



Agricultores y empresas, enfrentados por los precios de frutas y hortalizas en origen y destino

# Lo que va del campo a la mesa

## Reportaje

ANTONIO TRIVES  
MADRID

Comparamos un kilo de productos para elaborar una ensalada clásica (cebolla, tomate, lechuga, zanahoria y pepino). Al menú le sumamos una fruta típica en verano (melocotón, melón y sandía). Supongamos que lo compramos al mismo precio al que los agricultores lo venden. Pagaríamos unos 1,40 euros, según el Índice de Precios en Origen y Destino (IPOD) correspondiente a julio, elaborado por la Unión de Consumidores de España (UCE), la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos, y la organización de consumidores CEACCU. Sin embargo, la misma compra en una gran superficie cuesta 9,92 euros, siete veces más. La diferencia reside en la cadena agroalimentaria, cuestionada por organizaciones agrícolas por los costes “injustificados” que genera.

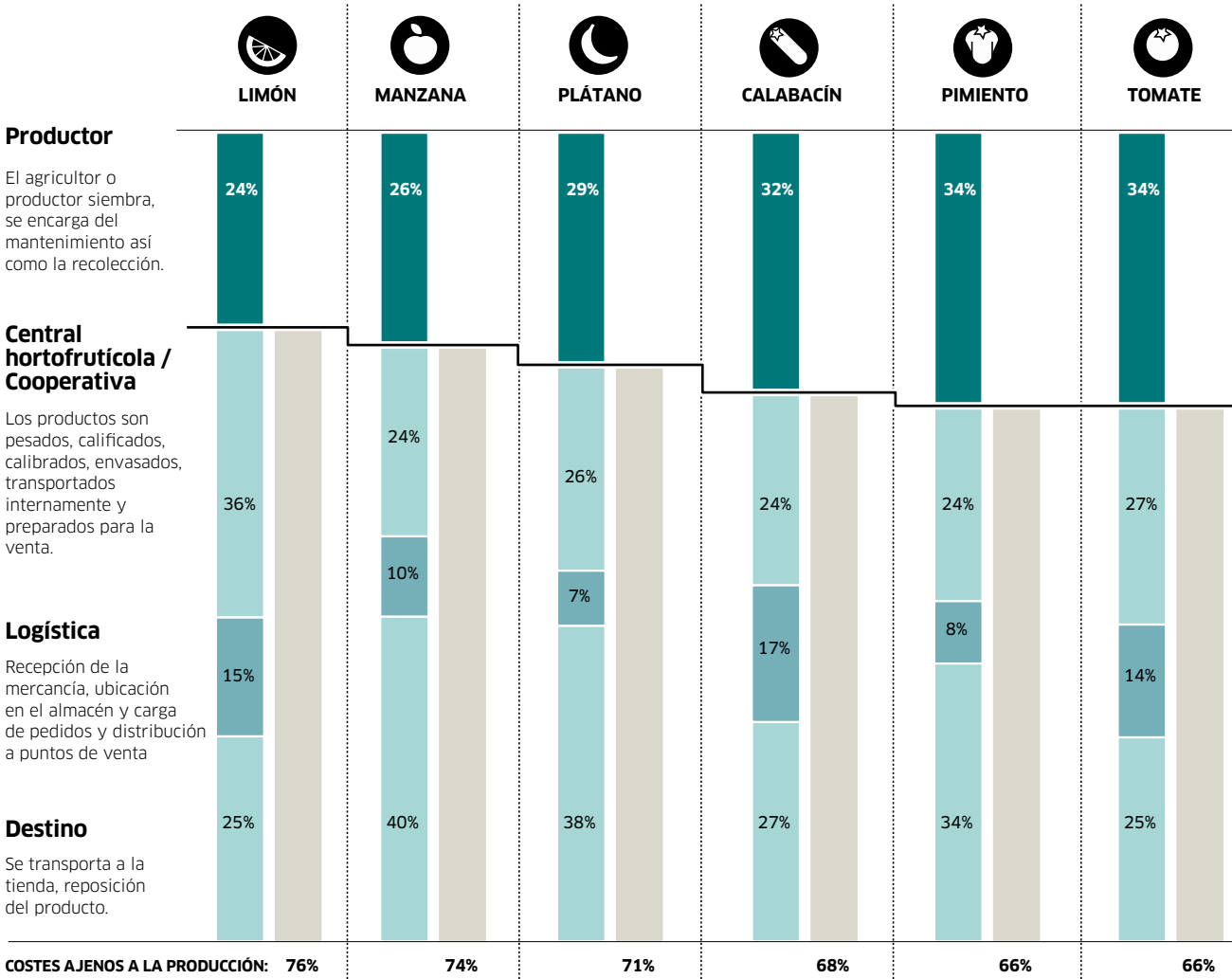
Tradicionalmente los productores suministraban a las cooperativas y centrales hortofrutícolas. A continuación los mayoristas compraban las hortalizas para venderlas en los diferentes Mercas. Aquí acudían frutereros y el comercio pequeño. Esta cadena se mantiene, pero ha irrumpido con fuerza las grandes distribuidoras de alimentación. La mayoría de estas empresas no acuden a los mayoristas y lo hacen directamente a la central hortofrutícola. Cada vez se tiende más a comprar en origen y a establecer acuerdos con proveedores únicos. Acuden a ellos porque les ofrecen las grandes cantidades que necesitan, y así ahorrar intermediarios, según representantes del sector.

