



**SÉPTIMO INFORME DE SEGUIMIENTO DE
LAS MEDIDAS PREVISTAS EN EL**

**“ACUERDO PARA LA ESTABILIDAD Y
SOSTENIBILIDAD DE LA CADENA DE
VALOR DEL SECTOR VACUNO DE LECHE”**

BALANCE BIANUAL

SEPTIEMBRE 2015 – SEPTIEMBRE 2017

SÉPTIMO INFORME DE SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS PREVISTAS EN EL "ACUERDO PARA LA ESTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR DE VACUNO DE LECHE"

BALANCE BIANUAL (OCTUBRE 2015 - SEPT 2017)

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. INTRODUCCIÓN.....	12
3. OBJETIVOS Y COMPROMISOS DEL ACUERDO.....	13
4. INDUSTRIAS, EMPRESAS, ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES ADHERIDAS.....	15
5. INFORMACIÓN DISPONIBLE SOBRE DIFERENTES ASPECTOS DEL CONJUNTO DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR LACTEO.....	17
5.1. DESCRIPCION DE LA SITUACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA PRODUCCIÓN.....	17
5.2. DESCRIPCION DE LA SITUACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA DISTRIBUCIÓN.....	32
5.3. DESCRIPCION DE LA SITUACIÓN EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO	44
6. PRINCIPALES ACTUACIONES REALIZADAS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y SEGUIMIENTO DEL ACUERDO	57
7. MEDIDAS PROMOVIDAS POR LOS FIRMANTES DEL ACUERDO, PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS ASUMIDOS.....	84
7.1. COOPERATIVAS Y ORGANIZACIONES AGRARIAS.....	84
7.2. INDUSTRIAS LÁCTEAS	85
7.3. EMPRESAS DE LA DISTRIBUCIÓN.....	86
7.4. IDENTIFICACIÓN DEL ORIGEN EN MARCAS DE FABRICANTE Y MARCAS DE DISTRIBUIDOR	86
8. PRINCIPALES CONSTATAIONES Y CONCLUSIONES	93

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este séptimo informe de seguimiento del “Acuerdo para la estabilidad y sostenibilidad de la cadena de valor del sector vacuno de leche” elaborado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (en adelante MAPAMA), a requerimiento de las industrias, empresas, asociaciones y organizaciones firmantes de dicho Acuerdo el 23 de septiembre de 2015, da cuenta de la labor desarrollada por las partes y expone el grado de avance logrado en el cumplimiento de los objetivos marcados durante los dos años de vigencia del mismo. Constituye, por tanto, el balance bianual del cumplimiento de los compromisos asumidos de manera voluntaria por los agentes firmantes y sirve de base para extraer conclusiones sobre el papel del Acuerdo en el sector lácteo.

Dicho acuerdo recoge las tareas a las que se han comprometido los agentes que integran la cadena de valor de la leche de vaca: productores, cooperativas, industria y distribución, para revalorizar la leche y los productos lácteos a lo largo de dicha cadena, de manera que redunde en la mejora de la situación de los ganaderos de leche.

Para la elaboración de este informe se ha requerido información a cada uno de los firmantes, e igualmente se ha utilizado información del propio Ministerio. Se hace también referencia al estado de ejecución de las tareas que se encomiendan al Ministerio.

Es de destacar que las organizaciones y asociaciones participan de forma proactiva y constructiva en las reuniones de seguimiento y en los diferentes grupos de trabajo, que se vienen celebrando para la completa implantación del Acuerdo sectorial. Se han realizado 13 reuniones de seguimiento con la asistencia de la totalidad de los convocados.

El informe constata el balance positivo en la mayor parte de los compromisos fijados en el Acuerdo, sin olvidar que todavía en algunos aspectos deben realizarse progresos para lograr un mejor cumplimiento del mismo y que debe aprovecharse este impulso que representa el Acuerdo para acometer una reforma estructural del sector que permita garantizar su sostenibilidad económica y social.

Las condiciones en las que, en el momento actual, operan los diferentes agentes del sector son las siguientes:

- La actual situación del mercado lácteo ha mejorado notablemente con respecto a diciembre de 2015.
- Como consecuencia de las crisis de mercado que afectaron a los sectores ganaderos la Comisión puso en marcha tres paquetes de medidas que en el

caso de España se destinaron por completo al sector de la leche de vaca, en septiembre de 2015, en marzo y en julio 2016, entre las que destacan las destinadas a mejorar la liquidez de las explotaciones en forma de ayudas directas a los ganaderos, y aquellas cuyo principal objetivo era la contención de la producción para reequilibrar el mercado.

- Además se pusieron en marcha los mecanismos de red de seguridad (intervención y almacenamiento privado), que se fueron adaptando a la evolución de la situación del mercado. La intervención pública de leche desnatada en polvo a precio fijo que estuvo abierta de forma ininterrumpida desde 2014 hasta el 30 de septiembre de 2017, como consecuencia de sucesivas prórrogas sobre el calendario previsto en el Reglamento OCMA incrementándose además las cantidades susceptibles de compra por dicho procedimiento.
- El año 2017 ha sido especialmente favorable para el mercado lácteo. Los precios han mejorado ostensiblemente y los costes de producción particularmente la alimentación se han contenido. Sin embargo, el ritmo ascendente de la producción, que previsiblemente se agudizará en la primavera, junto con los factores de incertidumbre propios de este sector, en relación al mercado global y las decisiones en torno a la salida de la LDP almacenada en la intervención, obligan a estar atentos y seguir estrechamente la evolución del mercado¹, máxime cuando en los próximos meses debe actualizarse un volumen muy importante de los contratos a un año.
- Los precios de la mantequilla, que alcanzaron niveles record en septiembre de 2017, ha tenido una tendencia descendente desde entonces, pero en las últimas semanas muestra estabilidad y se encuentra un 7% por encima al precio de febrero de 2016.
- La leche desnata en polvo (LDP) por el contrario se mueve en un nivel de precios (también a nivel mundial) muy bajos lo que ha propiciado que se hayan alcanzado cifras de exportación record, con más de un 39% de crecimiento en el volumen exportado y más de un 40% en valor.
- No obstante, sigue siendo un problema la situación de los stocks intervenidos, ya que se disponen de algo menos de 400.000 tn de LDP en almacenamiento público a las que hay que encontrar una salida sin comprometer el equilibrio

¹ Esta valoración general de la situación coincide con la transmitida en el último comité de gestión de productos ganaderos, en el que la Comisión insistió en su preocupación por el desequilibrio en el mercado que puede suponer este aumento de la producción, ya que no está acompañado de un aumento en el consumo interno y considerando que un aumento superior a 1,5 millones de toneladas puede ser problemático en un futuro próximo.

En el lado positivo se destaca que se están registrando precios buenos pese a encontrarnos ya en el mes de febrero. La LDP tiene bajos precios, pero muestra estabilidad. El nivel de exportaciones es bueno y la demanda global es positiva. Pese a la debilidad del dólar, la competitividad de la UE es adecuada lo que se suma a que la producción en Nueva Zelanda es menor a la esperada.

del mercado y de momento está resultando complicado dados los bajos precios ofertados en las licitaciones que se han llevado a cabo. Actualmente están disponibles para la venta 101.061 t de LDP.

- Recientemente se ha publicado un Reglamento que impide las compras de intervención a precio fijo, que podrían empezar a producirse desde el 1 de marzo, permitiendo únicamente compras mediante el procedimiento de licitación.
- El consumo de leche envasada en los hogares en España durante los últimos dos años ha ido en leve pero continuo descenso, si bien hubo una cierta recuperación a finales de 2016 y principios de 2017. Los últimos datos disponibles (diciembre 2017) mostrarían una cierta tendencia a la estabilización, aunque el consumo de leche líquida aún permanece en números negativos respecto del TAM diciembre 2016 (volumen -0,3%, valor -2,3%).
- El valor que ha alcanzado la categoría en el TAM septiembre 2017, asciende a 2.214 millones de euros, 65,4 millones menos en comparación con el periodo previo, lo que implica una disminución del 2,9%.
- Durante todo el periodo, el canal que ha concentrado la mayor cantidad de litros comprados por los hogares son los supermercados y autoservicios, manteniéndose por encima del 50% de la cuota de mercado.
- Las tiendas de descuento se consolidan como segunda alternativa por encima de los hipermercados, con alrededor del 20% del mercado en volumen a lo largo de todo el período.
- El canal e-commerce (subcategoría incluida dentro de "Otros canales") es el único que crece a doble dígito en ambos años, aunque sigue teniendo una cuota de mercado inferior al 2%.
- En cuanto a la clasificación por materia grasa, desde octubre 2016 todos los tipos de leche han visto reducido su volumen de compra para consumo doméstico. La semidesnatada continúa siendo el tipo principal, con más del 45% de cuota de mercado a lo largo de todo el periodo.
- El precio medio que paga el consumidor por la leche envasada ha sufrido un ligero pero paulatino descenso. El precio máximo en este período bianual se alcanzó en marzo de 2016, con 0,72 €/litro, no habiéndose superado los 0,70 €/litro desde agosto de 2016. A la fecha de elaboración de este informe, los últimos datos disponibles indican que la tendencia se mantiene, ya que el precio medio de leche se cerró a año móvil diciembre 2017 en 0,69€/l, un 1,9% más reducido que el existente doce meses antes.

- Los principales tramos de precios permanecen estables, siendo dos los cambios más notables el trasvase de compras del intervalo 0,75-0,80 €/l hacia el rango 0,65-0,70 €/l, y del intervalo 0,85-0,90 €/l hacia el de 0,80-0,85 €/l. En ambos casos ambas acciones explican la concentración progresiva hacia precios más reducidos. A la fecha de este informe se mantiene esta misma tendencia, con un 37% de las compras de leche en el intervalo de precios entre los 0,55 y los 0,60€/l.
- Supermercados y autoservicios recogen más del 50% del gasto en leche envasada para uso doméstico a lo largo de todo el período bianual. La cuota de mercado no ha sufrido grandes fluctuaciones, si bien puede verse una paulatina disminución del gasto en el canal tradicional y los hipermercados, y un ligero aumento en las tiendas descuento.
- Desde octubre de 2015, el consumo per cápita ha sufrido fluctuaciones, con una contracción acusada a mediados de 2016 (el mínimo del período se alcanzó en agosto de 2016), pero con una cierta recuperación a finales de 2016 y principios de 2017. Sin embargo, vuelve a descender ligeramente los últimos meses de este período bianual.
- Por Comunidades Autónomas, desde octubre 2016 se produce una contracción del consumo per cápita de leche envasada bastante homogénea. Solo Baleares, Canarias y Navarra consiguen un mayor consumo en los últimos 12 meses. Castilla y León y Galicia se posicionan como las CCAA con mayor consumo per cápita, en contraposición se sitúan Murcia y Andalucía.
- En cuanto a la evolución del consumo por tipo de leche, la ingesta ha ido mermando en los tres tipos, aunque con ligeras fluctuaciones a lo largo del periodo.
- Por tipologías de hogar, durante el periodo bianual se constata que son los retirados y adultos independientes los que mayor consumo per cápita realizan; en el lado contrario se encuentran las familias con hijos pequeños y parejas jóvenes sin hijos. Únicamente los adultos independientes realizan más consumo per cápita que hace un año.
- A lo largo del período bianual el porcentaje de las promociones ha oscilado entre el 7,9 y el 9,9% del total de las compras, con los mayores porcentajes a lo largo del año 2016. Los últimos datos disponibles muestran que la tendencia se mantiene, pues la leche envasada con promoción supone sólo el 6,6% de las compras en diciembre de 2017.
- La proporción de compras en promoción de las marcas de fabricante es superior a la media del mercado, oscilando entre el 11,1 y el 15,6%. Los valores más altos se alcanzan entre finales de 2016 y principios de 2017, con

una reducción importante los últimos meses de este período bianual. A la fecha de elaboración de este informe, la tendencia se mantiene a la baja, con el 9,4% de la leche de marcas de fabricante adquirida en promoción.

- En las marcas de la distribución, la proporción de litros comprados en promoción oscila entre el 5,1 y el 8,5%, viéndose una ligera tendencia a la disminución. Los últimos datos disponibles, confirman la tendencia con un 5,4% de la leche de marcas de distribución adquirida en promoción.

El trabajo llevado a cabo en estos dos años ha hecho posible constatar un grado significativo de avance, con compromisos cumplidos y otros que serán perceptibles a medio plazo, pudiendo destacarse los siguientes aspectos en el balance bianual:

- El Acuerdo se mantiene como un foro de encuentro estable y periódico entre ganaderos, industriales y distribución, junto con el Ministerio, permitiendo canalizar y facilitar las relaciones entre las organizaciones sectoriales. Esto ha permitido dar una mayor relevancia al papel de la interprofesional láctea (INLAC) facilitando un mejor clima en las relaciones entre las organizaciones y la distribución, lo que ha contribuido a dar más tranquilidad al sector.
- Contribuyó a moderar las caídas en el precio percibido por el ganadero, que si bien ha descendido, al igual que en el resto de los países comunitarios, lo ha hecho en menor medida: durante los últimos meses el precio medio percibido por los ganaderos españoles se ha situado por encima del precio medio europeo, si bien, según los últimos datos el precio español se mantiene de nuevo por debajo del precio europeo.
- El porcentaje de compras realizadas con promoción a lo largo del período bianual ha oscilado entre el 7,9 y el 9,9% del total de las compras.
- Las organizaciones sectoriales han acordado un Protocolo de Resolución de Incidencias, que viene permitiendo resolver las prácticas inadecuadas en los lineales, de forma ágil y eficaz. En 2017, el protocolo se activó 24 veces obteniendo siempre respuesta.
- Así mismo, el *Comité de enlace con la distribución* se ha reunido un total de 10 veces desde la firma del Acuerdo Lácteo: 4 ocasiones en 2017, 3 ocasiones en 2016 y 3 ocasiones en 2015.
- Se ha podido constatar que desde la puesta en marcha del Acuerdo ha habido una significativa mejora en la valorización de la leche en los puntos de venta y los tramos de precios han permanecido estables a lo largo de todo el periodo. En septiembre 2017, el 97,4% de la leche se compra por encima de 0,55 euros y el 51,9%, se compra en los estratos de precios comprendidos entre 0,55 y 0,70 €/l.

- Se han publicado en el BOE 3 órdenes ministeriales correspondientes a la homologación de los contratos-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA, para los años 2016, 2017 y 2018.

Este contrato permite dar mayor transparencia y seguridad a las transacciones entre el ganadero y la industria. Desde enero 2016 hasta noviembre 2017, se han recibido en INLAC 5.791 contratos, de ellos 4.103 son homologados. De los 1.688 restantes, 1.393 contratos incorporan cláusula de vista previa.

- Tras la aprobación del contrato tipo homologado de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA, se ha llegado a un acuerdo en el seno de INLAC para establecer un modelo de contrato entre suministradores sin código REGA: cooperativas, SAT, primeros compradores, e industrias (como compradora de leche cruda en cisternas) y receptores. Este modelo de contrato se encuentra disponible en la página web de INLAC, si bien no se ha solicitado su homologación al MAPAMA.

En este sentido, las industrias tienen entre sus compromisos, facilitar la continuidad de la producción de leche en la explotación, cuando deciden no renovar el contrato con un ganadero, mediante fórmulas de desenganche suficientemente prolongadas, habida cuenta del nivel de inversión que supone el funcionamiento de una explotación lechera.

- La duración media de los contratos ha evolucionado claramente al alza. Así en diciembre de 2015 era de 6 meses, en diciembre de 2016 de 9 meses y en diciembre de 2017 de 11 meses.
- La evolución en el número y el volumen asociado a los contratos desde diciembre de 2015 sigue la misma tendencia que las declaraciones de entregas de leche cruda, que se ha incrementado en estos dos años y que la evolución del número total de ganaderos en activo. Así, es positiva en volumen, con incremento de 1,3 millones de toneladas de leche bajo contrato, mientras desciende el número de ganaderos con contratos respecto a diciembre de 2015 en 1.046.
- El número de ganaderos asociados a cooperativas se mantiene prácticamente estable entre 2015 y 2017 y supone poco más del 35% del número total de ganaderos. Sin embargo el volumen de leche declarado por ellos se reduce ligeramente pasando del 45% del total de leche comercializada en 2015 al 37% del total en 2017.
- Se ha regulado y puesto en marcha, a través de la aprobación de un Real Decreto, la declaración obligatoria de los precios de cesión de las industrias a la distribución. Esta información permite conocer, con mayor precisión el

proceso de formación del precio y la transferencia del valor a lo largo de la cadena. Desde la puesta en marcha de este sistema de declaraciones se constata una gran estabilidad en dichos precios de cesión.

- Se ha constatado la voluntad por parte de la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias y de la dos Organizaciones Agrarias firmantes del Acuerdo, de fomentar las fusiones de cooperativas de ganaderos, para lo cual se han llevado a cabo diversas jornadas y reuniones al objeto de concienciar de su importancia a los ganaderos y a los responsables de sus cooperativas. En este sentido, se han integrado tres cooperativas gallegas en Cooperativas Lácteas Unidas (Clun): Feiraco, Os Irmandiños y Melisanto que comenzó a funcionar el 1 de enero de 2017. Agrupa a 4.340 ganaderos y una producción de leche de 410 millones de litros.
- Muy recientemente además, 6 cooperativas (Aira, Icos, Cogasar, Coelplan y Leira) han firmado un proyecto de fusión en cooperativa de primer grado, que puede llegar a integrar 1.100 explotaciones de vacuno de leche, con una producción de 310 millones de litros al año. El inicio de su funcionamiento está previsto para el 1 de enero de 2018.
- En cuanto al compromiso de indicar el origen de la leche en el envase, desde la vigencia del Acuerdo se observa una evolución lenta pero positiva, especialmente acentuada este último año 2017: el porcentaje de referencias en las que no figura el origen de la leche ha ido descendiendo, pasando de un 72,4% en el primer trimestre, a un 70% en el segundo trimestre, 67,7% en el tercer trimestre, 67,3% en el cuarto trimestre, se observó un ligero repunte en el quinto trimestre hasta llegar al 70%, descendió en el trimestre de enero-marzo 2017 hasta el 66,6%. Para este último trimestre jul-sept 2017 el porcentaje de leche sin indicación de origen de ningún tipo es la cifra más baja del periodo bianual alcanzando un porcentaje del 48,6%.
- INLAC presentó en la Convocatoria UE (C41/20) de Información y promoción de productos agrícolas, realizada en base al Reglamento UE nº: 1144/2014 una propuesta para realizar un programa cofinanciado con fondos comunitarios sobre "Promoción de la leche y productos lácteos en el marco de unas prácticas dietéticas adecuadas", que fue aprobada por la Comisión Europea. Asimismo, el MAPAMA ha realizado en 2017, dentro del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional, una campaña sobre "Promoción de leche y productos lácteos" cuyo objetivo es colaborar con el sector para lograr un funcionamiento eficiente de la cadena de valor de dichos productos, mejorar la percepción del consumidor, incrementar su compra y crear hábitos de consumo saludables.

- Se ha elaborado un estudio de caracterización de las relaciones contractuales entre industria y distribución, cuyos resultados han sido presentados a las partes.
- La respuesta de las empresas firmantes para la elaboración del presente informe ha sido superior a las recibidas en los últimos trimestres, alcanzando un total de 30 informes. En esta ocasión se les solicitó el envío del balance de las actuaciones elaboradas a lo largo del periodo oct 2015-sept 2017. Por parte del sector productor, el MAPAMA ha recibido 1 respuesta (representando al 25% del sector productor firmante del Acuerdo), por parte del sector industrial ha recibido 19 respuestas (representando al 53% del sector industrial firmante del Acuerdo) y por parte del sector distribución ha recibido 12 respuestas (representando al 55% del sector distribución firmante del Acuerdo).

El Informe da cuenta también de los trabajos desarrollados por el MAPAMA en cumplimiento de las actuaciones que se le encomendaban en el Acuerdo. En concreto:

- Con fecha de 16 de abril de 2016, se publicó en el BOE, el Real Decreto 153/2016, de 15 de abril, sobre declaraciones obligatorias a efectuar por los fabricantes de leche líquida envasada de vaca, completando así la tramitación del mismo.
- Se han publicado en el BOE 3 órdenes ministeriales correspondientes a la homologación de los contratos-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA, para los años 2016, 2017 y 2018.
- Se encuentra en tramitación una propuesta de revisión normativa del Paquete lácteo, conjunto de medidas implantado en el 2012 por la Comisión Europea con la intención de fortalecer la posición de las granjas en la cadena de la leche. El borrador de Real Decreto, en el momento de elaborar este informe, está en trámite de audiencia, habiéndose incorporado modificaciones significativas al objeto de evitar, en los primeros compradores, prácticas que puedan poner en riesgo la sostenibilidad económica de las explotaciones.
- Se mantiene y mejora el procedimiento de control, a través de empresas especializadas, sobre el grado de cumplimiento de los compromisos asumidos por las diferentes industrias y distribuidores, en cuanto a la identificación del origen de la leche y a la no comercialización de leche a bajo precio, lo que permite cuantificar el grado de cumplimiento de cada empresa, tal como se señala en apartado 7.4. de este Informe.
- El MAPAMA, en el marco del Barómetro de Confianza del Sector Agroalimentario, ha elaborado un estudio para analizar la percepción del

sector lácteo. El estudio se ha llevado a cabo a través de una encuesta a 1.500 consumidores y 700 distribuidores cuyos resultados se expusieron en el cuarto informe trimestral.

- Se ha elaborado, contando con la información facilitada por INLAC, una propuesta de cadena de valor, que fue presentada en el Pleno Observatorio de la Cadena Alimentaria. Se ha contratado una empresa especializada en el desarrollo de sistemas de información y análisis en el sector agroalimentario para el diseño e implantación de una solución analítica que permita integrar de forma automatizada y analizar las distintas fuentes de datos de origen sobre la cadena de distribución y consumo de la leche líquida y los productos lácteos.
- El MAPAMA encargó la realización de un estudio con el objetivo de conocer, en términos generales, las distintas modalidades de contratación que se llevan a cabo entre industria y distribución y cuyos resultados fueron presentados a las partes implicadas.

2. INTRODUCCIÓN

El propósito de este informe es hacer un balance del grado de cumplimiento de los compromisos suscritos por los firmantes del “Acuerdo para la estabilidad y sostenibilidad de la cadena de valor del sector de vacuno de leche”, de 23 de septiembre de 2015, incluyendo en esta evaluación el grado de cumplimiento de los trabajos encomendados por los firmantes al MAPAMA durante este periodo de dos años.

El Acuerdo estableció un procedimiento de seguimiento del cumplimiento de los compromisos basado en un informe trimestral elaborado por el MAPAMA. Tras la publicación de los anteriores informes, este séptimo permite, por tanto, profundizar en el análisis del grado de cumplimiento, al disponer ya de una mayor perspectiva sobre de las actuaciones realizadas desde la firma del acuerdo.

Puesto que la vocación de los compromisos suscritos es que surtan efectos permanentes en el sector, su aplicación y su efecto, en algunos casos, sólo serán constatables en el medio plazo y quedarán reflejados en posteriores informes, habida cuenta de que suponen un cambio de cultura en los procedimientos de trabajo habituales entre los agentes del sector lácteo.

El Acuerdo también tiene una vocación constructiva y transformadora de las relaciones de los agentes que componen la cadena de valor del sector lácteo. Por ello, no tiene una fecha de conclusión, sino que constituye un ejercicio permanente de mejora por parte de todos los agentes del sector, por ello, las deficiencias que se observan en el cumplimiento y los puntos pendientes de ser completados, deben suponer un aliciente para remover los aspectos negativos que todavía puedan persistir.

3. OBJETIVOS Y COMPROMISOS DEL ACUERDO

Tal como se refleja en el propio Acuerdo, su formalización constituye la expresión de las industrias, empresas, asociaciones y organizaciones firmantes de su compromiso para trabajar por la estabilidad y creación de valor a lo largo de la cadena y por lograr precios sostenibles y remuneradores en cada tramo de la misma.

