

CONSUMO

ÚLTIMA HORA

El precio del aceite de oliva acumula una subida anual del 73 %

El precio del aceite de oliva virgen extra continúa su escalada y acumula un incremento del 72,8 % desde febrero de 2023 al mismo mes de este año, según el estudio de Facua en el que analiza la evolución de los precios en el último año en una serie de productos básicos afectados por la rebaja del IVA. La subida más elevada fue la del litro de virgen extra Carbonell en Eroski, del 171,4 %, según el estudio de Facua, que tuvo en cuenta 58 precios de diferentes formatos a la venta en ocho grandes cadenas de distribución del país: Mercadona, Carrefour, Eroski, Alcampo, Hipercor, Lidl, Aldi y Dia. Además, el aceite de oliva virgen extra subió un 4,3 % en los puntos de venta en el último mes y el producto que más se encareció entre enero y febrero de 2024 ha sido el virgen extra Alcampo Gourmet Arbe-

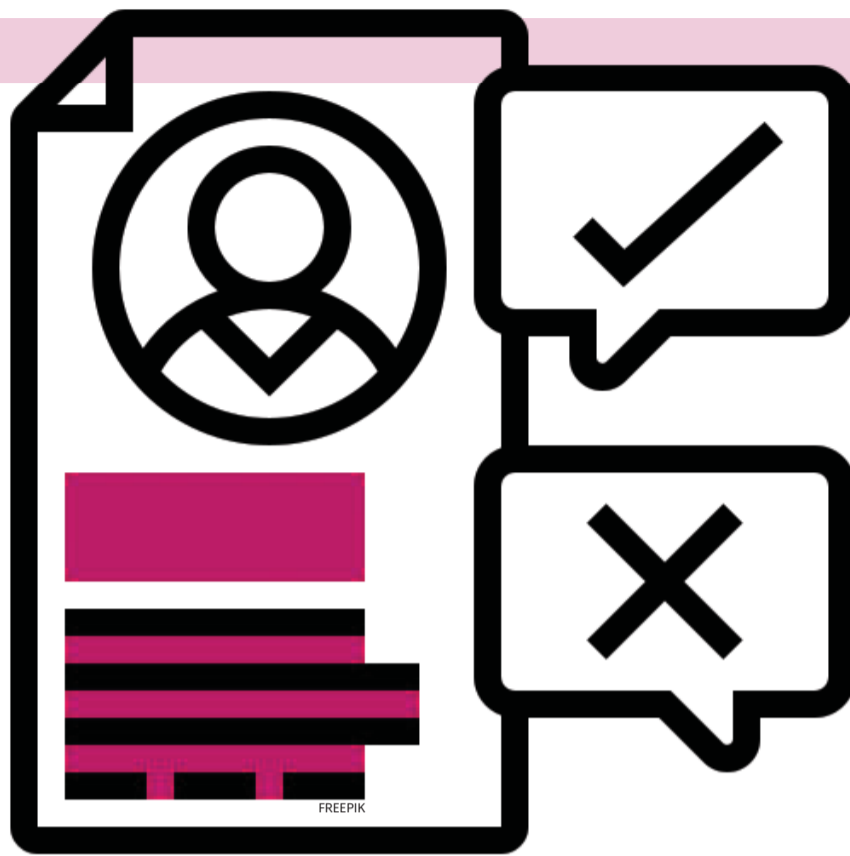


EFE/DANIEL GONZALEZ

quina en formato de 500 mililitros, que pasó de 6,24 a 9,94 euros (un 59,3 % más caro). Sin embargo, el aceite de girasol fue el producto que más bajó, un 27,8 % de media, y el mayor descenso se ha dado en el litro de aceite de girasol Ondosol en Alcampo, que ha pasado de 3,14 euros en febrero de 2023 a 1,99 euros en febrero de 2024 (un 36,6 % menos).

Los limones, por su parte, acumulan una bajada del 11,3 % en los últimos doce meses mientras que la malla de naranjas de 4 kilos cuesta actualmente un 9,6 % menos que en febrero del año pasado.

Otros productos analizados por Facua y que registraron un fuerte incremento de precio, del 37 %, fue el kilo de manzanas fuji, así como la bandeja de fresas de 500 gramos, que aumentó su precio en los supermercados un 27,5 % en los últimos doce meses. ● EFE



Ropa de moto por internet

La empresa tardó en contestarle y no le ponían solución a su problema

Hoy os acerco el caso de Jesús, quien realizó una compra por internet de unas botas de piel y un pantalón en una tienda especializada en ropa y accesorios para motos.

