

El Tema del Día El impacto del Covid-19

La alimentación se encarece hasta un 46% por el aumento de los costes

Las grandes superficies y los supermercados eliminan todas las ofertas y promociones

Las empresas de distribución aseguran que sus márgenes de rentabilidad están bajando

Javier Romera MADRID.

El Gobierno lo niega, pero basta con salir a hacer la compra o realizar un pedido *online* y comparar. El precio de los alimentos se está disparando como consecuencia de la crisis causada por el coronavirus. En marzo se registraron subidas de hasta el 46% y lo peor es que puede ser solo el principio, porque desde el sector primario y las organizaciones de consumidores alertan ya de que en abril la escalada va a más.

Aunque las empresas de distribución no están subiendo los márgenes, la falta de mano de obra en el campo, pese a las promesas del Ministerio de Agricultura de llevar parados a la recolección de las cosechas, unida a los problemas de abastecimiento de determinadas materias primas y al coste logístico, pasan ya factura.

En el caso de la carne, el aumento de precio en tan solo unas semanas ha sido del 6,4% en el caso del cerdo; del 2,5% en el del pollo y del 1,8% en el del conejo. En la misma línea, los huevos han subido un 3,52%, el aceite un 0,3% y la leche, en cambio, permanece estable. Son subidas que afectan a productos de primera necesidad y que se agudizan, además, por la desaparición de todo tipo de ofertas y promociones en los lineales de las grandes superficies y los supermercados.

De acuerdo con un informe realizado por Coag, en marzo los mayores incrementos los registraron las frutas, verduras y hortalizas. Así, las mandarinas subieron un 45,7% respecto al mes anterior, el repollo un 28,2%, las zanahorias un 21,57%, las berenjenas casi un 20%, las naranjas un 17,42%, los pimientos casi un 14% y los plátanos un 12%.

La postura de las empresas

Angeled, la patronal de El Corte Inglés, Carrefour, Eroski y Alcampo, entre otras compañías, admite las subidas, pero insiste en explicar que no hay ninguna estrategia comercial detrás. "Es algo que se debe al encarecimiento de los costes logísticos o a los problemas con determinadas materias primas, ya que en ningún momento ha habido una subida de los márgenes por parte de la gran distribución".

Ignacio García Magarzo, director general de Asedas, la asociación que representa a compañías como Mercadona, Dia o Ahorramás, niega,

La subida de los precios de los alimentos en marzo por el coronavirus

Datos en euros por kilo/litro



FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

PRODUCTO	FEBRERO	MARZO	VARIACIÓN (%)
Mandarina	1,75	2,55	45,70
Repollo	1,17	1,56	28,21
Zanahoria	1,02	1,24	21,57
Berenjena	2,10	2,50	19,05
Naranja	1,55	1,82	17,42
Pimiento verde	2,10	2,39	13,81
Plátano	2,10	2,31	11,90
Brócoli	2,71	2,90	7,01
Cebolla	1,30	1,39	6,92
Patata	1,29	1,32	2,32
Tomate	1,89	1,92	1,60
Acelgas	2,25	2,27	0,90

Fuente: Coag.



