

El control en el PVP, o el reparto equitativo de los beneficios, unido a la mejora de las medidas fiscales que gravan el sector y, sobre todo, a un cambio en la Legislación que regula las explotaciones de porcino (cambios que, por otra parte deben tender a diferenciar claramente entre los dos tipos de explotación que existen, la familiar -normalmente de dimensiones pequeñas y como complemento a una producción agrícola la pobre- y la de carácter industrial) son medidas urgentes a tomar, según explicaba el vicepresidente de Asaja Cuenca, si queremos salvar al sector y seguir asegurando la subsistencia de muchas familias cuyos ingresos dependen del porcino. Hay que evitar a toda costa, explicaba a nuestra revista Isidro Villaescusa, que se produzcan situaciones como las que se han producido en la serranía conquense en la que, hace «relativamente poco tiempo más del 60% de las familias vivían del porcino y ahora sólo quedan cuatro familias que lo hagan».

Lo grave, venía a decir el vicepresidente de Asaja Cuenca, es que «nos tememos» que lo mismo que está sucediendo con el cerdo con respecto al abuso en su PVP, está sucediendo con el resto de los productos frescos, y, en mayor medida, con el sector hortofrutícola quien también está acusando una fuerte crisis en los mercados. Por eso,

*La UCE es partidaria de exigir en los comercios el doble etiquetado de los productos para mantener informado al consumidor y para reducir el abuso de los intermediarios*

proseguía Villaescusa, Asaja tiene intención de elaborar estudios similares con otros productos comenzando por el cereal, el aceite y el girasol, hacerlos públicos y elevar sus resultados, como lo hará con el del porcino, a las Organizaciones de Consumidores. «Es nuestra mejor reivindicación, nuestra mejor denuncia; que los consumidores sepan que está pasando».

Recordemos que hace unas semanas recogíamos en nuestra revista una reivindicación similar por parte de los productores de ajo: «estamos vendiendo el ajo a 0,20 céntimos de euro como agricultores y lo compramos, como consumidores a 2,50 euros», nos explicaban. Así que, sin duda, el tema parece grave y la iniciativa de Asaja, cuanto menos interesante.

### Asoc. de Consumidores

Obviamente la prioridad y la razón de ser de las Asociaciones de Consumidores es la defensa a ultranza del consumidor o lo que es lo mismo, velar porque sus derechos no sean vulnerados. Abusar en el precio de un producto, es sin duda una vulneración grave de estos derechos y más aún cuando se trata de productos de primera necesidad como lo son los alimentos puesto que «son gastos que no pueden ser evitados», manifestaba, en este sentido, la Unión de Consumidores de C-LM (UCE).



Las Grandes superficies justifican la subida como algo lógico y aseguran no abusar de los consumidores. Eroski, por ejemplo, aboga por el doble etiquetado para demostrarlo.

Este aumento desmesurado de los precios sobre todo en los productos frescos como la fruta, la verdura, las carnes y los pescados suponen una quiebra importante en los presupuestos familiares y esto preocupa en gran medida porque, aunque obviamente el consumidor está dispuesto a pagar por lo que compra, entiende que el precio ha de ser justo y razonable y, ante todo, adecuado a la calidad de lo que adquiere.

La UCE ya manifestó en su día esta preocupación y también apuntó a que los últimos responsables de estos abusos eran los interme-

diarios quienes aprovechaban los vacíos legales para obtener los máximos beneficios posibles a costa tanto del consumidor como del propio productor, así pues la iniciativa de ASAJA Cuenca les resulta interesante porque viene a «trabajar en nuestra misma línea» y, «apoya nuestras mismas conclusiones», afirmaban a nuestra revista representantes de esta Asociación de Consumidores. De hecho, insisten en que ellos mismos, a mediados de noviembre y tras realizar algunos seguimientos en algunos productos concretos, solicitaron oficialmente al