



El comercio valenciano pierde ventas en el hogar y las impulsa en ocio y turismo

► La inflación o la subida de costes como la hipoteca impactan más en el hábitat, que se vio beneficiado al principio de la pandemia, y los alimentos frescos ► La hostelería, los viajes o la salud cogen fuerza tras años de lastre por la covid-19

JUANMA VÁZQUEZ. VALÈNCIA

■ La subida de los precios en prácticamente cualquier ámbito de compra durante los últimos meses está siendo un terremoto que sacude con gran virulencia la economía de la ciudadanía, incluida la de unos valencianos que cada vez más tienen que priorizar a qué dedican su dinero tras haber tirado de ahorros durante los primeros compases del año. Decisiones estas que, según explican a este diario actores tanto del pequeño y mediano comercio como de las grandes superficies, están apuntando hacia la misma dirección. Y esa no es otra que los bienes del hogar, los electrodomésticos y, dentro de la cesta de la compra, artículos más caros como los productos frescos están reduciendo sus ventas.

El contexto ante esta situación resulta relevante. Como explica Juan Motilla, presidente de la Unió Gremial -organización del pequeño comercio independiente de la patronal CEV- las familias de la autonomía «están más pendientes del aumento de los costes del hogar, alquileres, hipotecas, gastos energéticos, etc.» y ello se traduce en un gasto medio más bajo. Entre los sectores señalados, el dirigente tiene claro que es el sector del mueble o las tiendas de electrodomésticos las que han experimentado en este inicio de año «una reducción en su volumen de ventas respecto al mismo periodo del año pasado».

Es una línea que también percibe Rafael Torres, presidente de la pa-



Mobiliario en una feria del hábitat en València, en una imagen de archivo.

MIGUEL ÁNGEL MONTESINOS

Las ventas del comercio minorista se elevaron en abril un 4,1 % pese a bajar un 0,6 % el equipo del hogar

tronal del pequeño y mediano comercio Confecomerç -integrada en la CEV- que destaca que, a pesar de que las cifras de venta «no son malas», el impacto de la inflación se está notando «en los sectores que no son prioritarios, como todo aquello que tiene que ver con el equipamiento del hogar». No en vano, las últimas cifras dadas a conocer por el Instituto Nacional de Estadística (INE) este mismo martes secundan esa visión, ya que las ventas del comercio minorista de abril mostraban en su balance general -sin tener en cuenta la evolución en las estaciones de servi-

cio- una crecida de negocio a nivel nacional del 4,1 % respecto al mismo periodo del año anterior. Pese a esta mejora, las ventas relativas al 'equipo del hogar' se desplomaban un 0,6 %.

Y es que como reconoce Joaquín Cerveró, portavoz valenciano de la patronal de las grandes superficies (Ange), el hábitat se encuentra «en un momento de ciclo a la baja, de manera muy suave», una realidad eso sí que se produce tras una pandemia en la que este tipo de productos «ha tenido un auge espectacular». Eso sí, avisa, la situación actual

en este escenario «no es preocupante», tampoco la de un mes de mayo «más complicado» en la que las altas temperaturas han adelantado, eso sí, algunas compras veraniegas.

Caídas y alzas

Pero no solo el hogar está viviendo una bajada del consumo. Lo mismo sucede con un carrito de la compra -que tocó picos del 17,2 % de encarecimiento en la Comunitat- en el que cada vez más se está prescindiendo -apuntan los diferentes dirigentes del sector y también un estudio publicado recientemente por Aldi- de producto fresco como la carne y el pescado, en favor de los congelados, más asequibles para el bolsillo.

Lo que, sin embargo, no parece sufrir el alza de costes en la misma manera es el ocio. Como apuntaban hace varias semanas a este diario diferentes fuentes del sector turístico y también coincide Motilla, «la gente invierte más en ocio, hostelería y viajar posiblemente por el efecto rebote a la pandemia». Es una realidad que también percibe Torres en aquellos enclaves en los que está volviendo el turismo, porque «los negocios más orientados a él pueden estar mejor».

A ellos se suman, además, la salud y el bienestar. Y es que, como manifiesta Motilla, las ventas en estas dos categorías están viviendo «cierta tendencia al alza», tanto, por ejemplo, en los herbolarios como en otros establecimientos especializados en salud y nutrición.

La inflación baja en mayo al 3,2%, mínimo en casi dos años

La desaceleración del IPC se debe principalmente al descenso de los precios de los carburantes

ROSA MARÍA SÁNCHEZ. MADRID

■ La inflación bajó un escalón en mayo y se situó en el 3,2%, nueve décimas por debajo de la tasa de abril (4,1%) y la más baja en casi dos años, desde agosto de 2021. El dato adelantado para el mes de mayo publicado ayer por el Instituto Nacional de Estadística (INE)

anticipa también un corrección de la llamada inflación subyacente, que excluye los precios más volátiles de los alimentos no elaborados y de la energía, hasta el 6,1% (desde el 6,6% de abril). Los datos no serán definitivos hasta que el INE publique el dato final, el próximo 13 de junio. En relación al mes de abril, la tasa mensual de la inflación bajó una décima.

Según la nota emitida por el INE, la desaceleración de la inflación en mayo es debida, principalmente, al descenso de los precios de los carburantes, que aumentaron en mayo del año ante-

rior. También influye, aunque en menor medida, que la subida de los precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas ha sido menor que en mayo de 2022 (cuando se incrementaron el 1,2% en tasa mensual).

En su nota, el INE no detalla aún la variación de los precios de cada componente. Lo que anticipa, eso sí, permite entender que los precios de los alimentos volvieron a subir en mayo respecto a abril, pero menos de lo que lo hicieron el año pasado. En abril, la variación anual de los alimentos se situó en el 12,9%.

El INE también adelantó la tasa de variación anual estimada del IPCA (IPC armonizado para la zona euro), que se sitúa por debajo de la cota del 3%, exactamente en el 2,9%, nueve décimas infe-

rrior a la registrada el mes anterior. La vicepresidenta primera, Nadia Calviño, destacó que los datos de mayo «posicionan a nuestro país como uno de los que tienen la inflación más baja de la UE».

Desde el punto de vista del Gobierno, esta variación confirma la eficacia de las medidas tomadas hasta ahora. Precisamente, en las próximas semanas el Ejecutivo debe decidir si prorroga más allá del 30 de junio algunas de las medidas que entraron en vigor el 1 de enero, como la rebaja del IVA de un amplio grupo de alimentos frescos y elaborados.

El IPC armonizado para la zona euro se queda en el 2,9 %, nueve décimas menos que en abril