

OPINIÓ

José García Montalvo

Professor del Departament d'Economia i Empresa  
 Universitat Pompeu Fabra

## Inflació i realitat

**Des del** primer moment de circulació de l'euro, els consumidors han tingut la sensació que la inflació era més gran que la recollida per les estadístiques oficials. Entre el 1994 i el 2002 la inflació oficial i la inflació percebuda (estimada també per la UE a partir d'enquestes als consumidors) es van moure paral·lelament. A partir de 2002 la inflació percebuda va saltar cap amunt mentre la inflació oficial continuava disminuint. Amb el temps, la inflació percebuda ha anat aproximant-se a l'oficial. No obstant això, una enquesta de la UE de novembre de 2005 mostrava com el 93 per cent dels enquestats acusaven l'euro de ser el causant d'una inflació més gran. Aquesta percepció està tan estesa que fins i tot la Comissió Europea va decidir posar en funcionament una estratègia de comunicació per millorar la credibilitat pública de l'índex de preus.

¿Com és possible que existeixi una diferència tan gran i persistent entre la inflació percebuda i l'oficial? Una possibilitat és que la percepció dels consumidors sigui errònia. L'índex de preus és una mitjana ponderada on els béns que representen un major pes en la cistella de la compra pesen

més. Si els béns que tenen ponderació més gran han baixat de preu, llavors poden contribuir a controlar la inflació encara que altres béns hagin pujat molt. La despesa en comunicacions representa una proporció elevada de la despesa total d'una família. És evident que el cost de les cridades de telèfon ha caigut significativament mentre el seu pes en les despeses familiars ha augmentat. També ha caigut el preu de productes que es compren amb poca freqüència però que tenen un preu elevat com els electrodomèstics o els productes d'electrònica. La pujada dels menjars i begudes (cafès, menús, etc.) en restaurants va ser també real: segons les dades de la UE solament al gener de 2002 els preus de begudes i menjars en restaurants van augmentar un 2,5 per cent. Però és possible que el consumidor percebi amb més intensitat la pujada d'alguns productes que compra amb freqüència (com un cafè), encara que representen una proporció petita del seu pressupost total, que la baixada de preus de productes que compra amb poca freqüència. Si es calculessin els pesos dels productes en la cistella de la compra en funció de la freqüència de compra

en lloc de la seva importància al pressupost familiar, la inflació seria el doble de la calculada oficialment. A més, hi ha molta gent (un 43 per cent segons una enquesta recent de la UE) que segueix calculant els preus en la moneda anterior a la introducció de l'euro i que compara preus del 2001 (última referència en l'antiga moneda) amb preus del 2006, fet que produeix una enorme sensació inflacionista. ¿És tot una percepció errònia dels consumidors? La resposta és rotundament no. En els últims sis anys, el preu de l'habitatge ha crescut molt ràpidament. Aquest és un dels béns als quals una família destina gran part de la seva renda. No obstant això, l'augment del preu de l'habitatge no es veu reflectit en l'índex de preus. L'IPC només inclou l'augment dels lloguers que, per cert, no es correspon al comptabilitzat per altres fonts. Segons la Cambra de la Propietat Urbana de Barcelona, els lloguers van pujar un 12,8 per cent el darrer any. Aquesta xifra contrasta escandalosament amb el component d'habitatge en lloguer de l'IPC de Barcelona calculat per l'INE (4,4 per cent). No només d'il·lusió viuen els soferts consumidors!

**El 93 per cent dels enquestats acusaven l'euro de ser el causant d'una inflació més gran**