Para conseguir dichos objetivos las partes que se adhieren asumen diversos compromisos que se detallan en el Acuerdo y se concretan, de forma resumida, en los siguientes puntos:

1. Por parte de las empresas de distribución alimentaria y sus organizaciones:
 - Valorizar la leche y los productos lácteos, estableciendo medidas que impidan su uso como productos reclamo y su banalización.
 - Promover modalidades de compra de leche líquida que permitan mantener el valor del producto en los primeros escalones de la cadena, estableciendo contratos a largo plazo con las industrias proveedoras.
 - Promover la identificación del origen de los productos, tanto en medios promocionales como en los propios lineales.
2. Por parte de las industrias lácteas y la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL):
 - Aplicar en sus contratos, precios y volúmenes de compra que contribuyan a la sostenibilidad de las explotaciones y garanticen al productor la recogida, de acuerdo con la evolución de las ventas.
 - Compartir con los ganaderos la revalorización que obtengan sobre los precios de cesión, tras la revisión de las modalidades de contratación con la distribución.
 - Promover, para su aplicación generalizada, un contrato-tipo de compraventa que mejore la transparencia en las relaciones con el ganadero.
 - Facilitar al MAGRAMA, de acuerdo con el procedimiento que se regule, sus precios netos de cesión o venta de la leche clásica.
 - Promover la inclusión en los envases, de forma visible y como mención voluntaria, el país origen del producto.
3. Por parte de las cooperativas y las organizaciones agrarias:

- Promover la constitución de organizaciones de productores que se comprometan a comercializar toda su producción y a ceder la capacidad de negociación a la organización.
 - Promover la fusión de las cooperativas para facilitar la creación de organizaciones de productores sólidas y reducir costes estructurales del sector.
 - Reforzar la capacidad de los ganaderos en la negociación de los precios y mejorar su participación en los beneficios de la comercialización conjunta y del valor añadido de su producción.
 - Promover junto con la industria láctea la implantación del contrato tipo de compraventa indicado anteriormente.
4. Adicionalmente, todos los representantes de la cadena de valor de sector lácteo:
- Promover la adhesión al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria y la utilización del Mediador en los contratos.
 - Colaborar con el MAPAMA en la aplicación del Programa PLS y en el refuerzo de sus procedimientos de control.

El Acuerdo se completa instando las partes al MAPAMA a:

- Regular el papel de los primeros compradores, en relación con los productores de leche.
- Regular la declaración de precios de cesión de la industria a la distribución.
- Encargar al Observatorio de la Cadena Alimentaria que estudie la cadena de valor de la leche líquida, para disponer de información actualizada sobre márgenes de precios y rentabilidad, en los distintos eslabones de la cadena.
- Asumir la función de garante del Acuerdo, realizando un seguimiento de la aplicación de los compromisos adquiridos y publicando trimestralmente un informe en el que se haga público el grado de avance logrado.

4. INDUSTRIAS, EMPRESAS, ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES ADHERIDAS

El Acuerdo se ha planteado como un documento integrador y, por tanto, permanentemente abierto a nuevas incorporaciones. De hecho, después de la fecha de su firma se han adherido al mismo algunas industrias lácteas y organizaciones agrarias, que no participaron en su firma, el 23 de septiembre.

La relación de empresas, organizaciones y asociaciones adheridas se mantiene como el trimestre anterior y es la siguiente:

DISTRIBUCIÓN	SECTOR INDUSTRIAL	SECTOR PRODUCTOR
ACES	AGRUPACION COOP LACTEA SL CLESA	ASAJA
ANGED	ANDROS LA SERNA	ASOCIACIÓN DE GANADEROS PRODUCTORES DE LECHE - AGAPROL
ASEDAS	CALIDAD PASCUAL	COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
AHORRAMÁS	CADI SOCIETAT COOP. Ltda.	UPA
ALCAMPO	CAPSA FOOD	
CARREFOUR	CENTRAL QUESERA MONTESINOS, S.L.U.	
CONDIS	COINGA	
CONSUM	COVAP-SDAD.COOP.ANDALUZA VALLE PEDROCHES	
COVIRAN, S.COOP.AND	DANONE	
EL CORTE INGLES E HIPERCOR	EL BUEN PASTOR, S.L.	
EROSKI	FEIRACO	
EUROMADI	FENIL	
FROIZ	GRUPO LACTALIS IBERIA, S.A.U.	
GADISA	GRUPO LECHE RIO,S.A.	
GRUPO DIA	HIJOS DE SALVADOR ODRÍGUEZ,S.A.	
IFA ESPAÑOLA, S.A.	HOCHLAND ESPAÑOLA,S.A.	
LIDL SUPERMERCADOS	INDUSTRIAS LACTEAS ASTURIANAS S.A.	
MERCADONA	INDUSTRIAS LACTEAS MONTEVERDE	
MIQUEL ALIMENTACIÓ	INDUSTRIAL QUESERA CUQUERELLA,S.L.	
MUSGRAVE	IPARLAT	
SUPERMERCADOS MÁS Y MÁS	KAIKU CORPORACIÓN ALIMENTARIA	
SUPERMERCADOS SIMPLY	LACTEAS EL JARAMA	
	LACTEAS FLOR DE BURGOS	

DISTRIBUCIÓN	SECTOR INDUSTRIAL	SECTOR PRODUCTOR
	LÁCTEAS GARCÍA BAQUERO. S.A.	
	LÁCTEAS TOLEDO	
	LECHE CELTA, S.L.	
	LECHE GAZA,S.L.	
	MANTEQUERIAS ARIAS	
	MONDELEZ ESPAÑA SERVICES	
	NESTLÉ	
	PALANCARES ALIMENTACIÓN,S.L.	
	GRUPO POSTRES REINA	
	QUESERÍAS ENTREPINARES	
	QUESERÍAS LAFUENTE	
	QUESOS ALDONZA Y D. ISMAEL, S.L.	
	SHREIBERFOODS	

5. INFORMACIÓN DISPONIBLE SOBRE DIFERENTES ASPECTOS DEL CONJUNTO DE LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR LACTEO

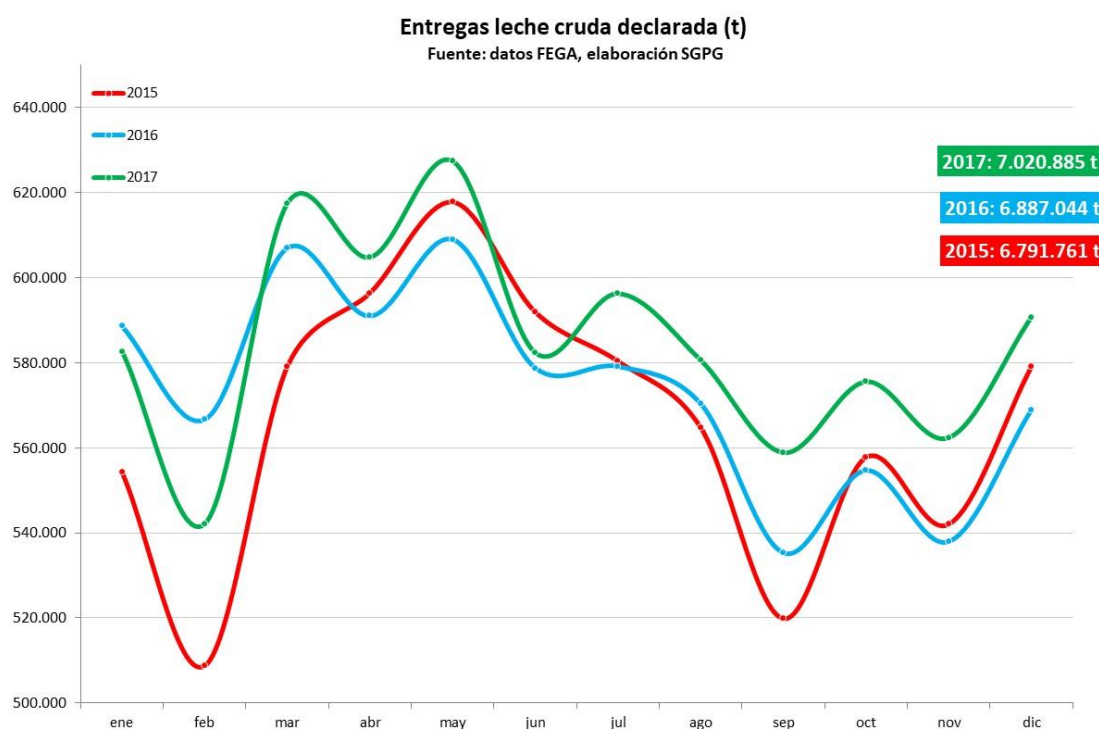
5.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA PRODUCCIÓN.

5.1.1 Producción.

Situación en España

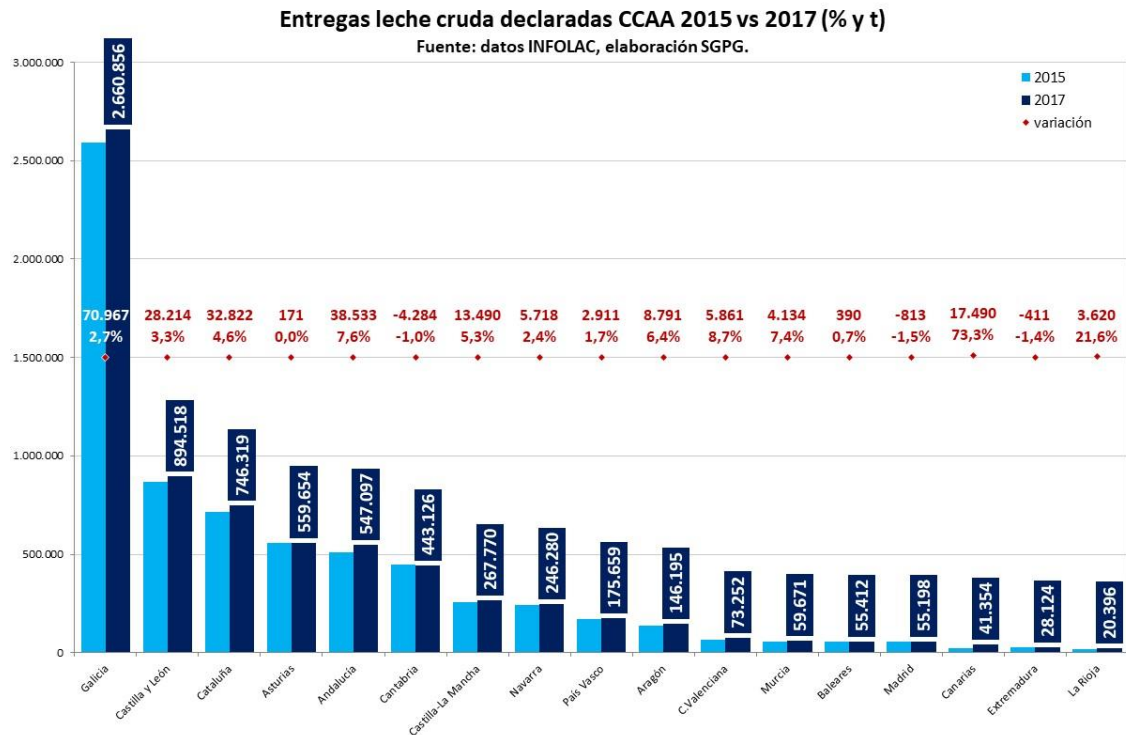
Desde el fin del régimen de cuota láctea se mantiene una tendencia al alza en las entregas de leche, de forma que en 2017 se constata un aumento del 3,4 % con respecto a 2015.

Las entregas durante 2017 ascienden a 7.020.885 t de leche. Si bien se inició el año con un nivel inferior a 2016, a partir de marzo, las entregas se sitúan en general, por encima de los 2 años anteriores



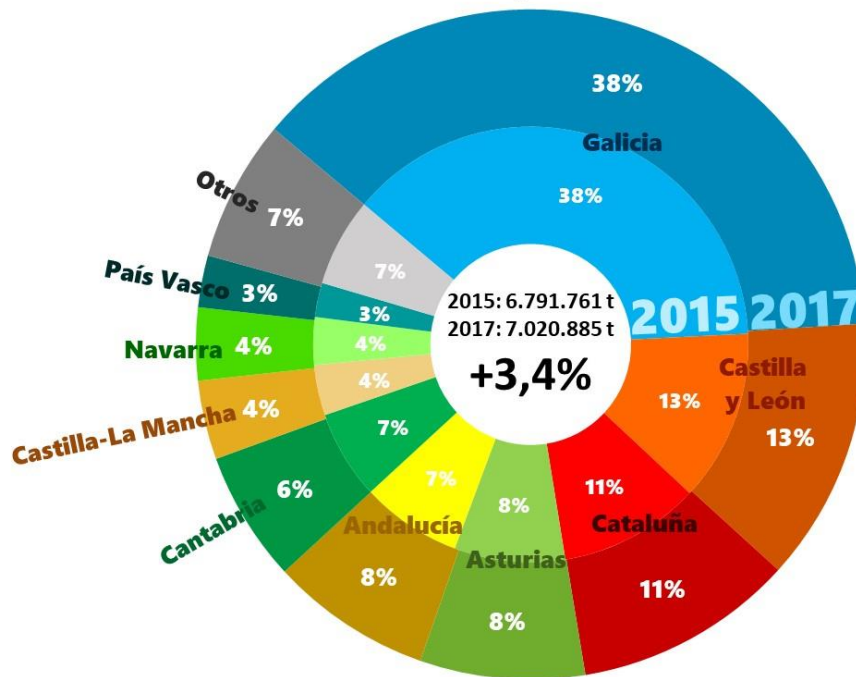
Este incremento se ha manifestado en trece Comunidades Autónomas de las cuales algunas crecen proporcionalmente por debajo de la media (Galicia, Asturias, Navarra, País Vasco y Baleares) en tanto que en cuatro Comunidades Autónomas (Cantabria, Murcia, Madrid y Extremadura) han disminuido las entregas.

No obstante, la estructura productiva (peso relativo de las entregas por CCAA) de 2015 comparada con la de 2017, prácticamente no se ha modificado si bien ha variado en un punto porcentual para el caso de Andalucía (+1%) y Cantabria (- 1%).



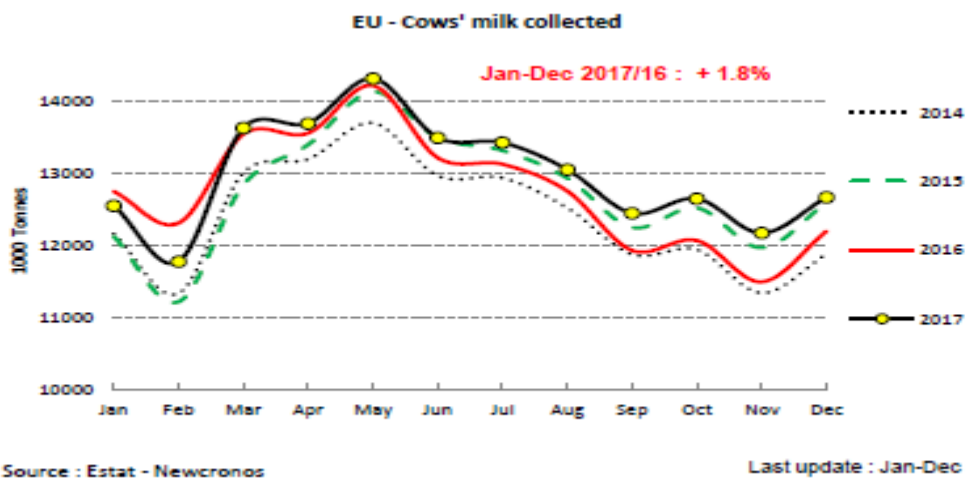
Entregas leche cruda por CCAA 2015 vs 2017 (%)

Fuente: datos FEGA, elaboración SGPG



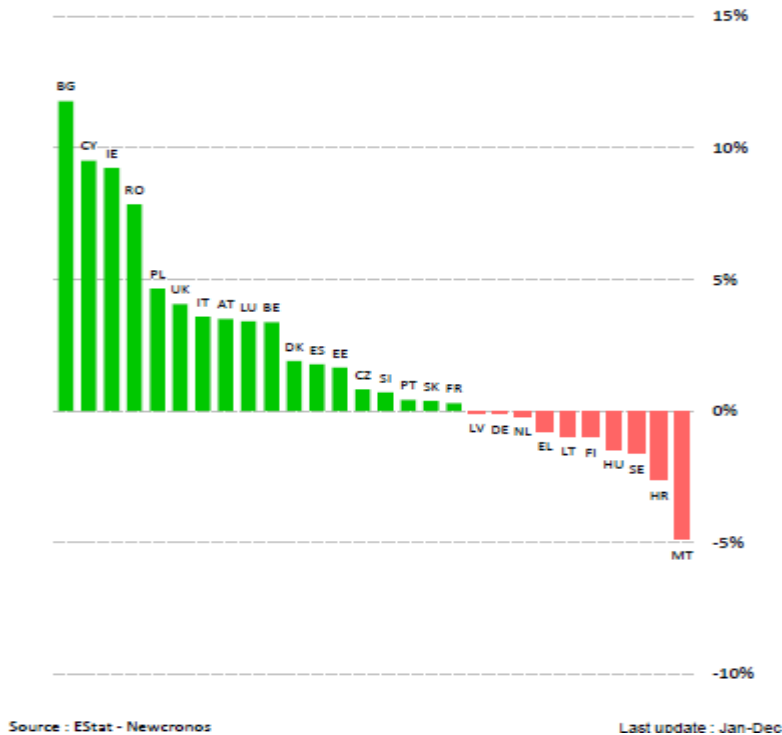
Situación en la UE

El total de las entregas de leche durante 2017 fue un 1,8% superior al de 2016, mientras que en 2016 aumentaron un 0,4% con respecto a 2015 según datos del European Milk Market Observatory. En 2017, los Estados Miembros que más han aumentado proporcionalmente su volumen de entregas han sido Irlanda (9,2%), Polonia (4,6%), Reino Unido (4,1%) e Italia (3,6%).



Fuente: Milk MaFuente: Milk Market Observatory, 27/02/2018.

Cows' milk collected
2017/16 Jan-Dec (y/y %Chg)



Fuente: Milk Milk Market Observatory, 27/01/2018.

Por el contrario grandes productores como Francia Alemania o Países Bajos han disminuido su recogida de leche en 2017 respecto a 2016.

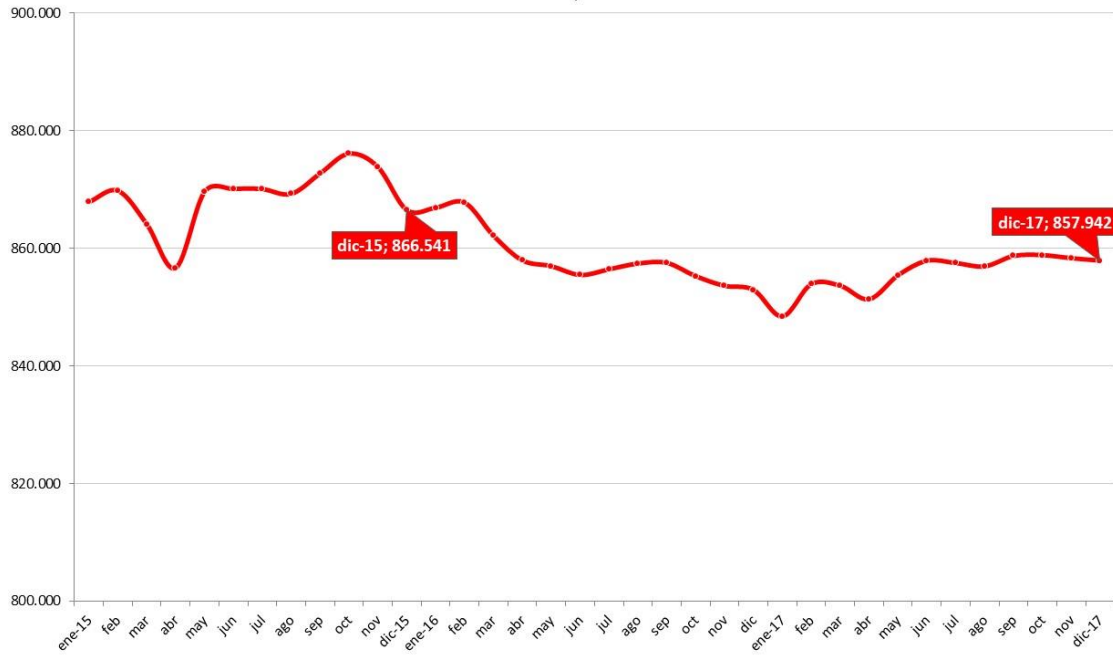
5.1.2. Explotaciones, censos y productividad.

La evolución del censo de vacas de leche a largo plazo puede considerarse bastante lineal con una lenta y continua tendencia al descenso. Si comparamos el censo de vacuno lechero en diciembre de 2015 con el de diciembre de 2017 vemos que se ha producido un descenso del 1% lo que en números absolutos representa 8.559 animales menos.

En cuanto al número de explotaciones con entregas de leche, se han reducido de promedio en 2016 en 933 y en 2017 en 912 explotaciones, lo que representa un descenso del 11% desde diciembre de 2015, continuando la tendencia estructural en este sector que se mantiene independientemente de la situación del mercado.

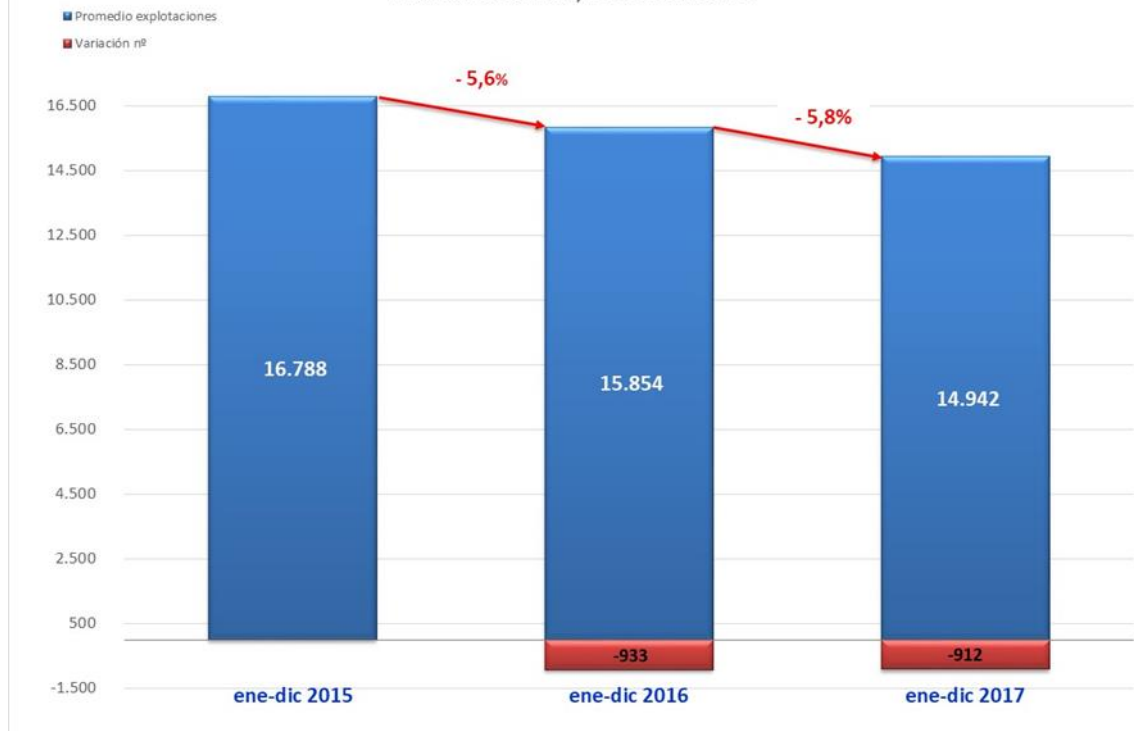
Evolución censo Hembras >24 meses España

Fuente: datos SITRAN, elaboración SGPG.



