

Los precios de los cítricos se disparan del campo a la mesa en plena ola de consumo

La revalorización de la mandarinas pasa de los 0,3 euros en origen a los 2,5 euros que pagan los consumidores en las tiendas

José Luis Zaragoza | 07.04.2020 | 21:16

El 'efecto **coronavirus**' incrementa los precios de algunos alimentos hortofrutícolas. También la diferencia entre las cotizaciones en origen y los precios de venta al público se acentúa. Durante el mes de marzo se han multiplicado hasta por ocho en ese trayecto de la cadena alimentaria que transcurre desde que los cítricos salen del campo hasta que llegan a la mesa de los hogares, constata el Índice de Precios en Origen y Destino de los alimentos (IPOD), publicado ayer y que mensualmente elabora la organización agraria Coag y las asociaciones de consumidores UCE y Ceaccu.



'Collidor' de cítricos en un campo de la Costera en una imagen de esta campaña. **perales iborra**

Entre esas revalorizaciones de alimentos básicos de la cesta de la compra destacan los agrios. Según el citado indicador de referencia para el sector, los precios de las mandarinas (variedades más tardías de la campaña) crecieron 7,73 veces del campo a la mesa al pasar de los 0,33 euros en origen hasta 2,55 euros en el punto de venta al público. Eso supone un 673% más. En los cultivos cítricos, las naranjas también multiplicaron su precio por más de seis veces porque oscilaron de 0,27 euros que percibió de media un agricultor hasta 1,82 euros pagados en los establecimientos abiertos al público.

A pesar de la Ley alimentaria

Esta brecha de precios se produce a pesar de que el Gobierno moviera ficha y aprobara, el pasado 25 de febrero, un real decreto de medidas urgentes para modificar la Ley de la cadena

alimentaria tras las sonadas y masivas protestas de los agricultores, incluidos los de la Comunitat Valenciana -con movilizaciones históricas- a principios de 2020 en toda España. Entre otras medidas, el Ejecutivo de Pedro Sánchez obliga a incluir una cláusula en los contratos que indique expresamente que el precio pactado entre el productor y el comprador cubre costes de producción y prohíbe actividades promocionales que induzcan a error sobre el precio e imagen de los productos. También endurece las infracciones y hará públicas las infracciones graves o muy graves.

En estos tiempos de confinamiento y de pandemia, cuando se hundan las ventas del negocio agroindustrial dirigidas hacia el canal 'Horeca' (hoteles, restaurantes y cafeterías), según el informe de Coag, se aprecia una cierta «especulación» en el trayecto comercial de la naranja porque mientras que los precios en origen subieron un ligero 8 % al consumidor lo hicieron un 17%. Y en el caso de la mandarinas los precios finales aumentaron en un 45,7 %.

Entre el sector hortofrutícola «el producto que llama más la atención es la naranja, que ha sido una de las frutas con más demanda, ya que el consumidor parece haber apostado por productos con piel gruesa por prevención», recalca Andrés Góngora, responsable de frutas y hortalizas de Coag al tratar de buscar explicaciones a esta diferencia de márgenes entre origen y destino de las naranjas y la mandarinas.

Lo que también se dispara es la compra de alimentos en general. Según el informe facilitado ayer por el Ministerio de Agricultura esta se sitúa en un aumento del 17,6 % durante la tercera semana de confinamiento, respecto a la anterior.

Sea como fuere, tal como reconoce la propia administración como las principales cadenas de distribución comercial existe una «normalidad» en el abastecimiento de alimentos y en esta semana se ha percibido una disminución en el número de visitas a los supermercados y tiendas de alimentación.

Además, se vuelve a registrarse un repunte del consumo de frescos. La carne crece un 29% y la del ovino se dispara un 31%. El pescado cae un 4%, aunque el pescado congelado crece un 18%. Y se multiplica por cuatro el consumo de harinas en los hogares, que apuestan por hacer pan y repostería.