

Sebastián delatará por Internet a los supermercados que suban los alimentos

MADRID.- Colgará en la Red los establecimientos más caros y más baratos de cada provincia para informar a los consumidores. Quiere presionar a las grandes superficies para ajustar los precios en plena crisis.

Qué cadenas de supermercados e híper venden el paquete de arroz, el cartón de leche o la bolsa de cebollas más baratas, y cuáles tienen los precios más altos.

En su cruzada contra el encarecimiento de los alimentos, el ministro de Industria, Turismo y Comercio, Miguel Sebastián, quiere que los consumidores tengan información trimestral de cuánto les va a costar llenar la cesta de la compra dependiendo del grupo de distribución al que acudan.

La comparativa de precios de las distintas enseñas de distribución que operan en España formará parte del Observatorio de Precios del Comercio Minorista que pondrá en marcha Sebastián antes de que finalice el año en curso.

Trimestralmente y a través de la página web del Ministerio -accesible para cualquier consumidor- se hará un seguimiento de un número todavía por determinar de alimentos básicos y que son muy frecuentes en la cesta de la compra.

La información permitirá al consumidor conocer de forma actualizada cuáles son los establecimientos más baratos, según qué artículos en su provincia, y también cuáles son los más caros. Paralelamente, el Ministerio hará el seguimiento de la evolución del precio de los alimentos frescos desde su origen hasta su llegada al canal de distribución minorista.

Aún se desconoce qué productos integrarán el anunciado observatorio. Sin embargo, la intención de Sebastián de hacer una comparativa de los precios de venta al público de las distintas cadenas de supermercados e híper ha hecho saltar la alarma en el sector de distribución, que defiende que «no se puede comparar los productos que vende un grupo con los de otro porque no son iguales».

En un producto juegan muchos componentes a la hora de marcar su precio: calidad, procedencia, calibre, composición... Además, en el sector de distribución se afirma que la comparativa será fácilmente manipulable, ya que los distintos grupos intentarán ofrecer unos precios atractivos en los alimentos que integren el observatorio. Sin embargo, los menores márgenes en estos artículos se compensarán en otros.

Además, en la distribución se afirma que no tiene sentido hacer un observatorio trimestral, ya que entre el periodo de tiempo de recogida de los datos y que se hagan públicos, puede haber importantes variaciones de precios, especialmente en los productos frescos.

En el sector de la distribución se apunta, asimismo, que para que la comparativa sea efectiva se deberán identificar los distintos operadores de distribución que trabajan en cada provincia, ya que las cadenas varían dependiendo qué regiones y ciudades. Pese a la complejidad de elaborar un observatorio de precios completo que sirva de guía para el consumidor y a la oposición del sector de distribución a que se hagan comparativas entre ellos, Sebastián está decidido a ello.

«Estoy firmemente comprometido a mejorar la información que disponen los consumidores sobre los precios de los alimentos», anunció el titular de Industria a principios de octubre en Asamblea General de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Asedas).

La puesta en marcha del observatorio de precios, una de las promesas electorales de José Luis Rodríguez Zapatero, viene después de más de un año de subidas de los alimentos. Algunos productos básicos como la leche, el aceite de girasol o los limones han llegado a dispararse más de un 30% en los 12 últimos meses y la cesta de la compra se ha encarecido por encima del 10%.

CARMEN LLORENTE Diario *El Mundo* 15/09/2008

Propuesta de corrección

Introducción (una frase)

- Artículo del segundo diario más vendido en España, publicado en Septiembre de 2008, problema del encarecimiento de la vida y de los desajustes entre costos de producción y precios de venta.

Dar cuenta del texto

los hechos : El ministro de Industria, Turismo y Comercio pretende publicar en Internet la lista de los Super e Hipermercados que venden barato o demasiado caro.

las causas y los orígenes : promesa electoral (2008) del candidato ZP – un año de subidas de los precios de los alimentos – desproporción impresionante entre los precios para algunos productos básicos.

las consecuencias y las perspectivas :

1. creación de una lista (no determinada de momento) de productos básicos observados por el ministerio
2. Publicación periódica en la Web del ministerio de un comparativo entre diferentes cadenas de distribución para que los consumidores puedan saber quién vende más barato.
3. reacción de protesta del sector, que arguye que un mismo producto no puede ser comparado de una cadena a otra, puesto que intervienen diferentes factores como los circuitos de distribución o la situación geográfica.
4. posibilidad (según el sector de la distribución) que se manipulen los precios, bajando artificialmente los de los productos de la lista del ministerio para subir otros.

Pistas de comentario

1. El comercio moderno con la concentración de los circuitos entre unos pocos y los consecuentes abusos ente lo que cobra el productor y lo que paga el consumidor
2. Voluntad del gobierno español algo populista.

pistas de conclusión

¿eficacia de la medida?