La comida: de derecho a mercancía

¿Por qué están subiendo tanto los alimentos?



JUSTICIA ALIMENTARIA

Introducción

El 21 de junio de 1883, una de las principales figuras del anarquismo francés, Louise Michel, fue condenada a seis años de prisión por ser una de las "cabecillas e instigadoras del saqueo" a tres panaderías parisinas. La acción se enmarcó en un contexto de conflictividad social debido al aumento insostenible del precio de los alimentos y el coste de la vida. Michel declaró que el pan no era solo comida, era, ante todo, un *hecho social total*. Es decir, un elemento que sintetiza como pocos el conjunto de las dimensiones económicas, políticas, morales o simbólicas de una sociedad.

No fue la única que entendió la importancia de la alimentación en las relaciones que acontecen en el seno de una sociedad mercantilizada. Unos pocos años antes, Piotr Kropotkin, uno de los principales pensadores sociopolíticos de finales del siglo XIX, había publicado su libro *La conquista del pan* donde, de nuevo, sitúa la comida básica (el pan) como el símbolo central de su obra al representar éste la metáfora perfecta de las necesidades básicas que el ser humano debe tener garantizadas y que cuando no las tiene, la sociedad no debería poderse mirar al espejo sin sentir vergüenza de ella misma.

Ha pasado más de un siglo desde entonces, pero de nuevo el pan ha emergido como símbolo de un sistema social injusto y con las prioridades vueltas del revés.

Le llaman el coste de la vida y desde hace un tiempo la expresión tiene más sentido que nunca ya que vivir está siendo inasumible para la mayor parte de las personas del país. En este caso, cuando hablamos de vivir, lo estamos reduciendo a un nivel infinitesimal: **comer y tener un techo. Eso es lo que ya no podemos pagar. Comida y vivienda.**

Si, además, nos ponemos exquisitos y dentro de comer intentamos que sea una alimentación fresca, saludable y sostenible, entonces la cosa se complica enormemente; y si dentro de la vivienda, se nos ocurre intentar que sea una vivienda adecuada (en términos de energía, espacio o condiciones de habitabilidad) entonces estamos cada vez más cerca del mundo onírico que del real. Vivir se ha convertido en un lujo. Hasta ahí hemos llegado.

Si nos centramos en la alimentación, el precio de los alimentos está poniendo en jaque el presupuesto de la mayoría de familias del país. No hay mucho debate en ello, donde sí lo hay es en cómo solucionar este daño social, pero en que el daño existe y es gigantesco, no.

Empecemos, por tanto, por la constatación de una realidad: comer supone un gran esfuerzo económico para gran parte de la sociedad, y comer bien es una quimera.

La comida inalcanzable

El precio de los alimentos ha sufrido una suerte de posesión infernal a partir del año 2020, coincidiendo con la pandemia de COVID-19. Este hecho desencadenó (entre otras muchas cosas) una profunda perturbación del sistema alimentario global que repercutió de múltiples maneras en el Estado español y le metió un chute inflacionario importante al precio de los alimentos. Las dudas aparecen a partir de ahí, una vez situados en la era postCOVID, ¿por qué los precios de los alimentos básicos han seguido una escalada alcista que parece no tener fin? y, vinculado a ello, ¿cómo actuar para revertirlo?

Si tomamos el periodo 2019-2026, veremos que la cesta de la compra se ha incrementado, de media, un 42,3 %, mientras que la inflación general (IPC) ha sido de 26,1 % en el mismo periodo acumulado. O sea, estamos gastando mucho más dinero para comprar lo mismo y, en el caso de los alimentos, el doble de esfuerzo que en el resto de bienes y servicios.

En el periodo 2019-2026 los alimentos que más se han encarecido son, justamente, los de la cesta básica, mientras que la alimentación procesada y ultraprocesada se ha incrementado mucho menos. Así, **dentro de la alimentación, los productos frescos y básicos lideran las subidas**. Por poner algunas cifras:

Huevos: + 93 %

Legumbres y hortalizas: + 63,6 %

Frutas: + 60 %

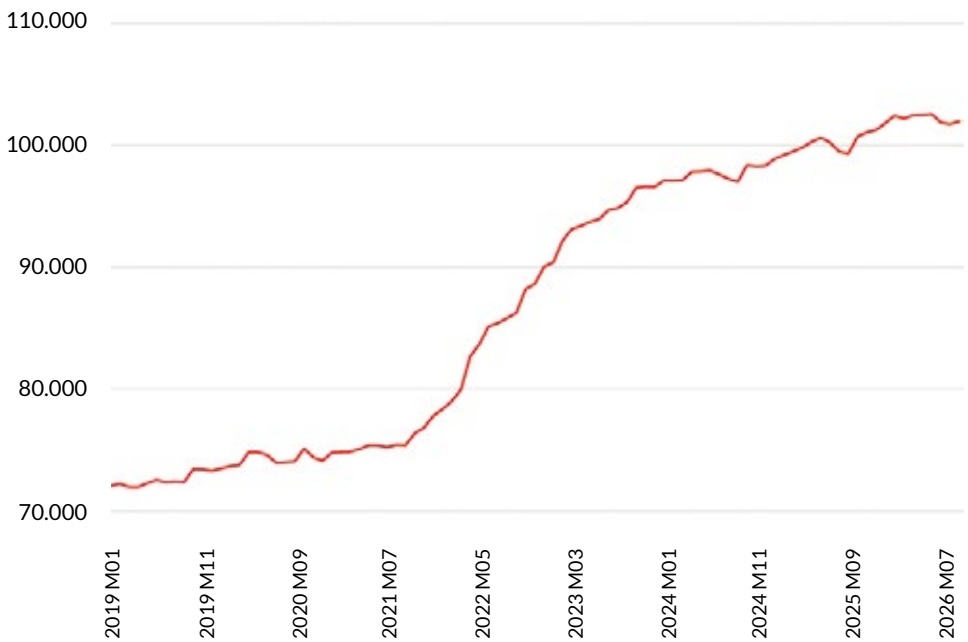
Leche: + 53,7 %

Patatas: + 51,5 %

Carnes: + 46 %

Pescado: + 46 %

Gráfico 1. Evolución del índice de los alimentos y las bebidas no alcohólicas desde el año 2019 (INE)



¿Qué ha pasado con la otra parte de la ecuación? ¿El dinero que tenemos en el bolsillo? **El salario medio se ha incrementado un 16 %, es decir, que, para la mayoría de la población, los alimentos son mucho más caros hoy que en 2019.** Dicho de otra manera, los precios medios de los alimentos en España han aumentado más del doble de lo que lo han hecho los salarios medios desde 2019. Esta brecha de casi 30 puntos porcentuales se traduce en una drástica pérdida de capacidad de compra para la ciudadanía y explica la situación de asfixia económica que estamos sufriendo para comprar comida.

Pero podemos irnos unos años atrás y la foto es aún más desoladora. Entre 1994 y 2024, el salario real ajustado por la inflación se ha incrementado en un exiguo 2,7 %. Una cifra irrisoria si lo comparamos con las subidas que han experimentado otras necesidades básicas, como el caso de los alimentos, que lo ha hecho en un 37,9 % en esa misma franja temporal. Los datos de la OCDE también revelan que España ocupa el cuarto peor puesto entre los 38 países miembros en cuanto a evolución de los salarios reales desde 1993. Los salarios reales españoles han crecido únicamente un 2,76% en treinta años, frente al 30,8 % de la media de la OCDE. Si miramos a nuestro alrededor: Alemania ha registrado un crecimiento del 24,1 %, Francia del 28,4 %, e incluso Portugal y Grecia superan ampliamente a España con incrementos del 21,2 % y 22,5 % respectivamente.

