

● Consumidores pagan hasta tres veces más por kilo de jitomate de lo que recibe el agricultor

LAS MAYORES ALZAS, EN SUPERMERCADOS

El precio del jitomate se triplica entre el campo y el consumidor

Señala analista ineficiencias en la cadena de distribución

JULIO GUTIÉRREZ

En el último mes, el precio promedio del jitomate se ha incrementado en 12 pesos, un golpe directo al bolsillo de los consumidores, quienes hoy pagan hasta tres veces más de lo que recibe el productor por cada kilo, debido a que los márgenes de ganancia son acaparados por intermediarios.

De acuerdo con datos proporcionados por el Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA), mientras en el campo el jitomate pasó de 14.50 a 17 pesos por kilo entre marzo y el 10 de abril —un incremento de 2.50 pesos, equivalente a 17.2 por ciento—, en el mercado al consumidor el salto fue de 43.24 a 55.50 pesos por kilo, es decir, 12.26 pesos adicionales o 28.3 por ciento.

Este aumento, de acuerdo con el organismo, se explica por los costos que se suman en cada etapa entre el los campos de cultivo y los puntos de venta (traslado, centrales de abasto y comercios), donde se concentra la mayor parte del alza y las ganancias.

Al final de esta cadena, precisó, los consumidores pagan 3.26 veces

más de lo que reciben los productores por cada kilo vendido.

Y mientras agricultores productores reciben aumentos marginales, el consumidor resiente los incrementos con mayor intensidad, lo que hace evidente “la necesidad de aplicar medidas que mejoren la eficiencia en la cadena de distribución y reduzcan distorsiones en la formación de precios”, destacó Juan Carlos Anaya, director general del GCMA.

“El incremento es más pronunciado conforme el producto se acerca al consumidor. El agricultor recibe un aumento moderado, mientras las mayores alzas ocurren en la intermediación.”

El precio del jitomate se incrementa con mayor fuerza en la fase final de venta, en particular en las tiendas de autoservicio, donde se concentran los mayores aumentos antes de llegar al consumidor, lo que confirma que las alzas no se trasladan de forma uniforme a lo largo de la cadena, sino que se intensifican en los últimos eslabones.

Detalló que el aumento responde, en primer término, a factores de mercado, como ajustes en la oferta por temporadas de producción, así como a reacomodos logísticos y de distribución, además de una mayor demanda del insumo en grandes ciudades.

A ello se suman factores en la etapa de venta, en la cual tiendas de autoservicio y otros comercios elevan sus márgenes, lo que impulsa los mayores incrementos justo

antes de que el producto llegue al consumidor.

La inflación se ubicó en 4.59 por ciento anual al cierre de marzo pasado, su mayor nivel en 16 meses, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Ese incremento obedeció, en buena medida, al aumento del precio del jitomate, uno de los insumos básicos en la dieta de millones de familias mexicanas.

Más venta directa, opción

Desde la perspectiva del especialista del GCMA, el problema no se origina en la producción, sino en la forma en que el producto se comercializa, pues se ha ampliado la brecha entre lo que recibe el productor y lo que paga el consumidor. En ese sentido, advirtió que “se observa una desconexión creciente entre productor y consumidor” y los incrementos reflejan “una transmisión inflacionaria desigual” a lo largo de la cadena.

Resaltó que los márgenes actuales se mantienen en niveles elevados, por encima de sus promedios históricos, por lo que consideró necesario aplicar medidas que corrijan estas distorsiones.

Entre ellas mencionó impulsar “mayor transparencia en precios”, así como fortalecer los mecanismos de comercialización directa y los mercados regionales, con el objetivo de reducir la presión sobre el consumidor final.



Continúa en siguiente hoja

Fecha 17.04.2026	Sección Economía	Página CP-19
---------------------	---------------------	-----------------



La diferencia entre lo que reciben los productores de jitomate y lo que pagan los consumidores es mayor a 200 por ciento. La imagen, en Monterrey, Nuevo León. Foto Vianney Carrera