

En plena 'cuesta de enero'

La fuerte subida de los precios, de nuevo a examen

ASAJA C-LM denunciaba el pasado diciembre a través de la publicación de un estudio que el precio de venta al público del porcino aumentaba con respecto al precio de origen en un 240%, culpando de ello a las grandes superficies. Este estudio no hace más que corroborar lo que en su día denunciaron las Organizaciones de Consumidores. Por su parte, las grandes superficies se defienden, también con datos.

ESTHER ORTIZ

Recién estrenado el nuevo año y prácticamente finalizadas las vacaciones de Navidad, las familias comienzan ahora a pensar en cómo superar la temida 'cuesta de enero' y aunque a lo largo de estas fiestas se les han dado muchos y variados consejos para que su gasto en estos días estuviera dentro de

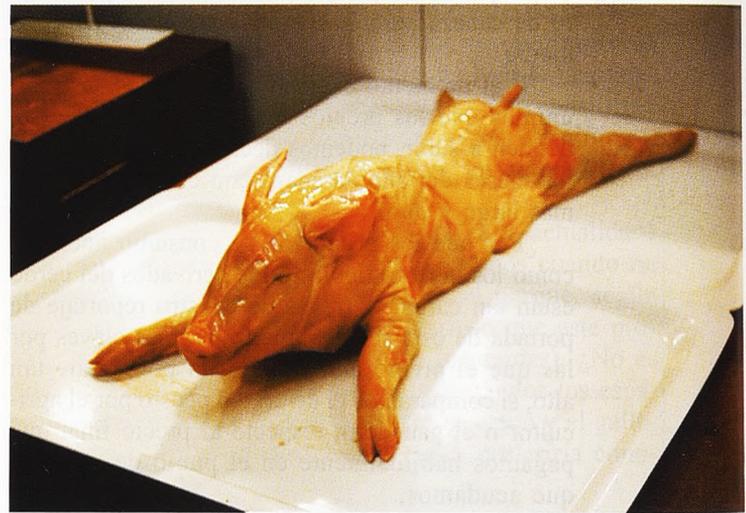
Lo precios aumentaron considerablemente en el último año. Las Asociaciones de Consumidores dieron la voz de alarma mientras buscaban a los culpables

los límites que exige la prudencia, a la hora de la verdad y, en la mayoría de los casos, esto no ha sido posible. Y, no porque las familias no hayan intentado poner en práctica esos valiosos consejos, sino porque llenar la 'cesta de la com-

pra' sale hoy, en general, exageradamente caro, tal y como explicaba a nuestra revista, la Unión de Consumidores de Castilla - La Mancha (UCE).

La razón hay que buscarla en el excesivo aumento de los precios en el último año, sobre todo en los productos frescos de primera necesidad, que volvían a subir en Navidad por culpa de las fiestas y que, según todos los datos, continuarán con su tendencia alcista en los próximos meses.

La voz de alarma saltaba este verano ante la incredulidad de los propios consumidores. Los precios



ASAJA C-LM hacía público un estudio en el que analizaba las causas del desmesurado aumento de precio del porcino en los mercados. Su postura reabría el debate sobre los culpables.

a los que éstos estaban adquiriendo los productos frescos nada tenían que ver con el precio al que los estaban vendiendo los productores.

El desfase entre el precio de origen y el precio de venta al público (PVP) era (y, es) tan grande que por aquel entonces las Organizaciones de Consumidores se propusieron la elaboración de una serie de análisis que ayudasen a detectar en qué fase de la cadena de producción y venta se producía esta 'escandalosa' subida del precio del producto y, fundamentalmente, a qué era debida, es decir, si estaba o no justificada. Una cuestión importantísi-

ma, decían, porque repercutía igual de negativamente en el productor, que no obtenía por sus productos mayores beneficios, y en los consumidores, que veían cómo poco a poco se deterioraba su economía doméstica sin poder hacer nada para remediarlo.

Ante esta realidad y, en defensa de sus asociados, ASAJA Castilla - La Mancha recogía el testigo y comenzaba en septiembre un estudio propio centrado en uno de los productos más perjudicados por este hecho: el porcino. Su objetivo era comprobar con 'datos' qué es lo que estaba ocurriendo con el cerdo fresco