Es más, los datos recopilados por la OCDE muestran que, desde 2021, el salario real medio en España ha disminuido un 2 %[1]. Esta evolución contrasta con la tendencia registrada en el conjunto de los países de la organización, donde el salario medio ha aumentado un 4,9 % durante el mismo periodo. Otro de los aspectos destacados es la evolución del salario mínimo y es que, a pesar de las tímidas subidas del SMI, el salario mínimo real únicamente ha crecido un 3 %, mientras que la media de la OCDE alcanza el 11 %.

Es decir, que en el Estado español el precio de los alimentos sube más que en el resto de congéneres OCDE y los salarios, mucho menos. Una versión negativa de la excepción ibérica.

Por lo que respecta a los salarios y lo que supone el gasto en alimentación, los indicadores de la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE revelan que el gasto medio anual por hogar dedicado a la alimentación ha ascendido hasta desde los 4.291 € de 2019 a los 5.626 euros actuales, gastamos (de media) 1.400 € más por hogar. En porcentaje, la compra de alimentos y bebidas no alcohólicas absorbe ya el 16 % del presupuesto total de una familia media en España. En las rentas y hogares con menor poder adquisitivo, ese porcentaje es aún más elevado. La escalada de los precios de los alimentos obliga a destinar el 19,6 % de todos sus ingresos exclusivamente a la cesta de la compra básica. ¿En qué se va el resto del salario? Pues se lo lleva la partida de vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles, con un 32,4 % del presupuesto. **Comer y tener un techo se lleva casi 3/4 partes de los salarios de las rentas bajas y medias-bajas.**

Algunas fuentes, de hecho, incrementan aún más la cifra que las familias destinan a alimentación. Así, según Barómetro FOOD 2026 de Edenred[2], una de cada cuatro personas ya destina más del 30 % de sus ingresos a alimentación.

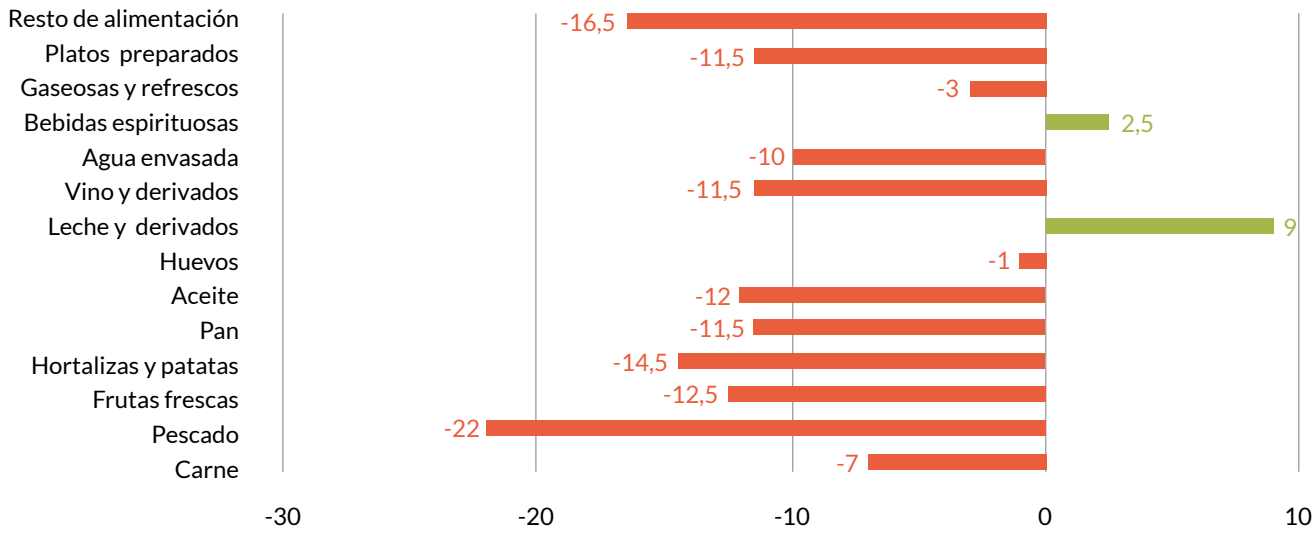
Según el III Estudio sobre Conductas Sostenibles de la población española de Triodos Bank[3], más de la mitad de la población (52,5 %) afirma haber reducido el consumo de algún producto alimentario como consecuencia de la subida de los precios, incluidos alimentos básicos y habituales en su dieta. Asimismo, entre quienes han tenido que ajustar su cesta de la compra, el pescado (55,2 %) y la carne (50,2 %) son los alimentos cuyo consumo más se ha reducido, por delante de los productos no esencia-

1 oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2026/07/oecd-employment-outlook-2026-country-notes_5aa6f0be/spain_67c6fca3/1b574b65-en.pdf

2 financialfood.es/el-25-de-los-espanoles-ya-destina-mas-del-30-de-sus-ingresos-a-alimentacion/

3 europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-525-poblacion-espanola-reduce-cesta-compra-subida-precios-triodos-bank-20260818135246.html

Grafico 2. Variación del consumo per cápita entre 2019 - 2026 (%)



les (39,3 %). Sin embargo, los recortes también alcanzan a alimentos básicos como la fruta (24,7 %), los huevos (21,7 %), la verdura (14,6 %) y la leche (10,1 %). Una situación que refleja cómo el aumento del coste de la alimentación no solo afecta al presupuesto familiar, sino también a las decisiones sobre qué productos se pueden incorporar a la dieta. **El precio supone, además, una barrera para avanzar hacia una alimentación más saludable y sostenible.** El 58,5 % de la población señala el coste elevado como el principal obstáculo para consumir más productos ecológicos, orgánicos o de proximidad.

Podríamos entender la situación actual como una suerte de impuesto regresivo que el mercado ha instaurado a la población a través de los alimentos. Al ser la alimentación un gasto ineludible, el hecho de que suba al doble de velocidad que los ingresos obliga a las familias a tener que escoger entre dejar de pagar otras cosas o, lo que es más frecuente, comer más barato, lo que se traduce en comer menos y peor[4].

Según el INE, el 36,4 % de los hogares españoles admite no tener capacidad económica para afrontar un gasto inesperado. Según la encuesta de solvencia económica familiar de la OCU, un 49 % de la población tiene dificultades para pagar el alquiler y un 35 % la hipoteca. Un 49 % no puede permitirse el dentista o reparar el coche, un 40 % tiene dificultades para comprar pescado o carne fresca, frutas y verduras.

La brecha entre el aumento de los alimentos y el de los salarios afecta con mucha mayor severidad a las familias de rentas bajas. Mientras que la subida del precio de los alimentos es una constante estadística, el crecimiento de los ingresos ha seguido caminos muy diferentes según el nivel de renta familiar de cada hogar. Esto genera un efecto regresivo donde los deciles más vulnerables pierden exponencialmente más y más poder de compra. De hecho, se ha producido un fenómeno que a menudo se pasa por alto. A excepción de las clases privilegiadas, es sabido que el resto de la población está teniendo graves dificultades para comer adecuadamente, pero lo es menos que donde más se ha notado el grado de asfixia es en las anteriormente llamadas clases medias (quintiles intermedios de renta).

4 caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/agroalimentario/sector-agroalimentario-espanol-consolida-su-recuperacion

Las rentas más bajas han visto mejorar ligeramente su ingreso gracias al pequeño incremento del salario mínimo, de tal manera que los ingresos se han incrementado en un 25 %. Dado que los alimentos lo han hecho en un 41,5 %, todo lo poco que han ingresado de más ha ido a comer y aun así les faltaba un 20 % extra. **El tan criticado, por parte de las patronales, incremento del salario mínimo se lo ha llevado por completo el supermercado** y ni así se consigue comer adecuadamente. Recordemos que el porcentaje de población en riesgo de pobreza o exclusión social se situó en 2025 en el 25,7 %. Un cuarto de la población del país.

