

Evolución de precios en la cesta de la compra básica

ASUFIN

Diciembre 2023



· EDUCACIÓN FINANCIERA Y DIGITAL 2023 ·

 **asufin**
ASOCIACIÓN DE USUARIOS FINANCIEROS



Sobre **ASUFIN**

ASUFIN, la asociación de usuarios financieros, fundada en 2009 para la defensa y protección del consumidor financiero. Inscrita en el **REACU**, es miembro del **CCU** (Consejo de Consumidores y Usuarios), del **BEUC** (*Bureau Européen des Unions de Consommateurs*), la mayor organización europea de asociaciones de consumo y de *Finance Watch*.

ASUFIN tiene presencia, a través de su presidenta Patricia Suárez, en el Consejo Consultivo (**BSG**) de la **EBA** (Autoridad Bancaria Europea), el Comité de Protección a Inversores (**IPISC**) de la **ESMA** (Autoridad Europea de Valores y Mercados) y el Grupo de usuarios de servicios financieros (**FSUG**) de la **DG FISMA** de la Comisión Europea donde ostenta la vicepresidencia. También es vicepresidenta de *Finance Watch*.

A nivel nacional, **ASUFIN** participa activamente en el impulso a las finanzas verdes, a través de **Spainsif**.

Forma parte del programa **Finanzas para todos** que coordinan el **Banco de España** y la **CNMV**. En este marco, la asociación desarrolla, entre otros, programas de educación financiera y digital, sobreendeudamiento y préstamo responsable, vivienda, seguros, inversión y finanzas sostenibles en el marco de la Agenda 2030. Por todo ello, recibió el **Premio a la trayectoria en Educación Financiera 2021** del programa Finanzas para todos.

Sobre **el autor**

Estudio realizado por el Departamento de Estudios de **ASUFIN**, con la colaboración de Antonio Luis Gallardo Sánchez-Toledo. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid, con las especialidades de Dirección Financiera e Investigación Económica. Tras haber trabajado en la sociedad de valores de La Caixa (hoy CaixaBank) y en el Grupo Santander, lleva más de 18 años desarrollando su labor en el ámbito de la protección de los consumidores y la educación financiera, realizando labores divulgativas que incluyen la elaboración de estudios en el ámbito de las finanzas personales y los seguros.

Introducción

El 1 de enero de 2023 entró en vigor el [Real Decreto-ley 20/2022, de 27 de diciembre, de medidas de respuesta a las consecuencias económicas y sociales de la Guerra de Ucrania y de apoyo a la reconstrucción de la isla de La Palma y a otras situaciones de vulnerabilidad](#) que entre otras medidas suprimió el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) de los productos alimenticios que ya tenían el tipo reducido del 4,00% y, además, se redujo del 10,00% al 5,00% el IVA de los aceites, incluido el de oliva, y las pastas. Esta medida tenía una duración semestral, prorrogándose para la totalidad del año.

Antes de esa bajada, en diciembre, **ASUFIN** inició un ejercicio práctico en el que a través de una cesta de la compra con productos básicos sujetos a esta reducción: arroz, aceite de oliva, aceite de girasol, leche, macarrones, fideos, manzanas, plátanos, espinacas, huevos, harina y patatas. Este análisis se hizo en las cinco principales cadenas de distribución de alimentación en España: Alcampo, Carrefour, Día, ECI (El Corte Inglés) y Mercadona.

El objetivo era comprobar en el corto plazo si la bajada del IVA se había aplicado, pero si sus efectos, en el medio plazo, resultaban duraderos; es decir, **si no se diluía esta bajada impositiva con subidas comerciales**. Pero además, como mostramos en este estudio, se pretendía mostrar la evolución de unos productos básicos en nuestra cesta de la compra durante todo un año y compararla entre distintas cadenas: si existe igualdad de precios en estas categorías, que desde el punto de vista del consumidor significa si el cambio de supermercado o hipermercado posibilita ahorrar.