Promedio de explotaciones y variación interanual (nº y %)

Fuente: datos FEAGA, elaboración SGPG





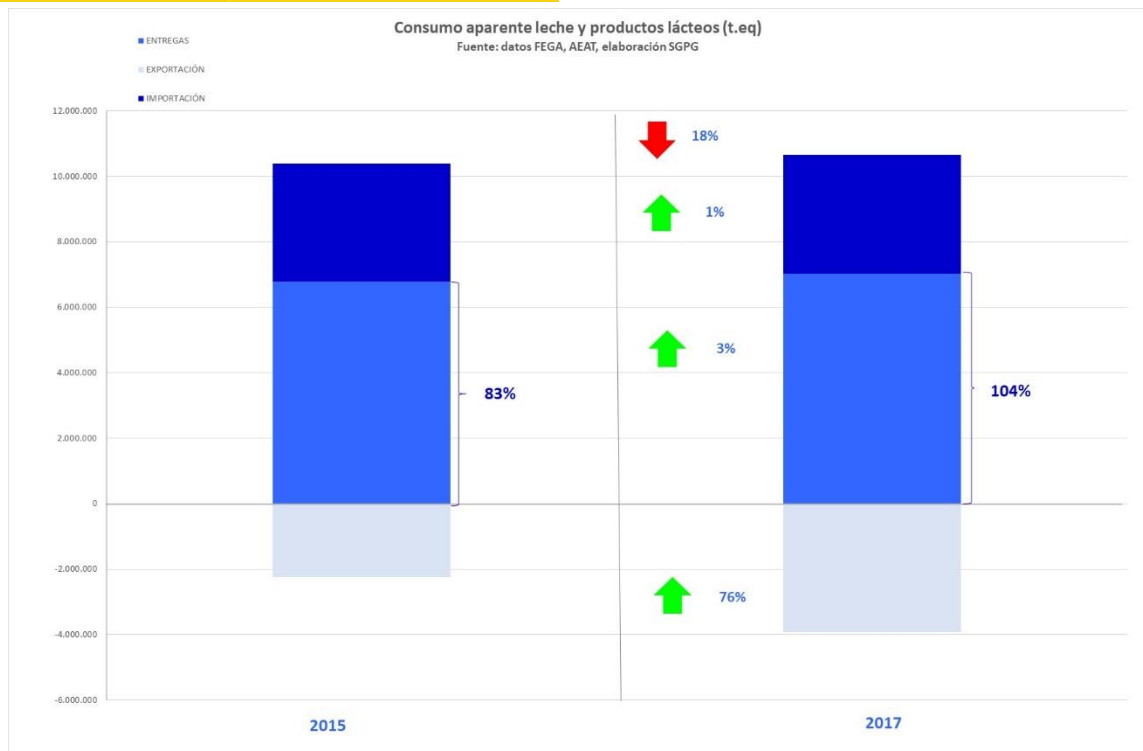
Esta reducción del número de explotaciones con entregas y del número total de vacas de leche implica incrementos de rendimientos por vaca de hasta 194 Kg vaca año que crece un 2% de promedio, pasando en estos dos años la media de entregas por explotación a 469.871 kilos lo que representa un aumento del 16%.

Rendimiento promedio kg	ene-dic 2015	ene-dic 2016	ene-dic 2017	Variación kg 2017/2015	Variación % 2017/2015
Rendimiento explotación	404.569	434.393	469.871	65.302	16,1%
Rendimiento vaca	7.816	8.023	8.204	388	5,0%

5.1.3 Consumo aparente.

El concepto de consumo aparente se calcula sumando a los datos de producción de leche las importaciones de leche y productos lácteos y restando a esta cantidad la correspondiente a las exportaciones de estos productos, expresados en equivalentes leche. No tiene en cuenta los stocks de productos, ni públicos (por ser despreciables) ni privados (por desconocidos).

Como puede observarse, el consumo aparente disminuye en una proporción del 18% al comparar el año 2017 con el año 2015. Se produce un incremento de las entregas de leche cruda declaradas (sobrepasan los 7 MT, +3%) así como de las exportaciones (incremento del 76%), sin embargo, las importaciones se reducen (-1%). Este dato puede interpretarse como que en la actualidad existe cada vez una menor dependencia del exterior y una mayor cuota de mercado.

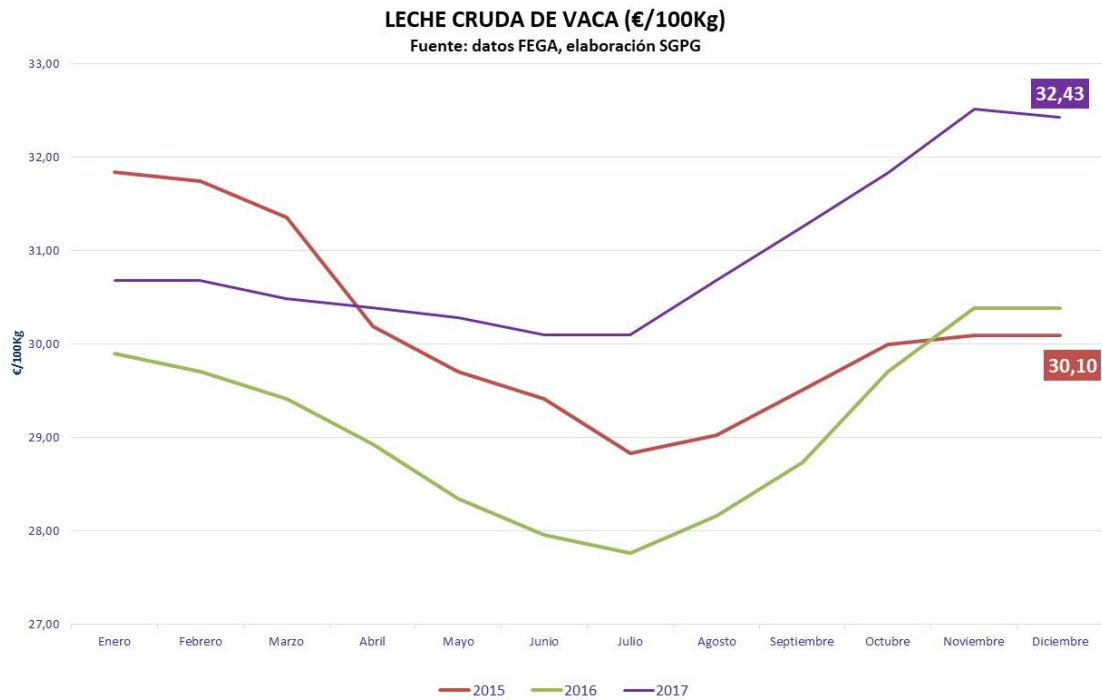


5.1.4 Precios.

El descenso de precios durante 2015 y el primer semestre de 2016, dieron paso a partir de agosto de ese año a una creciente recuperación a lo largo de 2017.

En España, el último precio publicado es el de diciembre de 2017 que se sitúa en 32,43 €/100 kg, lo que supone un aumento del 7,7% con respecto a diciembre de 2015.

El precio medio en 2017 de la leche cruda ha sido de 30,96 €/100 kg lo que representa un 3% más comparado con el precio medio de 2015 (30,15 €/100 kg) y un 6% más con respecto a la media de 2016 (29,12 €/100 kg).

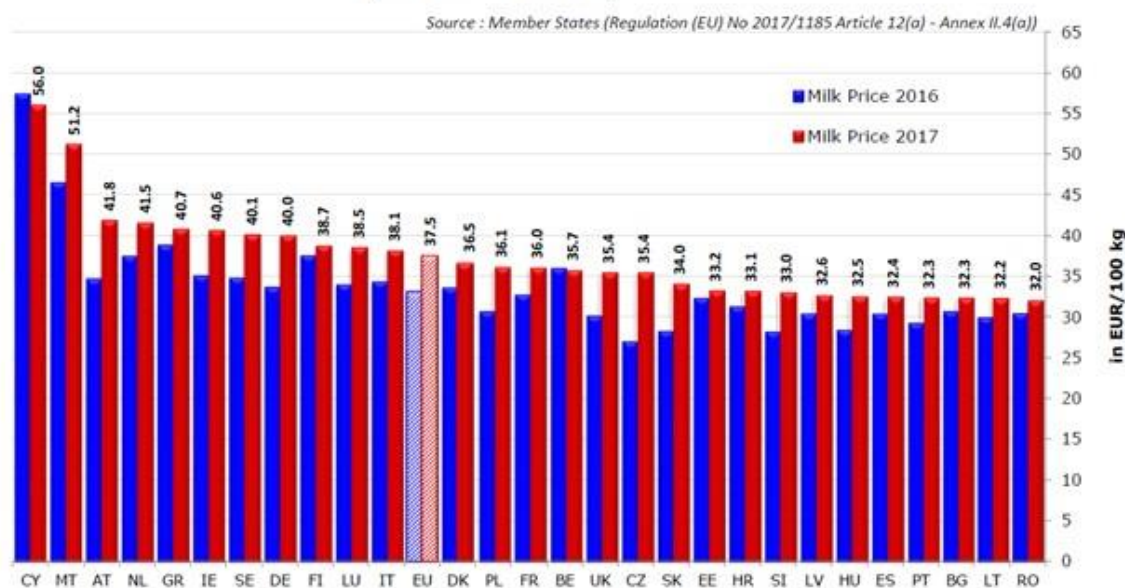


Como viene siendo habitual, hay que tener en cuenta importantes diferencias regionales siendo el precio medio más elevado en diciembre de 2017 el que se ha pagado en Canarias (43,69 €/100 kg), seguido de Asturias (34,37 €/100 kg) y Castilla La Mancha (34,17 €/100kg) y los menores precios registrados los de Murcia y Cataluña (31,84 €/100kg), Galicia (31,26 €/100 kg) y Baleares (31,17€/100kg).

Por lo que respecta a la situación de precios en la Unión Europea: el último dato disponible correspondiente al mes de diciembre de 2017 (37,49 €/100kg), supone un incremento del 23% con respecto a diciembre de 2015. Por otra parte, el precio medio en 2017 de la leche cruda ha sido de 34,86 €/100 kg lo que representa un 14% más comparado con el precio medio de 2015 (30,69 €/100 kg) y un 22% más respecto a la media de 2016 (28,46 €/100 kg).

EU MILK PRICES

(Dec 2017 vs Dec 2016)



Fuente: European Milk Market Observatory, actualizado a 8 de febrero de 2017

Con la mejora de la situación del mercado se ha invertido, en estos meses, la tendencia del precio en nuestro país en relación con el precio medio comunitario, siendo el precio declarado de las entregas de leche en diciembre de 2017 en España un 14% inferior a la media de la UE 28 cuando en julio de 2016 llegó a ser un 8% superior al precio UE.

Los precios de los productos lácteos que durante 2015 sufrieron importantes bajadas, a partir de la segunda mitad de 2016 iniciaron una recuperación que se prolongó hasta buena parte de 2017.

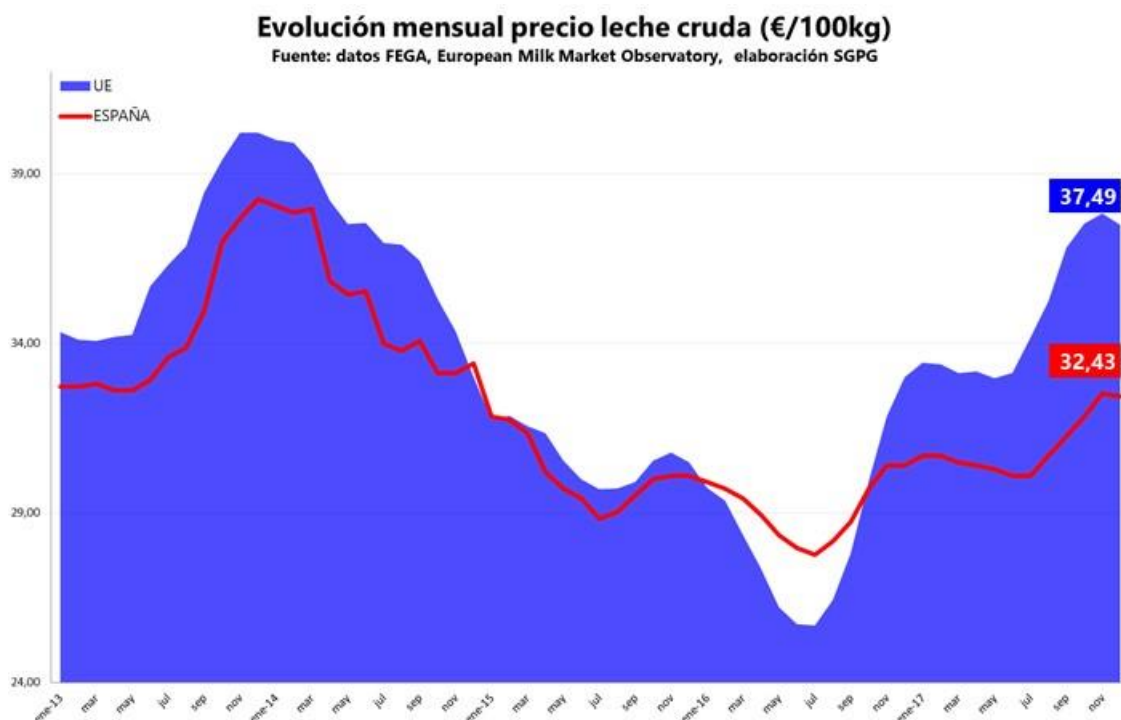
En el caso concreto de la leche desnatada en polvo la tendencia al alza en el precio se mantuvo hasta junio de 2017. A partir de entonces empieza a descender hasta los momentos actuales, encontrándose por debajo del precio de intervención desde octubre de 2017.

Por su parte en la mantequilla se produjo una subida de cotizaciones hasta alcanzar niveles record de 650 €/100 kg en septiembre de 2017. Desde entonces han venido descendiendo llegando en diciembre a los 455 €/100 kg.

El precio de los quesos en 2017 ha continuado la recuperación iniciada en 2016 mostrando en todo caso cierta estabilidad en los precios.

El diferencial de composición de la leche producida en España y el hecho de que una parte importante de la producción se destina a su envasado y comercialización como leche de consumo estarían entre las razones que explican

que no se haya trasladado este comportamiento del mercado a los precios pagados en nuestro país.



5.1.5. Estado de aplicación de las medidas del paquete lácteo: Contratos y OPs.

En España, el Real Decreto 1363/2012, de 28 de septiembre, es la normativa básica de aplicación de las medidas comunitarias del llamado "paquete lácteo".

Esta legislación establece los requisitos para el reconocimiento de Organizaciones de Productores (OPs) y de Organizaciones Interprofesionales (OIPs), la obligación de contratación en la comercialización de leche cruda y las condiciones para dotar de poder de negociación a las OPs.

Desde la finalización del régimen de cuotas lácteas, las declaraciones de entregas de leche cruda y el registro de los contratos en el sector lácteo se realiza a través de un único sistema informático denominado INFOLAC creado por el Real Decreto 319/2015 de 24 de abril, sobre declaraciones obligatorias a efectuar por primeros compradores y productores de leche y productos lácteos de vaca, oveja y cabra. Dicho sistema dispone en la actualidad de información depurada y cuenta con módulos adaptados a las necesidades de los usuarios, compradores y gestores de la administración. En particular:

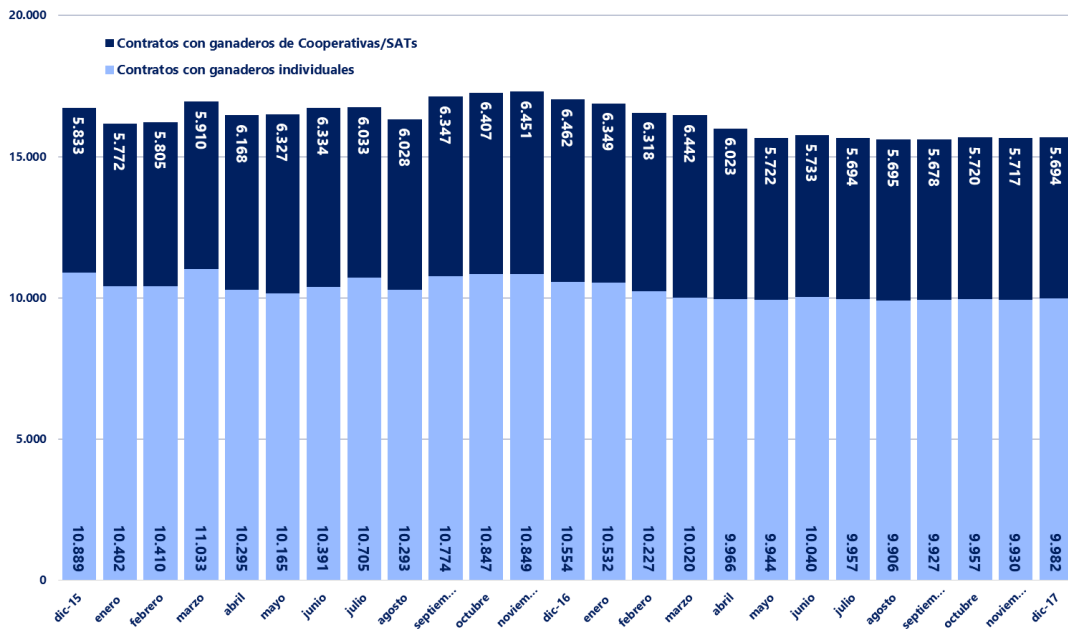
- a) un acceso para los productores, para que puedan verificar los datos registrados por el primer comprador en relación a sus contratos y entregas de leche.
- b) un módulo de elaboración de informes para los gestores de la aplicación.

En base a los datos extraídos del módulo de informes de INFOLAC, se puede afirmar que el efecto de la aplicación de las medidas del Paquete Lácteo en España ha resultado positivo.

El número de contratos registrados y en vigor en la base de datos INFOLAC en diciembre de 2017 es de 15.676, con un volumen asociado de 6,667 Millones de Toneladas de leche cruda.

EVOLUCIÓN ANUAL NÚMERO CONTRATOS Y ACUERDOS COOPERATIVOS

datos: fuente FEGA-INFOLAC, elaboración SGPG



La evolución en el número y el volumen asociado a los contratos desde diciembre de 2015 sigue la misma tendencia que las declaraciones de entregas de leche, cruda que se ha incrementado en estos dos años y que la evolución del número total de ganaderos en activo; Así, es positiva en volumen, con un incremento de 1,3 Millones de toneladas de leche bajo contrato, mientras desciende el número de ganaderos con contratos respecto a diciembre de 2015 en 1.046.

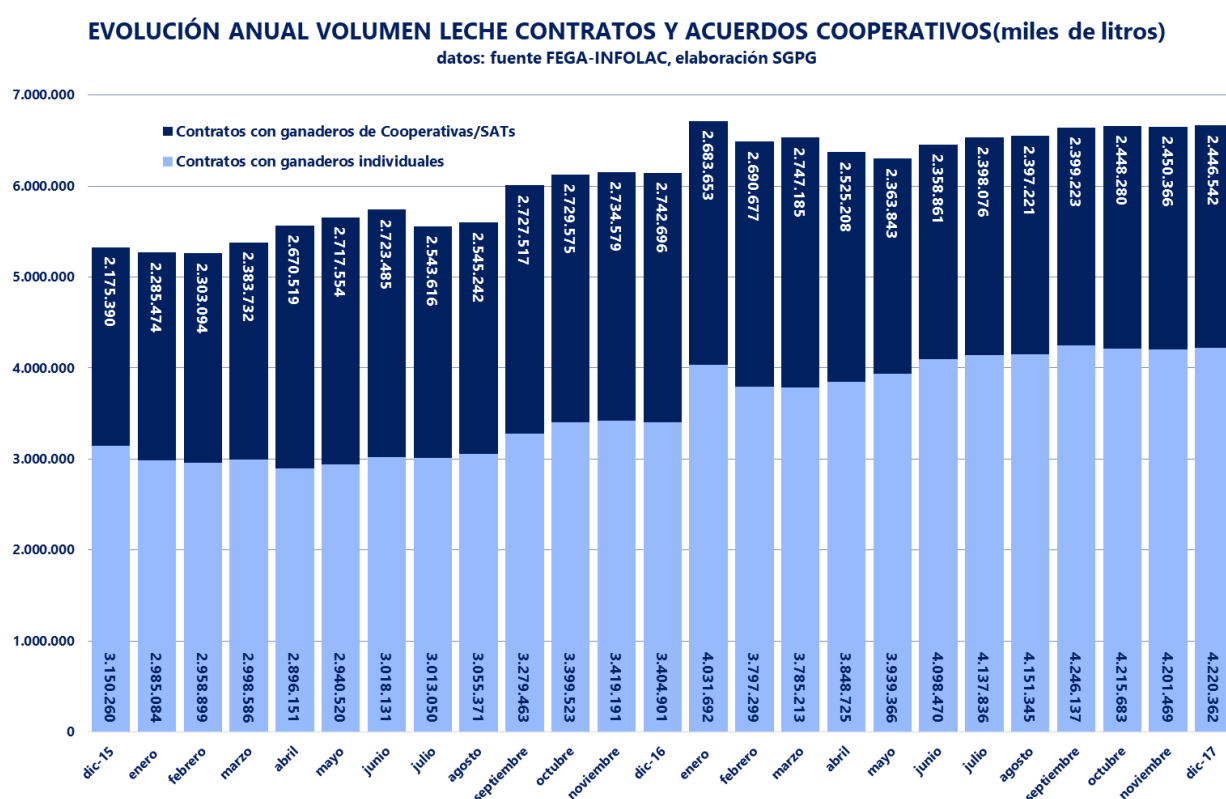
Considerando los promedios de ganaderos en activo durante 2015 y 2017, se observa que en ambos periodos el nivel de ganaderos con contratos ha sido muy similar, rozando el 100%.

En relación a los contratos registrados en diciembre de 2017, en comparación con diciembre de 2015, desciende tanto el número de ganaderos asociados a

cooperativas/ SATs, (139 menos en 2017) como el número de ganaderos no asociados a cooperativas (907 menos en 2017), siendo porcentualmente mucho más acusado el descenso en este último caso.

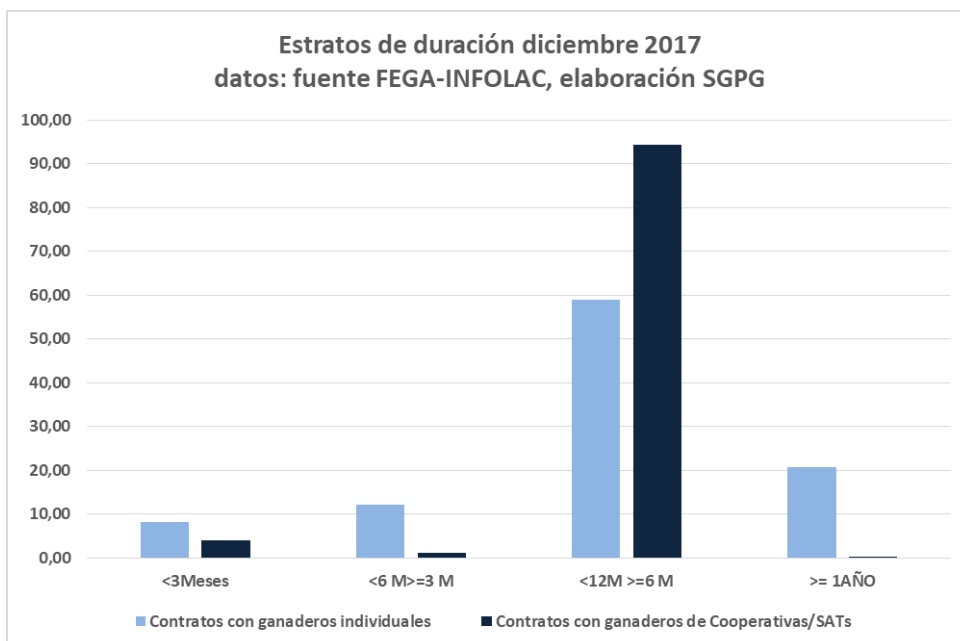
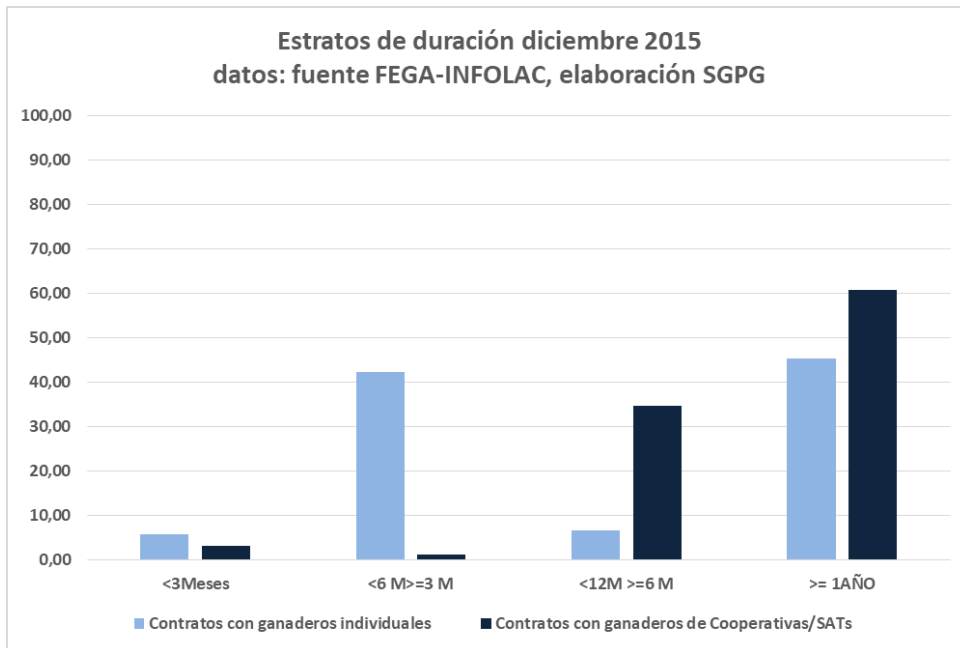
El número de ganaderos asociados a cooperativas se mantiene prácticamente de 2015 a 2017 y supone poco más del 35% del total de los ganaderos, sin embargo el volumen de leche declarado se reduce ligeramente pasando del 45% del total de leche comercializada en 2015 al 37% del total en 2017.