En el caso de las rentas altas, ningún problema. Sus rentas, de hecho, se han incrementado el mismo porcentaje que las del salario mínimo pero sus magnitudes hacen que el incremento de los precios no sea ningún limitante para seguir comiendo lo que comían. Tienen un amplio margen de ingresos que amortigua el incremento sin alterar en lo más mínimo su bienestar general.

Ahora bien, las llamadas clases medias han tenido que hacer frente a ese +41,5 % del precio de los alimentos con un +14 % de salarios y ahí el golpe inflacionario se ha notado especialmente.

Hasta aquí la descripción de un hecho: la escalada incesante de los precios de los alimentos básicos junto con el desfase en relación con los ingresos de la mayor parte de la sociedad (exceptuando el quintil superior), hace que el derecho a una alimentación adecuada salte por los aires y que la población coma menos y peor.

¿La verdad está ahí fuera?

La explicación que nos llega a través de los canales de información más habituales es sencilla: el precio de los alimentos subió primero por la COVID-19 y luego por las conocidas como guerras de Ucrania e Irán. En medio de todo esto, las sempiternas sequías.

Todos estos factores han influido, cierto, pero en ningún caso llegan a explicar la totalidad del incremento de precios. LA FAO[5], de hecho, ha cifrado en un 35 % el porcentaje que esos factores, reunidos, han intervenido la escalada inflacionista alimentaria. ¿Y el resto? El resto solo se puede atribuir a la naturaleza, estructura y funcionamiento de las cadenas agroalimentarias fuera y dentro de los países. Utilizando sus palabras "la inflación motivada por los productos básicos no explica por completo el alcance de las presiones sufridas por los precios, lo cual indica que contribuyeron otros factores como el comportamiento de la fijación de los precios a lo largo de la cadena de suministros [alimentarios]".

A pesar de ello, la frase más recurrente que escuchamos es que las guerras y las sequías disparan el precio de los costes de producción de los alimentos y por eso cuando tu vas al súper a buscar algo de fruta o unas lentejas, ves cómo los precios se han duplicado en unos pocos años. Es el razonamiento que hemos escuchado una y mil veces: el incremento del precio de la energía (y la agricultura industrial es totalmente dependiente de la energía no renovable) y de sus derivados como los fertilizantes sintéticos es la explicación al incremento incesante del precio de los alimentos.

Si hacemos un poco de memoria recordaremos la llamada crisis alimentaria de los años 2006-2008, donde los precios de los alimentos también se dispararon de una manera abrupta. Por aquel entonces, de nuevo, se culpó a múltiples factores ajenos a la propia dinámica de la cadena alimentaria, que si la irrupción de los biocombustibles, que si el incremento en la demanda de países asiáticos, etc. aunque en seguida apareció la auténtica causa: la especulación alimentaria de los fondos de inversión. Debido a la crisis de rentabilidad de otros sectores, la especulación financiera desembarcó salvajemente en los alimentos. Con la crisis financiera de 2008, la burbuja especulativa se pinchó y con la retirada momentánea de esos fondos, los precios dejaron de subir, aunque nunca recuperaron los valores anteriores. La gráfica 3 que sigue ilustra dónde estábamos antes de esa primera crisis, lo que significó la misma, y dónde estamos ahora. Lo que está claro es que esta nueva ola inflacionista comparte algunas causas con la anterior pero tiene una dinámica propia.

El factor del incremento en el precio de la energía tuvo un efecto al inicio de esta ola, cierto. Fertilizantes, mecanización, riego, agrotóxicos, transporte, refrigeración, etc. toda nuestra cadena alimentaria convencional tiene los pies hundidos en la energía fósil. Si esta sube, los alimentos suben. Las sequías y demás afectaciones climáticas a los cultivos, también. Si hay una reducción de la oferta mundial de algunos productos alimentarios, los alimentos suben.

Todo esto es cierto, pero para ver qué importancia han tenido estos factores en el incremento de los precios tenemos que ir, en primer lugar, a ver qué ha pasado en los mercados internacionales. En la gráfica 4, la FAO ha calculado el precio de las materias primas alimentarias en los mercados internacionales (el índice de precios de los alimentos), es la misma gráfica anterior pero focalizada en la actual crisis, junto con las cifras de la inflación de los alimentos (precios que pagamos las personas consumidoras) y la de la inflación general. Son la media de datos mundiales.

En ella se observa claramente el efecto que tuvo en esos precios internacionales el conflicto en Ucrania y los efectos climáticos, que alcanzó un pico en 2022 para luego ir bajando, no para llegar a los niveles iniciales ya que se

5 fao.org/publications/fao-flagship-publications/the-state-of-food-security-and-nutrition-in-the-world/es

Gráfico 3. Índice de los precios alimentarios mundiales (FAO)

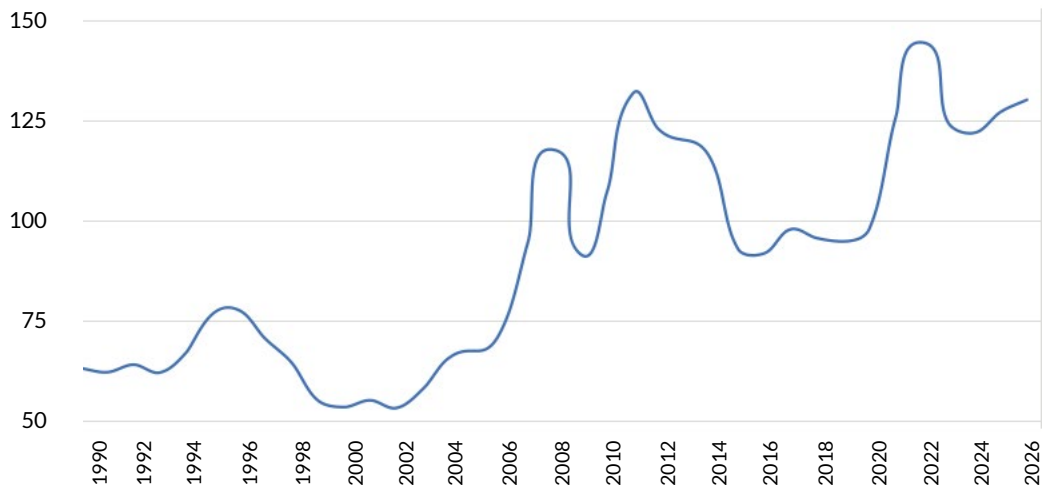
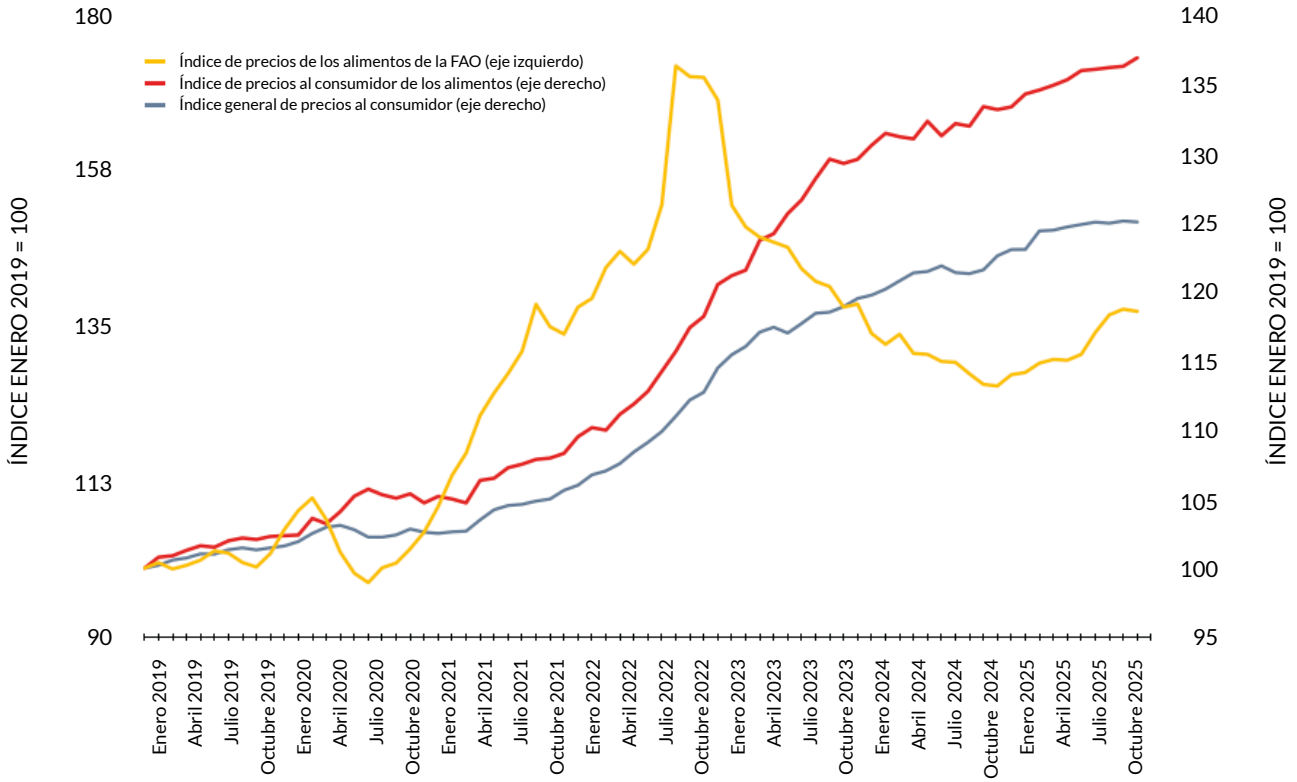


