

**CONSUMO**

# ¿HASTA DÓNDE VAN A BAJAR LOS PRECIOS?

**NO SÓLO LAS CASAS CUESTAN MENOS. COMPRARSE UN COCHE, UN MÓVIL, LLENAR EL CARRO DEL SÚPER O IRSE DE VACACIONES TAMBIÉN ES MÁS BARATO QUE HACE UN AÑO. NO ES UN ESPEJISMO. EL AJUSTE AÚN NO HA ACABADO**





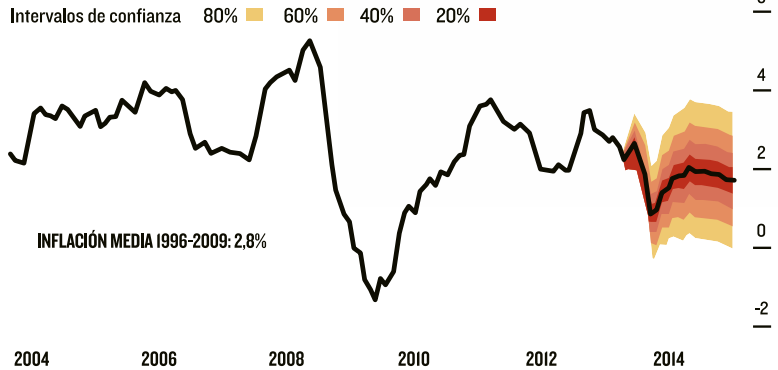
**POR MARTA G. ALLER  
 FOTOGRAFÍAS JAVI MARTÍNEZ**

**EL FILETE DE TERNERA Y LA PESCADILLA SON** dos de los artículos clave en la lista de la compra que empleados de El Corte Inglés han empezado a otear a diario, y de incógnito, en los súper de la competencia. La plantilla ha hecho un curso para aprender a cotejar los precios de los establecimientos vecinos y ha sido adiestrada sobre qué debe mirar y cómo hacer las comparaciones en sus visitas espía, para ajustar sus tarifas cuando son más altas. Desde que el grupo ha decidido cambiar su política de precios en alimentación, abaratándolos cerca de un 25% en los últimos 10 meses, atrae 2.000 clientes nuevos a diario. Los productos frescos son los que han concentrado mayores reducciones porque dejan más margen. "No descartamos que a partir de 2013 podamos bajarlos más", dice Víctor del Pozo, director de Compras de Alimentación, Droguería y Perfumería de El Corte Inglés, que calcula que en estos meses ha conseguido unos 600.000 nuevos clientes.

La fuerte caída del consumo y el aumento del paro, sumados a los ajustes salariales, están forzando a muchas empresas a bajar precios para atraer un consumidor que no ha dejado de perder poder adquisitivo desde que empezó la crisis. Un ajuste interno, el de precios y salarios, que el país necesita para recuperar com-

**LA INFLACIÓN TENÍA UN PRECIO**

Inflación en España (tasas anuales de crecimiento).



Fuente: INE.

petitividad. ¿Pero de verdad están bajando los precios de manera generalizada? El dato de IPC sigue en positivo. Sin embargo, ya hay sectores en deflación.

**DÓNDE BAJAN LOS PRECIOS.** Al igual que El Corte Inglés, otras empresas han hecho mucho ruido últimamente con drásticas rebajas. Mango anunció en 2012 que reducía sus precios un 20% y sus cuentas este año han sido las mejores desde que empezó la crisis (factura un 48% más que en 2008). También Movistar ha sorprendido al mercado con un giro radical de sus tari-

fas. La operadora ofrece desde marzo un plan *low cost* con llamadas a cero céntimos desde nueve euros mensuales. Y en los cuatro primeros meses de Movistar Fusión logró un millón y medio de altas.

La tecnología es, de hecho, de los sectores donde más se están notando las bajadas de precios. Los equipos fotográficos, por ejemplo, estarán entre lo que más se abaratará este año (-14,5%), según el Instituto Flores de Lemus, que calcula que el desplome se acentuará en 2014 (-23%).

Por supuesto, entre los sectores deflacionistas está la vivienda, que se abarató un 12,8% a lo largo de 2012 (frente al descenso del 1,4% de la UE), según Eurostat. Es el sexto año consecutivo de caída y no será el último. Fitch vaticina que el precio de la vivienda bajará este año en España un 15% adicional.

