de población, las buenas cosechas y la voraz competencia para ganar cuota de mercado contribuyen a la moderación.

http://cincodias.com/cincodias/2014/10/30/economia/1414691579_625559.html

CARLOS MOLINA-31-10-201

La economía española coquetea desde hace varios meses con la deflación. Este fenómeno, entendido como la caída prolongada de los precios durante varios meses y en todos los productos de la cesta (el FMI lo eleva a dos semestres), no había afectado hasta el momento a los alimentos y bebidas no alcohólicas, la partida que más peso tiene en la cesta de la compra que compone el IPC, con un 19,8% del total. Un análisis de la evolución de los precios en los últimos doce meses muestra como la inflación ligada a esas dos partidas ha caído en seis ocasiones y apenas ha avanzado en el resto de meses, elevando el riesgo de deflación en España y levantando el temor entre las empresas ante la posibilidad de que esa caída temporal de precios se sume a una caída de ventas prolongada, lo que sin duda afectaría a sus cuentas de resultados.

El congreso de AECOC, que ha reunido a los grandes actores de la distribución alimentaria y que se inició el miércoles en Madrid, ha vuelto a poner el foco en ese debate. Fuentes del sector apuntan a que los ingresos de la industria alimentaria podrían acabar cayendo este año en torno a un 3% o un 4%. El factor más importante que ha conducido a esta situación cuasideflacionista en la distribución alimentaria es la competencia voraz en precios desatada en el sector, que ha llevado a muchos establecimientos a sacrificar márgenes en favor de ventas.

Ha tenido también su importancia la caída de la población. En el último ejercicio han salido 400.000 personas del país, la gran mayoría extranjeros, lo que ha tenido un impacto claro en las cifras de ventas de estos establecimientos. Además, hay que añadir las “excelentes” cosechas registradas en los últimos trimestres, que han generado excedentes de producción que no encuentran demanda y que han servido para hundir los precios. Las buenas cosechas han coincidido en el tiempo con el veto ruso a las exportaciones españolas de determinados productos, lo que no ha hecho sino engordar el excedente de producción y elevar la oferta.

Jaime Palafox, director de Asuntos Económicos e Internacionalización de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), constata que existe intranquilidad entre las empresas. “Hay preocupación sobre la evolución de los precios y el impacto que puede tener en las compañías, en un escenario en el que todavía el consumo no está despegando”, apunta. Palafox remite a los últimos datos de Eurostat, la oficina de Estadística de la Comisión Europea, para resaltar la preocupación que existe por el posicionamiento de los productos que se venden en el mercado nacional e internacional. “El precio ligado a la paridad de compra se encuentra entre los más bajos de Europa y eso afecta a la creación de valor”, apunta.

El director de Internacionalización de FIAB también recalca la necesidad de reflexionar sobre si el modelo de precios bajos a toda costa, introducido con los establecimientos de grandes descuentos como Lidl o Aldi y posteriormente generalizado a todos los formatos, es el ideal para España, frente a los que han diseñado competidores como Francia o Italia, en los que hay sitio para los productos baratos y para los de valor. “Si el modelo solo se fija en el precio, las empresas tendremos que seguir ajustando costes”, advierte.

La alimentación supone el 8% del PIB si se suma la distribución, la agricultura, la industria productora y transformadora y genera 498.000 puestos de trabajo, según los últimos datos de la Encuesta de Población Activa.