Gráfico 4. Tendencias de los precios de los alimentos a nivel internacional y nacional: Índice de precios de los alimentos de la FAO frente al índice de precios al consumidor.



ha creado un nuevo suelo de precios más altos que los anteriores, pero sí significativamente menores que en el momento de máximo incremento. Al mismo tiempo, vemos cómo los precios que pagamos en los supermercados no han seguido la misma dinámica y han seguido aumentando.

En definitiva, en la primavera de 2022, los mercados mundiales empezaron a estabilizarse a medida que mejoraban las condiciones de las cosechas, se amortizaban las repercusiones iniciales de la guerra de Ucrania y se anulaban las perturbaciones del comercio, como las restricciones a la exportación. A pesar de la estabilización de los mercados de productos básicos, la inflación interna siguió aumentando. ¿Por qué? Según la FAO[6], "como consecuencia de los retrasos en las pautas de traspaso de los costos". Un eufemismo para decir que el problema no era internacional, sino que algo está pasando dentro de las fronteras.

Habitualmente se hace referencia a esta disonancia entre los precios internacionales y los estatales como el fenómeno del *cohete y la pluma*: los precios a la hora de subir, lo hacen como un cohete, y a la hora de bajar, como una pluma. De hecho, no hace falta que nos lo diga la FAO, lo notamos a pie de calle constantemente, lo rápido que suben las cosas cuando pasa algo en el mundo y lo lento que bajan (si es que bajan). Siempre hay un decalaje entre las variaciones mundiales y las locales, sí, pero cuando ese decalaje se sostiene demasiado en el tiempo es que está pasando algo dentro de esa cadena. Algo anormal. Y en esta situación estamos.

Una de las características del actual incremento de los precios es que afecta a prácticamente todos los alimentos y que es extremadamente sostenida en el tiempo. Y es otro indicador de que **algo está fallando en las cadenas alimentarias dentro de los países, porque no para todos los alimentos finales que compramos en el súper tiene la misma importancia el precio de la energía ni la subida de tal o cual materia prima**, pero vemos que la subida es general. Ello nos indica, de nuevo, que algo anormal está pasando en las cadenas alimentarias dentro de los estados, y en nuestro caso, es especialmente grave ya que esa disonancia es extremadamente intensa y sostenida.

Como decíamos unas líneas atrás, el más **reciente informe de la FAO**[7] sobre el incremento de los precios en la zona euro pone cifras a estos factores y **concluye que las perturbaciones de los mercados internacionales (Ucrania, Irán, etc.) + las afectaciones climáticas a las cosechas + las políticas monetarias y fiscales, explican solo el 35 % de las subidas actuales del precio de los alimentos en nuestra región**. ¿Y el 65 % restante? Básicamente, la transmisión de precios dentro de la cadena alimentaria, especialmente, en dos de sus eslabones más poderosos: **la industria alimentaria y los supermercados**.

6 fao.org/publications/fao-flagship-publications/the-state-of-food-security-and-nutrition-in-the-world/es

7 openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/5e-da804a-d21d-4042-a0fd-39088374c9df/content/cd8306en.html#gsc.tab=0

La cadena alimentaria y sus márgenes

Por tanto, sin negar el efecto que los factores externos han tenido y siguen teniendo, **tenemos que empezar a mirar lo que está pasando dentro de la cadena alimentaria**, no fuera de ella.

La industria alimentaria

Si nos vamos al **Observatorio de los Márgenes Empresariales** y nos fijamos en los indicadores de la industria alimentaria, en concreto, resultado bruto de explotación[8], la gráfica no deja lugar a dudas (Gráfico 5). En seis años el indicador ha mejorado en un 76 %. **Las cosas parecen ir bien en la industria alimentaria. Muy bien, de hecho.**

Otro indicador interesante, en este caso para ver la **rentabilidad comercial general del sector**, es el margen unitario por ventas, es decir, de cada 100 € que la industria alimentaria factura, cuanto beneficio operativo le queda (Gráfico 6). **Las cifras indican que el margen sobre ventas se ha incrementado un 19 % desde 2020, consiguiendo cifras récord en los últimos 16 años.**

También podemos mirar el Margen Unitario sobre el Diferencial de Ventas-Compra, que es útil para detectar si las empresas están ampliando márgenes a costa de encarecer sus productos, es decir, si la industria compra trigo por 40 € y vende pasta por 100 €, el diferencial es de 60 €. Este margen mide cuánto de esos 60 € generados se convierte en beneficio bruto tras pagar el resto de costes. En este caso encontramos el Gráfico 7. Observamos un dibujo parecido. **El margen se ha incrementado en prácticamente un 14 % desde 2020**, y de nuevo, consiguiendo cifras récord en los últimos 16 años. Dicho en palabras llanas: **la industria alimentaria está ganando más dinero que nunca**.

Dicho sea de paso, el incremento de los salarios medios de la industria alimentaria para el periodo 2019-2025 ha sido de un 19 %[9], mientras que, como hemos visto, el incremento de la cesta alimentaria es superior a un 40 %, por lo que las personas trabajadoras de la industria alimentaria tienen los mismos problemas que el resto de la clase trabajadora para hacer frente a la compra de alimentos.

