

La cesta de la compra navideña se encarece para los celíacos

La desigualdad a la hora de realizar las compras continúa para el colectivo celíaco, que tiene que sufrir grandes diferencias en el precio entre productos con gluten y sin gluten, típicos de estas fechas como son los dulces navideños

Si la cesta de la compra mensual de un celíaco aumenta en 127€ con respecto a la de una familia que no tiene un miembro con celiaquía, según el informe anual de precios que publica la Federación, cuando llega la Navidad esta diferencia aumenta de forma destacada por los productos típicos de estas fechas. De esta forma una familia que tiene una persona con la enfermedad celiaca se encuentra con un aumento de entre 2 y 3 euros aproximadamente para productos como turrone y mazapanes, y de hasta 6 euros en los tradicionales Roscones de Reyes.

El colectivo celíaco sigue sufriendo destacadas desigualdades, principalmente en la carestía de los productos que se compran en estas fechas como son los polvorones, mazapanes, turrone, etc. La Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE) continúa en su lucha para conseguir que estas diferencias desaparezcan y que los productos sin gluten tengan un precio más asequible para todos los bolsillos.

Los celíacos deben seguir un régimen estricto exento de gluten para evitar desarrollar enfermedades asociadas a su consumo, y deben sustituir algunos alimentos por productos especiales sin gluten que tienen un precio más elevado que los alimentos que lo incorporan. Aunque en los últimos años han aumentando las empresas que se dedican a la fabricación de estos productos, todavía queda mucho por avanzar para conseguir unos precios equitativos en productos con gluten y sin gluten.

“Desde FACE queremos luchar por eliminar estas barreras que dañan la situación personal y económica de los afectados por la enfermedad celiaca. Luchamos por conseguir unas ayudas que les permitan hacer frente a estos gastos extraordinarios, además de reducir los precios de estos productos y que la cesta de la compra de un celíaco no sufra este incremento tan significativo” afirma Marta Teruel, gerente de FACE.