### Costes en la cadena

Las fases de esta cadena se fragmentan en producción-comercialización en origen-comercialización en destino-venta en tienda (los dos últimos englobarían a las grandes distribuidoras alimentarias). En algunos productos también hay que incluir el proceso de envasado en el centro de la cadena.

Sigamos la cadena del tomate. En el primer eslabón, los productores atienden a los gas-

## Cómo se incrementa el precio de las hortalizas y frutas en cada fase



FUENTE: OBSERVATORIO DE PRECIOS DE LOS ALIMENTOS

infografia@publico.es

## Las distribuidoras alimentarias acuden cada vez más a proveedores únicos

## Según COAG la diferencia de precios en origen y destino es abusiva

tos de siembra, cultivo, mantenimiento, mano de obra, recolección y transporte a la central hortofrutícola o cooperativa. Con todo esto, obtienen un beneficio neto de entre 0,007 y 0,0013 euros por cada kilo. En la siguiente etapa, los costes están referidos a la confección, gastos generales y mermas (pérdidas o reducción de ciertos productos). El beneficio neto que obtienen las cooperativas y centrales hortofrutícolas es de 0,029/0,044 euros.

Las grandes distribuidoras acuden a este punto y se hacen con el producto (fase de comercialización en destino). El transporte a la plataforma, la recepción y almacenaje, el transporte a la tienda, mermas, costes generales y mano de obra son los elementos que provocan la subida de precios. En este último paso se obtienen 0,130/0,192 euros de beneficio neto.

En la mayoría de estos alimentos, el precio final proviene proporcionalmente de las tres grandes fases de la cadena. Pero en el caso de alimentos perecederos, como los tomates, casi un 40% del precio final proviene de las fases donde intervienen las grandes distribuidoras. Esto se justifica “ya que hay un importante porcentaje de mermas y se necesitan muchos más cuidados y costes”, según expertos del sector.

Responsables de organizaciones agrícolas responsabilizan de los sobrepuestos a las grandes distribuidoras porque

“determinan el precio al consumidor y de ahí van hacia abajo, ejerciendo una presión al resto de los componentes de la cadena provocando el descenso del precio a los productores”. Por ello consideran que se trata de una situación de “desequilibrio, injusticia y abuso por parte de las grandes distribuidoras que ha provocado que los consumidores paguen más y los productores no cubran los costes”, afirma el responsable de rentas de COAG, Andoni García.