Pero aún hay otro elemento importante que no podemos pasar por alto. Además de un incremento en los márgenes y de unas cifras récord en beneficios, lo que se ha detectado estos últimos años en la industria alimentaria es un cambio en el mecanismo de transmisión de precios a partir de julio de 2021, momento en que los precios de la energía y las materias primas comenzaron un incremento excepcional, que hace variar la medida en la que se trasladaron los incrementos de algunos de sus costes a sus precios. Es decir, **a partir de julio de 2021, la industria alimentaria no solo ha variado sus precios, sino que ha modificado su mecanismo de fijación de precios**.

Este cambio viene siempre determinado por alguno de los principales componentes de los costes del sector en cuestión, o la energía o alguno de sus sectores proveedores. En el caso de la industria alimentaria este factor es lo que paga a sus proveedores, y más en concreto, al sector agroganadero. Si hasta junio de 2021, por cada 1 % de variación mensual de los precios percibidos por los agricultores (sus proveedores) se producía una variación del 0,14 % de los precios de la industria alimentaria, a partir de julio de 2021 se produce una variación del 0,63 %. O sea, una variación de los precios que perciben los agricultores supone, a su vez, una variación cinco veces mayor en el precio industrial del alimento al que había antes del 2021[10].

8 Variable que mide el beneficio operativo que genera la industria alimentaria a partir de los datos fiscales anuales del Impuesto sobre Sociedades (IS). Es decir, ventas (ingresos por actividad) – compras (insumos, materias primas) – gastos personal.

9 ine.es/dyngs/Prensa/ETCL4T25.htm

10 cepi.eoi.es/publicaciones/la-transmision-del-alza-de-precios-en-materias-primas-y-energia-en-las-cadenas-de

Gráfico 5. Industria de la alimentación - Resultado bruto de explotación (OME)

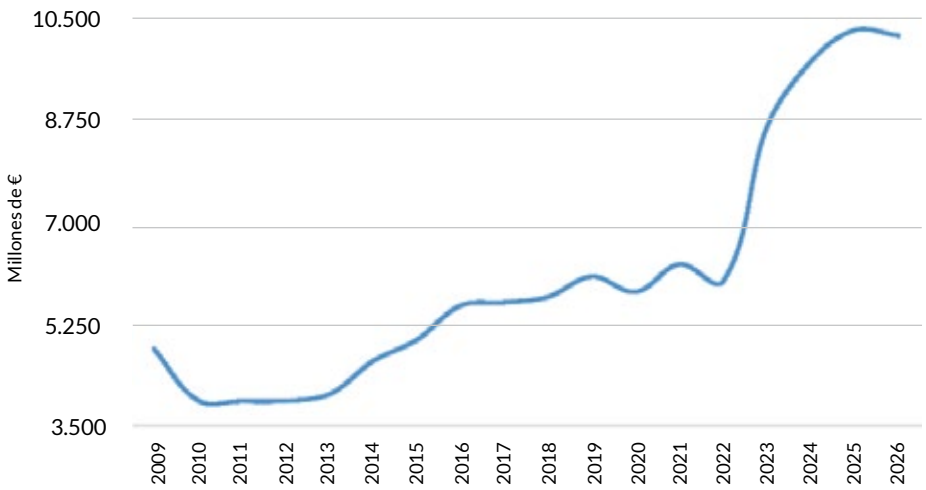


Gráfico 6. Margen de ventas unitario industria alimentaria

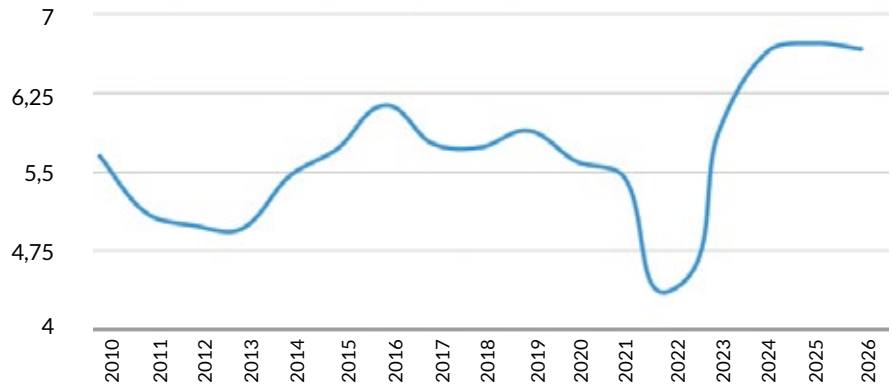
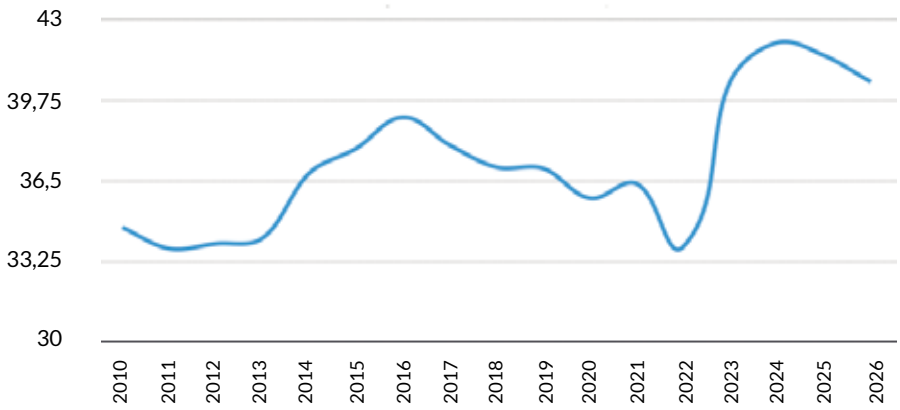


Gráfico 7. Margen de ventas unitario sobre ventas - compras



Los supermercados

Uno de los puntos clave en el debate sobre el incremento del precio de los alimentos es el grado de responsabilidad que tienen las grandes cadenas de supermercados en ello.

Podemos empezar, como en el caso de la industria alimentaria, viendo el resultado bruto de explotación (recordemos que se refiere a las ventas-gastos en insumos-gastos en personal, una especie de beneficio en bruto) de la categoría *Comercio al por menor en establecimientos no especializados*[11] donde se encuentran los súpers (Gráfico 8). **De nuevo, y como con la industria alimentaria, algo ha pasado a partir del año 2020. El incremento del indicador es del 109 %, es decir, que el beneficio bruto se ha duplicado en seis años.**

De entrada, parece que la crisis social alimentaria debido a la escalada de precios no les está yendo mal, más bien les está yendo maravillosamente bien. Si miramos algunas de las mayores empresas del sector, como **Mercadona**, su beneficio neto en el ejercicio 2025 fue de 1.729 millones de euros, lo que representa un incremento del 25 % respecto al año anterior y su récord absoluto. Si miramos su evolución en los años de la crisis la tendencia parece clara (Gráfico 9). **La crisis inflacionaria de los alimentos coincide con el incremento del beneficio de Mercadona en 1.106 millones de euros de 2019 a 2025 (un crecimiento del 177,5 %).**

Pero no se trata solo de Mercadona, **si miramos los otros principales supermercados encontramos dinámicas parecidas**. DIA ha incrementado su beneficio en un 150,15 % en estos mismos años, pasando de -331 M€ a +166 M, logrando una vuelta a la rentabilidad histórica tras revertir un agujero millonario; Lidl España lo ha incrementado en un 58,75 % (de 172,6 M€ a 274 M€); Carrefour un 104,56 % (pasando de 140,3 M€ a 287 M€[12]), duplicando su rentabilidad en dicho tramo.

Todos estos datos confirman que las grandes cadenas de supermercados están generando cada vez más beneficio en el período de crisis alimentaria.

