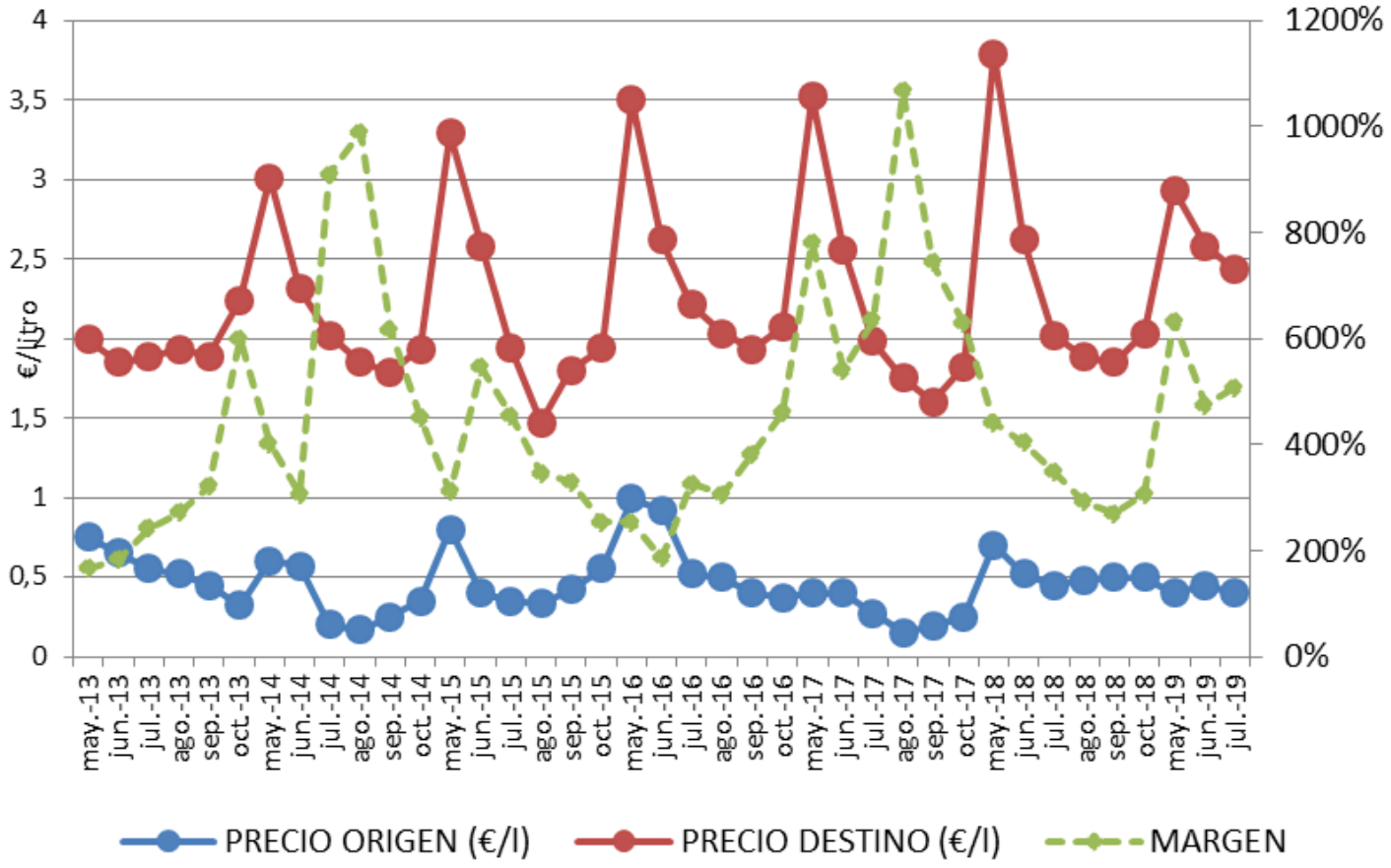
Fruta de hueso: un 600% más cara del campo a la mesa



Las grandes cadenas distribución no están trasladando al consumidor en toda su magnitud la bajada de precios que sí están aplicando al agricultor. El resultado, un diferencial que roza el 600% del árbol a la mesa.

