

**elEconomista.es**

## La telaraña

« [Aído, la 'embajadora' de Cádiz en La Moncloa](#)  
[Arenas y el fantasma del betunero del Palace](#) »

### La 'guerra' de la venta directa del campo



**Tiendas Coagrigo**  
del productor al consumidor  
productos de la huerta de conil  
**PROXIMA APERTURA**

Tienda Nº1: C.C. Huerta del Rosario, Local Nº21 (Detrás de la Gasolinera) - Chiclana de la Fra.  
Tlf: 956 53 64 82  
Tienda Nº2: Alameda Solano Nº 11, (Junto a Mercadona) - Chiclana de la Fra.  
Tlf: 956 53 30 81  
Central: Ctra. Cádiz-Málaga km.21 Pol.Ind.La Lobita - Conil de la Fra.  
Tlf: 956 44 08 35 - 956 44 07 51 - 956 44 43 83  
Fax: 955 44 07 61  
info@tiendascoagrigo.com - www.tiendascoagrigo.com

¿**Nuestra compra puede cambiar el sistema?** La respuesta es sí, claro que sí, por supuesto, y no hace falta mucho, solo lo justo. La venta directa de productos agrícolas a los consumidores se extiende por España como una mancha de aceite y amenaza a aquellos que, durante mucho tiempo, han elevado los precios injustificadamente -hasta un 1.000% en algunos casos- de productos que no pueden faltar en nuestra dieta. Estos días, **quinientos agricultores de Conil** [son noticia](#) porque han abierto una [cadena de tiendas](#) (en realidad una y otra dentro de unos días), llamadas Coagrigo, para vender directamente sus productos a los consumidores.

El éxito les tiene desconcertados, pero los intermediarios ya están movilizándose para impedir su previsible rápida expansión, sobre todo en momentos de crisis. Incluso se habla de una acción estatal del comercio minorista para 'frenar' en seco la eclosión de tiendas directas de agricultores ¿Quién se resiste a comprar por quince o veinte euros fruta y verduras que antes costaba 60 ó 70? **En Granada, Superfresco** ya tiene cinco tiendas, impulsadas por una cooperativa que forman mil agricultores. Hay iniciativas por toda España. Y las grandes superficies van tomando nota de esta propagación del comercio justo. El economista francés, **Christian Jacquiau**, autor del libro "**Las bambalinas del comercio justo**", realiza en su obra un recorrido por la cadena de injusticias que esconden los productos que diariamente compramos en los supermercados y advierte de la

instrumentalización que las grandes superficies han realizado del comercio ‘justo’ y la agricultura ‘ecológica’ para lavar su imagen. Me parece fascinante la historia que cuenta y creo que demuestra la posibilidad real que tenemos los consumidores de cambiar el mercado: “El comercio justo, las Tekei japonesas (inspiradoras de las AMAP francesas), iniciativas de personas que realizan venta directa... Las **Tekei** surgieron hace 30 años, cuando mujeres madres de familia envenenaron a sus hijos dándoles comida con productos de los supermercados contaminados con químicos. A raíz de esto, un grupo de diez mujeres se preguntó qué podían hacer, así que recolectaron dinero y se lo llevaron a un joven campesino pidiéndole a cambio una cesta de verduras cada fin de semana. Se instauró así una relación de confianza entre ellas y el campesino que les brindó productos de temporada sanos y naturales. Estas mujeres pasaron la información a otras y hubo un segundo grupo, un tercero, etc.

**Hoy el 25% de los hogares japoneses consumen productos agrícolas bajo este sistema de relación directa entre productor y consumidor, es decir unos 50 millones de japoneses. Tekei significa : poner el rostro del campesino en la fruta y la verdura, es decir, que la manzana no es anónima, detrás hay un campesino.** Hay que consultar el [Índice de Precios en Origen y Destino \(IPOD\)](#), un indicador “oficioso” creado hace tres meses por **COAG, la Unión de Consumidores de España y la Confederación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios** con el fin de que la “denuncia constante” de los precios sirva para “hacer entrar en razón” a distribuidores y gobiernos. El IPOD recoge la evolución mensual de los 25 alimentos más básicos de la dieta midiendo los márgenes comerciales entre los precios que recibe el productor y los que paga el consumidor. En el mes de junio, el índice se situó en el 400 por ciento; en julio se incrementó un 4,41% y en agosto llegó al 525%. Así, una ensalada de lechuga, tomate y cebolla se paga al productor a 0,86 euros kilo, mientras que el consumidor abona 4,16 euros, lo que supone un margen del 483 por ciento. Este margen es aún mayor en el caso de los plátanos (770%), sandías (1.400%) y pimientos (1.480%), entre otros.

[\(Más info\)](#)

Esta entrada fue publicada el Domingo, 21 de Septiembre de 2008 a las 9:02 pm y está archivado en [A tomar por saco, Economía](#). Puedes seguir las respuestas a esta entrada a través de la sindicación [RSS 2.0](#). Los comentarios y trackbacks están cerrados.

## 1 comentario en “La ‘guerra’ de la venta directa del campo”

1. *Arsenio* dice:  
[22 Septiembre, 2008 a las 1:28 am](#)

En Estocolmo semanalmente nos traen una cesta para dos personas con verduras y frutas ecológicas según estación y pagamos 5 euros. Y Suecia es un país mucho más caro que España.

En Helsinki este verano he visto los tomates holandeses más baratos que los españoles en España. Alguien está abusando del agricultor y del consumidor.

El aceite en España lo compro directamente del productor. Aceite virgen extra siempre mucho más barato.

---

La telaraña powered by [WordPress](#)  
[Entradas \(RSS\)](#) y [Comentarios \(RSS\)](#).