Una primera explicación es simple: si cada vez los alimentos son más caros y tu mantienes los márgenes, tus beneficios se disparan. Haciendo lo mismo, tus ganancias se disparan. Recordemos que, en general, estamos hablando de porcentaje. Es decir, que si tú ganas pongamos que un 10 %, no es lo mismo si partes de 100 que de 200. En el primer caso ganas 10, en el segundo, 20.

Centrémonos ahora, justamente, en ese margen de beneficio neto. ¿Qué ha pasado con los márgenes? ¿Ganan más dinero porque la fruta o la verdura antes la vendían a 100 y ahora a 145 o porque, además de eso, han incrementado el porcentaje de beneficio por cada venta? En general el debate acaba siempre aquí: ¿ganan más porque venden más o porque se están quedando con un porcentaje mayor de tu ticket de compra? La respuesta a la pregunta tiene interés, pero no es la pregunta más importante, simplemente es a donde nos están dirigiendo el debate, aunque el centro de la discusión debería ser otro. Aun así, vamos a intentar responderla.

Veamos que está pasando con los márgenes y para ello vayamos, de nuevo, a los datos del sector minorista no especializado que ofrecen el OME, tanto el margen de ventas unitario como el de ventas unitario sobre compras-ventas.

En el primer caso el margen se ha incrementado un 38,1 % desde el año 2019 al 2026. Durante años se había mantenido entre un 4-4,5 %, pero a partir de 2022 ha ido escalando hasta llegar a su récord histórico en 2026 con un 6,05 %. Ello quiere decir que el **sector, de media, cada vez tiene más margen de beneficio operativo.** Si antes ganaba 4€ por cada 100€ de tu compra, ahora gana 6€.

11 La categoría Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas incluye Supermercados, hipermercados y autoservicios; pero también tiendas de conveniencia (a menudo abiertos 24 horas o muchas horas al día) que venden alimentos y colmados tradicionales.

12 Dado que el dato neto de 2025 sigue legalmente pendiente de desglose, el cálculo se realiza hasta 2024.

Gráfico 8. Resultado bruto explotación (millones de €)

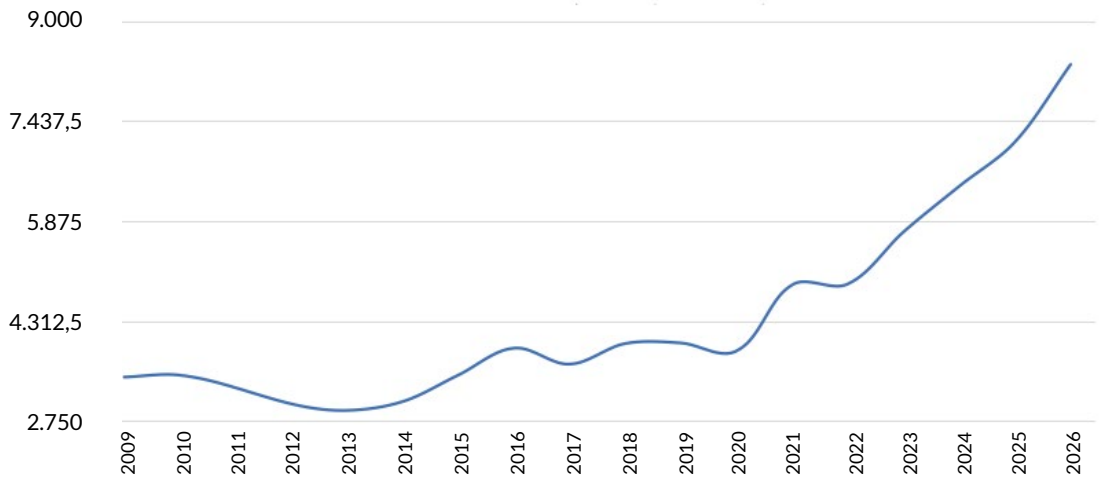
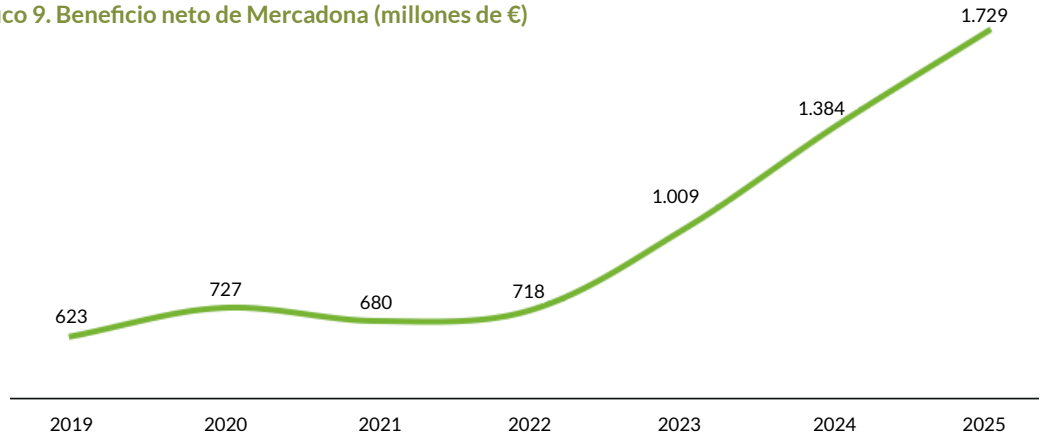


Gráfico 9. Beneficio neto de Mercadona (millones de €)



En el segundo indicador, el margen de ventas unitario sobre compras-ventas, el incremento ha sido del 27,25 %, de nuevo un techo histórico desde el año 2009. En este caso, lo que nos dice el indicador es que por cada 100€ que el comercio minorista compra, **está incrementando el margen de beneficio entre el precio al que compra y el precio al que vende**. Si, por ejemplo, se queda 25€ de margen bruto (compra a 100€ y vende a 125€), está obteniendo más beneficio neto (una vez descontados los gastos) de esa parte ahora que antes. De hecho, está obteniendo más beneficio de ese margen que nunca. Lo que dice este dato es que **en la operación de comprar alimentos y venderlos, ahora obtienen más beneficios que antes**.

Estos son datos del sector minorista, que como hemos visto, no solo incluye a los supermercados. Una primera queja de estas corporaciones, cuando se les acusa, en base a este dato, de incrementar los márgenes y ser responsables, en parte, del incremento final de los precios, es que en esta categoría estadística hay otros formatos de venta, no solo súpers. Es cierto que en la categoría CNAE 4711 - *Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco* no todo son supermercados, pero su peso en ella es muy alto.

Aunque las fuentes de estos datos no facilitan el desglose entre "supermercados/hipermercados" y el resto,

Gráfico 10. Porcentaje margen de ventas unitario (OME)

