El precio del Plátano de Canarias baja un 35% para el consumidor

El año 2022 ha finalizado dibujando una pronunciada curva descendente en cuanto al precio al consumidor del Plátano de Canarias se refiere. A partir del mes de agosto, pico máximo ascendente (3,29€/kilo de precio medio en la Península), el PVP medio del plátano ha ido en descenso, alcanzando actualmente su punto más bajo. Concretamente, el precio por kilo al consumidor está establecido hoy en 2,05€ de media. Un descenso del 18% si lo comparamos con su precio en el mismo mes de 2022 y una bajada del 35% de su precio desde su punto más alto a mediados de 2022.

La pérdida de más de 70 millones de kilogramos de producción con motivo de la erupción volcánica en La Palma en 2021 tensionó el mercado del plátano durante buena parte del año 2022. Sin embargo, la recuperación de parte de la producción perdida por la erupción del volcán de La Palma gracias a un clima con temperaturas más elevadas de las habituales en el último trimestre de 2022 ha generado una caída muy rápida y significativa de su precio.

Una caída que no ha sido equilibrada, pues afecta principalmente a los productores, debido a la falta de agilidad en el traslado de la reducción de precios en origen a los precios al consumidor, lo que está generando fuertes pérdidas a los productores.

A pesar de que se espera que la subida de precios de los alimentos en general se mantenga en este comienzo de año, los plátanos de Canarias materializan hoy una bajada del 35% de su precio desde su punto más alto a mediados de 2022.

En palabras de Domingo Martín, presidente de ASPROCAN (Asociación de Organización de Productores de Plátano de Canarias): “como consecuencia de la pérdida de producción causada por la erupción de La Palma y los altos precios derivados de la misma, en el año 2022 fue inevitable una pérdida de cuota de mercado en favor de la banana, que salió beneficiada del ensanchamiento de la demanda que habíamos venido logrando en los últimos años. No ha sido hasta final del año cuando comenzó a reducirse el precio en los puntos de venta, a pesar de que los productores ya percibían un precio sustancialmente inferior meses antes. **Es imprescindible que los cambios de precio en origen se vean repercutidos al consumidor de forma rápida y con márgenes más razonables para todos los eslabones de la cadena**.”