

Para los celíacos y diabéticos comer es casi un lujo

Un alimento sin gluten cuesta hasta un 1.000% más que el convencional

Las asociaciones reclaman más ayudas de la Administración

Antía Díaz Leal

■ Si cualquier familia media tiene que hacer números para llegar a fin de mes, en los hogares en los que vive algún celíaco, un diabético o una persona con necesidades alimenticias especiales, la cosa se complica. Y es que los precios de los productos sin gluten o sin azúcar son más altos que los habituales.

Hace un mes, la Federación de asociaciones de celíacos de España (FACE), lanzaba un nuevo informe de precios, el correspondiente al 2006, en el que se evidenciaba la diferencia de precios entre los alimentos con gluten y los sin gluten — los que tienen que consumir las personas celíacas como único tratamiento eficaz—. Y el balance habla de diferencias que pueden llegar a superar el 1.100%.

Desde la FACE, Carlos Bravo recuerda que en España no existe ningún estudio que cuantifique cuántas personas están afectadas por esta enfermedad. Para Bravo, «cuando se sepa cuántos son, el mercado podrá regularizarse». Pero además, la asociación pide al Estado «que ayude a las empresas para que fabriquen productos sin gluten». Las ayudas estatales podrían alcanzar, además, a los propios afectados. «En países como Francia o Italia», explica Bravo, «el



S. M. AMIL

Estantería con productos de alimentación dietéticos, en un local de Santiago

médico te hace recetas para alimentos básicos»

Sin azúcar, más caros

Quienes también se enfrentan a las diferencias de precios a la hora de hacer la compra son los diabéticos: los productos sin azúcar más cotidianos pueden llegar a costar el doble que los azucarados. «Mientras que los productos que tienen azúcar se puede encontrar en todas las marcas, no todas fabrican sin azúcar», dice José Martínez, presidente de la Asociación de diabéticos de Ferrolterra. A pesar de las diferencias, Martínez reconoce que los precios

han bajado en los últimos años. Y la razón hay que buscarla en el crecimiento del mercado de los productos dietéticos: no sólo los diabéticos buscan productos sin azúcar, lo que ha contribuido a una bajada de precios que, aún así, no es suficiente.

Pero a la diferencia en el gasto hay que sumar dos inconvenientes más: por un lado, los problemas para encontrar estos productos (sobre todo, sin gluten) en todas las localidades, fundamentalmente en las más pequeñas. Y por otro lado, la batalla de las etiquetas. Los celíacos reclaman etiquetas que garanticen que ese pro-

ducto tiene una cantidad de gluten que no supere las 20 partes por millón, cuando muchos productos que hoy se publicitan como libres de gluten, alcanzan hasta las 200 partes. En el año 98, la federación española creó el sello de calidad «Controlado por FACE», que garantiza a los consumidores que ese alimento contiene la cantidad mínima de gluten.

Pero también los diabéticos reclaman etiquetas más claras: José Martínez advierte de que «muchos productos se publicitan como sin azúcar, pero no incluyen una tabla nutricional», explica.