



**Unión Europea**  
Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural



**JUNTA DE ANDALUCÍA**  
Consejería de Agricultura y Pesca

# Estudio de cadena de valor de la fresa. Campaña 2008/2009



Para más información:

Observatorio de Precios y Mercados

[www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/obsprecios](http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/obsprecios)

Email: [obsprecios.cap@juntadeandalucia.es](mailto:obsprecios.cap@juntadeandalucia.es)



## OBJETIVO

El estudio de la cadena de valor de la fresa tiene como principal objetivo dotar de mayor transparencia al mercado, mediante el conocimiento de los mecanismos de formación de los precios en cada punto de la cadena, de los costes que cada agente soporta y del margen neto que cada eslabón obtiene. Para ello se ha realizado el análisis de los dos principales canales de comercialización de fresa producida en Huelva con destino al mercado nacional.

### Canal tradicional de comercialización



Es el canal predominante en el mercado nacional y supone un 55% del volumen de fresa consumido en los hogares. El producto comercializado por este canal es fresa de primera y de segunda categoría comercial normalizada en la explotación y envasado principalmente en caja de madera de 2kg.

### Precios, Costes y Márgenes del canal tradicional de comercialización de la fresa

**PVP sin IVA (4%) en frutería: 2,15€/kg**

**FRUTERÍA**

Beneficio 0,38 €/kg  
Costes 0,23 €/kg

**Margen comercial frutería: 40%**

**MAYORISTA MERCA**

Beneficio 0,05 €/kg  
Costes 0,15 €/kg

**Margen comercial mayorista: 15%**

**CENTRAL HORTOFRUTÍCOLA**

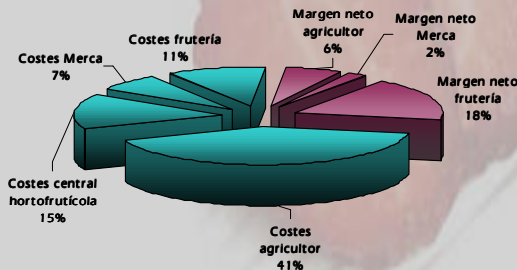
Beneficio repercutido al agricultor  
Costes 0,33 €/kg

**AGRICULTOR**

Beneficio 0,13 €/kg  
Costes 0,88 €/kg

**Precio liquidación agricultor: 1,01€/kg**

### Participación de los distintos eslabones en el PVP



**Margen comercial:** Porcentaje que se incrementa el precio de compra entre dos eslabones.  
M.C. = ((precio venta - precio compra)/precio compra)\*100

**Margen neto o beneficio:** Resultado de descontar al margen comercial los costes generados en la comercialización.  
M.C. = ((precio venta - precio compra - costes)/precio compra)\*100

## Canal moderno de comercialización



El canal moderno de comercialización es el segundo canal en importancia a nivel nacional (40% del consumo). La fresa comercializada por este canal es de primera categoría comercial, normalizada en la explotación y envasada mayoritariamente en varqueta y terminada en la central hortofrutícola.

### Precios, Costes y Márgenes del canal moderno de comercialización de la fresa

**PVP sin IVA (4%) en supermercado: 2,23€/kg**

**SUPERMERCADO**

Beneficio 0,07 €/kg  
Costes 0,39 €/kg

**Margen comercial supermercado: 26%**

**PLATAFORMA DISTRIBUCIÓN**

Sin beneficio propio  
Costes 0,24 €/kg

**Margen comercial plataforma: 16%**

**CENTRAL HORTOFRUTÍCOLA**

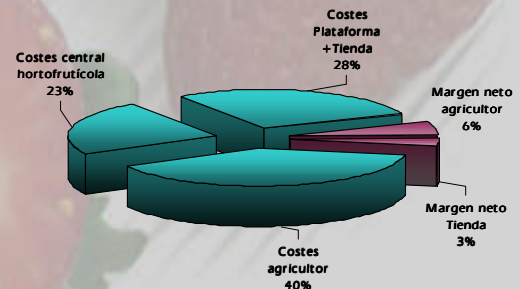
Beneficio repercutido al agricultor  
Costes 0,52 €/kg

**AGRICULTOR**

Beneficio 0,13 €/kg  
Costes 0,88 €/kg

**Precio liquidación agricultor: 1,01€/kg**

### Participación de los distintos eslabones en el PVP



- La dimensión de los operadores en origen de fresa es reducida. Una mayor concentración en origen permitiría aumentar su poder de negociación.
- La gran distribución requiere proveedores con capacidad de suministro continuo de grandes volúmenes y formatos específicos de envasado. Los proveedores de fresa que trabajan con la distribución moderna tienen un elevado nivel de profesionalización y un gran nivel técnico.
- En la cadena de valor de la fresa se tiende a una mayor integración vertical que reduzca el número de operadores, especialmente en el canal moderno.
- El margen comercial de la fresa en el canal tradicional es menor que en el canal moderno, principalmente debido a unos menores costes de distribución.
- El beneficio unitario obtenido por la tienda tradicional es superior al obtenido por el supermercado, como consecuencia directa del modelo de gestión.