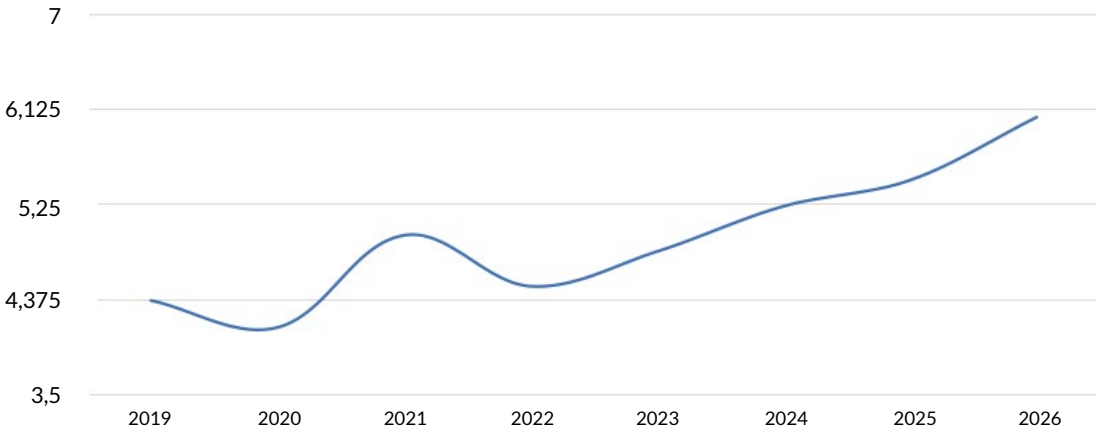
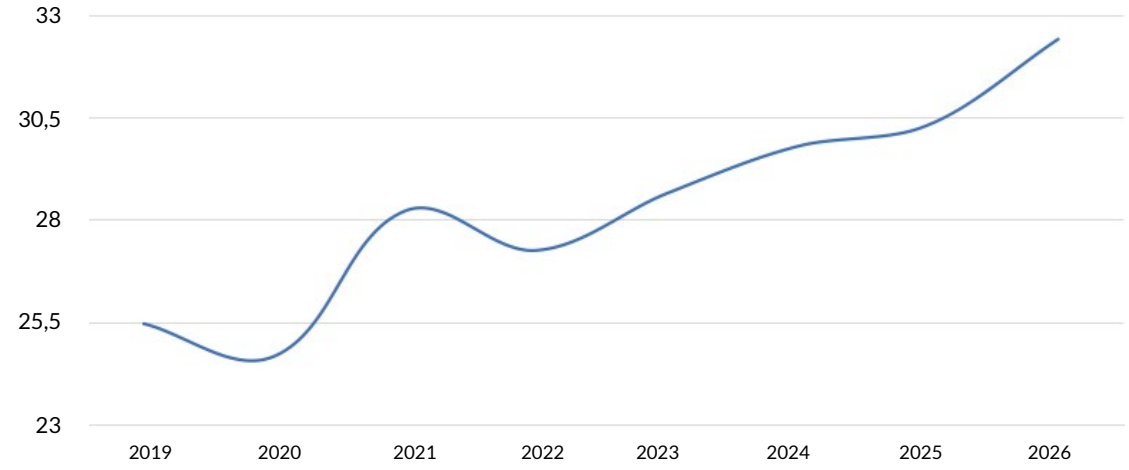


Gráfico 11. Margen ventas unitario sobre ventas - compras



sí que lo hace por superficie de establecimiento y ello nos acerca mucho a saber qué peso tienen los súpers en estas cifras sectoriales del OME. La facturación de los locales inferiores a 400m² (que básicamente incluyen las tiendas de conveniencia y otros establecimientos de menor tamaño) representan, a penas, el 10 % de toda la facturación[13]. No solo eso, sino que, dado que el sector está altamente concentrado, las principales cadenas de la gran distribución son las que explican buena parte de las cifras anteriores.

Es importante destacar que las tiendas alimentarias de barrio (carnicerías, pescaderías, panaderías, etc.) no forman parte de esta categoría estadística sino de la *Tiendas especializadas* (CNAE 472).

Todo parece indicar, por tanto, que las espectaculares cifras de beneficios que están experimentado las grandes cadenas de supermercados no solo se deben al alza de los precios, sino también al incremento directo de sus márgenes, porque pasar de un 4,5 % a un 6,1 %, aunque pueda parecer poco, con las inmensas cifras que manejan estos actores, representan muchos millones de euros.

13 ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t09/e01/p01/cnae09/a2011/l0/&-file=03008a.px&L=0

Para afinar aún más el tiro, vayamos a mirar, esta vez sí, las **cifras específicas de los supermercados tomando sus propios datos y cuentas de resultados**.

Para empezar, veamos su margen bruto. Para entendernos y simplificando, la diferencia directa entre el precio al que el supermercado le compra el producto a los proveedores y el precio al que te lo vende a ti. En el caso de los supermercados oscila, habitualmente, entre 25-30 %. Es decir, de cada 100 € que pagas en caja, entre 25 € y 30 € se quedan en el supermercado para cubrir sus costes. Algunas cifras de los principales supermercados serian DIA (26,2 %), Eroski (27 %), Consum (30,1 %) o Mercadona (25 %)[14].

Que de cada 100 € que nos gastamos en el súper, este se quede con 25 o 30 € no quiere decir, naturalmente, que ese sea su beneficio neto. Que Mercadona tenga un margen bruto del 25 % de sus ventas significa que de cada 100 euros que ingresa los costes de aprovisionamiento se llevan 75. De los 25 euros restantes aún tiene que pagar otras facturas (salarios, alquileres, publicidad, amortizaciones, transporte o energía). Si hacemos esas restas veremos que para Mercadona ese margen es del 5,4 % mientras que en el caso de DIA el 2,6 %, en Eroski el 4,6 % o en Consum el 2,7 %[15], por poner algunos ejemplos. ¿Ese es el beneficio neto? Casi, pero no. Si quitamos de eso los gastos financieros y fiscales, entonces sí, esa cifra nos muestra, básicamente, lo que realmente "gana" la compañía.

La principal empresa de supermercados del país (recordemos que controla casi un tercio de las compras en la distribución alimentaria), Mercadona, ha declarado para 2025 un margen neto de 4,5 % sobre la venta neta (gana 4,52 € por cada 100 € vendidos). O sea, y para entendernos, que de cada 100 € que pagamos cada vez que vamos a ese supermercado, se quedan como beneficio neto 4,5 € [14,15].

Si buscamos los datos que ofrecen los propios supermercados, veremos que ese margen neto oscila entre 2,5 % - 4,5 %.

Esos porcentajes, en apariencia, son pequeños, y a ellos se agarran machaconamente los defensores de la actuación de los supermercados en esta crisis alimentaria. La tesis es que los supermercados ganan muy poco por cada tíquet de compra, que están ajustando mucho los márgenes, todo lo que pueden, y que su beneficio viene de que compramos muchas unidades, no de que se queden con mucho dinero por el producto. Ya hemos visto que eso no es exactamente así.

Primero, porque seguramente no tiene mucho sentido calificar de mucho o poco un beneficio neto del 4,52 %. Dependiendo del total de facturación pude ser una autentica salvajada o no. Para nuestro propósito, nos interesa, además de ver lo que están ganando con nuestra compra, si ese porcentaje ha aumentado o disminuido en los últimos años. ¿Han subido sus márgenes? Los datos del OME parecían indicar que sí, ¿y los suyos propios?

En el caso de Mercadona no hay duda, ha subido su margen neto del 3,88 % el ejercicio anterior al 4,52 % actual. La empresa defiende que este aumento de rentabilidad no viene de encarecer los productos, sino de haber completado la reforma tecnológica y logística de sus tiendas. Será por lo que sea, pero ahora Mercadona se queda con algo más de dinero de tu tíquet de la compra que antes. Si ampliamos la escala temporal y comparamos qué ha pasado con el margen neto desde 2022 hasta 2025 (último año disponible), vemos que el margen neto de Mercadona ha crecido un 78 %, en el caso de DIA un 49 %, Carrefour un 22 % y Lidl un 14 %.

Es decir, sí, los márgenes de los principales supermercados son mayores ahora que hace tres años. Lo confirman los datos del OME y los suyos propios.