La evolución en cuanto al volumen bajo contrato o acuerdo cooperativo se observa en la siguiente gráfica.

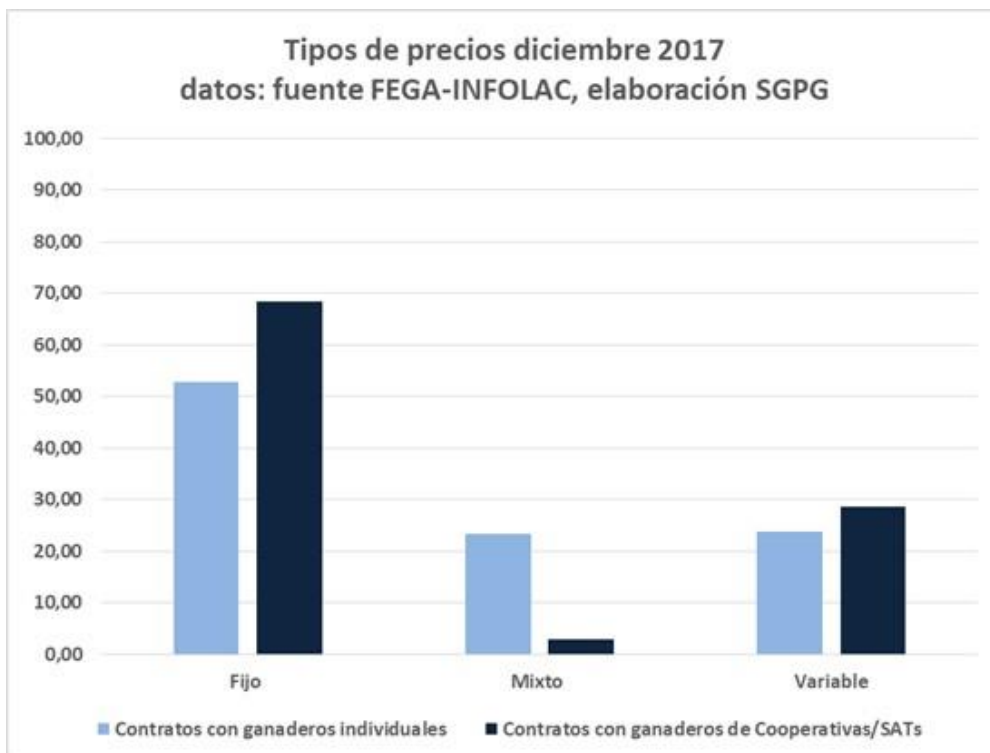
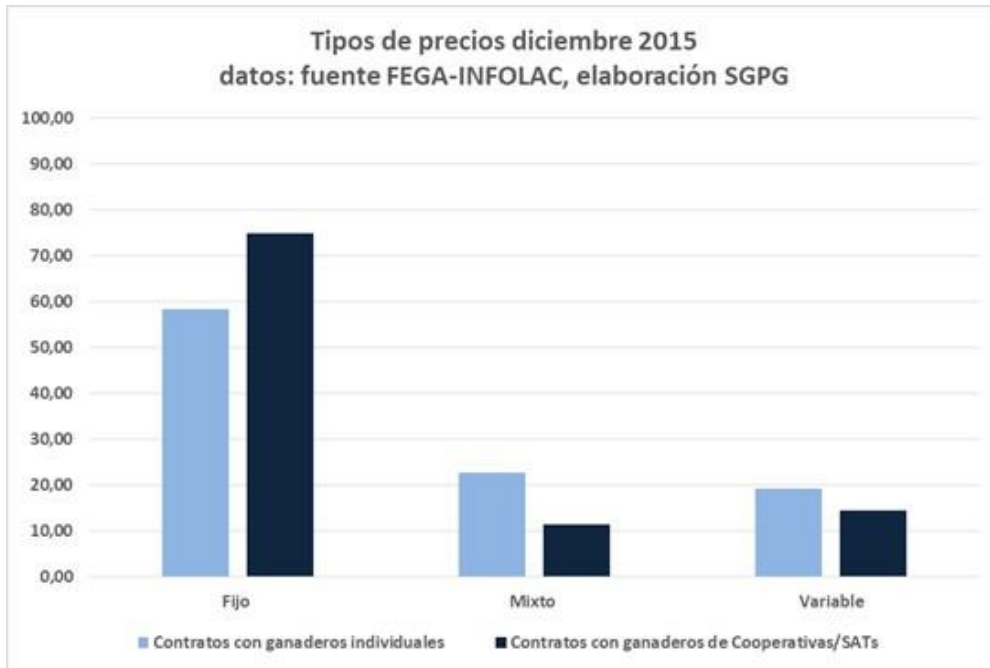


Por otro lado, en relación a la duración de los contratos, ésta ha registrado una evolución positiva. La duración media (datos a modo resumen que dan idea de la evolución) ha evolucionado claramente al alza. Así, en diciembre de 2015 la duración media era de 6 meses, en diciembre de 2016 de 9 meses y en diciembre de 2017 de 11 meses.

En diciembre de 2017 casi el 90% de contratos con ganaderos individuales y aquellos de ganaderos asociados a cooperativas/SATs tienen una duración mayor de 6 meses, mientras que en diciembre de 2015, estos contratos no alcanzaban el 75% del total de los contratos registrados en INFOLAC.



Por último, los tipos de precios utilizados también han evolucionado a lo largo de estos dos años, de manera que se tiende a una menor utilización del precio fijo y mayor utilización del precio variable tanto en contratos individuales como en ganaderos asociados a cooperativas/SATs.



En relación con la utilización del contrato tipo homologado, en enero de 2018 INLAC ha recibido 3.209 contratos homologados de leche de vaca, el triple de los que había recibido en diciembre de 2016. Además se han enviado otros 705

contratos no homologados, de leche de vaca, que cuentan con la cláusula de arbitraje por INLAC.

Por lo que respecta a las organizaciones de productores como instrumento para reforzar la posición negociadora de los productores en la cadena, En España se han reconocido y registrado en la base de datos PROLAC 11 Organizaciones de Productores: 8 de ellas son OPs de vacuno de leche que agrupan aproximadamente 7.710 productores que, en su conjunto, representan un volumen comercializable de 3,05 Millones de Toneladas de leche. De manera que en la actualidad, el 52% de los productores con entregas de leche están asociados a OPs, mientras en 2015 estaban asociados el 32% de los productores. La capacidad de comercialización también ha avanzado, actualmente la capacidad de comercialización de las OPs supone el 43% del total de entregas de leche, mientras en 2015 era el 34% del volumen total de entregas.

El año 2014 supuso un momento clave para las OPs ya que llegaron a estar registradas un total de 8 OPs. En 2015 y 2016 como efecto directo de la crisis del sector, se produjo una reestructuración, 2 OPs solicitaron la revocación de su reconocimiento, para volver a organizarse a lo largo de finales de 2016 y principios de 2017.

En relación a la negociación colectiva, los datos correspondientes al año 2017 confirman la tendencia a la mejora en el volumen negociado colectivamente respecto a la prevista en 2016. En 2017 se han negociado colectivamente más de 840.000 toneladas de leche por las OPs de vacuno de leche, es decir un 49% de su capacidad de comercialización, recuperando los niveles del mejor año de negociación colectiva desde la puesta en marcha de las OPs en el sector lácteo, el año 2014.

En el año 2015 se produjo un retroceso en los niveles de leche negociada colectivamente, de manera que únicamente se entregaron 621.440 toneladas de leche cruda sujeta a negociación colectiva, lo que supuso un 27% de su capacidad de comercialización.

En vacuno de leche, la negociación se concentra principalmente en cuatro OPS, como puede verse en la siguiente tabla:

Volumen de leche (Toneladas) negociado por las OPs en 2017					
VACUNO	Nombre	Ganaderos	Volumen comercializado a 1 de abril de 2017	Volumen negociado	%
Andalucía	OPL del Sur	666	569.189	315.386	55%
Cataluña	CADI, SCCL	95	67.278	68.035	101%
Galicia	ULEGA	2.788	676.844	107.000	16%
Castilla y León	AGAPROL	502	407.893	350.000	86%
		4.051	1.721.204	840.421	49%
OVINO	Nombre	Ganaderos	Volumen comercializado (Ton)	Volumen negociado	%
Castilla y León	Agrupación de productores de leche oveja soc.coop	288	40.617	37.872	93%
OPs reconocidas en 2017					
VACUNO	Nombre	Ganaderos	Volumen comercializado (Ton)		
Asturias	OPL Central Lechera Asturiana Sociedad Civil	1.262	393.269		
Castilla y León	Asociación Láctea Empresarial	448	282.457		
OVINO	Nombre	Ganaderos	Volumen comercializado (Ton)		
Castilla y León	Tierras de ovino Soc. Coop.	233	35.260		
OPs revocadas en 2017					
VACUNO	Nombre	Ganaderos	Volumen comercializado (Ton)		
-					
OVINO	Nombre	Ganaderos	Volumen comercializado (Ton)		
-					

En la tabla anterior se aprecia también la reestructuración de OPs, con el reconocimiento de dos nuevas OPs de vacuno y una nueva OP de ovino en 2017.

5.2. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA DISTRIBUCIÓN

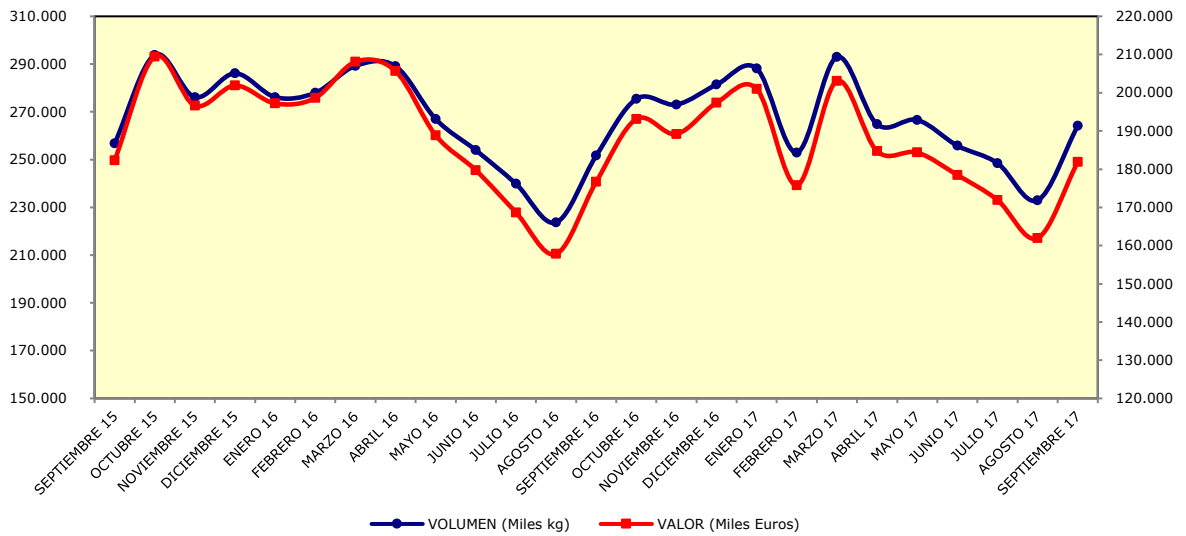
5.2.1. Total de leche consumida.

El consumo de leche envasada en los hogares de España para el TAM septiembre 2017 ha sido de 3.179 millones de litros; 29,7 millones de litros menos que durante los doce meses previos, lo que significa una reducción del 0,9% en volumen.

El consumo de leche envasada en los hogares en España durante los últimos dos años ha ido en leve pero continuo descenso.

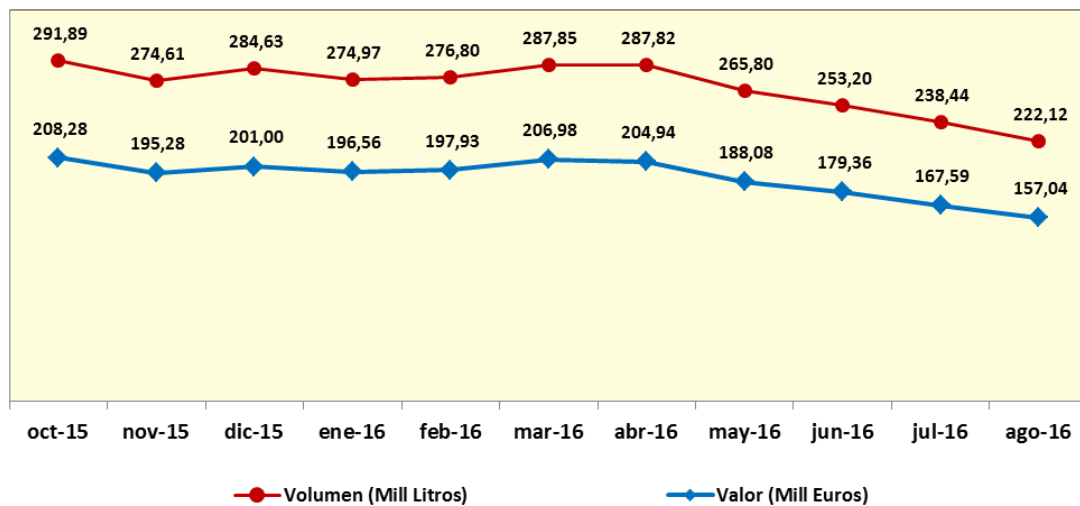
Sin embargo, el consumo se está recuperando en cierta medida desde agosto de 2017, aunque aún no se han alcanzado los niveles máximos de este período bianual, correspondientes a octubre de 2015. De hecho, aunque el mes de septiembre de 2017 fue positivo para el mercado de leche, con un crecimiento en volumen del 5%, el consumo de leche líquida se situó en 264,13 millones de litros, lo que supone casi 28 millones de litros menos que en el máximo de octubre de 2015 (291,89 millones de litros).

TOTAL LECHE LIQUIDA

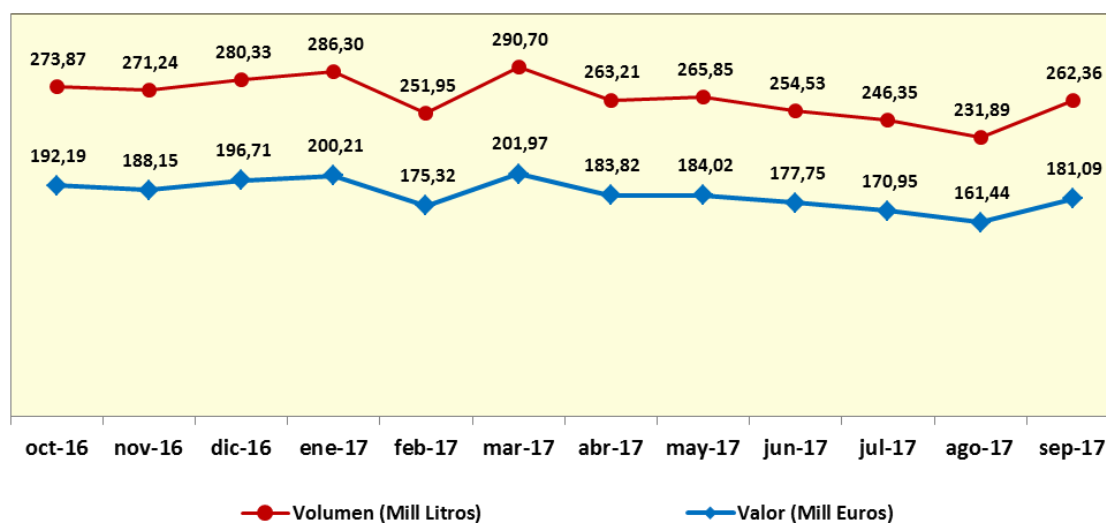


El valor que ha alcanzado la categoría, TAM año móvil de septiembre de 2017, asciende a 2.214 millones de euros, 65,4 millones menos en comparación con el periodo previo, lo que implica una disminución del 2,9%. Este mayor descenso es debido a la disminución del precio medio de un 2,1%, situándose en los 0,70 €/l de media.

Leche Líquida Envasada



Leche Líquida Envasada



Entodo caso, los últimos datos disponibles (diciembre 2017) mostrarían una cierta tendencia a la estabilización, aunque el consumo de leche líquida aún permanece en números negativos respecto del TAM diciembre 2016 (volumen -0,3%, valor -2,3%, consumo per cápita -4,1% y gasto per cápita -5,9%)

La reducción en el nivel de facturación en este último período es algo más acusada, -2,3%, lo que suponen 51,4 millones de € menos en comparación con el TAM diciembre 2016.

5.2.2. Leche comercializada según el canal de distribución²

Durante todo el período, el canal que ha concentrado la mayor cantidad de litros comprados por los hogares son los supermercados y autoservicios, manteniéndose durante todo el período por encima del 50% de la cuota de mercado.

² A los efectos del presente informe, las referencias a los canales de distribución que se recogen en el mismo, se corresponde con el resultado agregado de las siguientes empresas de la distribución:

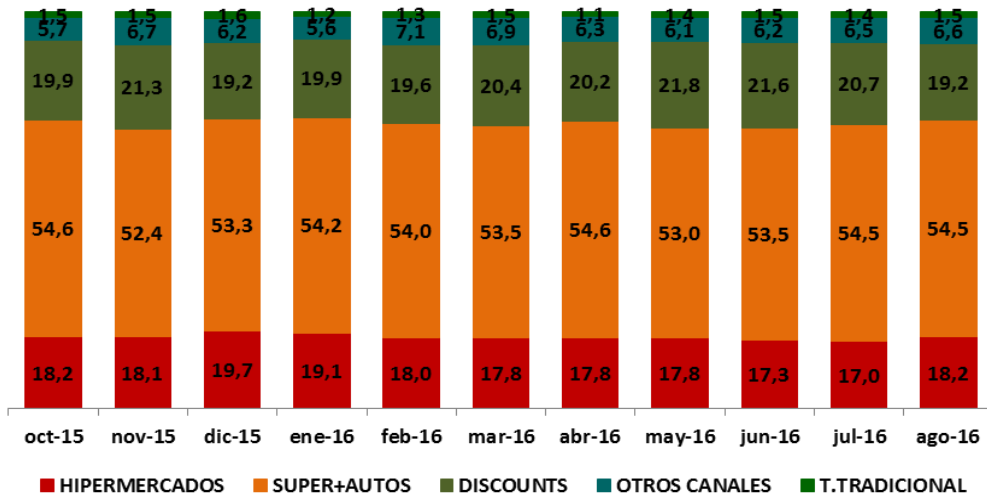
Hipermercados: Alcampo, Caprabo Hiper, Hiperdino, Eroski, Esclat, Hipercor, Hipersol, Leclerc, Pryca, Sabeco Hiper, Carrefour, Halesy, Hipertrebol, Hiperber, Hiper Centro, HIPERSIMPLY, CARREFOUR PLANET, Eroski Hiper, Otros Hipermercados.

Supermercados y Autoservicios: Ahorramas, Alcosto, Alimerka, Alteza, Aro Rojo, Caprabo Super, Champion, Claudio, Condis, Consum, Distop, El Arbol, El Corte Inglés, Froiz, Gadis, Intermarche, Lupa, Maxcoop, Mega Claudio, Mercadona, Mercadona Super, Sabeco Super, Spar, Supercor, Supersol, Syp, Udaco, Charter, Coviran, Dialprix, Eurospar, Galerías Primero, Gama, Mas Supermercado, Masymas, Netto, Piedra, Plus Fresc, Sorli Discou, Super Avui, Super Bm, Tu Super, Proxim, Suma, Mercamas, Tandy, Bon Preu, Orangutan, Hiper Usera, Maskom, Coop, Aliprox, Carrefour Express, Coaliment, Consum Basic, Dani, El Jamon, Supermerc Madrid, Ercoreca, Simply market, Carrefour City, Sabeco, Simply City, Carrefour Market, Eroski Merca, Gelsa, Super Amara, Simpy Basic, Costco, Eroski Center, Eroski City, Otros Supermercados, Otros Autoservicios.

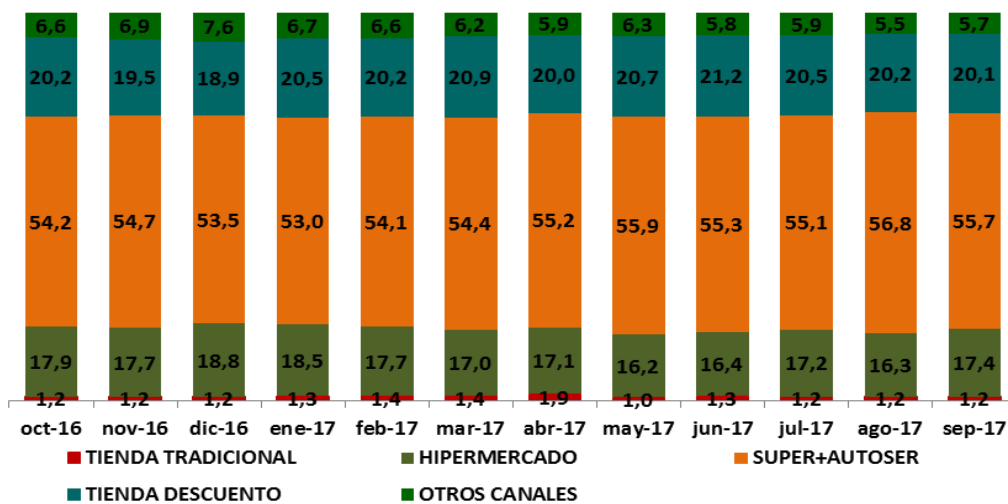
Discount: Aldi, Dia, Maxi Dia, Dia Market, Familia, Lidl, Plus Superdescuento, Zero.

Tienda Tradicional: T.Alimentacion/Comestibles/Ultramarinos, Lechería, Panadería, Mercados y Plazas.