El pedido llegó correctamente en unos días. Las botas le iban bien, pero el pantalón era excesivamente grande a pesar de que para seleccionar la talla había utilizado la guía de talla de la página web de la tienda.

Jesús revisó la página web donde lo había comprado y encontró una condición que informaba sobre cambios y devoluciones. Decía así: "En el caso que necesite sólo un cambio de talla contacta con nosotros. El primer cambio de talla lo realizamos gratuitamente siempre con el producto bien embalado y con la factura dentro para poder identificar el paquete".

Así que contactó con el número de teléfono indicado y solicitó el cambio de talla gratuito tal como indicaban en las condiciones de venta.

Una vez que consiguió contactar con la tienda, le informaron de que no había ningún problema: disponían de la talla que solicitaba y en unos días lo recibiría en su domicilio. Él, a su vez, debía tener preparado el pantalón que devolvía bien empaquetado.

Los días pasaron y no recibió el nuevo pantalón, realizó muchas llamadas que no le respondieron. Localizó un número en la web y les escribió reclamando la entrega del pantalón. Le respondieron que la talla elegida ya no estaba disponible y que podía elegir otro modelo.

Jesús revisó la web y eligió otro pantalón de precio superior. Pidió este pantalón abonando la diferencia de precio y así finalizar con el problema. La tienda le dijo que en 3-4 días recibiría el nuevo producto. Pero el producto no llegaba y volvió a reclamarlo. Tardaron en responder y cuando lo hicieron le dijeron que el producto estaba agotado, sin solución alguna. Él revisó la web y comprobó que los pantalones elegidos seguían estando disponibles en su talla.

Jesús presentó una reclamación en la Oficina Municipal de Información al Consumidor del Ayuntamiento de Huesca, y desde aquí realizamos una mediación amistosa con la tienda web. La tienda ha incumplido todas sus condiciones de venta y devolución, por lo que reclamamos el reembolso del importe del pantalón. La respuesta final de la empresa fue que al recibir nuestra reclamación contactaron telefónicamente con el cliente para solventar la incidencia.

Unos días después Jesús contactó con la Omic, para informar que ya había recibido el reembolso de 48 euros del pantalón devuelto. ●



Casos similares pueden tener soluciones diferentes. Para cualquier consulta o duda estamos en el Ayuntamiento de Huesca, en el teléfono 974 292 135.

Oficina Municipal de Información al Consumidor: ¡Estamos para ayudarte!

BREVES

Solución a los afectados por el cierre de Lo Mónaco

Los afectados por el cierre de Grupo Lo Mónaco, empresa especializada en la venta de colchones, pueden presentar una reclamación para solicitar la devolución del dinero si han comprado un artículo y no lo han recibido aún, informó Facua. Asimismo, tienen derecho a exigir la cancelación de las posibles financiaciones vinculadas a estos artículos. Ante esta situación, la empresa está obligada a cumplir con los compromisos que adquirió, por lo que en caso de que finalmente no vaya a entregar los productos ya pagados, "deberá reintegrarles el importe de los mismos". Por ello, Facua recomendó a los afectados formular su reclamación contra Grupo Lo Mónaco exigiéndole cumplir sus obligaciones. Aconsejaron a los afectados que conserven toda la documentación relativa a los pagos realizados. ● E. P.

La inflación ahoga a las familias españolas

Los hogares españoles recurren, en mayor medida que en la UE, al crédito y a incrementos en su oferta laboral buscando un segundo trabajo o trabajando más horas como vías para amortiguar el impacto del incremento de los precios sobre el consumo, especialmente en el caso de las familias con colchones de liquidez reducidos. El artículo del Banco de España titulado 'La reacción de los hogares ante el repunte de los precios en España y en la UEM' refleja que, ante el reciente episodio inflacionista, las familias emplearon diferentes estrategias para adaptar sus decisiones de consumo, ahorro y oferta laboral al repunte en los precios. Las estrategias más utilizadas para hacer frente al repunte de los precios fueron la búsqueda de mejores alternativas de compra (por ejemplo, ofertas), y la reducción de los niveles de ahorro y de gasto, tanto en España como en la Unión Económica y Monetaria de la Unión Europea (UEM). ● E. P.