14 xataka.com/magnet/mercadona-tiene-arma-mayor-que-su-marca-blanca-listo-para-comer-mayor-rentabilidad-ganancia-articulo

15 cincodias.elpais.com/companias/2026-05-13/mercadona-pulveriza-los-ratios-de-rentabilidad-de-sus-rivales-pese-a-ganar-menos-por-producto.html

Beneficios máximos, comidas mínimas

Hay algunas cosas que están claras y, más allá de alguna excepción puntual en algún tipo de alimento o en alguna corporación concreta, siguen un patrón muy marcado:

- El precio de los alimentos se ha montado en una escalera mecánica que sube y sube y parece no tener fin.
- Los alimentos se han encarecido mucho más que la media del resto de bienes y servicios.
- Los alimentos que forman la base de una alimentación saludable se han encarecido más que los procesados.
- Los alimentos se han encarecido mucho más que los salarios medios.
- La brecha es aún mayor entre la alimentación saludable y los salarios de las rentas medias y bajas.
- Como resultado de todo ello, la mayor parte de la población come menos y peor.
- Los beneficios de la industria alimentaria y de los supermercados han aumentado, en algunos casos llegando a techos históricos.
- Los márgenes de buena parte de los principales supermercados se han incrementado durante el periodo de subida de los precios de los alimentos.

Este es el relato basado en los datos existentes.

Podríamos resumir la situación diciendo que después de la pandemia de COVID-19 se han producido una serie de acontecimientos que han alterado drásticamente la dinámica y los precios de la cadena alimentaria en el Estado español.

Un incremento de los precios de la energía y de algunos componentes esenciales de la producción alimentaria convencional (básicamente, los fertilizantes sintéticos) ha provocado un incremento de los costes de producción de algunas materias primas alimentarias (tanto a nivel internacional como estatal).

A nivel estatal, y con el decalaje habitual, el sector agrario ha visto cómo pasaba un tiempo hasta que sus nuevos y elevados costes eran mínimamente compensados por un incremento en el precio de venta, a menudo, no de manera completa ni con la velocidad necesaria. Luego, una vez esas materias primas, ya más caras, llegaban a la industria alimentaria, esta ha mantenido los márgenes (en el mejor de los casos) incrementado el precio al siguiente eslabón.

Llegamos así a los supermercados que, igual que la industria, también han mantenido o incrementado sus márgenes trasladando la subida acontecida río arriba, al consumo. Y como los salarios no siguen esa dinámica, pues crisis alimentaria de manual.

Esta sería la explicación que, seguramente, hemos escuchado o leído múltiples veces. Pero ante ella hay un par de consideraciones importantes:

1) **La cadena alimentaria descrita no es simétrica en lo que a poder se refiere.** A medida que avanzamos en ella, desde el campo hasta el carro de la compra, se concentra y el nivel de oligopolio se incrementa. Se parece a un embudo y a medida que nos adentramos en él, notamos las turbulencias del modelo asimétrico. **Cuantos menos actores hay en un eslabón de la cadena, parece que más beneficio genera el incremento de precios; se concentran los actores, crecen los beneficios**.

   Ocho empresas de supermercados controlan más del 60 % de todas las compras, y la primera, Mercadona, llega al 30 %, y eso, queramos o no, condiciona muchas cosas.

   En condiciones de mercado estándar, y siguiendo la propia lógica mercantil, un oligopolio nunca es de-

seable, pero cuando las condiciones son inestables, volátiles o afectan directamente a un bien esencial, entonces se convierte directamente en un peligro.

Lo que ha pasado se asemeja a un terremoto. Existe un epicentro, una perturbación situada en el origen de la cadena alimentaria, que ha provocado una onda destructiva que se ha transmitido a lo largo de ella. Los efectos devastadores que estamos viendo al final de la cadena dependen de la magnitud de esa perturbación inicial, sí, pero sobre todo del paisaje y las construcciones que hay a lo largo del trayecto que recorre la onda sísmica.

Nuestro sistema alimentario es extremadamente frágil, en parte por la extrema dependencia de factores que van a ser cada vez más volátiles (energía fósil y clima, principalmente), vivimos literalmente sobre una falla continental. **Pero lo es, sobre todo, por el férreo oligopolio que impera en la parte final de la cadena.** Un oligopolio que funciona al margen de cualquier tipo de salvaguarda pública. Así, cuando se produce una perturbación, las ondas del seísmo son amplificadas de manera dramática por el paisaje corporativo y cuando llegan al consumo se lo llevan por delante.

Por ello, el incremento del precio de la energía o el resto de causas que han originado el seísmo no consiguen explicar el resultado final del terremoto, solo una pequeña parte; el resto, como indican la FAO y diversos análisis independientes, se debe a la naturaleza interna de la cadena alimentaria actual, al paisaje que las corporaciones han construido sobre nuestro derecho alimentario. Los precios son la onda sísmica, y la manera como esos precios circulan por ella es el factor más importante que explica la inflación alimentaria en la que estamos sumidos, no tanto el origen de la misma.

2) **Mucho más importante que las respuestas, son las preguntas.** Ante el daño social que está suponiendo para la sociedad española el incremento inasumible del precio de los alimentos básicos nos podemos preguntar por qué están subiendo y quién se está beneficiando. Es lo que hemos intentado responder aquí. Pero esa no es la pregunta esencial. La realmente importante es, independientemente de que Mercadona gane más o menos dinero con la crisis alimentaria, de que la culpa sea de la sequía, de la guerra en Ucrania o del bloqueo del estrecho de Ormuz, de la entrada masiva de fondos de inversión especulativos en la alimentación o del control oligopólico que ejercen las principales corporaciones alimentarias y de distribución, lo realmente mollar, decíamos, es qué hacemos con el hecho en sí. Qué hacemos con la vulneración sistemática del derecho a una alimentación adecuada que estamos sufriendo desde hace años y que no hace otra cosa que empeorar.

   Imaginemos que los supermercados no están haciendo otra cosa que aprovechar la situación para ganar más dinero, que no han causado el incremento, solo se aprovechan de él. De acuerdo, no vamos a discutir ahora eso, es lo que hacen como corporaciones privadas en un sistema alimentario totalmente privatizado. **La cuestión es ¿cómo hemos permitido que un derecho humano tan básico como comer esté supeditado, completamente, al mercado?**, ¿que cuando el precio de los alimentos es, literalmente, inasumible para la mayor parte de la población, desde *lo público* no se haga nada? Llegados a este punto casi que da igual de quien sea la culpa y quien se esté aprovechando de ello, **lo importante es que los alimentos vuelvan a ser asequibles y que comer adecuadamente no sea un lujo, y para ello hay que actuar sobre los precios y los márgenes, no hay otra manera de hacerlo.**

Se trata, en definitiva, de volver a poner las cosas en su lugar correspondiente. Primero el derecho humano a comer, luego (si acaso) el mercado.

Frente al incremento del precio de los alimentos, proponemos:

Como medidas de emergencia:

- Elaborar una **cesta básica de alimentación saludable y limitar los precios de los alimentos contenidos en ella** para hacer frente a la creciente inflación alimentaria.
- Transformar el actual **Observatorio de precios** en un **órgano de control y vigilancia** en tiempo real que detecte y sancione las prácticas especulativas y los abusos en los precios de alimentos básicos a lo largo de toda la cadena alimentaria, así como que garantice la transparencia en los márgenes comerciales.

Como medida estructural:

- Creación e implementación de un p**lan de infraestructuras públicas alimentarias** que sirva para desplegar una red pública que actúe como contrapeso a los abusos comerciales de las cadenas alimentarias privadas y asegurar así una alimentación saludable, justa y accesible para la población. Actuaciones como la recuperación e intervención de mercados municipales, la creación de supermercados públicos, la creación y ampliación de almacenes y centros de estocaje, mataderos municipales, cocinas centrales, obradores cooperativos y demás centros de transformación, entre otros.


© Magnific.com

JUSTICIA ALIMENTARIA

C/ Floridablanca, 66-72
08015 Barcelona
justiciaalimentaria.org

Autoría: Justicia Alimentaria

Diseño y maquetación: puntoycoma.org

Imagen portada: Magnific.com / gpointstudio

Noviembre 2026