% Cuota en Volumen

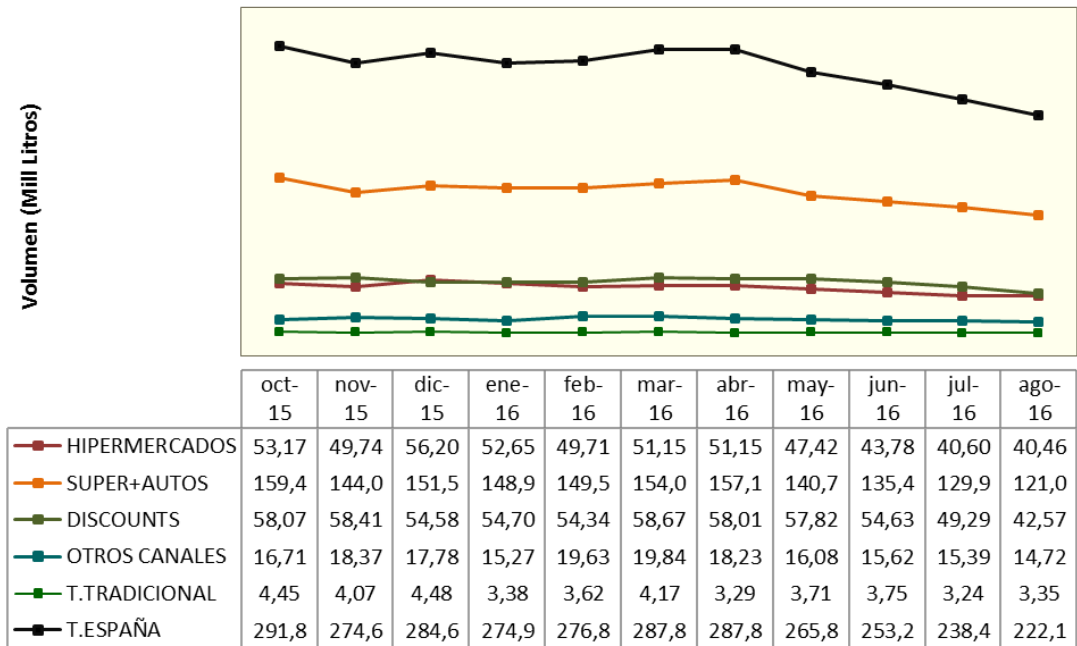


% Cuota en Volumen



En concreto en septiembre 2017 suponen el 55,7% del volumen total, ganando progresivamente presencia respecto a los primeros meses de 2017. Las tiendas de descuento se consolidan como segunda alternativa por encima de los hipermercados, con alrededor del 20% del mercado en volumen a lo largo de todo el período.

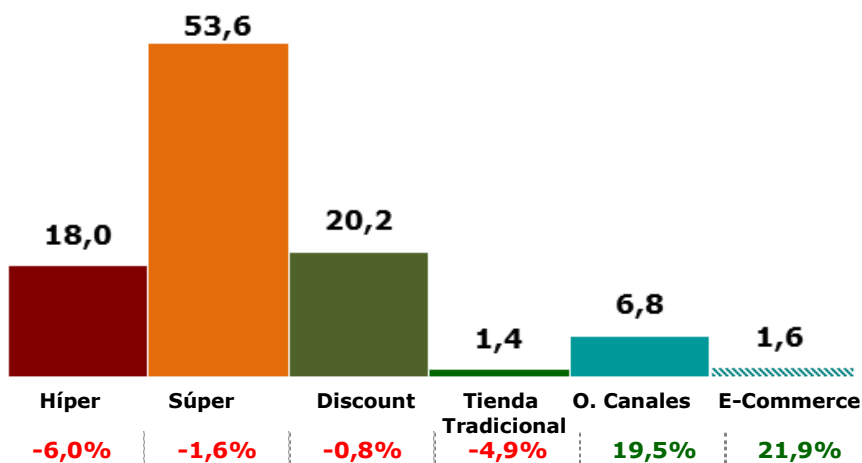
Volumen Por Canales



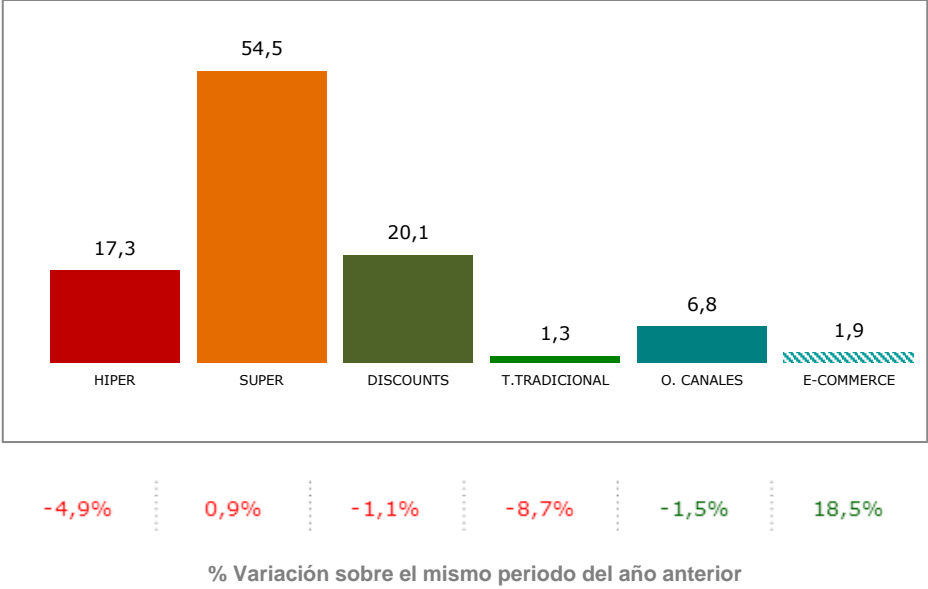
Otros canales mantienen una cuota de mercado de alrededor del 6% a lo largo de todo el período. Si bien en el TAM septiembre 2017 han tenido algo más de protagonismo que en el período anterior (+1,5% de cuota), en los últimos meses están perdiendo mercado, cayendo por debajo de ese 6%.

El canal e-commerce (subcategoría incluida dentro de "Otros canales") es el único que crece a doble dígito en ambos años, aunque sigue teniendo una cuota de mercado inferior al 2%.

% PESO EN VOLUMEN de los canales de distribución en Año Móvil Septiembre 2016 Total Leche



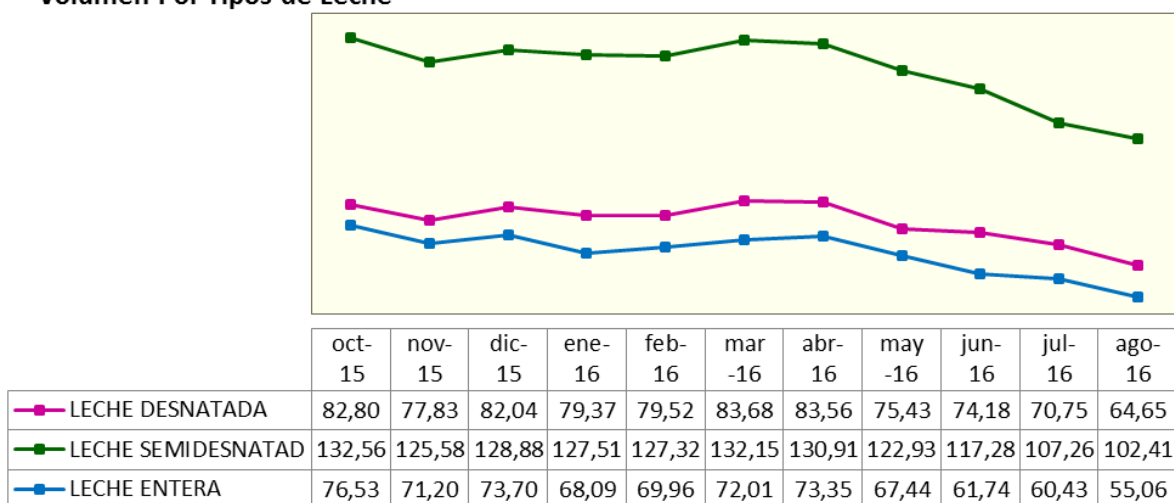
% PESO EN VOLUMEN de los canales de distribución en Año Móvil SEPTIEMBRE 2017 - Total Leche



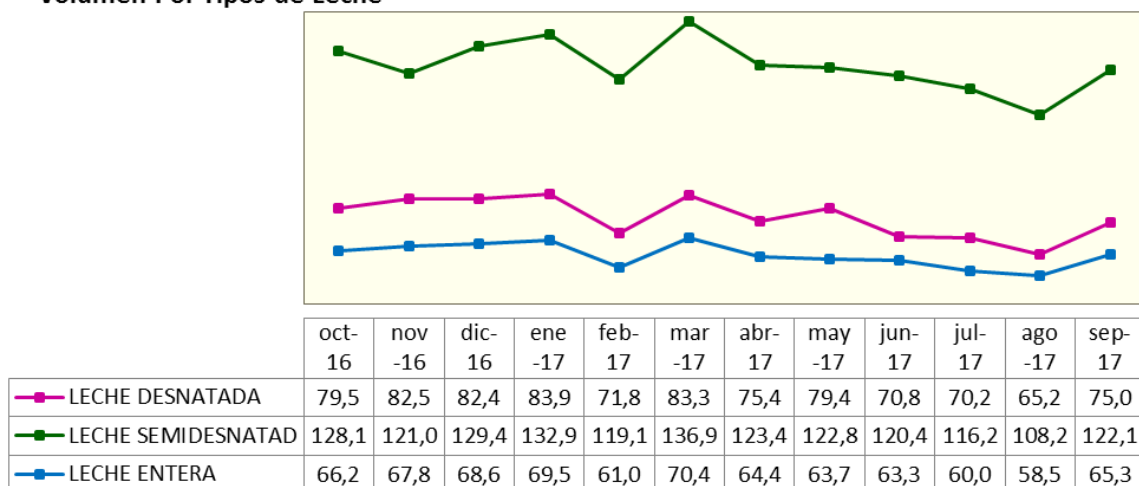
5.2.3. Leche comercializada según tipos

El 96,9% de los litros de leche que se consumen en los hogares corresponden a *leche de larga duración*; su volumen de compra es menor respecto al último año móvil (-0,9%), al igual que su valor (-2,9%). El resto de los litros que se consumen en el hogar corresponden al tipo de *leche de corta duración* con el 3,1% sobre el total de los litros; este tipo de leche gana ligeramente presencia en los hogares, creciendo un 0,1% en volumen pero no así en valor donde cae un 4,0% en comparación con su nivel del año móvil septiembre 2016.

Volumen Por Tipos de Leche



Volumen Por Tipos de Leche



En cuanto a la clasificación por materia grasa, desde octubre 2016 todos los tipos de leche han visto reducido su volumen de compra para consumo doméstico.

Semidesnatada continúa siendo el tipo más adquirido, con más del 45% de la cuota de mercado a lo largo de todo el período, y doblando en volumen a la *leche entera* en prácticamente todos los meses.

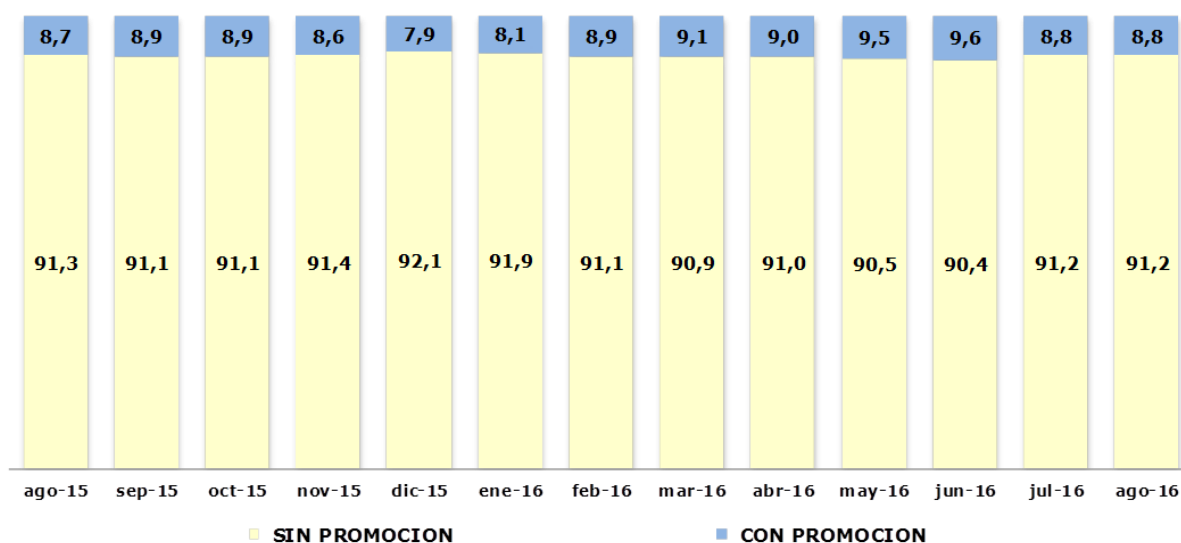
La *leche desnatada* es la segunda en volumen, aunque sufre una ligera reducción de la demanda en el TAM septiembre 2017 respecto del TAM septiembre 2016 (-0,8%), quedándose con el 28,9% del mercado.

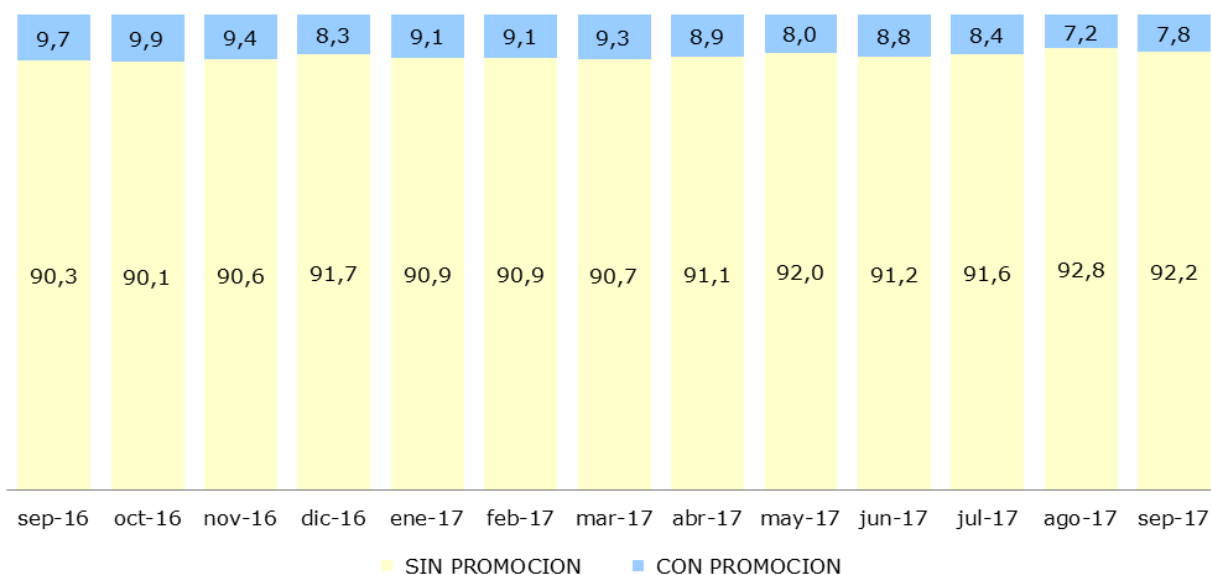
5.2.4. Presencia de ofertas de leche envasada en las empresas de la distribución.

5.2.4.1. Presencia de ofertas en el total de marcas y canales

A lo largo del período bianual el porcentaje las promociones han oscilado entre el 7,9 y el 9,9% del total de las compras, con los mayores porcentajes a lo largo del año 2016.

En septiembre de 2017, el porcentaje de compras realizadas con promoción supone el 7,8% de los litros comprados en el último mes del año. Respecto a septiembre 2016 hay una reducción notable de casi 2 puntos de participación.

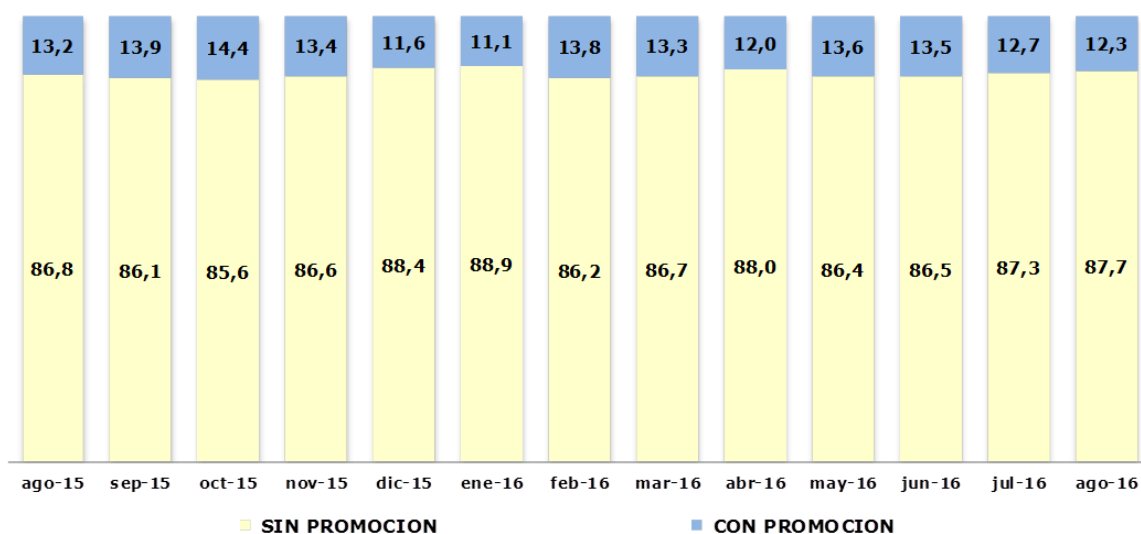


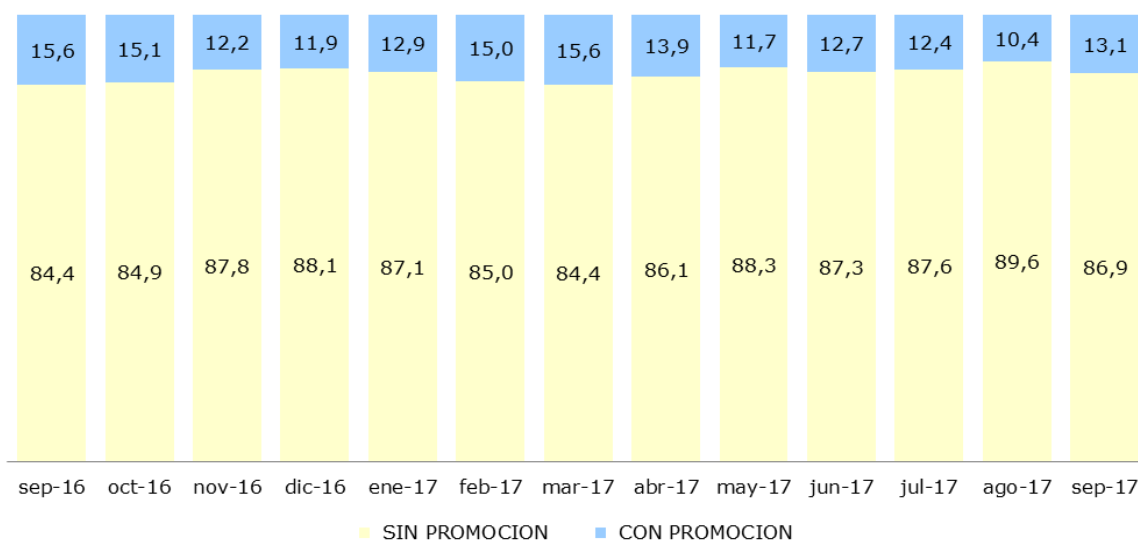


Los últimos datos disponibles muestran que la tendencia se mantiene, pues la leche envasada con promoción supone sólo el 6,6% de las compras en diciembre de 2017.

5.2.4.2. Presencia de ofertas para Marcas de Fabricantes

La proporción de compras en promoción dentro de las marcas de fabricante es superior a la media del mercado, oscilando entre el 11,1 y el 15,6%. Los valores más altos se alcanzan entre finales de 2016 y principios de 2017, con una reducción importante los últimos meses de este período bianual. En septiembre de 2017 supone el 13,1% de los litros adquiridos, reduciéndose respecto del mismo mes del año anterior.

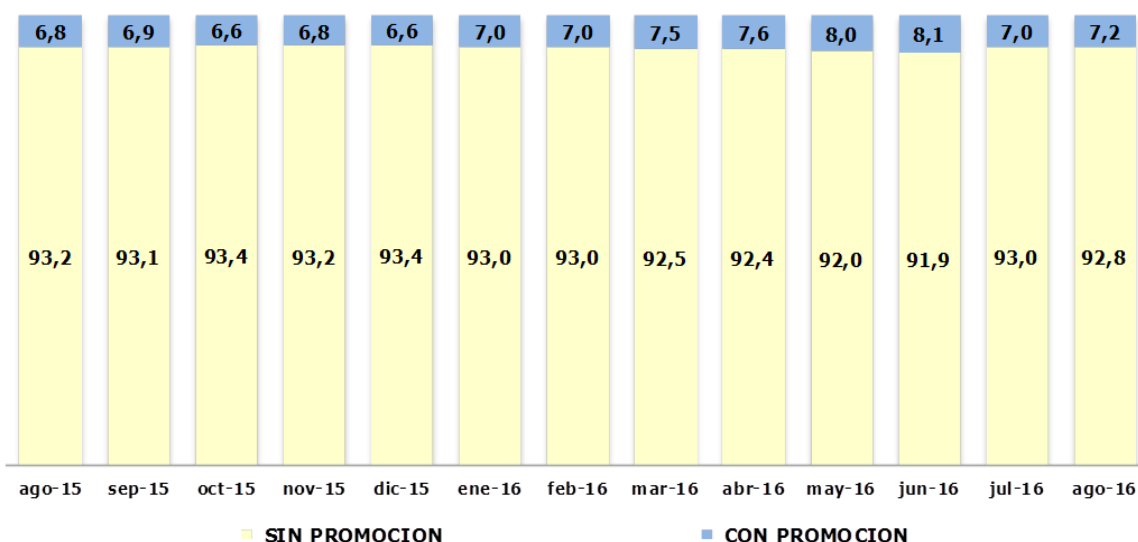


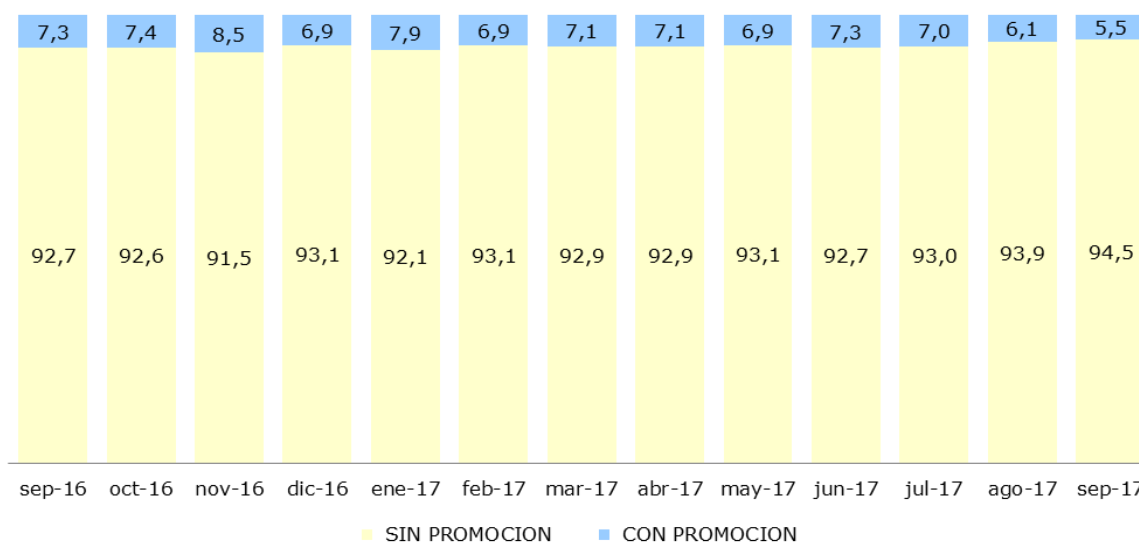


A la fecha de elaboración de este informe, la tendencia se mantiene a la baja, con sólo el 9,4% de la leche de marcas de fabricante adquirida en promoción.

5.2.4.3. Presencia de ofertas para Marcas de la Distribución

En las marcas de la distribución la proporción de litros comprados en promoción oscila entre el 5,1 y el 8,5%, viéndose una ligera tendencia a la disminución, pues en septiembre de 2017 el porcentaje es de sólo el 5,5% y al igual que sucede en las marcas de fabricante se reduce el peso promocional en casi 2 puntos de participación respecto a septiembre 2016.