Todo ello lo mostramos en nuestro primer análisis de cesta de la compra básica, basado en un muestro mensual: 14 muestreos totales realizados desde el 29 de diciembre de 2022 al 19 de diciembre de 2023 en el que se han tomado en consideración hasta 840 precios de productos.

Cinco puntos clave

1

A pesar de la eliminación del IVA superreducido (4,00%) de los alimentos y de la bajada del 10,00% al 5,00% en aceites y pastas, el año 2023 ha finalizado con **una subida de la cesta básica del 1,89%**, a la que si quitáramos la bajada del IVA hubiera supuesto una subida del 6,27%.

2

Por cadenas, existen diferencias importantes, un 10,07%, entre las más cara, El Corte Inglés con 35,92 euros para nuestra cesta básica, y la más barata Alcampo, con 32,30 euros.

3

A pesar de que **Alcampo es la cadena más económica, es también la que más ha subido**, un 6,53%, mientras solo una empresa, DIA, ha bajado precios, pero solo un tímido -0,07%.

4

Por categoría de productos el aceite de oliva ha encabezado la subida con un 51,40%, seguido de huevos con un 8,00% y frutas y verduras con un 6,90%. En el lado contrario, aceite de girasol, -38,10%, harina con un -26,40% y pastas con un -17,90% han sido los que más han bajado, corrigiendo parte de la subida importante del año 2022 por la guerra de Ucrania.