Los automóviles también están de oferta. El descenso está muy relacionado con el hundimiento de ventas desde que empezó la crisis (se vende un 75% menos de vehículos). En 2007, el precio efectivo de los turismos era de 21.204 euros (con un descuento medio de 1.844). En 2013, los coches se venden a 19.373 euros (con un descuento que ya supera de media los 4.000 euros). "La bajada relativa es muy superior, si tenemos en cuenta que estos vehículos llevan ahora un equipamiento de serie muy superior al de hace seis años", afirma Blas Vives, secretario general la patronal de concesionarios Faconauto, que calcula que los



**CONSUMO**

**¿HASTA DÓNDE VAN  
A BAJAR LOS PRECIOS?**



**ROPA MUJER -1,1**



**ALQUILER VIVIENDAS -1,4**



**EQUIPOS FOTOGRÁFICOS -14,5**

precios del automóvil tocarán fondo a lo largo de este semestre. La duda es si se trata de un deseo o un pronóstico: "Se está dando salida al *stock*, porque si no, se deprecia, trasladando todo el margen comercial a los clientes. Estamos ante los niveles de precios efectivos más bajos de la historia. Vender nos está costando dinero, pero es un esfuerzo final hasta que esto remonte".

En turismo también se está notando mucho. En Madrid, por ejemplo, los hoteles han bajado un 19% sus tarifas desde 2008. "Los empresarios tiran precios para atraer clientes, porque no tienen colchón financiero y necesitan hacer caja desesperadamente", dice José Luis Zoreda, de Exceltur. Desde el sector apuntan que en 2013 van a mantener precios, pero se quejan de que la subida del IVA y tasas aéreas arruinan su competitividad.

¿Y quién no ha notado que salir a cenar o comer fuera es más barato que hace unos años? Proliferan

los menús anticrisis, las ofertas 2x1 y las cañas a un euro, algo que en los años del *boom* era difícil encontrar. "Llevamos cinco años de bajadas continuas de precios", dice Emilio Gallego, de la Federación española de Hostelería y Restauración (FEHR). "Creíamos que 2012 habíamos tocado fondo pero en 2013 sigue la caída". Aunque según el INE, en 2012 los precios subieron en este sector un 0,9% respecto a 2011 (dos puntos por debajo del IPC general), descontando el efecto IVA, el sector habría reducido precios más de un 1,5%. En algunas regiones la caída roza el 6%. Y de tanto apretarse el cinturón algunos se ahogan. En 2011, cerraron 11.000 establecimientos de los cerca de 240.000 que hay en España (un 5%). "En 2012, la tendencia ha sido parecida", advierte Gallego, que reconoce que puede haber recorrido para seguir bajando los precios. "Se pueden seguir ajustando márgenes y mejorando gestión para ga-

nar eficiencia, porque para sacar al consumidor de casa hace falta un precio más atractivo".

**¡BARATO, BARATO! ¿O NO?** Lo cierto es que la economía española sigue registrando tasas positivas de inflación: un 2,4% en marzo, aunque se ha moderado respecto al 2,8% del mes anterior. "El proceso de bajada de precios está en marcha, pero se ha detenido en España por dos razones: la subida de impuestos y el precio de la energía", explica Ángel Laborda. Estos dos factores explican la inflación, que el año pasado sobrepasó el 3%.

"La moderación de precios es más intensa de lo que indica el IPC", afirma Santiago Sánchez, coordinador de Predicción y Análisis Macroeconómico del Instituto Flores de Lemus de la Universidad Carlos III de Madrid. "El índice no está distinguiendo el resultado del impacto de medidas fiscales y eso desvirtúa la variación de precios a la baja".

Un reciente informe del centro de estudios económicos Cesifo destaca que para que los países del sur de la zona euro se recuperen es indispensable que mantengan un diferencial negativo de inflación



**MEDICAMENTOS +20,3**



**ACEITES +21,3**



**TRANSPORTE AÉREO +9,8**







\*Predicción para 2013. Fuente: INE e Instituto Flores de Lemus.

**AUTOMÓVILES -1,9**

con respecto a los países del núcleo duro, algo que España no cumple. "Durante años perdimos competitividad por subidas de precios", explica Ángel Laborda, director de coyuntura de Funcas. "Ahora se está corrigiendo el desequilibrio no financiero de los años del boom en la inflación relativa respecto a los países vecinos".