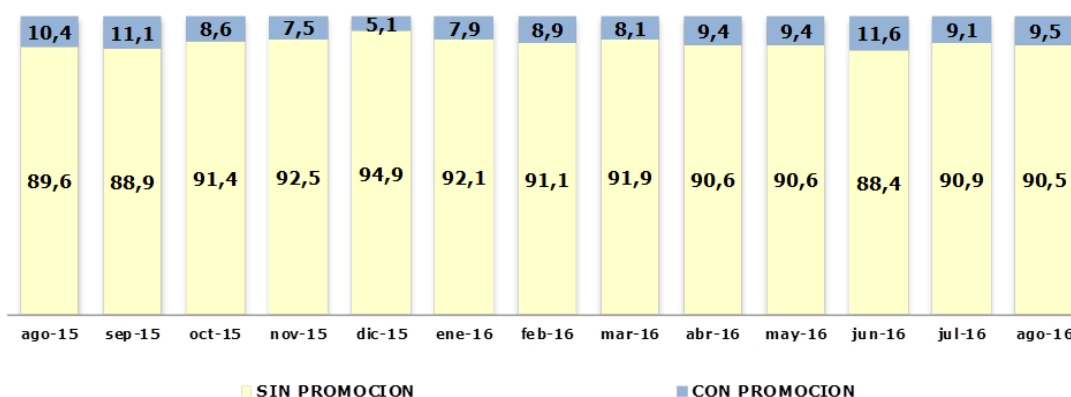


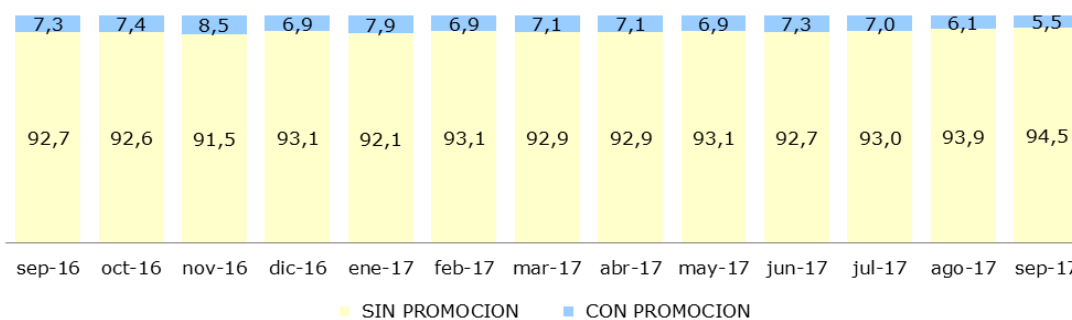
Los últimos datos disponibles a la fecha de elaboración de este informe confirman la tendencia, con un 5,4% de la leche de marcas de distribución adquirida en promoción.

5.2.4.4. Presencia de ofertas para el conjunto de marcas en Hipermercados

El peso de las promociones dentro de *hipermercados* ha ido reduciéndose progresivamente durante el último año, alcanzando en el mes de septiembre 2017 un 5,5%, alcanzando mínimos en el último año.

Los datos de diciembre de 2017 indican un cambio de tendencia, pues se invierte, pues los tres últimos meses del año ha habido más compras de leche en promoción (octubre 2017: 8,6%, noviembre 2017: 10,0% y diciembre 2017: 7,7%).

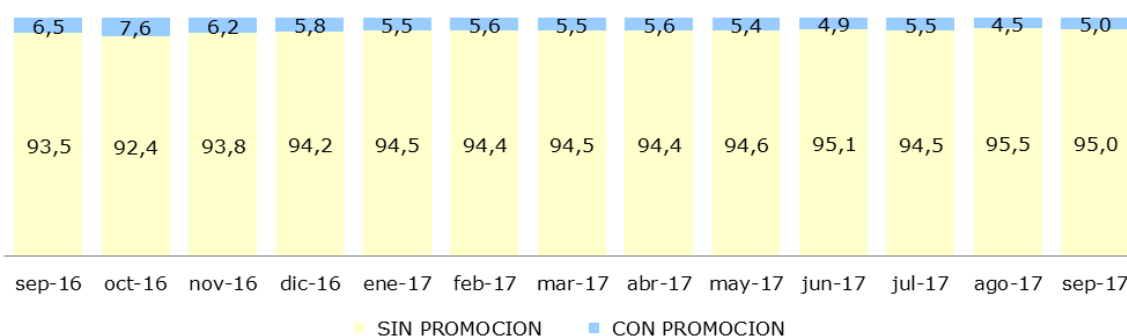
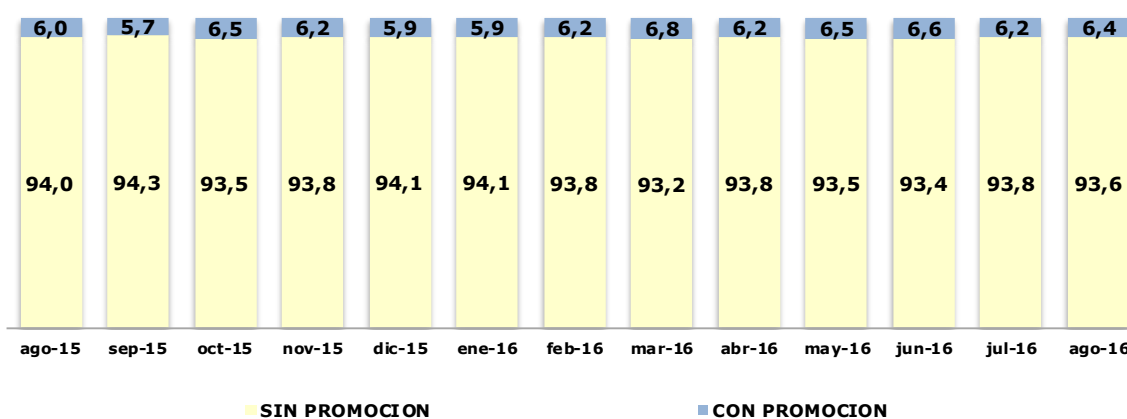




5.2.4.5. Presencia de ofertas para el conjunto de marcas en Supermercados y Autoservicios

En el canal *supermercados y autoservicios* es donde menor peso tienen las promociones, con un 5,0% a cierre del mes de septiembre, contrayéndose gradualmente a lo largo de todo el período bianual.

Los datos de diciembre confirman este bajo porcentaje de ventas en promoción.

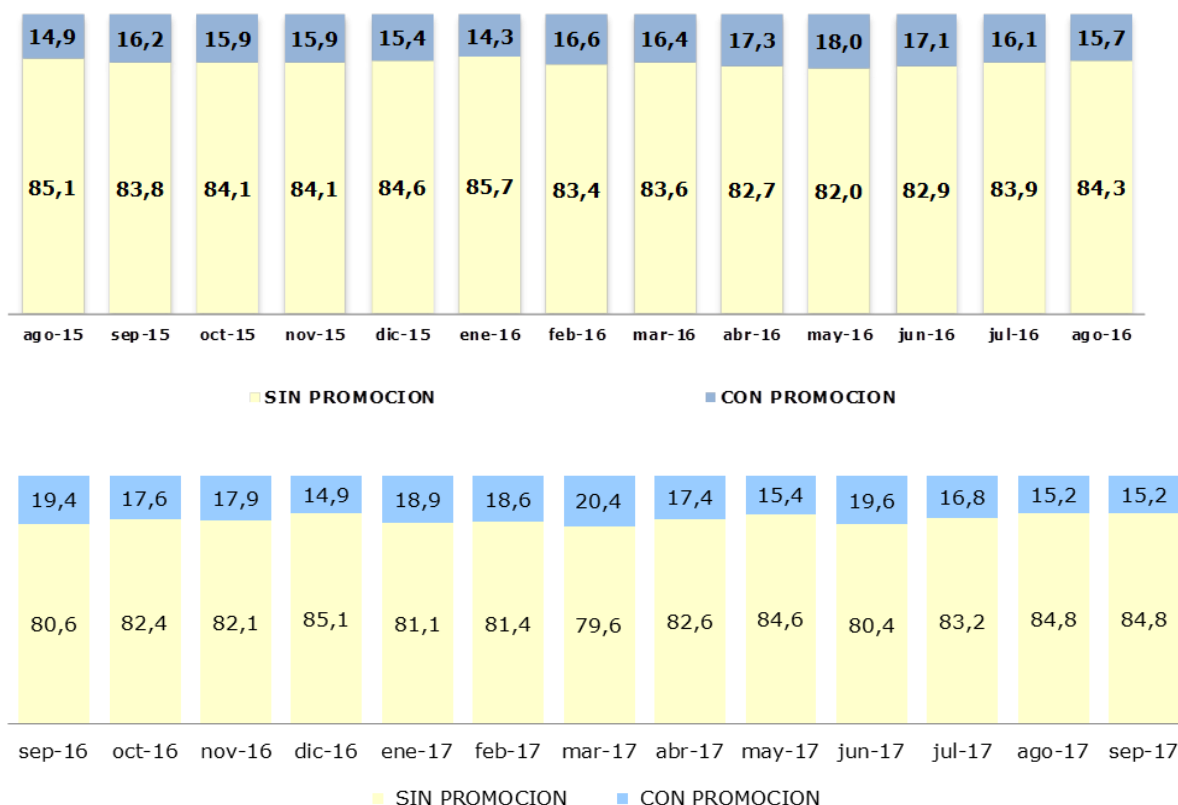


5.2.4.6. Presencia de ofertas para el conjunto de marcas en Discount

El modelo de distribución *descuento*, por su parte, es el canal con mayor proporción de compras en promoción dentro de leche envasada, actualmente

destina el 15,2% de su volumen a las mismas, aunque este peso en septiembre 2016 era bastante superior, en concreto del 19,4%.

Los porcentajes han ido oscilando a lo largo de todo el período entre el 14,9 y el 20,4%, con una cierta tendencia a la reducción a finales del año 2017. Los datos de diciembre de 2017 confirmarían esta bajada, con un 11,3% de ventas en promoción para ese mes.



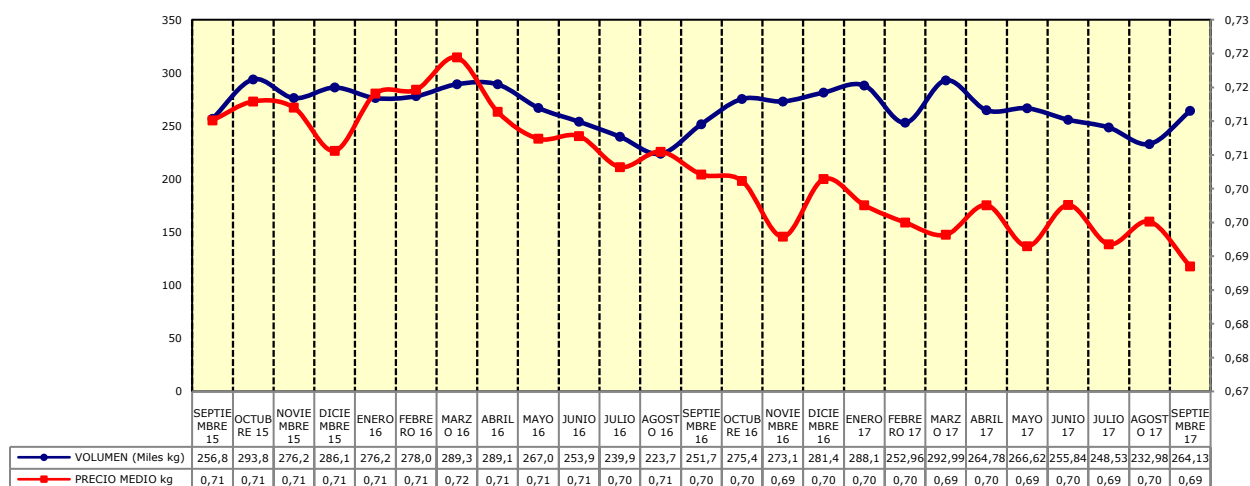
5.3. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO

5.3.1. Precio pagado por el consumidor por la leche líquida envasada.

5.3.1.1. Precio medio de la leche comercializada.

El precio medio que paga el consumidor por la leche envasada ha sufrido un ligero pero paulatino descenso. El precio máximo en este período bianual se alcanzó en marzo de 2016, con 0,72 €/litro, no habiéndose superado los 0,70 €/litro desde agosto de 2016.

Esta reducción del precio medio ha sido de un 2,1% en el TAM septiembre 2017 respecto del TAM septiembre 2016, hasta situarse en los 0,70 €/l de media. Esto ha arrastrado a la baja al nivel de facturación a pesar de que el consumo se ha mantenido algo más estable.



Desde finales de 2016 la reducción del precio medio que paga el consumidor por la leche envasada es algo más acusada, hasta situarse en su punto mínimo en este último mes de septiembre, 0,690 €/l.

PRECIO MEDIO €/Litro										
oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16
0,714	0,711	0,706	0,715	0,715	0,719	0,712	0,708	0,708	0,703	0,707

PRECIO MEDIO €/Litro											
oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
0,702	0,694	0,702	0,699	0,696	0,695	0,698	0,692	0,698	0,694	0,696	0,690

A la fecha de elaboración de este informe, los últimos datos disponibles indican que la tendencia se mantiene, ya que el precio medio de leche se cerró a año móvil diciembre 2017 en 0,69 €/l, un 1,9% menor que en los doce meses previos.

5.3.1.2. Precio pagado, según los diferentes tipos de leche líquida.

Por tipos de leche, *entera* se sitúa en su valor mínimo en septiembre 2017, reduciéndose hasta los 0,684 €/l. La contracción de precios también se refleja en *semidesnatada* y *desnatada*.

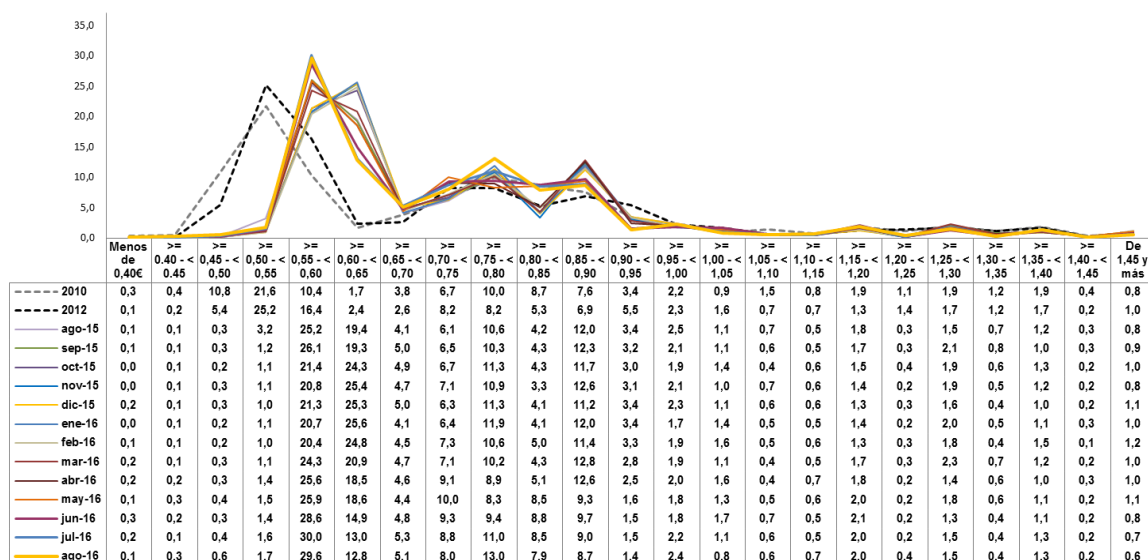
	PRECIO MEDIO (€ / Litro)										
	oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16
LECHE ENTERA	0,702	0,695	0,695	0,703	0,703	0,706	0,707	0,704	0,705	0,700	0,708
LECHE DESNATADA	0,731	0,732	0,732	0,737	0,733	0,740	0,725	0,724	0,719	0,714	0,714
LECHE SEMIDESNATAD	0,709	0,707	0,696	0,707	0,710	0,713	0,706	0,700	0,704	0,697	0,702

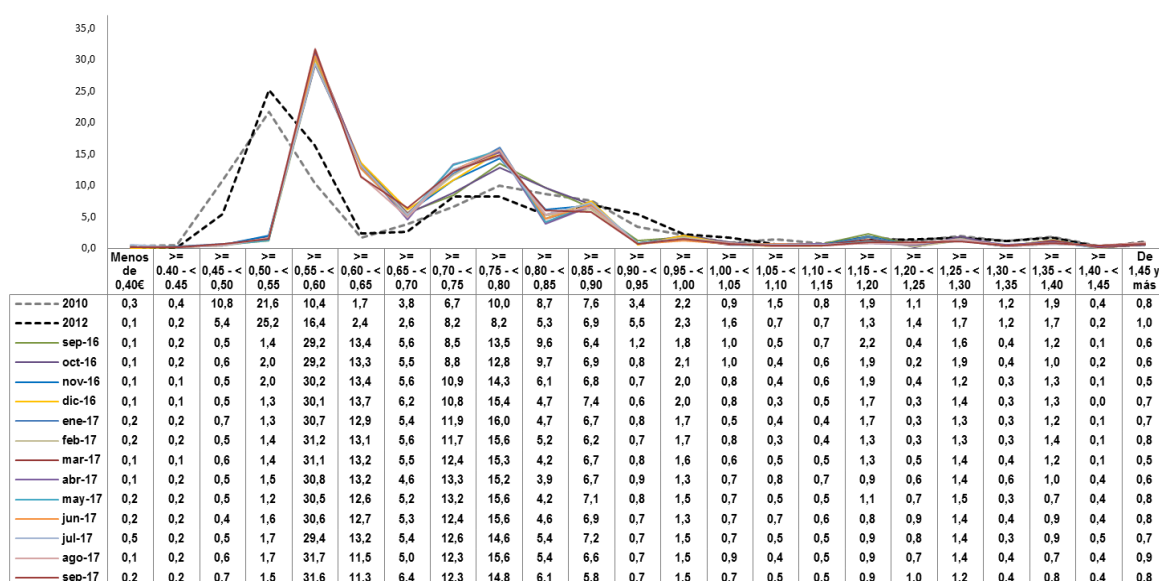
	PRECIO MEDIO (€ / Litro)											
	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
LECHE ENTERA	0,693	0,687	0,697	0,696	0,691	0,690	0,689	0,690	0,689	0,687	0,691	0,684
LECHE DESNATADA	0,713	0,704	0,713	0,713	0,712	0,709	0,713	0,702	0,718	0,704	0,706	0,700
LECHE SEMIDESNATAD	0,699	0,690	0,697	0,692	0,689	0,689	0,695	0,688	0,692	0,691	0,693	0,688

5.3.1.3. Distribución de la leche comercializada, según intervalos de precios.

Distribución del total de leche comercializada

Los principales tramos de precios permanecen estables a lo largo de todo el período, siendo dos los cambios más notables el mes de septiembre: trasvase de compras del intervalo 0,75-0,80 €/l hacia el rango 0,65-0,70 €/l, y del intervalo 0,85-0,90 €/l hacia el de 0,80-0,85 €/l. En ambos casos ambas acciones explican la concentración progresiva hacia precios más reducidos.





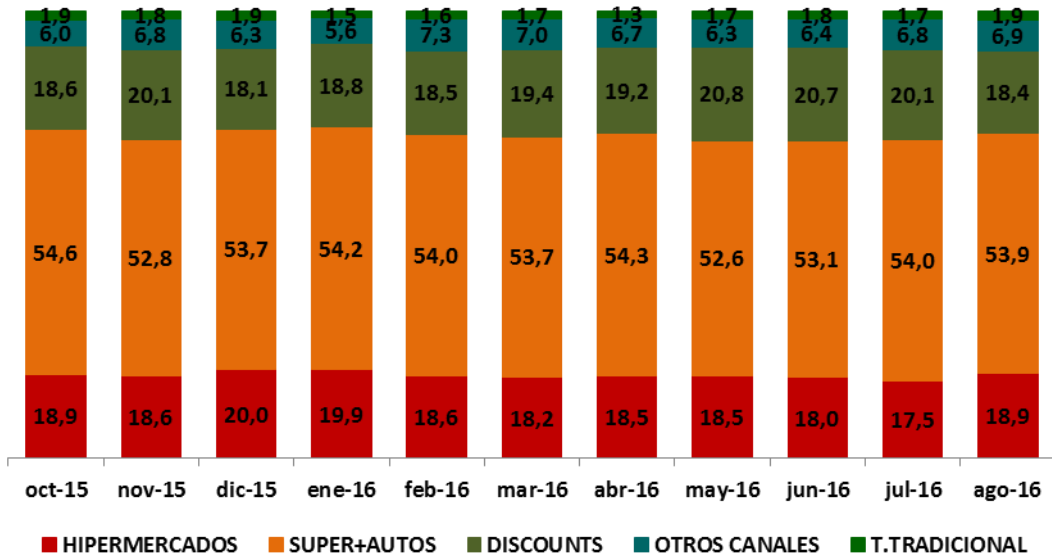
A la fecha de elaboración de este informe se mantiene esta misma tendencia, con un 37% de las compras de leche en el intervalo de precios entre los 0,55 y los 0,60€/l.

Distribución del total de leche comercializada, según canales de venta.

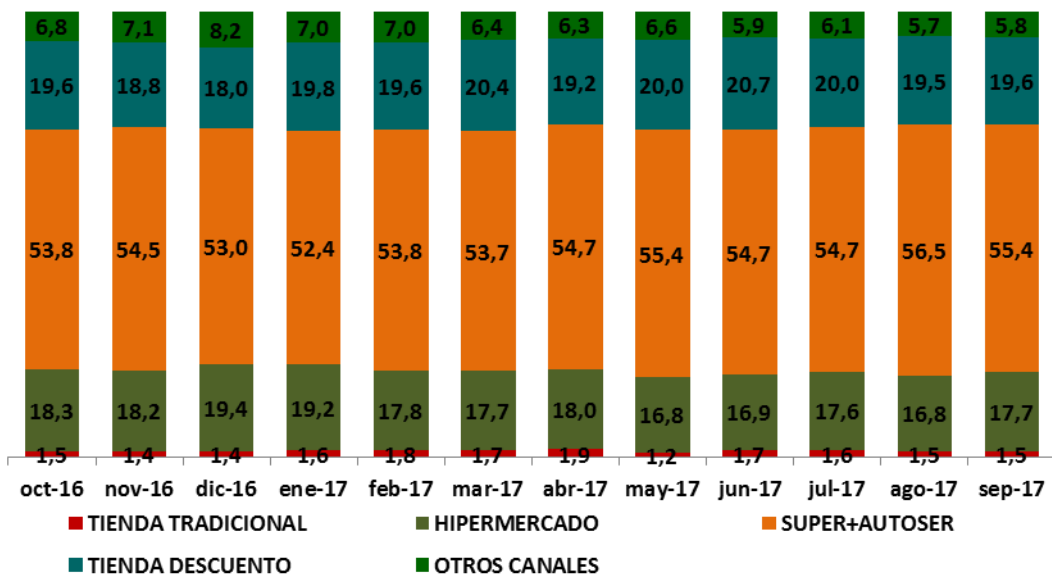
Supermercados y autoservicios recogen más del 50% del gasto en leche envasada para uso doméstico a lo largo de todo el período bianual. La cuota de mercado no ha sufrido grandes fluctuaciones, si bien puede verse una paulatina disminución del gasto en el *canal tradicional* y los *hipermercados*, y un ligero aumento en las *tiendas descuento*.

En septiembre de 2017 el 55,4% del gasto se realizó en *supermercados y autoservicios*, mientras que las *tiendas descuento* fueron responsables del 19,6% del valor de la categoría. El *hipermercado* representó el 17,7% del valor de leche durante este mes, quedando solamente un 5,8% de cuota para otros canales y un 1,5% para la *tienda tradicional*.