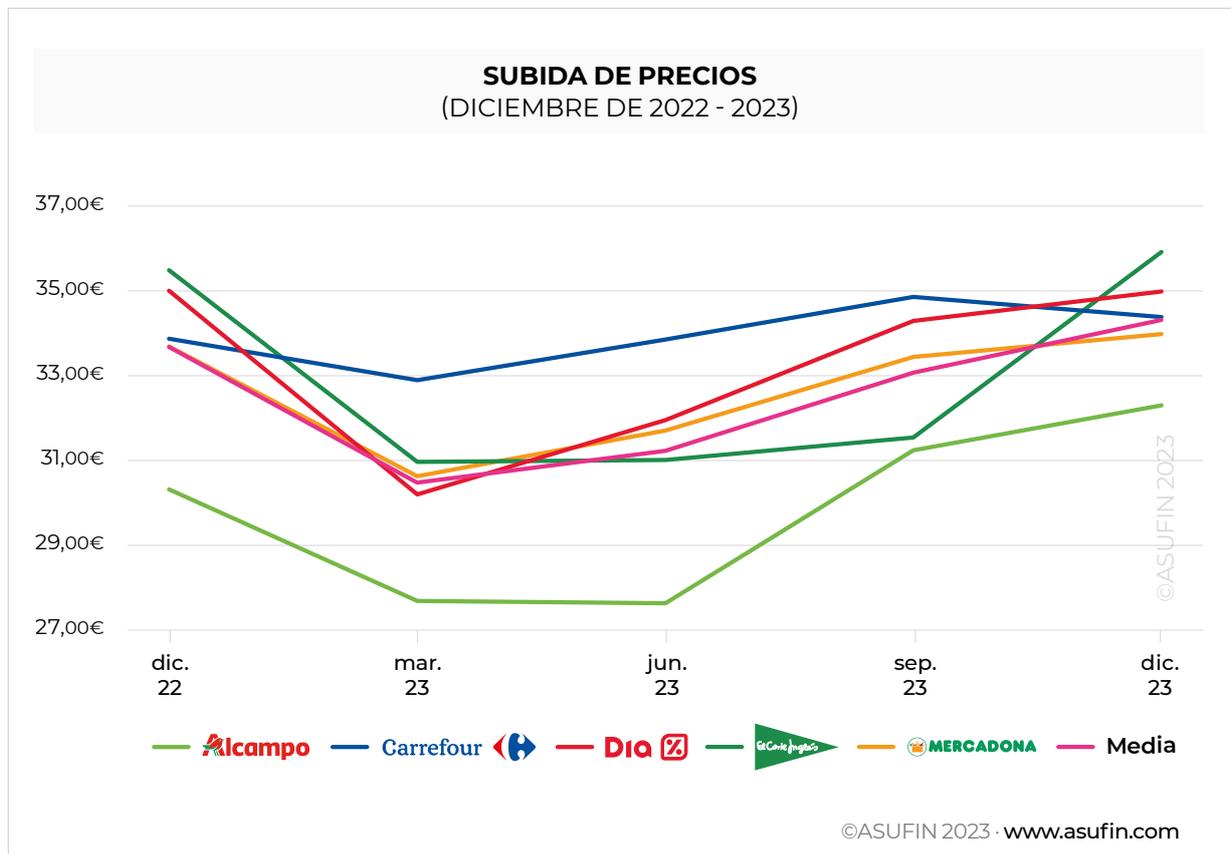
5

Con respecto a la competencia entre cadenas, **hay categorías con precios casi idénticos como arroz** (0,30% de diferencia a lo largo del año), aceite de oliva virgen (0,50% de diferencia) y leche (0,50%) y la mayor disparidad y posibilidad de ahorro se ha concentrado en las patatas (20,10%), plátanos (19,60%) y espinacas (19,20%).

La cesta de la compra básica ha subido un 1,89% este año a pesar de la bajada del IVA

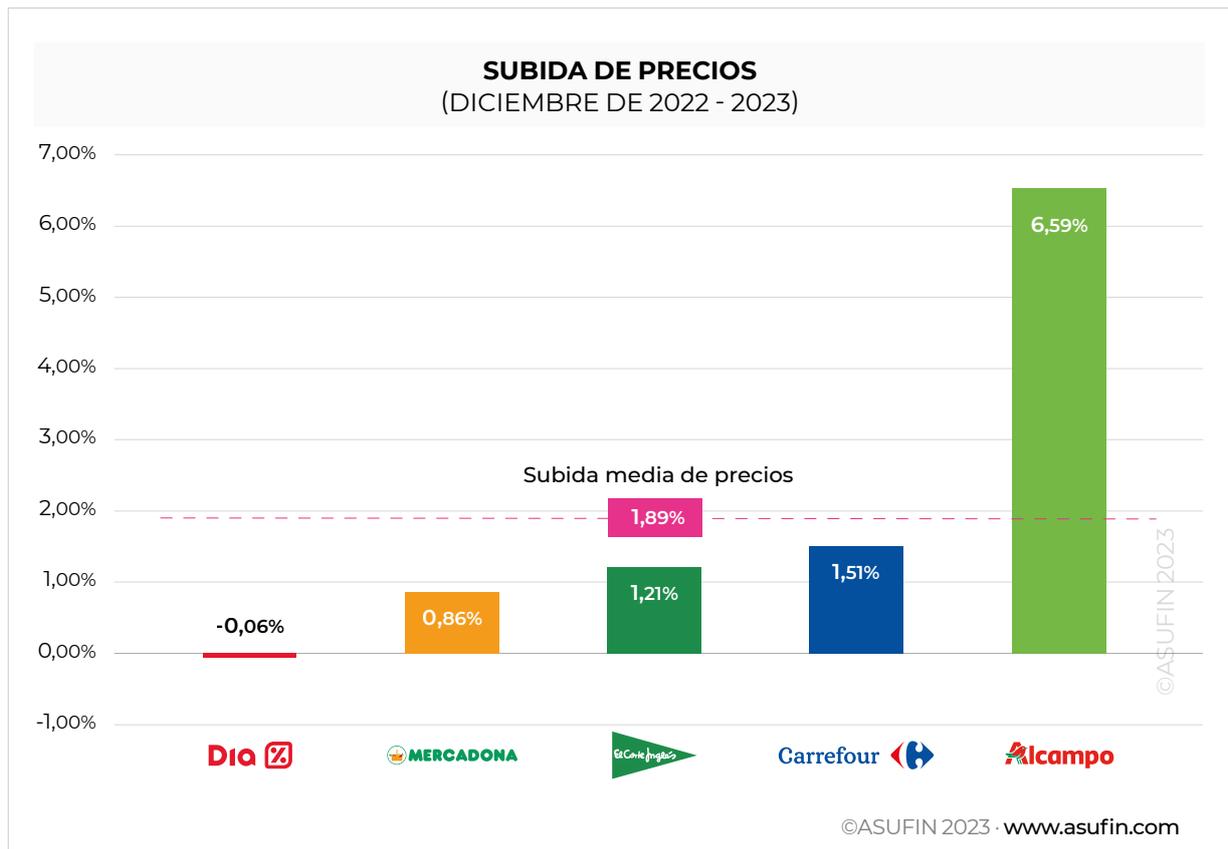
A pesar de la eliminación impositiva en todos los alimentos con IVA superreducido del 4,00%, y el descenso del 10,00% al 5,00% en aceites y pastas, los precios de los productos de alimentación básicos han subido un 1,89%, pasando de una media de 33,67 euros a 34,31 euros.

