

COAG-A denuncia que Carrefour utiliza la sandía como producto reclamo, vendiéndola a pérdidas



Noticias

Esta organización agraria recuerda que este tipo de prácticas provoca el hundimiento de los precios en origen, justo al inicio de campaña. COAG no descarta promover un boicot a este hipermercado

La Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos, COAG Andalucía, denuncia que Carrefour está utilizando la sandía negra como producto reclamo, al ofrecerla en su lineal a 0,69 €/kg, un precio inferior al coste actual del producto (incluido transporte, manipulación, almacen, etc.). Desde el 14 de mayo, está vigente esta oferta (ver pág. 6 en el siguiente [enlace](#) [1]), fruto de una estrategia para distorsionar el mercado y provocar una caída de los precios en origen.

Esta organización agraria recuerda que la campaña acaba de empezar en España, con las primeras producciones de Granada y Almería. Este año, ha habido retraso y se reducirá la producción por problemas de cuajo debidos a las condiciones meteorológicas y a las dificultades para realizar la polinización, por lo que la oferta es escasa y la demanda es alta. Por eso, no hay razones de mercado que justifiquen esta bajada de precios, salvo la de hacerse con el mercado a costa de provocar una caída de la renta de los productores. De hecho, la sandía negra se encuentra en los lineales de otros supermercados a un precio muy superior.

A este respecto, cabe recordar que la Ley de Competencia Desleal, en su artículo 17, establece que la venta realizada bajo coste, o bajo precio de adquisición, se reputará desleal: cuando sea susceptible de **inducir a error a los consumidores acerca del nivel de precios de otros productos o servicios del mismo establecimiento**, cuando tenga por efecto desacreditar la imagen de un producto o de un establecimiento ajenos, y cuando forme parte de una **estrategia encaminada a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado**.

COAG Andalucía considera que este tipo de prácticas, además de suponer un desprestigio para el producto, provoca un efecto de arrastre a la baja del precio a lo largo de toda la cadena, que acaba imponiendo a los agricultores precios inferiores a sus costes de producción. De hecho, la propia CNC reconoce en un [informe sobre las relaciones entre fabricantes y distribuidores en el sector alimentario](#) [2] que esta práctica afecta directamente a la estructura de precios dentro de la cadena, sometiendo a una fuerte presión a todos los fabricantes y productores.

En opinión del responsable de frutas y hortalizas de COAG Andalucía, Andrés Góngora, “es curioso que se ponga en marcha esta estrategia comercial justo ahora, cuando empezamos a producir en España, y no lo hayan hecho mientras el producto procedía de las importaciones”. Por eso, esta organización agraria reclama a Carrefour que retire esta oferta y deje de tensionar el mercado con prácticas especulativas que atacan frontalmente el interés económico y la generación de empleo en el medio rural. “Si Carrefour persiste en este ataque al sector, no descartamos promover un boicot a sus productos”, concluye Góngora.

COAG

Enlaces:

[1] http://www.folletos.carrefour.es/2_mayo_140513_tarifa_1+2_sevilla.pdf

[2]

<http://www.cncompetencia.es/Inicio/Informes/InformesyEstudiossectoriales/tabid/228/Default.aspx>