% Cuota en Valor

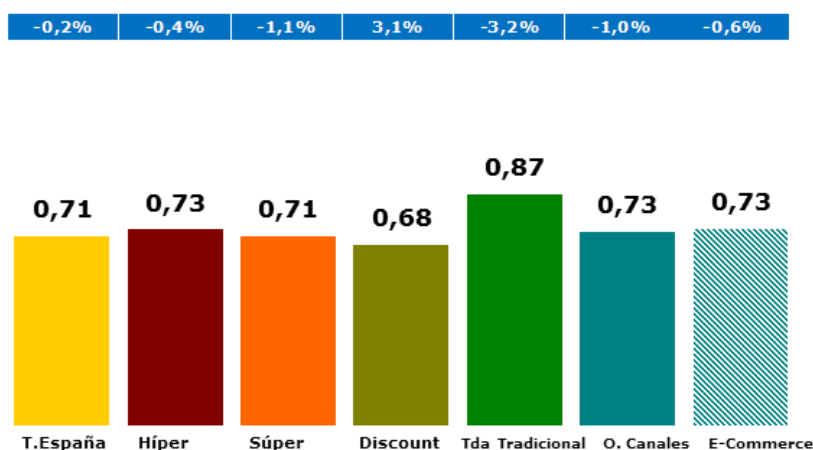


% Cuota en Valor

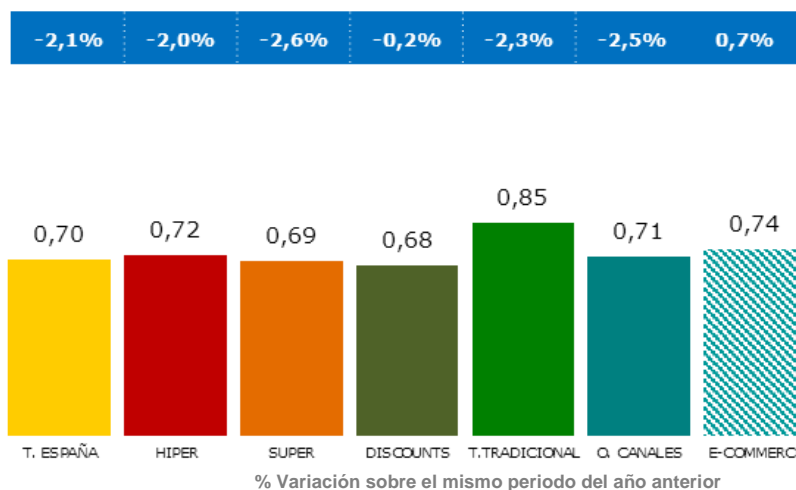


Todos los canales de compra reducen progresivamente sus precios en el último año, siendo esta caída más acusada en el caso de *hipermercados*, *tienda tradicional* y *otros canales*.

PRECIO MEDIO (euros/litro) DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN en el Año Móvil Septiembre 2016



PRECIO MEDIO (euros/litro) DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN en el Año Móvil SEPTIEMBRE 2017



El precio medio de la leche ha ido disminuyendo gradualmente a lo largo de todo el periodo. Para el TAM septiembre 2017 disminuye un 2,1% de media, con reducción general en todos los canales. El *canal descuento* es el que presenta una menor reducción (-0,2%) y se mantiene como el canal con el precio más bajo en todo el período.

La *tienda tradicional* ha mantenido el precio más elevado a lo largo de todo el período, y a pesar de la reducción del -2,3% en el TAM septiembre 2017, se mantiene en los 0,85 €/l de media.

También baja este último año el precio en *hipermercados* (-2,0%) y *supermercados* (-2,6%).

	PRECIO MEDIO (€/LITRO)										
	oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16
T.ESPAÑA	0,714	0,711	0,706	0,715	0,715	0,719	0,712	0,708	0,708	0,703	0,707
HIPERMERCADOS	0,739	0,730	0,714	0,743	0,739	0,738	0,739	0,734	0,739	0,720	0,734
SUPER+AUTOS	0,713	0,715	0,712	0,715	0,715	0,721	0,708	0,703	0,703	0,696	0,700
DISCOUNTS	0,669	0,670	0,667	0,675	0,675	0,684	0,678	0,678	0,680	0,682	0,678
OTROS CANALES	0,748	0,720	0,714	0,723	0,736	0,734	0,757	0,734	0,732	0,745	0,739
T.TRADICIONAL	0,870	0,878	0,853	0,885	0,861	0,836	0,833	0,882	0,854	0,872	0,876

	PRECIO MEDIO (€/LITRO)											
	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
T.ESPAÑA	0,702	0,694	0,702	0,699	0,696	0,695	0,698	0,692	0,698	0,694	0,696	0,690
TIENDA TRADICIONAL	0,871	0,869	0,849	0,841	0,868	0,848	0,709	0,839	0,895	0,936	0,889	0,858
HIPERMERCADO	0,719	0,712	0,724	0,727	0,701	0,723	0,735	0,719	0,720	0,712	0,717	0,704
SUPER+AUTOSER	0,696	0,691	0,695	0,691	0,692	0,685	0,692	0,686	0,691	0,688	0,692	0,687
TIENDA DESCUENTO	0,683	0,668	0,669	0,676	0,677	0,679	0,672	0,672	0,684	0,676	0,673	0,673
OTROS CANALES	0,727	0,710	0,755	0,732	0,736	0,722	0,740	0,723	0,715	0,706	0,717	0,701

En septiembre de 2017, las *tiendas descuento* han sido el canal más bajo en precios, situándose en 0,673 €/l, seguidas por los *supermercados* con 0,687 €/l.

Precio pagado (€/litro)	HIPER										SUPER										TIENDA DE DESCUENTO																			
	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	ago-17	sep-17	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	ago-17	sep-17	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	ago-17	sep-17	
Total PVP	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Menos de 0,40€	0,3	0,5	0,3	0,3	0,1	0,1	0,4	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4	0,5	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,3	0,2	0,1	
>= 0,40 - < 0,45	0,3	0,3	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0		
>= 0,45 - < 0,50	1,4	0,8	0,5	0,2	0,6	0,5	0,5	1,4	0,9	1,1	0,6	1,2	1,3	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,3	0,4	0,3	0,2	0,3	0,4	0,3	0,1	0,4	0,5	0,7	0,4	0,5	0,4	0,2	0,7	0,4	0,3	0,4	0,5	
>= 0,50 - < 0,55	3,1	1,8	3,9	3,8	2,2	2,0	1,9	2,1	2,0	1,9	1,7	1,6	1,2	1,4	1,1	1,8	1,8	1,0	1,0	1,2	1,1	1,1	1,0	1,3	1,6	1,6	0,8	1,1	0,9	1,2	0,8	0,9	1,0	0,5	0,9	0,8	1,0	0,6	0,8	
>= 0,55 - < 0,60	14,9	14,2	13,7	14,2	14,2	16,3	17,7	16,7	15,4	16,0	17,1	16,0	15,3	34,4	34,0	34,8	34,9	35,1	35,9	35,8	36,8	36,1	35,8	35,8	35,8	35,7	26,8	26,8	26,6	26,9	28,8	28,5	29,8	27,9	30,0	27,3	26,1	33,6	33,7	
>= 0,60 - < 0,65	17,8	21,5	20,8	21,8	23,5	21,8	20,0	20,1	21,1	19,8	21,0	19,0	20,9	7,1	7,4	7,2	7,3	7,0	7,0	7,2	7,5	7,6	6,8	7,0	7,1	6,9	26,4	28,3	28,3	28,4	29,4	27,1	27,3	27,3	26,7	26,8	26,4	21,8	20,2	
>= 0,65 - < 0,70	9,3	9,1	8,6	8,6	7,4	6,4	6,6	7,5	4,4	6,5	5,8	6,8	10,4	5,4	5,3	5,7	6,1	7,4	5,9	6,5	6,1	5,3	5,6	5,8	5,0	6,3	1,3	2,3	1,9	1,8	1,8	2,3	2,0	2,4	1,8	2,5	2,4	2,5	2,8	
>= 0,70 - < 0,75	6,6	7,1	7,6	9,8	8,5	8,7	8,1	10,5	12,6	11,3	9,8	7,9	5,1	9,2	10,1	10,4	13,3	12,8	13,1	13,2	13,2	14,2	14,3	13,7	13,9	13,7	6,1	5,6	5,7	5,4	7,9	12,4	11,1	12,5	11,8	12,4	11,6	11,3	14,1	
>= 0,75 - < 0,80	12,4	12,8	13,2	13,4	14,3	16,2	14,7	14,4	13,0	13,5	15,1	17,0	15,5	12,1	12,7	11,5	13,4	14,9	16,3	15,8	15,0	15,1	15,0	14,7	15,3	14,3	18,2	17,1	17,6	18,1	19,2	16,6	17,2	17,1	17,4	19,1	18,8	16,4	16,5	
>= 0,80 - < 0,85	7,4	7,6	7,7	4,6	3,9	4,7	7,6	4,2	5,2	4,6	4,8	5,8	6,3	9,1	11,7	11,6	6,7	4,5	4,8	5,3	4,0	3,8	4,2	4,7	5,3	6,6	4,0	5,4	6,7	5,5	5,4	3,4	3,0	4,1	2,8	3,7	3,3	4,9	3,7	
>= 0,85 - < 0,90	8,7	8,8	8,6	9,0	10,3	10,3	9,3	10,4	9,6	11,2	10,1	9,0	11,1	8,8	5,8	6,3	6,7	7,5	6,8	6,0	7,0	7,0	7,5	7,3	6,7	5,3	7,7	5,7	5,5	4,1	2,6	2,8	3,2	2,7	3,2	2,7	3,2	3,3	2,9	
>= 0,90 - < 0,95	1,8	1,4	0,9	0,7	0,9	1,2	1,1	1,0	1,5	1,2	1,4	1,4	1,0	1,5	1,2	0,8	0,5	0,4	0,7	0,8	0,7	0,8	0,8	0,6	0,7	0,9	0,2	0,4	0,8	0,5	0,4	0,6	0,3	0,6	0,5	0,5	0,6	0,3	0,1	
>= 0,95 - < 1,00	4,2	2,4	3,3	3,9	3,2	1,9	2,6	2,0	2,1	2,0	1,5	2,6	1,4	2,1	1,4	1,8	1,8	1,8	1,7	1,6	1,3	1,1	1,3	1,1	1,3	1,3	0,9	1,1	1,3	1,0	0,7	0,8	0,5	1,1	0,8	0,8	0,8	0,9	1,4	
>= 1,00 - < 1,05	1,5	2,1	1,8	1,3	1,5	0,7	1,5	0,9	1,0	1,5	1,1	1,2	1,8	0,7	0,8	1,0	0,7	0,6	0,4	0,7	0,4	0,7	0,6	0,6	0,8	0,5	0,5	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,4	0,3	
>= 1,05 - < 1,10	1,7	1,4	0,6	0,8	0,6	0,6	0,4	0,8	1,0	0,7	1,0	0,2	0,3	0,4	0,3	0,4	0,2	0,3	0,3	0,1	0,5	0,7	0,6	0,8	0,4	0,5	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,5	0,1	0,4	0,1	0,3	0,2	0,3	
>= 1,10 - < 1,15	1,3	1,0	0,6	0,9	1,0	1,0	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,1	0,9	0,7	0,6	0,4	0,5	0,4	0,3	0,4	0,5	0,6	0,3	0,5	0,3	0,3	0,5	0,7	0,9	0,4	0,2	0,0	0,2	0,4	0,7	0,2	0,3	0,4	0,4	
>= 1,15 - < 1,20	2,2	2,3	1,7	1,5	2,5	2,4	1,7	1,2	1,1	1,3	1,1	1,8	1,5	2,1	2,4	2,0	2,5	1,4	1,2	1,3	1,0	1,1	0,8	0,7	0,9	1,1	1,5	1,5	1,6	1,4	2,1	1,0	1,1	0,4	0,6	0,3	0,4	0,4		
>= 1,20 - < 1,25	0,8	0,8	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	1,6	0,8	0,9	1,3	0,9	0,4	0,4	0,2	0,4	0,3	0,3	0,3	0,6	0,5	0,6	0,9	0,5	1,0	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,4	0,9	0,7	0,8	0,9
>= 1,25 - < 1,30	1,5	1,6	1,9	1,5	1,5	1,1	1,1	1,5	1,1	1,3	1,5	1,5	1,3	1,8	1,9	2,3	1,4	1,8	1,6	1,7	1,6	1,9	1,9	1,7	1,8	1,4	0,3	0,6	0,6	0,3	0,2	0,6	0,2	0,4	0,3	0,4	0,3	0,5	0,2	
>= 1,30 - < 1,35	0,7	0,7	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,7	1,1	0,8	0,6	0,7	0,5	0,2	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,1	0,3	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3	0,1	0,2	0,2	0,3	
>= 1,35 - < 1,40	2,4	1,6	1,8	1,9	2,1	1,6	1,5	1,9	1,9	1,2	1,7	1,3	0,9	1,5	1,4	0,9	1,5	1,3	1,3	1,2	0,9	0,7	0,7	0,7	0,8	0,3	0,3	0,7	0,3	0,3	1,2	0,8	0,5	0,3	0,5	0,2	0,2	0,2		
>= 1,40 - < 1,45	0,2	0,1	0,6	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,4	0,3	0,4	0,1	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2
De 1,45 y más	0,7	0,4	1,0	0,6	0,6	1,1	1,2	1,0	1,5	1,3	1,5	1,4	1,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,7	0,6	0,7	0,4	0,6	0,8	0,8	1,0	0,8	0,5	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,5	0,1	0,3	0,4	0,6	0,4	0,2	

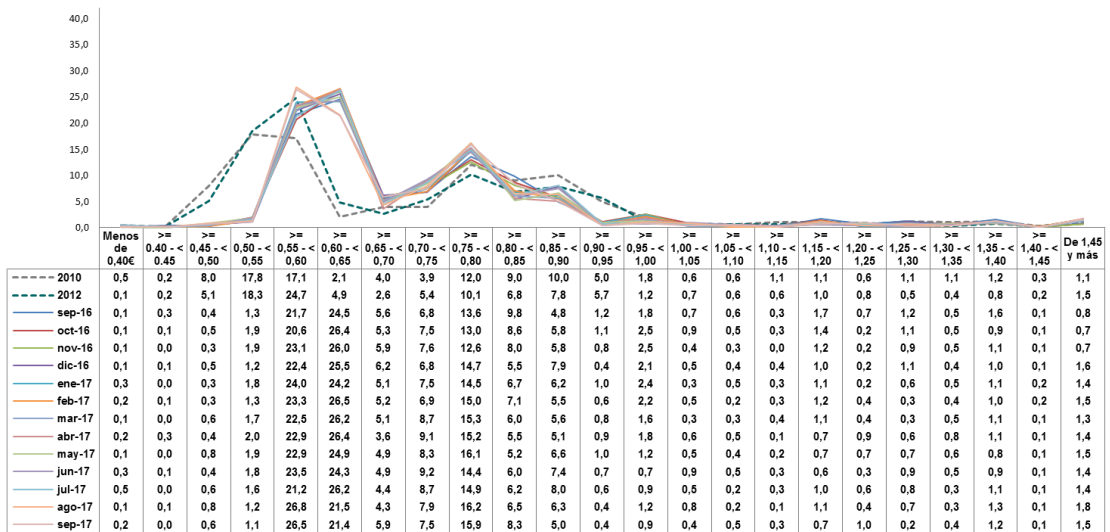
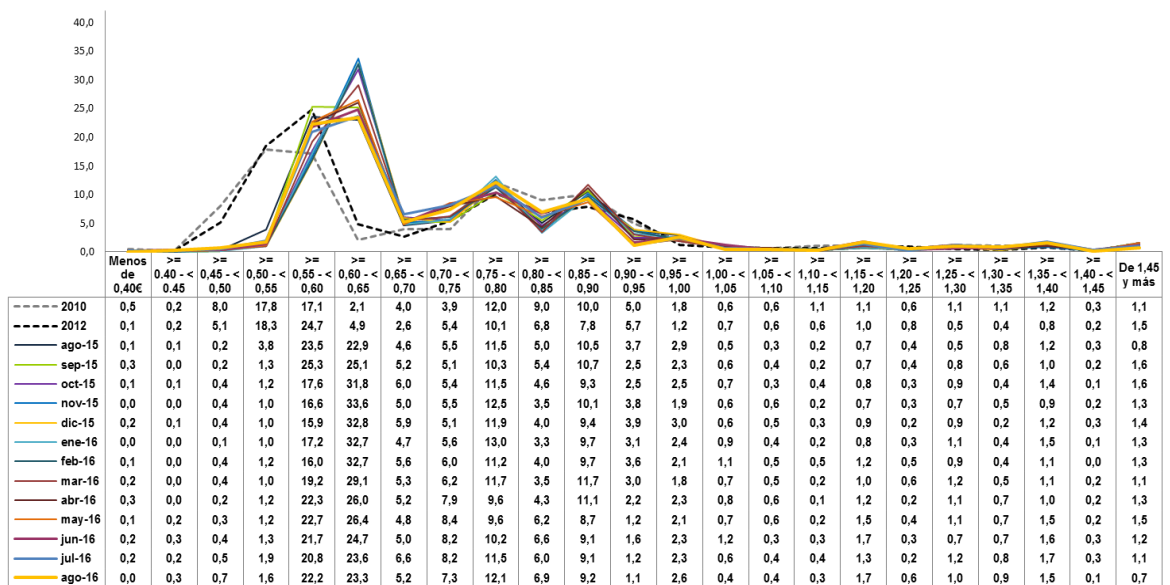
A la fecha de elaboración de este informe, se mantiene la tendencia bajista de los precios en todos los canales, con la mayor caída en la *tienda tradicional* (-2,4%), situándose su precio medio en el TAM diciembre 2017 en 0,84 €/l. El

canal descuento sigue siendo el canal con el precio más bajo, con un precio medio de 0,67 €/l en este último año.

Distribución de la leche entera.

Los tramos de precios con mayor proporción de compras de *leche entera* han sido durante estos dos años los de 0,55-0,60€/l y 0,60-0,65€/l, y han agrupado el 26,5% y el 21,4% del total de las compras en el mes de septiembre de 2017.

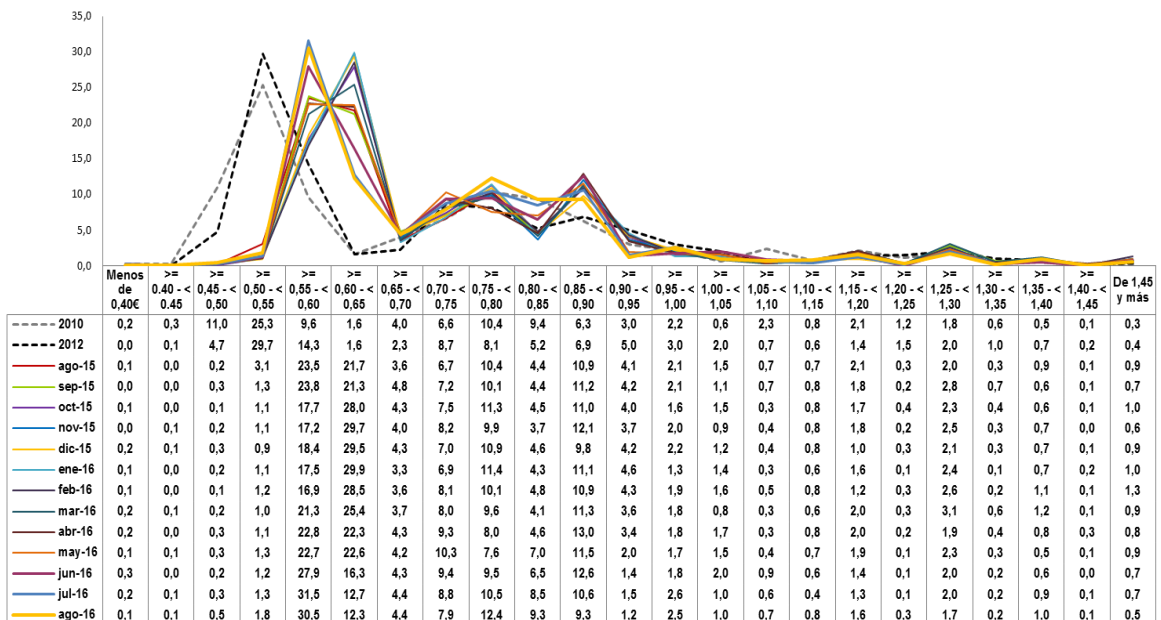
En este último mes, el mayor cambio se observa en el trasvase de compras del rango 0,85-0,90 €/l hacia el de 0,80-0,85 €/l.

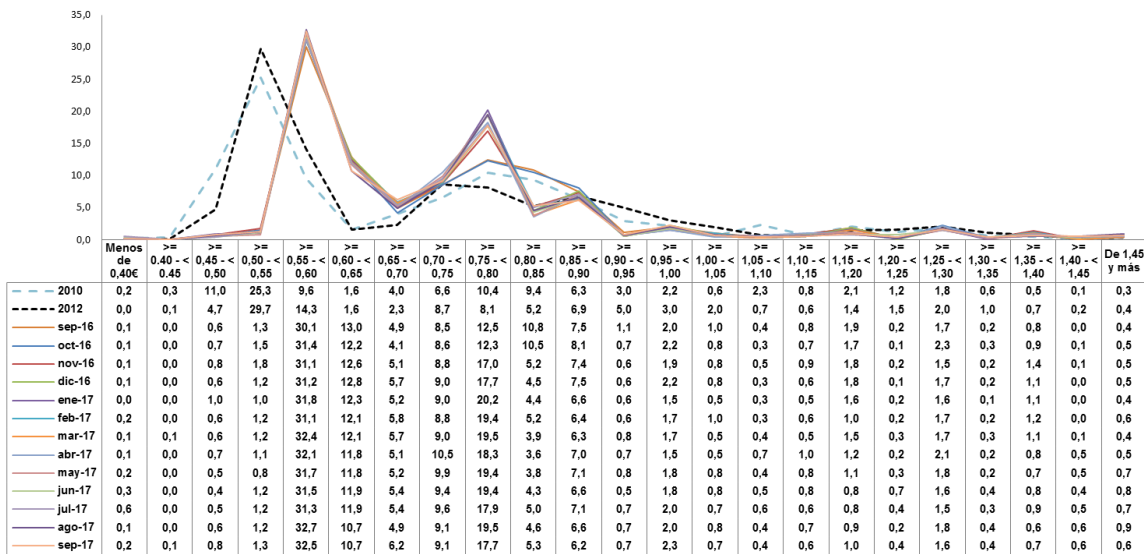


Los últimos datos disponibles muestran que la tendencia se mantiene. La *leche entera* concentra el 40% de las compras en los cortes de 0,55 a 0,65€/L en diciembre de 2017.

Distribución de la leche semidesnatada.

La franja de precios con mayor porcentaje de compras se sitúa entre los 0,55-0,60€/l. En el mes de septiembre este tramo acumula el 32,5% de los litros comprados. La franja inmediatamente superior presenta una cuota del 17,7% en el último mes del período, siendo ésta la de 0,75-0,80 €/l, aunque cede casi 2 puntos de importancia respecto a agosto de 2015 como consecuencia del trasvase hacia el tramo de 0,65-0,70 €/l.