El balance que arroja la primera mitad de la campaña de fruta de hueso resulta desolador para los productores. El análisis del Departamento de Economía Agraria de COAG subraya los efectos de la nueva estrategia de las grandes cadenas de distribución: **fruta de hueso más barata al consumidor, ruinosa para el agricultor pero más beneficiosa para intermediarios y grandes superficies.** "*Supone una vuelta de tuerca más. Los productores de fruta "financiando" la nueva estrategia de las cadenas de distribución: fruta más barata desde el inicio de la campaña de verano (mayo) para que ese suelo marque la tónica en los meses restantes y les facilite ganar cuota de mercado en frescos respecto al comercio tradicional. De esta manera, se pierde el*

denominado "efecto de entrada" y la rentabilidad de las zonas de producción más tempranas que solía ser habitual, por no hablar del resto de zonas que entran en el mercado cuando se generaliza la campaña", ha afirmado David Borda, responsable del sector de fruta dulce de COAG.

Los datos en el campo son más que elocuentes. El precio de salida en mayo ha sido en un 43% menor en melocotón que la media de los años 2013-2018 y un -47% en nectarina. "*Las gigantescas centrales de compra de la distribución europea han ejercido una mayor presión a la baja en los precios manteniendo los niveles de importaciones de fruta tropical y su presencia en los lineales en las semanas clave en las que salen al mercado las primeras partidas de fruta española",* ha apuntado Borda.

El consumidor sí ha podido acceder a fruta más barata, (en mayo de 2018 el melocotón empezó a venderse en destino a 3,79 €/kg, mientras que en la presente campaña se ha situado en 2,93 €/kg), datos que contrastan con los datos del IPC publicado el pasado 13 de agosto**.** En lo que va de campaña (mayo-julio) los precios en el campo se han situado por debajo de la media de los mismos meses en las campañas 2013-2018, (-26% en melocotón y -27% en nectarinas, según el Índice de Precios Origen-Destino IPOD), mientras que los costes han crecido, de forma especial en el capítulo de mano de obra. El propio Ministerio de Agricultura, en su último boletín de análisis de la campaña de fruta de hueso (semana 30), sitúa las cotizaciones en origen de melocotón un 12% por debajo de la media de los últimos 5 años y un -24% respecto a 2018.

Aún así, **si analizamos el diferencial de precio entre el árbol y la mesa**, podemos observar cómo en lo que va de campaña 2019, el margen medio origen-destino se ha situado en un 538% para melocotón y un 543% para nectarina, con niveles máximos en el mes de mayo de 633% y 643% respectivamente. Tal y como se puede observar en la siguiente tabla, diferenciales claramente por encima de la media de las últimas 5 campañas*. "Es decir, no están trasladando al consumidor en toda su magnitud la bajada de precios que sí están aplicando al agricultor"*, ha puntualizado el responsable de fruta de COAG*.*

Tabla 1 - Promedio del margen de mayo a julio entre precio origen-destino

	Melocotón	Nectarina
2013/2018	**413%**	**385%**
2019	**538%**	**543%**

Tras varios años en los que los precios a los agricultores/as en las distintas zonas de producción se han situado por debajo de los costes de producción, provocando la venta a pérdidas y llevando al abandono de explotaciones familiares, la situación actual es muy complicada y las perspectivas para afrontar futuras campaña son muy negativas por falta de liquidez y el alto nivel de

endeudamiento. *“Se está acelerando un cambio de modelo en nuestro sector frutícola. Los grandes inversores y capitales ajenos al agro, que han aterrizado en este sector como un elefante en una cacharrería, quieren quitarse de en medio cuanto antes a las pequeñas y medianas explotaciones familiares para que no entorpezcamos el desarrollo de su hoja de ruta y sus ansiados dividendos”*, ha lamentado David Borda.