Nuestra fruta va de regalo, lo que pagas es el plástico

Por David Borda, Responsable del Sector de Fruta Dulce de COAG

Una campaña más – y ya van unas cuantas – fruticultores y fruticultoras no estamos obteniendo rentabilidad por nuestro trabajo y esfuerzo, en definitiva, por nuestra fruta. **Tenemos un sector que en lo macroeconómico va como un tiro.** Tanto la exportación, (creció un 20% en valor desde 2014 hasta 2018), como el valor de la producción (se ha incrementado un 38% entre 2013 y 2018, hasta alcanzar más de 10.300 mill€, siendo el sector más relevante de toda la agricultura española), o el empleo (con alrededor de 150.000 trabajadores directos)… **Pero el valor no llega al que cría la fruta.** La cadena de la fruta no genera valor para el agricultor, más bien lo destruye, porque nos están haciendo desaparecer. A las explotaciones familiares, tradicionalmente punta de lanza en el sector, nos llevan a la ruina y somos reemplazados por grandes extensiones e inversiones especulativas, con otra filosofía de funcionamiento. Este sector se caracterizaba por una media de edad más joven que el resto de la agricultura. Esto está dejando de ser así. Los jóvenes no quieren entrar. La rentabilidad no asegura el relevo generacional y agrava el problema de abandono del sector y despoblación del medio rural.

Ahora, n**uestra fruta va de regalo en un plástico o envase. El consumidor es lo que acaba pagando.** No paga los costes de producir la fruta, sino los costes y márgenes de todos los eslabones, menos los de los agricultores. Hemos construido una cadena de valor en la que el precio final incluye el envase, el plástico, el transporte, la manipulación, en definitiva, los costes de todos los eslabones de la cadena y, desde luego, sus márgenes, pero no incluye el valor de la fruta. ¿Se imaginan pagar los extras y que les regalaran el coche?.

En esta campaña 2019 los precios estamos percibiendo (en melocotón, un 26% por debajo de la media de las campañas 2013-2018, según el IPOD de COAG), son las peores cotizaciones medias para los agricultores desde 2013, si exceptuamos 2017. Mientras, el margen origen-destino se ha situado en un 538% para melocotón, claramente por encima de la media de las últimas 5 campañas (413%). Nosotros cobramos menos pero la cadena absorbe más valor.

Está claro que debemos producir fruta de calidad (sabor, calibre, firmeza…). Perfecto, eso sabemos hacerlo. Y lo hacemos. Ahora bien, los que compran en origen no lo pagan. Y como no se paga, cada vez hay menos calidad y más morralla. “Es lo que demanda el mercado, amigo”. Luego, que si el consumidor deja de comer fruta porque lo que hay en los lineales es un horror… La pescadilla que se muerde la cola. Agricultores/as cada vez vamos más ahogados y el recurso es producir más kilos con menos costes, a costa de la calidad. Si hay que dar una sola pasada para recolectar, se hace. Se reducen costes de recolección, que no son moco de pavo y se han duplicado en 10 años, y se pierde calidad, porque da igual el punto de madurez. Se está extendiendo esta práctica de las grandes extensiones y grandes empresas que no cuidan la calidad y buscan kilos a bajo coste. Y esta batalla la tenemos perdida frente a las producciones de terceros países.

Debemos poner en valor la fruta por sí misma para que el consumidor la pueda “*a-preciar*” cuando le llegue. Para ello, tienen que cambiar muchas cosas. El cambio debe ser profundo y lo primero es decidir si queremos una agricultura con agricultores o una agricultura con grandes empresas y empleados en el campo. Nosotros lo tenemos claro: la empresa familiar, los agricultores profesionales queremos seguir produciendo fruta. Ahora, las administraciones deben aclararse y dejar de decir una cosa y mientras poner la alfombra roja a las grandes empresas y al sector comercial.

En el terreno de lo concreto es necesario adoptar medidas legales que permitan que cobremos por el valor que generamos. Hay muchas opciones pero, por ejemplo, la ley de cadena debe ir más allá y defender los precios del eslabón más débil, porque nuestras comercializadoras en origen no son capaces de respetar nuestros costes de producción frente a la distribución comercial, que no piensa en la sostenibilidad futura de la cadena, sino únicamente en su rentabilidad inmediata. También se debe impulsar la cosecha en verde y no cosecha, medidas que tienen un mayor efecto y más ágil sobre el mercado porque el producto no llega a la central y no ejerce un efecto de “presión” para darle salida, lo que redunda en la renta del productor por producirse un incremento

de precio al reducirse la oferta, pero también por soportar un menor gasto en el proceso. Finalmente, tenemos que organizarnos en origen, sí. Pero por mucho que nos organicemos las empresas de distribución siempre serán menos y tienen la sartén por el mango. **Hay que regular. No queda otra.**