Se incrementa un 36,5% los precios de las frutas y verduras

FACUA amplía sus denuncias ante la CNMC tras detectar este mes subidas en 416 precios afectados por la bajada del IVA entre una muestra de casi 1.000 productos.

FACUA-Consumidores en Acción ha realizado en abril un seguimiento sobre la evolución de casi 1.000 precios de alimentos afectados por la rebaja del IVA en ocho grandes cadenas de distribución. Cuatro de cada diez de los productos analizados por la asociación han subido su precio, por lo que continúa la escalada inflacionista teniendo en cuenta que en marzo eran uno de cada tres los que se habían encarecido, y en febrero uno de cada cinco.

Ante estos hechos, FACUA va a ampliar las denuncias que ya presentó en enero, febrero y marzo ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), que hasta la fecha sigue sin darle ningún tipo de respuesta. Las denuncias volverán a ser dirigidas contra todas las cadenas objeto del análisis: Alcampo, Aldi, Carrefour, Dia, Eroski, Lidl, Hipercor y Mercadona.

Casi un millar de precios analizados

La asociación, como viene haciendo mensualmente, ha revisado la evolución de 991 precios en estas ocho cadenas de distribución. Los nuevos análisis se han llevado a cabo los días 3, 4, 5 y 11

de abril. En ellos ha detectado que en 416 casos, esto es, el 42%, el precio se ha encarecido con respecto al que tenían el pasado 30 de diciembre una vez aplicada la rebaja del IVA

El artículo 72 del Real Decreto-ley 20/2022, de 27 de diciembre, señala en su apartado 3 que *"la reducción del tipo impositivo beneficiará íntegramente al consumidor, sin que, por tanto, el importe de la reducción pueda dedicarse total o parcialmente a incrementar el margen de beneficio empresarial con el consiguiente aumento de los precios en la cadena de producción, distribución o consumo de los productos"*.

FACUA critica la falta de transparencia del Gobierno sobre los estudios que anunció el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a través de su observatorio de precios. A fecha de hoy no solo no han trascendido datos sobre sus conclusiones, sino tampoco sobre cuántos establecimientos, cuántos precios y en qué fechas se vienen realizando los análisis. De hecho, Agricultura ni siquiera ha confirmado si efectivamente los está llevando a cabo.

Aldi, donde más se encarecen; Mercadona, donde menos

Este mes de abril, el mayor número de anomalías se han detectado en Aldi, donde se han encarecido 29 del total de 57 precios analizados (un 50,8%). Le sigue Carrefour, con 82 productos más caros que el 30 de diciembre sobre una muestra de 167 precios (el 49,1%).

Alcampo por su parte, ha aumentado 62 de los 133 precios analizados (el 46,6%), mientras que Hipercor lo ha hecho en 77 de los 166 alimentos recogidos en este estudio (el 46,3%). La asociación ha detectado 25 precios más caros en Lidl sobre un total de 56 alimentos (el 44,6%), mientras que en Dia se han encarecido 56 artículos de los 139 contemplados (el 40,2%).

Las dos cadenas donde se ha registrado un menor porcentaje de subida de precios son Eroski, con 42 productos del total de 129 recogidos en el análisis (el 32,5%) y Mercadona, con 43 subidas entre los 144 precios registrados (el 29,8%).

Este total de 416 precios más caros en abril contrasta con los 312 detectados en marzo y los 178 de febrero sobre una muestra muy similar (991 este mes por los 1.012 de marzo y los 1.020 febrero). Es decir, en apenas un mes han sido más de un centenar de productos afectados por la rebaja del IVA los que han aumentado su precio.

Frutas y verduras, las más afectadas

Del total de 416 precios en los que FACUA ha detectado una subida en su comparativa, 152 se corresponden a frutas o verduras (el 36,5% del total), 80 son aceites de oliva (el 19,2%) y 63 son leches o lacteos (El 15,1%).

Por su parte, se han localizado 54 incrementos de precios entre los arroces y las pastas (el 12,9%)

y 33 entre las legumbres (un 7,9%). La treintena de precios restantes corresponden a huevos, harina y panes.

Cebollas, zanahorias y lechugas, entre los productos que más suben

Las mayores subidas de precios en este último mes se corresponden, como viene siendo habitual, a frutas o verduras. En concreto, las cebollas, las zanahorias y la lechuga iceberg se han encarecido de forma muy notable en prácticamente los supermercados.

En Mercadona, la malla de cebollas de 2 kilos ha pasado de 2,39 euros en enero (ya con la bajada del IVA aplicada) a 3,99 euros en marzo, lo que supone un encarecimiento del 66,9%.

En Dia, la malla de patatas lavadas de 3 kilos ha incrementado su precio un 49,2%, pasando de 2,88 euros en enero a los 4,29 euros actuales mientras que la bolsa de zanahorias de un kilo ha pasado de 0,86 a 1,25 euros, lo que supone un encarecimiento del 46%.

En Hipercor, el kilo de cebollas Buti es un 62,8% más cara que cuando entró en vigor la rebaja del IVA el pasado mes de enero (de 1,53 a 2,49 euros). En Alcampo, el kilo de cebollas tubo también ha subido un 59,8% en estos meses (de 1,43 a 2,29 euros).

En Aldi, comprar dos kilos de sus cebollas marca El Mercado cuesta ahora 3,79 euros, mientras que a principios de año valía 2,39 euros (un 58,3% menos). En Eroski, el kilo de este producto también es lo que más ha aumentado de precio, hasta un 65,7% con respecto a su valor en enero (de 1,49 a 2,47 euros).

En Carrefour, el kilo de granada sigue siendo el caso más flagrante con un encarecimiento del 160,7% (de 1,91 euros en enero a 4,99 euros en abril). El Lidl, tanto las cebollas como las lechugas iceberg han subido este mes más de un 50% su precio con respecto al que tenía en enero.

FACUA señala que los datos ponen de manifiesto una vez más la necesidad de que el Gobierno fije precios máximos en alimentos básicos, algo para lo que está facultado según establece el artículo 13 de la ley de comercio de 1996.

Resulta evidente, advierte la asociación, que la bajada del IVA en algunos productos ha tenido un efecto extraordinariamente leve en la cesta de la compra dado el brutal encarecimiento que se ha producido en el último año.

El artículo 72 del Real Decreto-ley 20/2022, de 27 de diciembre, señala en su apartado 3 que *"la reducción del tipo impositivo beneficiará íntegramente al consumidor, sin que, por tanto, el importe de la reducción pueda dedicarse total o parcialmente a incrementar el margen de beneficio empresarial con el consiguiente aumento de los precios en la cadena de producción, distribución o*

consumo de los productos".