Por su parte, fuentes de una patronal de las grandes superficies alimentarias se defiende al remitirse a todos los costes que hay en la cadena. Además, considera que “el problema es de la estructura de la producción, en vez del funcionamiento del mercado”.

Ignacio Cruz Roche, presidente de Mercasa y Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados, en un artículo publicado en *Cataluña Económica*, argumenta que

“los productos de menor precio en origen (como el limón o la naranja) experimentan un mayor incremento porcentual que los de mayor precio, como la judía verde”. Según el catedrático, esto se debe a que “determinados costes, como el transporte, dependen del peso transportado y no del valor”. Es determinante el tipo de productos, ya que algunos al tener un periodo de venta más corto por su deterioro, suponen un riesgo empresarial para las distribuidoras. Es uno de los justificantes que emplean las patronales de las grandes superficies para determinar el precio.

Las organizaciones agrícolas consideran que “este diferencial no está justificado”, y exigen que se garantice la transparencia en la cadena. A este hilo, Andoni García añade que en los últimos siete años “ha habido un 27% de rentas perdidas por la bajada de los precios al productor”. \*

### COSTA VERDE VALORES, SICAV, S.A.

El Consejo de Administración ha acordado convocar a los señores accionistas de la sociedad a la Junta General Extraordinaria de accionistas que se celebrará en Madrid, en el domicilio social de la calle María de Molina, número 39, el próximo día 15 de septiembre de 2011 a las 10:00 horas, en primera convocatoria o, en segunda convocatoria, el siguiente día 16 de septiembre de 2011, en el mismo lugar y hora, al objeto de deliberar y resolver acerca de los asuntos comprendidos en el siguiente

#### ORDEN DEL DÍA

Primero.- Disolución de la Sociedad de conformidad con lo establecido en el artículo 368 de la Ley de sociedades de capital.

Segundo.- Cese del Consejo de Administración y nombramiento de liquidadores.

Tercero.- Aprobación del balance de disolución. Liquidación simultánea a la vista del balance.

Cuarto.- Aprobación del balance final de Liquidación. Aprobación del informe completo sobre operaciones de liquidación. Determinación de la cuota de liquidación y reparto del haber social. Adjudicaciones no dinerarias a los socios, en su caso.

Quinto.- Solicitud de exclusión del régimen de Instituciones de Inversión Colectiva-SICAV. Solicitud de baja en el Registro Administrativo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores. Exclusión de negociación de las acciones de la Sociedad en el Mercado Alternativo Bursátil.

Sexto.- Revocación de la designación de la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores, S.A. (IBERCLEAR) como entidad encargada de la llevanza del Registro Contable.

Séptimo.- Revocación de los contratos de gestión y depositaria y resto de contratos vigentes. Revocación de poderes.

Octavo.- Aprobación, en su caso, de la gestión del liquidador. Manifestaciones del Sr. Liquidador.

Noveno.- Autorización para documentar, ejecutar y, en su caso, subsanar los acuerdos de la Junta.

Décimo.- Ruegos y preguntas.

Undécimo.- Redacción, lectura y aprobación del Acta de la Junta.

De acuerdo con lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital, a partir de la presente convocatoria cualquier accionista podrá obtener de la sociedad, de forma inmediata y gratuita, los documentos que han de ser sometidos a la aprobación de la Junta, así como a examinar en el domicilio social el texto íntegro de las modificaciones estatutarias en su caso propuestas y el informe sobre las mismas y de pedir la entrega o el envío gratuito de dichos documentos. Igualmente, se recuerda a los señores accionistas el derecho de asistencia que podrán ejercitar de conformidad con los Estatutos sociales y la legislación vigente.

En Madrid a 4 de agosto de 2011.  
La Secretaria del Consejo de Administración.  
Amaya Navazo Rui-Wamba.

Teléfono de atención al lector

902 012 031

Público