

temente no puedes poner dinero para trabajar, por lo que tienes que subir un poco los precios, pero no en exceso».

Al ser un negocio de cercanía que cuenta con una clientela fija, destaca que este panorama representa cierta ventaja, en especial a la hora de poder explicarle a la gente cuál es la situación con total confianza: “Al final ellos se encargan de comparar, pues nuestros precios no son muy diferentes de los que pueden tener otros supermercados, por lo que el cliente puede elegir. En cualquier caso, nosotros siempre les agradecemos que vengan, tanto si nos compran a nosotros como si no lo hacen”.

Subida del aceite de girasol

“Ahora ha venido la locura del aceite de girasol, un producto que ya subió durante el verano. Concretamente, hace un par de semanas, antes de que la gente empezara a comprar mayoritariamente este producto, subió 1,20 euros. Realicé un pedido de alimentación y pedí aceite de girasol. Pero cuando lo volví a solicitar, me dijeron que lo tenía que vender a 1 euro más caro todavía, situándose su precio final a 4,40 euros. Y en ese caso dije que no quería aceite de girasol, pues no siempre tenemos que entrar por el aro”.

En cuanto a la huelga de transportes, María del Prado explica que no está afectando mucho a la tienda de Chuches Luismi, pues “casi todos nuestros productos son de la zona. Incluso Pan Real se encarga de distribuirnos el pan, la bollería, los dulces y las pastas”.

Comestibles Madrid

Pedro Madrid, propietario de Comestibles Madrid considera que la escalada de precios “es un poco injusta” pues “hay algunos productos como las magdalenas, por ejemplo, que también se han encarecido y no llevan aceite de girasol, sino que se hacen con aceite de oliva, que no ha subido tanto”.

Ante este panorama indica que los clientes “tienen mucho miedo” tanto “por la subida como por la guerra y por la huelga de transportes. Y es que temen que se produzca una posible escasez de material”. Madrid destaca que en el suyo, al ser un comercio de cercanía, “los clientes suelen ser fieles y se portan bien”. Y esa es una de las ventajas que tienen respecto a las grandes superficies, pues “nosotros nos implicamos un poco más”.

Respecto al incremento de los precios, el propietario de Comestibles Madrid, un negocio que ha seguido la tradición familiar y que abrió sus puertas en 1972, señala que la subida está afectando a todos los productos, algo que se viene experimentando de unos meses a esta parte: “La celulosa, por ejemplo, que pertenece a la droguería, también empezó a subir en el mes de febrero, y algo similar le ha pasado a los detergentes, por poner un ejemplo. Y es que el aumento de la luz está afectando a todos los productos”.

Pedro Madrid también pone de manifiesto como esta situación está siendo complicada para todos los negocios: “Hay ocasiones en las que decides no incrementar mucho el precio de tus productos, mientras que otras veces directamente ni lo subes”.

Reconoce que durante el periodo de pandemia, en especial en los momentos más duros con el confinamiento, en Comestibles Madrid tuvieron muchísimo trabajo: “Estábamos a las once de la noche repartiendo por las calles”.



La escalada de precios es algo que también está afectando a los clientes del pequeño comercio de Ciudad Real, pues tal y como indica el presidente de Pyme-Real los compradores “están más reacios, al haber subido todo menos los sueldos

Productos de proximidad

“En Comestibles Madrid tenemos muchos productos de proximidad y buscamos, en la medida de lo posible, ofrecer alimentos de la zona. Los clientes que pasan por nuestro negocio todavía se quedan un poco asombrados cuando entran por la puerta y ven una tienda de esta índole, pues tenemos de todo o casi de todo. Y si no disponemos de ello, se lo conseguimos para el día siguiente”.

Explica que el barrio de Pío XII, donde se encuentra implantada su tienda, es “un barrio muy mayor” y recuerda como hace años “llegaron a convivir del orden de veinte establecimientos, cuando en la actualidad lamentablemente únicamente quedamos dos o tres”. Ante la situación que se está viviendo por la subida de precios opina que el Gobierno sí que debería adoptar medidas para “bajar los impuestos a los carburantes y para que se redujese el precio de la luz”.

Hortofrutícola Juan Manuel Lorenzo

Lorena Núñez, de Hortofrutícola Juan Manuel Lo-

renzo, una tienda implantada también en el barrio de Pío XII, reconoce que los productos “están subiendo”, circunstancia que está provocando que “la gente se queje”.

Indica que por el hecho de “no tener que subir mucho el precio de los alimentos con el fin de seguir fidelizando a sus clientes, el margen que nos queda a nosotros, que somos autónomos, no es muy alto”.

“Ante la situación que estamos viviendo, y por poner un ejemplo, un día los tomates nos pueden venir a 2 euros, y al día siguiente pueden llegar a 2,20 euros”. Esta situación “es muy complicada para un negocio de barrio como el nuestro, señala, pues “aunque no podemos perder dinero, tampoco podemos subir muchos los precios para seguir manteniendo a nuestra clientela”.

“Al ser una frutería, no hemos notado apenas la subida de precios”

El incremento del IPC y la subida de precios no está afectando a todos los negocios de la capital. Así lo explica Rosi Paz, empleada de La Frutería, situada en la calle Toledo, quien comenta que “en frutería no hemos notado mucho el incremento de los precios y seguimos con los que teníamos. Quizá ha subido unos pocos céntimos de euro, pero nada para alarmarse. Además, no vendemos ni aceite ni otros productos que sí se han podido encarecer en las últimas fechas”.

Apunta a su vez como afortunadamente el Covid no le pasó demasiada factura a este negocio al señalar que “hemos trabajado bastante durante este periodo porque tenemos servicio a domicilio”, un servicio que actualmente siguen compaginando desde La Frutería con la venta en tienda.