

La inflación llega con fuerza al centro comercial: 44 productos suben más del 5%

LOS PRECIOS SUBEN UN 6,1% EN ENERO/ La alimentación copa la mayor parte de los primeros puestos del ránking, con el aceite, la pasta, la carne, la harina o la fruta a la cabeza. Además, carburantes, ropa, muebles y ciertos utensilios también se disparan.

Pablo Cerezal. Madrid

Si se miran las cifras generales de inflación, parece que los precios empiezan a dar un pequeño respiro, ya que el Índice de Precios de Consumo (IPC) se moderó en enero, con una subida interanual del 6,1%, cuatro décimas menos que el mes anterior. Sin embargo, la mala noticia es que esta desaceleración se debe casi exclusivamente al freno de la factura de la luz en el arranque del año, mientras que casi todos los demás productos siguen en ascenso y suben cada vez con más fuerza, al repercutir el incremento de los costes sufridos en los meses anteriores. De hecho, si en diciembre había 36 bienes y servicios con subidas superiores al 5% anual (15 más que el mes anterior), ahora esta lista se eleva hasta 44 productos, una cuarta parte de las categorías que conforman la cesta de la compra del Instituto Nacional de Estadística (INE). En otras palabras, la inflación se traslada con fuerza hacia el centro comercial, incluyendo numerosos productos alimenticios, los combustibles, ropa o muebles.

La electricidad sigue liderando la subida del IPC en enero, con un alza del 46,4%. Esto es, 25,6 puntos menos que el mes anterior. Y, junto a la luz, también suben con fuerza otros productos energéticos, como los hidrocarburos licuados como el butano (33,5%), el gasóleo (25,7%), la gasolina (23,1%) o el gas ciudad (12,1%). Sin embargo, la mala noticia es que este incremento supone un alza de costes para muchos productores que ya se ha filtrado hacia otro tipo de bienes y servicios, algo especialmente marcado en la amplia mayoría de los productos alimentarios de consumo diario. Una lista entre la que destacan los aceites que no son de oliva (37,9%), los de oliva (30,1%), la pasta (20%), la carne de ovino y caprino (12,6%) y la harina y los cereales (10,6%).

La alimentación copa la amplia mayoría de las primeras posiciones en el ránking de la inflación, hasta el punto de que resulta prácticamente imposible esquivar la subida de precios en un centro comercial. Tras los productos ya mencionados quedan las fru-

CADA VEZ MÁS PRODUCTOS AFECTADOS POR LA INFLACIÓN

Evolución anual de los precios en enero. Productos seleccionados de venta en centros comerciales.

	Aceites no de oliva	37,9
	Aceite de oliva	30,1
	Gasóleo	25,7
	Gasolina	23,1
	Pastas alimenticias y cuscús	20
	Carne de ovino y caprino	12,6
	Harinas y otros cereales	10,6
	Frutas en conserva y productos a base de frutas	9
	Frutas frescas o refrigeradas	8,8
	Otros muebles y accesorios	8,5
	Arroz	8
	Periódicos diarios	7,2
	Otros artículos de vestir	7,2
	Carne de ave	6,9
	Bicicletas	6,8
	Huevos	6,6
	Té	6,6
	Leche entera	6,6
	Leche desnatada	6,6
	Cafeteras, teteras y similares	6,5
	Muebles para el hogar	6,4
	Plantas y flores	6,3
	Calzado para bebé y niño	6,3
	Utensilios y artículos de cocina no eléctricos	6,2
	Carne de vacuno	6

Expansión

Fuente: INE

tas en conserva y productos a base de frutas (con un incremento del 9% respecto a enero del año pasado), la fruta fresca o refrigerada (8,8%), el arroz (8%), la carne de ave (6,9%), los huevos, el té y la le-

che (6,6% en todos los casos), la carne de vacuno (6%), el pescado fresco o refrigerado (5,9%), zumos de frutas y bebidas vegetales (5,8%), alimentos para bebé (5,6%), los productos de panadería, yo-

gures y mantequilla (5,4%), pan (5,3%), café, confituras, mermeladas y miel (5%). Unas cifras que contrastan con los escasos descensos que experimentan un número muy limitado de alimentos: los frutos

secos (con un descuento del 1,1%), el vino (0,7%) y los productos a base de cereales (0,2%).

Además, hay otros muchos productos de venta habitual en supermercados y centros

La subida de los precios de los bienes físicos contrasta con la moderación de muchos servicios

comerciales, fuera del ámbito de la alimentación, que también experimentan fuertes incrementos. Es el caso de los ya mencionados carburantes para el automóvil, otros muebles y accesorios (que suben un 8,5%), los periódicos diarios y otros artículos de vestir (7,2%), las bicicletas (6,8%), cafeteras y teteras (6,5%), muebles para el hogar (6,4%), plantas y flores, calzado para niños (6,3%), utensilios de cocina no eléctricos (6,2%), artículos de viaje (5,5%), equipos de iluminación (5,3%), paquetes turísticos internacionales (5,1%) y prendas de vestir de hombre (5%).

Bienes frente a servicios

En otras palabras, la inflación es un fenómeno que apenas ha perdido fuerza en el último mes pero que sí está, a cambio, mucho más generalizado que en el cierre del año pasado. Con todo, se observa una gran divergencia entre los distintos tipos de bienes y servicios ya que, fuera de los recibos domésticos y de los carburantes, las grandes subidas se concentran en los productos físicos, como es el caso de la alimentación, la ropa o los muebles, mientras que los servicios suben a ritmos bastante más moderados o incluso se abaratan, como es el caso de las telecomunicaciones. De hecho, en la lista de los 44 productos que suben más del 5% anual apenas hay dos servicios: los hoteles (que suben un 18,1%, en gran parte por el efecto rebote desde 2020) y las comisiones bancarias y de correos (10,6%). Esto se debe a que el incremento de los precios de los productos físicos se debe fundamentalmente a la repercusión (parcial) de los mayores costes de producción. En cambio, el peso de estos costes en la provisión de los servicios es mucho más limitado, lo que en un entorno con el poder adquisitivo en caída tiende a conllevar una moderación de precios.