En concreto, tras la medida aplicada a finales de 2022, que supuso la bajada del IVA, así como el fin del "efecto Navidad", los precios iniciaron una senda a la baja hasta el primer trimestre. Sin embargo, desde el mes de abril, emprendieron una subida que llevó a que **en octubre ya se superara el nivel de precios anterior a la bajada del IVA**, y en noviembre y diciembre se consolidara esa tendencia.



La cesta de la compra básica ha subido 1,89% este año a pesar de la bajada del IVA

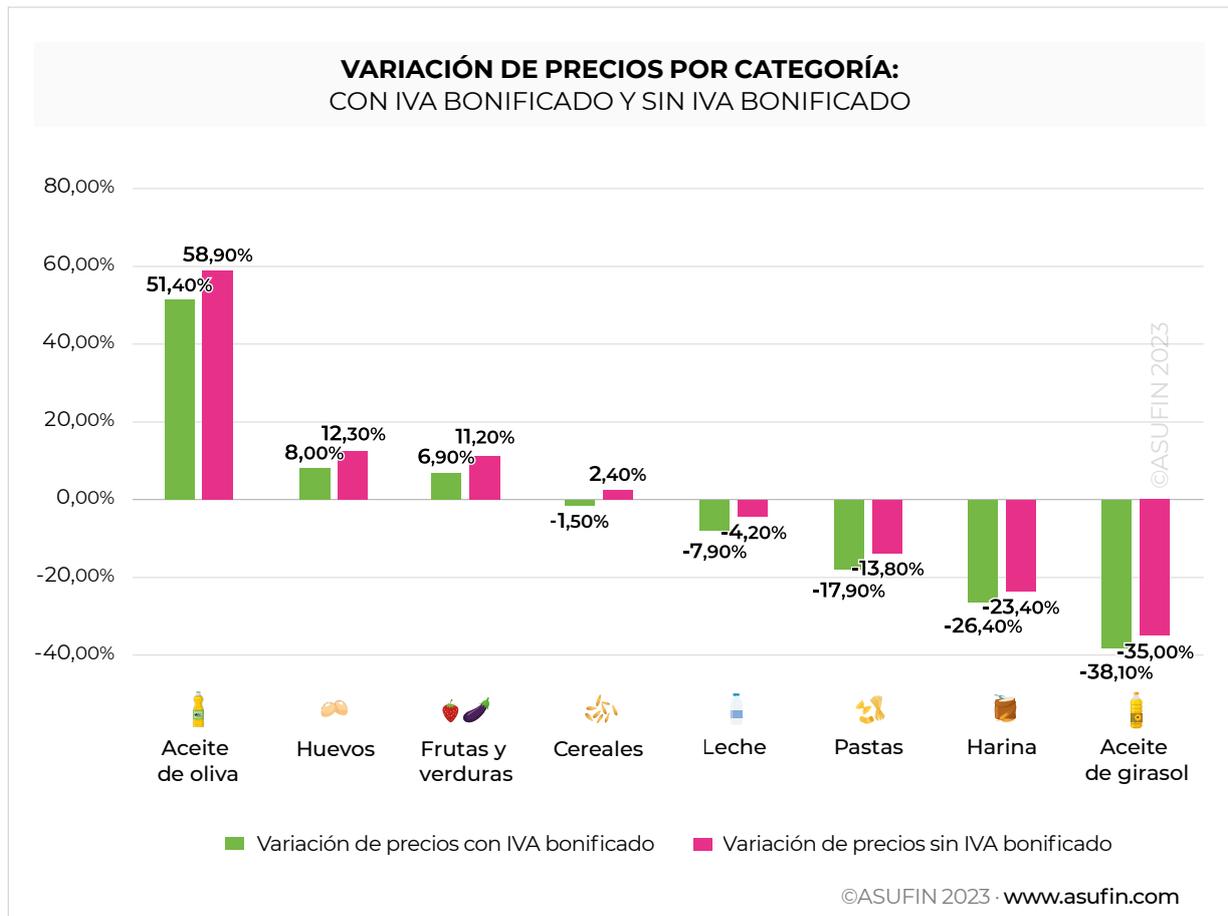
Por cadenas, existen diferencias importantes, de un 10,07% entre el más caro, El Corte Inglés, con 35,92 euros para nuestra cesta básica, y el más barato Alcampo, con 32,30 euros. Pero, paradójicamente, ha sido Alcampo, con una subida del 6,53%, el que más ha encarecido su cesta básica, seguido de Carrefour, con un 1,51%, El Corte Inglés con un 1,21%, y Mercadona, con un 0,86%. DIA es la única cadena con una muy tímida bajada de precios de un -0,06%.



