

# La comercialización de productos agrarios es muy cara en España

Sus costes suponen el 80 por 100 del precio de venta al público, según un estudio del Iresco

● El 78 por 100 de los productos agrarios alcanzan en los mercados cotizaciones que exceden en más del 50 por 100 a los precios en origen ● Poder oligopolista de los mayoristas, según un informe del Banco de España

El espinoso problema de la comercialización de los productos agrarios está adquiriendo suficiente virulencia como para atraer la atención de los expertos en este campo y la del pú-

blico en general. Recordemos el contraste considerable entre las elevaciones registradas el pasado año por los componentes alimenticios de los índices del coste de la vida y de precios al por ma-

yor—que crecieron en un 22 por 100 y un 16 por 100, respectivamente, entre diciembre de 1975 y el mismo mes de 1976—y la relativamente modesta elevación del 10 por 100 registrada por el índice de precios percibidos por los agricultores, según datos que recogemos del informe anual del Banco de España.

La disparidad señalada entre tales porcentajes conduce a plantear, una vez más, el citado tema de la comercialización, pues no es otra la causa de aquélla. Diversos estudios han sido publicados en fecha reciente sobre el tema, y sus resultados corroboran la impresión de que la comercialización de productos agrarios es muy cara en España. En efecto, el Iresco (Instituto de Reforma de las Estructuras Comerciales), dependiente del Ministerio de Comercio, realizó a principios de 1976 un estudio, según el cual los costes de comercialización suponen el 80 por 100 del precio de venta al público para los productos agrícolas, el 34 por 100 para los productos ganaderos y el 5 por 100 para los forestales, siendo de alrededor del 60 por 100 el porcentaje que representan dichos costes de comercialización sobre los precios de venta para el conjunto de las actividades agrarias.

## ALTAS COTIZACIONES EN EL MERCADO

Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística, en su publicación "La renta nacional en 1975 y su distribución funcional", llega a la conclusión de que el 78 por 100 de los productos agrarios registran en los mercados al consumo cotizaciones que exceden en más de un 50 por 100 a los precios de origen, y que dicho porcentaje excede del 100 por 100 para el 26 por 100 de dichos productos agropecuarios. Ni en 1976, ni tampoco en lo que llevamos de 1977, se han producido tendencias a la mejora en estas cifras.

La necesidad, pues, de aumentar la eficiencia de los canales de comercialización agraria es evidente. A ello se refiere, precisamente, el informe anual del Banco de España, que señala que desde 1964 la Administración adoptó una política de estímulos a canales de comercialización, para los que establece la no obligatoriedad del paso de los productos agrarios perecederos por los mercados mayoristas; sin embargo, el poder oligopolista de los mayoristas no parece haber sido afectado sustancialmente en los años transcurridos.