

## PROBLEMATICA EN LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS

A veces se habla de una reforma agraria como algo apremiante, pero indudablemente lo que es más urgente es una reforma de los canales de comercialización.

De qué sirve que labremos más o mejor, o que haya una nueva política de regadíos si con los precios que nos vamos a mover no nos va a compensar el trabajo.

El otro día me fijé en los precios (Cambio 16, num. 223) en los distintos escalones por los que pasan los productos hortofrutícolas, de los que sólo pongo 4 (en pts/Kg.):

	<u>Percibido por el productor</u>	<u>Pagado por el asentador</u>	<u>Pagado por el detallista</u>	<u>Precio al público</u>
Manzana	7,0	15,0	17,0	25,0
Cebolla	6,0	19,0	21,5	30,0
Patata	9,0	15,0	16,0	20,0
Tomate	9,0	15,0	17,0	24,0

El mayor margen se le lleva el detallista. También se ve que la diferencia de precios entre los de venta a público y agricultor son excesivos y lo lógico sería que el agricultor cobrase más y los precios de venta al público fuesen menores.

Sin embargo, parece ser que la especulación está bien alimentada y que en el precio de venta al público tiene mucho que ver el que haya numerosos establecimientos pequeños para efectuarla y estos no se pueden eliminar porque sí.

En cuanto al cereal, la desorientación siempre fue la nota. El cereal que mejor precio tenga, le siembra todo el mundo y preguntando a cualquier agricultor de cualquier parte de España te dirá que tendrá la cosecha regular o mala, para que se presuponga un mal año y un buen precio.

A todas estas variantes hay que añadir las variantes en las importaciones. La mayoría de las importaciones que se realizan en España tienen dos vertientes: una la de bajar el precio del producto en el interior y otro puede ser debido a las necesidades de una política de intercambio de productos con otros países, con el consiguiente perjuicio para la agricultura pero en beneficio del sector industrial que a los políticos les interesa dominar más.

A todo esto no vemos más que problemas, pero nosotros debemos movernos para buscar soluciones.

- Debemos tratar de formar un sindicato con verdadero derecho de veto sobre las importaciones o como controlador de éstas. Pero un sindicato hecho por nosotros, en el que todos los agricultores nos sintamos unidos y se exprese con cierto poder la opinión más generalizada.

- Debemos exigir del Ministerio de Agricultura unos precios razonables en los que no nos limitemos al cultivo más rentable.

- Debemos buscarnos nuestros propios mercados. ¿Cómo? Creándolos y teniendo una confianza enorme al hacerlo. Los Mercados de Origen eran una solución y su idea original merece prestarla atención. Hoy parece que se han convertido en un intermediario más, pero si todos los agricultores canalizaran sus operaciones por unos puntos concretos de la geografía española los agricultores podrían ejercer más presión en los precios. Además si estuviesen lo suficientemente conectados con los mercados de destino, tendríamos según están ahora, unos mejores precios.

Y como la unión es la fuerza, cuanto mayor sea el volumen de nuestras ventas, mejor las podremos colocar, por lo que hace más ventajosas las asociaciones agrícolas de cualquier tipo, incluso aunque sólo sean para vender el producto.

Juan Antonio Aránz, Mambrillade  
Castrejón (Burgos) Hijo de  
campesino, estudiante de 5 de  
Ingenieros Agrónomos.