El aceite de oliva encabeza la subida de la cesta básica del 2023 con un 51,40% más caro

El aceite de oliva es el principal causante de la subida de precios de la cesta básica con un alza del 51,40% en este año, pero no es el único. Los huevos, también se han elevado de forma relevante con un 8,00%, seguidos de frutas y verduras con un 6,90%. El resto de las categorías han tenido una evolución negativa, destacando el aceite de girasol con un -38,10%, la harina con un -26,40% y las pastas con un -17,90%. Hay que destacar que estos productos tuvieron una subida muy importante en 2022 por efecto de la Guerra de Ucrania, por lo que han parte de esta subida.

Con todo, si el Gobierno no hubiera bonificado el IVA, el impacto habría sido aun mayor, tal y como queda reflejado de forma gráfica, a continuación. No solo el aceite de oliva hubiera subido un 58,90%, sino que algunas categorías como los cereales, que muestran una bajada actual del -1,50%, hubieran subido un 2,40%. De hecho, de forma global, si no se hubiera aplicado la bajada del IVA, los precios de nuestra cesta básica hubieran subido un 6,27%. Por ello, tenemos que admitir que aunque la medida no ha obrado el efecto deseado de descenso, sí ha construido a amortiguar las subidas en estos productos.



Arroz, aceites, leche y pastas con precios muy similares entre cadenas de distribución

Ante esta subida, ¿tiene opción el consumidor de ahorrar cambiando de cadena de alimentación? Los datos que reflejan nuestro estudio de cesta básica son mixtos, **hay productos que presentan una alarmante equivalencia de precios**, mientras que otros, en los que dichas diferencias pueden constituir precisamente el elemento competitivo que haga que el consumidor se decante por los más baratos.

Así, se ha detectado concertación, más o menos encubierta, en toda una serie de productos básicos para el día a día del consumidor, que **limita enormemente su capacidad para ahorrar cambiando a otras cadenas**. Entre estos productos destacan el arroz, el aceite de oliva virgen, la leche, el aceite de girasol y las pastas.

En el caso del arroz las diferencias de precios durante este año entre las cinco cadenas han sido de solo el 0,30%. De hecho, diciembre ha cerrado con cuatro de las cinco cadenas a 1,30 euros el kilo en su marca blanca, y solo una, Alcampo, con un precio diferente, de 1,29 euros, un céntimo más barato. En el aceite de oliva pasa lo mismo, con un 0,50% de diferencia, con todas a 9,25 euros el litro, menos DIA con 9,45 euros. Y como último ejemplo la leche: todas las cadenas han cerrado el año con un precio de 5,46 euros los 6 litros, menos Alcampo con 5,40 euros, un céntimo menos por litro.