Lo más probable es que se siga moderando el incremento de precios, porque si el consumo sigue deprimido los precios no van a tener más remedio que seguir bajando para animar las ventas. El Instituto Flores de Lemus prevé que el IPC se reduzca al 1,8% en 2013. "En los meses finales de 2013 se corregirá significativamente como consecuencia de la moderación de la demanda interna y de la mayor flexibilidad de la reforma laboral para fijar salarios", dice Sánchez. Según estas predicciones, la inflación pasaría del 2,8% en febrero como punto álgido, a bajar en octubre el 0,6%, que sería su nivel mínimo. La caída más fuerte se verá a partir de septiembre, porque es cuando acaba el escalón de 12 meses del incremento del IVA en las comparaciones interanuales. "El año que viene podría empezar en torno al 1,5%, como consecuencia de la previsible recu-

**HOTELES -1,3**

peración", dice Sánchez. Pero para que se cumpla esta moderación de precios, además de la contención de impuestos, el comportamiento de la inflación energética será fundamental. Sus previsiones apuestan

por que ésta se siga enfriando, hasta ver tasas negativas a finales de año. Algunos analistas incluso las contemplan a partir del último trimestre. "No se puede descartar que los precios bajen como lo hicieron en 2009", asegura un servicio de estudios que pide no ser citado. "La contribución negativa del consumo privado a la contracción del PIB es ahora más elevada de lo que lo era en octubre de 2009, en el momento de mayor deflación, y lo que más impacta en los precios es la demanda interna".

Aunque si descontamos los factores exógenos (energía e impuestos) ya estaríamos cerca del estancamiento de precios, es improbable que lleguemos a la deflación. Una caída de precios continuada es una de los peores escenarios que puede sufrir un país, porque los consumidores retrasan decisiones de compra a la espera de que sigan bajando, con lo que se reduce consumo y, en consecuencia, la producción y el empleo. "Pero no es lo más probable, porque confiamos en que la recuperación de la demanda interna evite que la caída se mantenga mucho tiempo", explica Sánchez.

Laborda también lo descarta: "Aunque lo normal sería ver deflación tanto en consumo interno como en exterior, que en

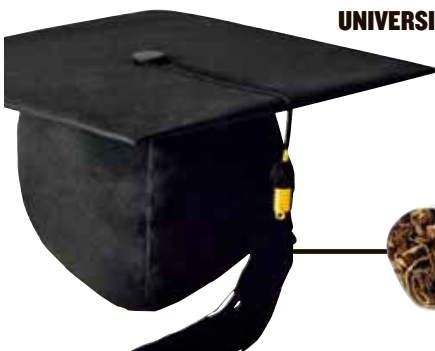
teoría sería posible por las condiciones de oferta (los salarios bajan por el ajuste en costes laborales) y de demanda (la caída del consumo), la rigidez de algunos mercados lo va a impedir. No tiene sentido

que cada enero automáticamente se sigan actualizando los precios con la inflación del año anterior en sectores como hidrocarburos, alquileres de vivienda y servicios regulados. Igual que no tiene sentido que se referencien salarios, tampoco lo tiene que los empresarios fuercen subidas de precio por mantener resultados".

**COMO LA MUJER DEL CÉSAR.** Bajen o no, lo importante es que lo parezca. "Hay mucho de marketing en el anuncio de campañas de precios", advierte Susana Magdaleno, directora de Retail & Petrol de Kantar Worldpanel. "Los distribuidores abaratan la cesta de la compra con productos de marca propia y promociones, y los fabricantes potencian envases más pequeños, que crean la ilusión de ser más asequibles. Pero si observamos la evolución de precios por tipo de marca o por canal, no podemos decir que haya todavía una bajada de precios generalizada en alimentación y droguería", advierte Magdaleno. "Pero el consumidor sí está teniendo un comportamiento deflacionista en el tipo de productos que selecciona y la tendencia se está agravando en 2013. Al consumidor cada vez le importa más el precio".

Lo que sí que está bajando significativamente es la cesta de la compra, porque el ciudadano está cambiando su manera de gastar. El importe medio actual por acto de compra es de 17 euros. Hace seis años estaba en 40 euros. La explicación de este salto es que el cliente hace visitas más frecuentes. "Prefieren pagar menos cada vez y sólo llevarse lo que tenga ofertas especiales", explica Gerard Costa, profesor de dirección de Marketing de Esade. "La gente necesita convencerse de que cada día paga menos. No es siempre un problema económico, sino una necesidad psicológica". Según el Observatorio de Consumo de Esade, la mayoría de los ciudadanos está ahorrando por responsabilidad, pero el 70% no tiene un verdadero problema económico, sino de confianza. "El número de hogares que sabe lo que ahorra al mes se limita al 8%", afirma Costa. "Todo el mundo quiere ahorrar, pero el 90% no tiene ni idea de cuánto ha ahorrado. Y la mayoría no lo sabe, porque realmente no lo necesita".

**UNIVERSIDAD +18,2**



**TABACO +13,1**