CARNES

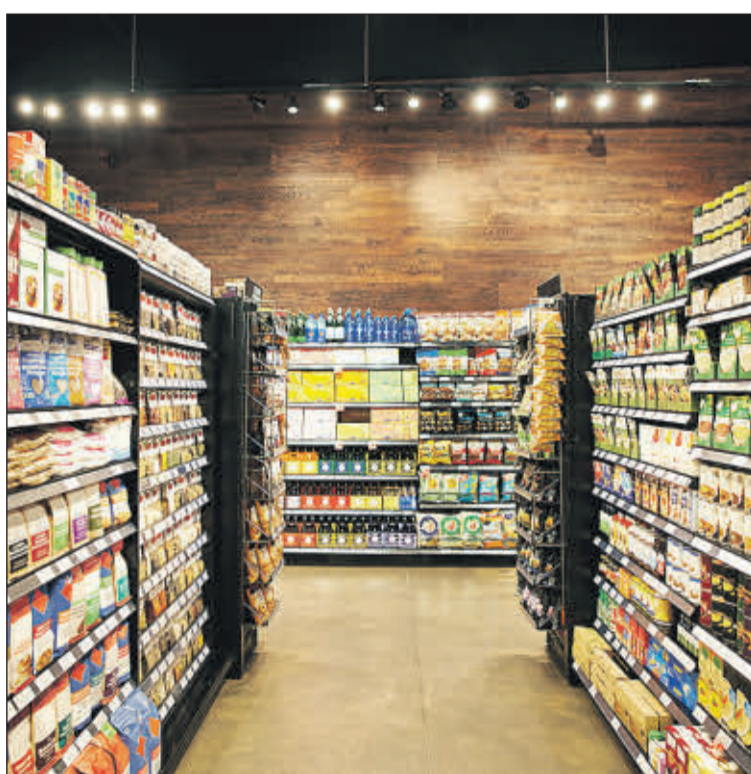
PRODUCTO	FEBRERO	MARZO	VARIACIÓN (%)
Cerdo	5,60	5,96	6,40
Conejo	5,55	5,65	1,80
Pollo	2,85	2,92	2,46



OTROS

PRODUCTO	FEBRERO	MARZO	VARIACIÓN (%)
Huevos	1,40	1,45	3,57
Aceite	3,86	3,87	0,30
Leche	0,73	0,73	0

elEconomista



Interior de un supermercado. ISTOCK

en cambio, que haya una subida generalizada de los precios. "Es posible que haya habido algún caso muy puntual, pero los precios están estables y los márgenes, además, están bajando", asegura García Magarzo.

Desde la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) sí que

detectan, en cambio, esa escalada, aunque resalta que no se da en todos los supermercados por igual. Esta organización apunta así, por ejemplo, la subidas del precio que están registrando ya las naranjas en Carrefour y Dia, las patatas en Dia o las conservas de pescado en El Corte Inglés.

Desde el sindicato agrario Coag advierten, además, que lo peor puede estar por llegar.

Subidas en origen

Andrés Góngora, responsable de frutas y hortalizas del sindicato agrario, indica "aunque no hay una subida generalizada, debido al cambio de tendencias en el consumo se están produciendo aumentos muy importantes en los últimos semanas en algunos productos, como el pepino, que se ha encarecido en origen un 40%, o el calabacín, que aunque ahora ha bajado algo, llegó a duplicar su precio, pasando de 70 céntimos a 1,5 euros".

Los agricultores insisten, en cualquier caso, en que frente a estas subidas hay otros productos que están bajando de precio y muestran su preocupación, por ejemplo, por determinadas frutas, como la sandía o el melón, que inician ahora su campaña. "Hay productos que la gente está dejando de comprar. En muchos casos, porque son muy perecederos, pero en otros no hay una explicación lógica y se van a perder muchas ventas", señala Góngora.

Los alimentos, en cualquier caso, se están encareciendo no solo por los problemas concretos que pueda haber por el abastecimiento, sino también por el hecho de que se hayan acabado las promociones y

ofertas en los lineales del súper o del hipermercado. "Las tiendas de alimentación están centradas en garantizar el *stock* de los productos y en que la logística funcione perfectamente.

Por eso, se ha optado por prescindir de las promociones, que en este momento no son una prioridad", asegura Patricia Daimiel, directora general de la consultora Niel-

Los agricultores dicen que hay subidas fuertes en el campo, pero también bajadas

sen. Las empresas insisten, en la misma línea, en que el consumidor no está buscando ahora ofertas, sino poder hacer la compra que desea y tener garantizado el abastecimiento necesario en casa.

Con la pandemia como telón de fondo, la demanda de determinados productos ha llegado a multiplicarse por tres o incluso por cuatro, lo que ha obligado a las compañías a replantearse toda la estrategia comercial. Ahora toca esperar, porque es probable que ya nada vuelva a ser como antes.