En el lado contrario, son especialmente las frutas y verduras, muchas veces **productos reclamo con ofertas puntuales**, las que han mostrado mayores diferencias a lo largo del año con un 20,10% en patatas, un 19,60% en plátanos o un 19,20% en huevos.

¿CUÁNTO VARÍAN LOS PRECIOS ENTRE PRODUCTOS?

PRODUCTO	VARIACIÓN DE PRECIOS
 Arroz	0,30%
 Aceite de oliva virgen	0,50%
 Leche	0,50%
 Macarrones	2,60%
 Harina	3,10%
 Aceite de girasol	3,70%
 Fideos	6,70%
 Manzanas	9,50%
 Huevos	9,60%
 Espinacas	19,20%
 Plátanos	19,60%
 Patatas	20,10%

©ASUFIN 2023

Conclusiones

La bajada del IVA, pese a haber reducido el impacto de los precios sobre nuestra cesta básica, **no ha sido suficiente para evitar un alza del 1,89% en total, en la que aceite de oliva y en menor medida huevos y frutas y verduras han sido sus principales culpables**, mientras que ha empujado a la baja cereales y aceite de girasol, cuyo precio se había disparado el año anterior. Todo ello refleja la mayor importancia de variables exógenas, como las malas cosechas en aceite de oliva o los problemas en granjas avícolas con relación a los huevos, en el lado negativo, y la mayor llegada de cereal y girasol en el positivo, para determinar esta variabilidad en los precios.

Con todo, la evolución mes a mes nos refleja otra información muy relevante para el consumidor: **la dificultad que encuentra a la hora de buscar ahorrar**. Muchos de los precios de los productos básicos son prácticamente clonados: leche, aceite, harina, arroz o pastas. De hecho, cuando se produce alguna subida, como ha ocurrido recurrentemente en el aceite de oliva virgen este año, **el movimiento de todas las cadenas ha sido con frecuencia al unísono**.

Pero más allá de estos datos importantes, la evolución mes a mes nos refleja otra información muy relevante para el consumidor, la dificultad que se encuentra a la hora de buscar ahorrar. **Muchos de los precios de productos básicos son prácticamente clonados: leche, aceite, harina, arroz o pastas**. De hecho, cuando se produce alguna subida, como ha ocurrido recurrentemente en el aceite de oliva virgen este año, el movimiento de todas las cadenas ha sido en la mayoría de las ocasiones al unísono, subiendo en las mismas fechas y en la misma cantidad sus precios para mantener siempre un importe igual, sin que haya opción de pagar menos. Con todo ello, cambiar de lugar de compra no supone un ahorro en estos productos.

Donde sí han podido encontrar ofertas o descuentos es en otros productos generalmente utilizados como reclamo, especialmente en categorías como frutas y verduras. A pesar de ello, **tratar de ahorrar es complicado, pese al marco de aparente importante competencia en un ámbito como el de la alimentación**, ya que, como hemos visto, no está exento de malas prácticas como la concertación de precios.

Con todo ello, **toca estar muy atentos a como sigan comportándose precios y cómo los apliquen las cadenas**. En primer lugar, si en el futuro se eliminan las bonificaciones del IVA; en segundo lugar, si el consumo se resiente, porque ya se ha visto este año un crecimiento de marcas blancas, y en tercer lugar, como efecto de esto último, si se es más agresivo en precios para captar clientes o por el contrario sigue este aparente pacto de no agresión en buena parte de los productos de nuestra cesta de la compra.

Contacto

¿Hablamos?



TELÉFONO
91 532 75 83



EMAIL
info@asufin.com



DIRECCIÓN
Plaza de las Cortes, 4, 4ºD.
28014- Madrid



HORARIO
L-J: de 09:00 a 17:00h.
V: de 09:00 a 15:00h.

 **asufin**
ASOCIACIÓN DE USUARIOS FINANCIEROS

www.asufin.com