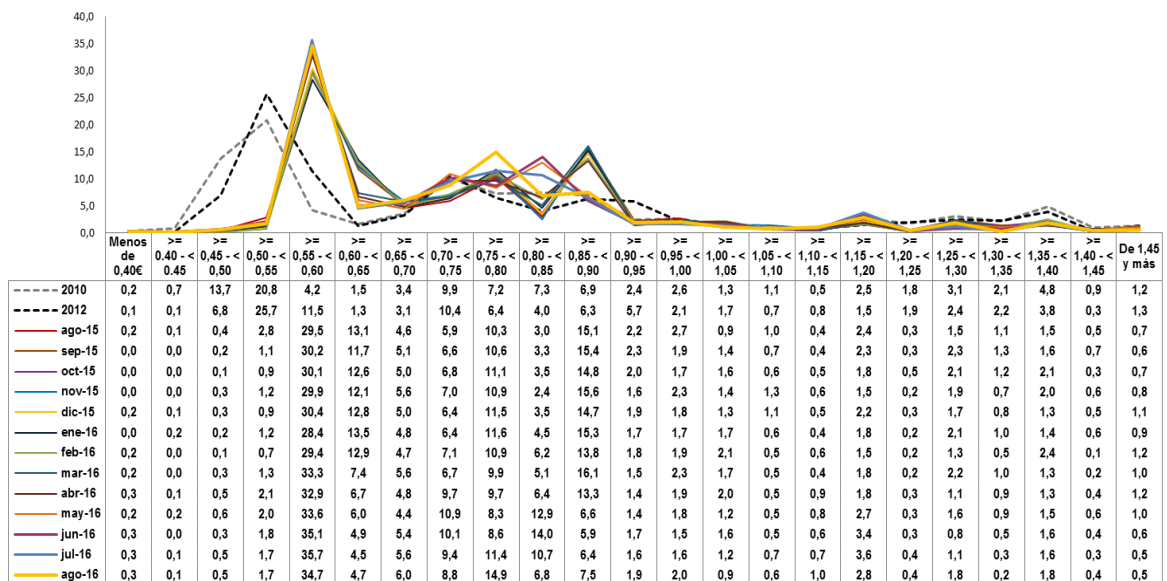


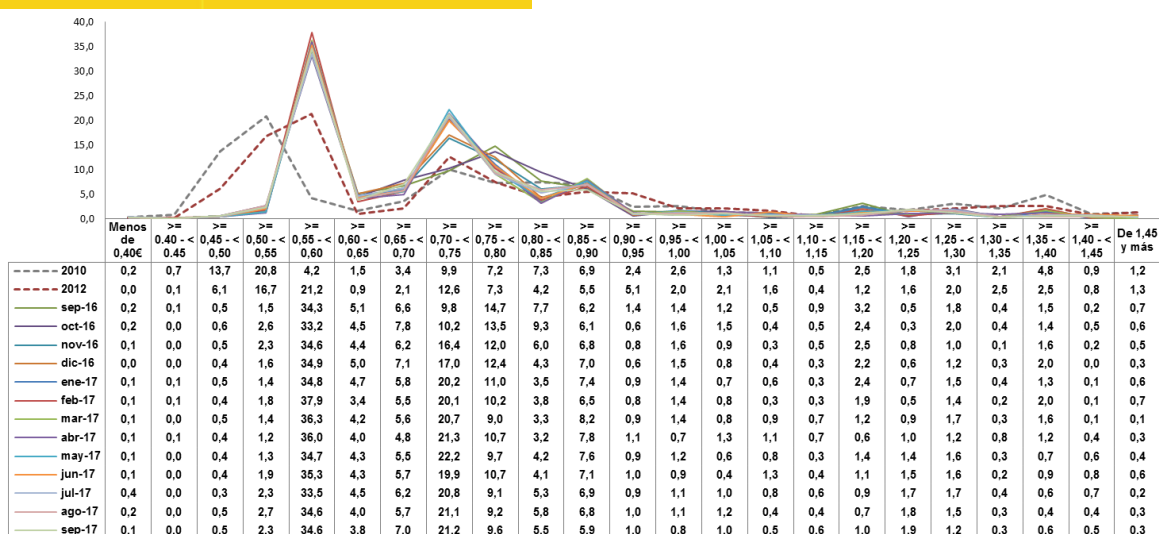
La tendencia en la *leche semidesnatada* se mantiene, según los últimos datos disponibles. En diciembre de 2017 el 37,4% de las compras se sitúan en el tramo de precio 0,55-0,60€/l.

Distribución de la leche desnatada.

La *leche desnatada* concentra el mayor porcentaje de sus compras en el tramo de precio 0,55-0,60€/l, con un 34,6% en septiembre 2017.

La franja 0,70-0,75€/l presenta en este último mes del período un 21,2% de cuota de mercado, manteniéndose como segundo tramo de precios más importante.





Según los últimos datos disponibles a la fecha de elaboración de este informe, en diciembre de 2017 la tendencia se mantiene, con el 34,3% de las compras en el tramo de precio 0,55-0,60€/l.

5.3.2. Consumo per cápita, en los hogares, de leche líquida envasada.

Desde octubre de 2015, el consumo per cápita del total España ha sufrido fluctuaciones, con una contracción acusada a mediados de 2016 (el mínimo del período se alcanzó en agosto de 2016, con 4,97 l/persona), pero con una cierta recuperación a finales de 2016 y principios de 2017. Sin embargo, vuelve a descender ligeramente los últimos meses de este período bianual.

El consumo per cápita en el TAM septiembre 2017 fue de 72,62 litros/persona/año y supone un 0,7% menos que la cantidad consumida en el año móvil septiembre 2016.

Por Comunidades Autónomas, desde octubre 2016 se produce una contracción del consumo per cápita de leche envasada bastante homogénea. Solo Baleares, Canarias y Navarra consiguen un mayor consumo en los últimos 12 meses. Castilla y León y Galicia se posicionan como las CCAA con mayor consumo per cápita, en contraposición se sitúan Murcia y Andalucía.

	oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16
T.ESPAÑA	6,54	6,16	6,38	6,16	6,20	6,45	6,44	5,95	5,67	5,34	4,97
CATALUÑA	5,83	5,71	5,71	5,61	5,48	5,80	5,68	5,38	5,05	5,02	4,52
ARAGON	7,24	6,53	6,93	7,29	6,39	7,23	7,93	6,19	6,93	5,32	5,72
BALEARES	5,42	4,34	5,55	4,34	4,41	4,92	5,19	4,53	4,69	3,83	4,71
VALENCIA	5,82	5,65	5,98	5,76	5,46	5,76	5,88	5,55	5,32	5,33	4,27
MURCIA	6,14	5,91	5,55	6,00	5,62	6,35	5,75	5,63	5,51	4,71	4,38
T.ANDALUCIA	5,75	5,30	5,51	5,09	5,43	5,86	5,51	5,13	4,85	4,41	4,42
MADRID	7,16	6,79	6,81	7,07	6,69	6,81	6,69	6,26	5,75	5,26	4,53
CASTILLA LA MANCHA	7,45	6,99	6,63	7,06	6,91	7,02	7,48	6,94	6,22	5,87	5,64
EXTREMADURA	6,88	6,31	6,26	5,78	6,47	6,70	6,52	6,94	5,97	5,92	6,13
CASTILLA LEON	8,71	7,73	8,07	7,39	7,76	8,23	7,73	7,12	6,89	7,46	7,27
GALICIA	7,37	7,20	7,36	6,54	7,16	7,51	7,71	7,01	7,20	6,54	6,12
ASTURIAS	8,54	7,14	8,25	8,06	8,26	7,54	7,90	7,60	6,51	6,54	6,26
CANTABRIA	6,08	6,98	6,33	6,73	7,53	7,29	7,48	6,21	6,26	7,36	6,08
PAIS VASCO	7,21	6,42	7,13	6,69	7,16	6,72	6,53	6,75	5,96	5,68	4,26
LA RIOJA	7,16	9,25	8,21	7,38	5,87	7,19	8,24	6,16	5,79	5,78	5,46
NAVARRA	8,98	6,08	9,01	7,91	7,60	7,83	9,82	6,81	7,59	5,58	6,35
CANARIAS	4,74	5,26	5,78	5,43	5,91	5,50	6,36	5,18	5,36	4,59	4,93

	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
T.ESPAÑA	6,24	6,18	6,39	6,50	5,72	6,60	5,97	6,03	5,78	5,59	5,26	5,95
CATALUÑA	5,10	4,94	5,26	5,03	4,74	5,08	4,77	4,80	4,58	4,50	4,38	4,95
ARAGON	7,09	6,53	6,05	6,72	5,67	6,25	6,32	6,11	5,87	6,07	4,86	6,59
BALEARES	4,46	5,36	5,52	5,17	5,25	5,13	5,38	5,31	5,10	5,26	4,78	4,87
VALENCIA	5,19	5,30	5,64	5,78	5,17	5,88	5,19	5,56	5,27	4,85	4,79	4,99
MURCIA	5,32	5,90	5,75	5,69	4,76	5,12	4,94	5,04	4,62	4,64	3,91	4,92
T.ANDALUCIA	5,39	5,12	5,43	5,20	4,79	5,85	5,27	5,06	4,75	4,82	4,65	4,91
MADRID	6,11	6,04	6,37	6,47	5,43	6,57	5,62	6,01	5,55	5,01	4,42	5,62
CASTILLA LA MANCHA	7,41	7,38	6,79	7,62	6,34	7,91	6,31	6,49	6,62	6,34	6,31	6,62
EXTREMADURA	7,21	7,04	6,65	7,49	5,50	6,94	6,34	6,88	5,93	7,05	5,00	6,32
CASTILLA LEON	7,77	8,25	8,08	8,32	6,98	8,60	7,70	8,39	7,85	7,51	7,31	7,80
GALICIA	7,30	7,40	7,05	7,28	7,29	7,75	7,47	6,82	6,96	6,87	6,15	7,52
ASTURIAS	7,84	6,82	7,95	8,02	7,10	8,85	7,33	7,74	6,34	6,97	6,82	7,69
CANTABRIA	5,87	5,91	6,26	6,84	4,57	5,48	4,85	5,47	5,84	5,99	4,94	5,61
PAIS VASCO	6,18	6,10	6,60	6,46	6,25	6,69	5,89	6,11	6,06	4,96	5,70	5,77
LA RIOJA	6,83	6,86	7,20	6,46	5,30	6,11	6,27	6,83	5,95	4,82	6,19	5,64
NAVARRA	5,73	5,40	7,36	8,32	5,30	6,47	6,01	5,99	6,36	5,31	5,27	7,19
CANARIAS	5,31	5,25	5,32	6,51	4,99	5,44	5,40	4,37	5,12	5,09	4,46	5,42

En cuanto a la evolución del consumo por tipo de leche, ha ido mermando la ingesta en las 3 variedades, aunque con fluctuaciones ligeras a lo largo del período. En el corto plazo se produce una contracción progresiva en los 3 tipos, aunque mucho más marcada en el caso de la leche *semidesnatada* si se compara respecto a octubre 2016.

	oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16
Entera	1,72	1,6	1,65	1,52	1,57	1,61	1,64	1,51	1,38	1,35	1,23
Semidesnatada	2,97	2,82	2,89	2,86	2,85	2,96	2,93	2,75	2,63	2,40	2,29
Desnatada	1,86	1,74	1,84	1,78	1,78	1,87	1,87	1,69	1,66	1,58	1,45

	CONSUMO X CAPITA											
	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
LECHE ENTERA	1,51	1,54	1,56	1,58	1,39	1,60	1,46	1,45	1,44	1,36	1,33	1,48
LECHE DESNATADA	1,81	1,88	1,88	1,90	1,63	1,89	1,71	1,80	1,61	1,59	1,48	1,70
LECHE SEMIDESNATAD	2,92	2,76	2,95	3,02	2,70	3,11	2,80	2,79	2,73	2,64	2,46	2,77

Por tipologías de hogar, durante todo el período bianual se constata que son los *retirados* y *adultos independientes* los que mayor consumo per cápita realizan, en el lado contrario se encuentran las familias con hijos pequeños o medianos. Las *parejas jóvenes sin hijos* reducen su consumo en el último año, y únicamente los *adultos independientes* realizan más consumo per cápita respecto a hace un año.

	oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16
T.ESPAÑA	6,54	6,16	6,38	6,16	6,20	6,45	6,44	5,95	5,67	5,34	4,97
SIN NIÑOS	6,73	6,36	6,80	6,37	6,44	6,77	6,70	6,12	5,96	5,77	5,34
NIÑOS - 6 AÑOS	5,31	5,07	5,04	4,99	5,07	5,25	5,27	4,89	4,68	4,20	4,00
NIÑOS 6 A 15 AÑOS	6,00	5,53	5,33	5,59	5,49	5,55	5,70	5,43	4,82	4,27	3,99
- 35 AÑOS	4,81	4,43	4,46	4,79	4,53	4,79	4,78	4,29	4,26	3,95	3,60
35 A 49 AÑOS	5,92	5,49	5,40	5,58	5,54	5,62	5,70	5,35	4,87	4,50	4,10
50 A 64 AÑOS	6,84	6,26	6,82	6,46	6,58	6,86	6,70	6,28	5,90	5,70	5,47
65 Y MAS AÑOS	8,56	8,51	9,10	7,72	8,13	8,64	8,68	7,84	7,86	7,45	6,99
JOVENES INDEPENDIENTES	7,22	6,12	5,91	6,87	7,08	6,79	6,78	5,94	5,46	5,41	5,34
PAREJ JOVENES SIN HIJOS	5,16	4,86	4,77	5,08	4,88	5,14	5,22	4,58	4,53	4,72	4,08
PAREJ CON HIJOS PEQUEÑOS	5,31	5,07	5,04	4,99	5,07	5,25	5,27	4,89	4,68	4,20	4,00
PAREJ CON HIJOS EDAD MEDIA	5,78	5,39	5,25	5,55	5,45	5,56	5,56	5,26	4,81	4,29	3,98
PAREJ CON HIJOS MAYORES	6,05	5,68	6,08	5,60	5,39	5,70	5,53	5,23	5,08	4,85	4,18
HOGARES MONOPARENTALES	6,27	5,34	5,62	5,55	5,45	5,70	5,93	5,54	4,92	4,65	4,09
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	6,96	6,78	7,20	6,75	7,10	7,23	6,97	6,64	6,43	6,23	5,90
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,97	7,34	8,63	7,82	7,43	8,45	8,40	7,29	6,86	7,45	7,30
RETIRADOS	8,72	8,48	9,20	8,01	8,51	8,92	9,07	8,16	8,02	7,49	7,32

	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
T.ESPAÑA	6,24	6,18	6,39	6,50	5,72	6,60	5,97	6,03	5,78	5,59	5,26	5,95
SIN NIÑOS	6,43	6,44	6,83	6,79	5,98	6,87	6,32	6,26	6,10	5,97	5,57	6,06
NIÑOS - 6 AÑOS	5,04	4,92	4,77	5,03	4,23	5,01	4,56	4,70	4,49	4,41	4,05	4,82
NIÑOS 6 A 15 AÑOS	5,44	5,26	5,21	5,63	5,08	5,83	4,99	5,31	4,80	4,41	4,38	5,40
- 35 AÑOS	4,83	4,55	4,73	5,07	4,07	4,77	4,44	4,79	4,28	4,54	4,28	4,81
35 A 49 AÑOS	5,65	5,50	5,46	5,55	4,95	5,83	5,11	5,24	4,97	4,67	4,44	5,18
50 A 64 AÑOS	5,95	5,80	6,21	6,28	5,60	6,37	5,94	5,81	5,56	5,27	5,01	5,87
65 Y MAS AÑOS	8,13	8,54	8,95	8,85	7,87	8,92	8,09	8,04	8,02	7,89	7,27	7,67
JOVENES INDEPENDIENTES	5,61	5,78	6,39	5,69	4,84	6,02	5,36	6,66	5,84	6,62	4,92	5,13
PAREJ JOVENES SIN HIJOS	5,26	4,67	4,86	5,15	4,27	4,95	4,62	4,69	4,36	4,62	4,15	4,51
PAREJ CON HIJOS PEQUEÑOS	5,03	4,92	4,77	5,03	4,23	5,01	4,56	4,70	4,49	4,41	4,05	4,82
PAREJ CON HIJOS EDAD MEDIA	5,52	5,25	5,29	5,58	5,08	5,85	4,99	5,30	4,84	4,43	4,46	5,34
PAREJ CON HIJOS MAYORES	5,23	5,37	5,68	5,70	5,05	5,94	5,30	5,38	5,21	4,68	4,55	5,04
HOGARES MONOPARENTALES	5,50	5,64	5,54	5,54	5,33	5,72	5,21	5,45	5,08	4,79	4,35	5,42
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	6,51	6,62	7,06	6,80	6,00	7,00	6,79	5,87	6,14	5,82	5,71	6,31
ADULTOS INDEPENDIENTES	7,91	7,13	7,98	8,29	6,48	8,25	7,71	7,91	7,22	7,50	6,66	8,41
RETIRADOS	8,36	8,70	9,24	9,20	8,18	9,12	8,35	8,27	8,16	8,18	7,59	7,82

6. PRINCIPALES ACTUACIONES REALIZADAS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y SEGUIMIENTO DEL ACUERDO

Las empresas y asociaciones firmantes del Acuerdo encomendaron al MAPAMA que actuase como garante del mismo y que realizase el seguimiento de su aplicación. Para dar conocimiento del resultado de dicho seguimiento se encargó al Ministerio la publicación de un informe trimestral sobre el grado de cumplimiento de los compromisos asumidos por cada una de las partes. Además, coincidiendo con el segundo aniversario de la firma del Acuerdo, ha elaborado este informe con carácter de balance bianual.

Para llevar a cabo dichas tareas, el MAPAMA ha realizado un seguimiento detallado de las actuaciones desarrolladas por los firmantes convocando reuniones periódicas. La última reunión de la Comisión de Seguimiento a las que han asistido los firmantes o sus representantes tuvo lugar el día 4 de julio de 2017.

En el protocolo de seguimiento, cuya última actualización se incluye en el presente informe, se puede apreciar que, de forma general se registra un mantenimiento en el cumplimiento de las medidas a las que se habían comprometido los diferentes agentes de la cadena de valor.

Actuaciones llevadas a cabo por las Empresas de la distribución alimentaria, en relación con sus compromisos

Valorizar la leche y los productos lácteos, con medidas concretas que impidan su uso como productos reclamo, que los banalicen ante el consumidor

1. En la reunión de seguimiento del Acuerdo celebrada el día 26 de octubre de 2015, las organizaciones firmantes informaron sobre los trabajos que estaban llevando a cabo para desarrollar un sistema de comunicación que permitiera a las organizaciones de la producción y a la Federación Nacional de Industrias Lácteas, FENIL trasladar las denuncias de sus afiliados a la correspondiente asociación de la distribución, a la que se encuentre afiliada la empresa supuestamente incumplidora, con objeto de resolver con agilidad las incidencias que pudieran presentarse.

2. El Comité Consultivo con la Distribución, creado en el seno de INLAC, aprobó en su reunión del 20 de noviembre de 2015, el procedimiento para canalizar y dar respuesta a posibles incumplimientos de este compromiso. Desde ese momento, el procedimiento se encuentra operativo, en los términos que se recogen posteriormente.

3. Este protocolo se activó por vez primera a finales del mes de enero de 2016 y, desde entonces, según la información suministrada por INLAC, los resultados de su aplicación han sido los siguientes:

- ✓ El primer caso fue denunciado el 27 de enero de 2016 y afectaba a una empresa de la distribución firmante del Acuerdo. Se solucionó de manera satisfactoria en menos de 72h.
- ✓ En la primera mitad del año 2016 el protocolo se activó en diversas ocasiones. Las empresas de la distribución concernidas ofrecieron las correspondientes respuestas a las incidencias.
- ✓ Entre junio y diciembre de 2016 no se activó el protocolo.
- ✓ En el año 2017 el protocolo se ha activado un total de 24 veces.



Protocolo de Resolución de Incidencias del Acuerdo Lácteo

El presente documento sienta las bases de la operativa para dar respuesta al compromiso recogido en el *Acuerdo para la Estabilidad y Sostenibilidad de la Cadena de Valor del Sector de Vacuno de Leche*. Para ello, se propone un protocolo de resolución de incidencias mediante canal directo entre organizaciones representativas que deberá funcionar en base a los siguientes criterios:

1. Cualquiera de las asociaciones de Inlac o de la Distribución podrán recurrir a este protocolo si lo considera necesario.
2. A efectos de garantizar un adecuado funcionamiento del protocolo, las organizaciones miembros de Inlac y la Distribución deberán identificar 2 personas -1 titular y un suplente-, como únicos canales de comunicación relacionados con este protocolo, que deberán aportar correo electrónico y teléfono de contacto.
3. Toda denuncia sobre prácticas presuntamente banalizadoras del valor o imagen de la leche o de los productos lácteos deberá afectar necesariamente a un miembro o integrante de alguna de las organizaciones miembro del Comité Consultivo con la Distribución de Inlac – Organizaciones de Distribución. La organización que presente la incidencia deberá acreditar que la práctica afecta a alguno de sus socios/miembros.
4. Las denuncias deberán ir acompañadas de la información necesaria para identificar la práctica concreta que se denuncia. Al menos deberá contener toda la información de la que dispone el consumidor ante tal práctica comercial.
5. El plazo máximo para resolver una incidencia será de 72 horas pertenecientes a días hábiles, que podrá suponer o no la retirada de la práctica en función de cada caso.
6. Mientras el procedimiento esté abierto, se garantizará por ambas partes total confidencialidad, incluso tras la resolución del mismo en caso de cancelación de la práctica.
7. Las organizaciones de Inlac y la Distribución valorarán el resultado y pertinencia de las incidencias en las reuniones periódicas del Comité Consultivo con la Distribución de Inlac – Organizaciones de Distribución constituido al efecto. Para facilitar este análisis, se deberá informar a Inlac de manera agregada sobre los procedimientos abiertos. Las conclusiones sobre dichas valoraciones se trasladarán al MAGRAMA en la forma que se acuerde en el Comité.



Promover modalidades de compra de leche líquida que mantengan el valor del producto en los primeros escalones de la cadena, en particular estableciendo a largo plazo con las industrias proveedoras

1. En la reunión del 20 de noviembre de 2015 del Comité Consultivo de INLAC con la Distribución, se acordó establecer un procedimiento de trabajo para avanzar en el cumplimiento de este compromiso.
2. El primer paso consistió en la celebración de una jornada técnica, en la que responsables de compra de leche de la industria explicaron los condicionantes que el paquete lácteo impone en sus relaciones contractuales con el ganadero y los resultados de su aplicación. Igualmente participaron responsables de compra de algunas empresas de la distribución que expusieron los procedimientos utilizados en la contratación con la industria.
3. El 14 de enero de 2016 se realizó en el salón de actos del MAPAMA, la "Jornada de reflexión sobre las modalidades de contratación en el sector lácteo entre sector productos, industria y distribución".
4. INLAC celebró el 3 de febrero de 2016 una reunión del Comité Consultivo para tratar sobre los resultados de dicha Jornada y definir los próximos pasos a dar, con objeto de fijar cumplimentar el objetivo previsto.

La distribución consideró que la jornada había contribuido a sensibilizar sobre la contratación a largo plazo. La valoración de INLAC fue menos positiva, al considerar defraudadas las expectativas sobre los modelos de contratación industria-distribución.

5. Se considera imprescindible insistir a las empresas sobre la necesidad de avanzar en el cumplimiento de este objetivo, ya que se encuentra muy retrasado en su cumplimiento, en relación con el resto del Acuerdo.

No obstante, en tanto se logran avances en los trabajos del Comité Consultivo, las empresas de la distribución deberían revisar, de motu propio, sus modalidades de compra, para adaptarse a los objetivos asumidos en el compromiso. INLAC considera que se ha avanzado muy poco en este sentido.

6. Para tratar de impulsar avances en este tema, por parte del Ministerio se encargó un informe a la consultora PRODESCON sobre la caracterización de las modalidades de contratación entre la industria y la distribución, con objeto de poder aportar propuestas favorecedoras del Acuerdo.

7.- Los resultados del estudio fueron presentados a las asociaciones representativas de la industria láctea y de la distribución y se han recogido en anteriores informes.

Análisis de la cadena de valor y el impacto de la aplicación de los contratos sobre la misma y sobre la planificación de las producciones

1. Desde INLAC se ha trabajado, junto con un consultor, en la elaboración de una propuesta de modelo de Cadena de Valor. Dicha propuesta fue validada por las organizaciones de la producción, la industria y la distribución, en su reunión de 3 de febrero de 2016, acordando su remisión al MAPAMA.

3. El 1 de marzo se celebró un Grupo de Trabajo del Observatorio de la Cadena en el que se presentó y sometió a estudio una propuesta de modelo descriptivo del "Sistema de Cadenas de suministro de leche líquida", elaborada por el Ministerio utilizando el trabajo realizado por INLAC y la propia información de que dispone el Ministerio.

4. Posteriormente se recibieron las observaciones de FENIL, sobre el contenido de la misma. Una vez revisadas todas las observaciones recibidas, el MAPAMA elaboró una nueva propuesta de cadena de valor (se incluye en apartado posterior de este informe) que fue presentada y debatida en el Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria, celebrado el 14 de junio 2016 siendo objeto de diversos comentarios y aportaciones.

6. Actualmente, se está trabajando con una empresa especializada en el desarrollo de sistemas de información y análisis en el sector agroalimentario para el diseño e implantación de una solución analítica que permita integrar de forma automatizada y analizar las distintas fuentes de datos de origen sobre la cadena de distribución y consumo de la leche y los productos lácteos.

Promover la identificación del origen de la leche y los productos lácteos

1. INLAC ha elaborado un documento en el que se recogen diferentes alternativas para identificar y garantizar el origen de la leche y de los productos lácteos. Dicho documento, que fue aprobado en la reunión del Comité de Consultivo con la Distribución el 20 de noviembre de 2015, se recoge seguidamente.



Compromisos del Comité Consultivo con la Distribución. 09-10-2015

Compromisos alcanzados para el desarrollo del Acuerdo para la Estabilidad y Sostenibilidad de la Cadena de Valor del Sector de Vacuno de Leche.

(A) Origen de la leche y los productos lácteos.

El Acuerdo recoge:

Compromisos para Distribución

Promover la identificación del origen de la leche y los productos lácteos, con objeto de mejorar la información que se facilita al consumidor sobre el país origen de los productos lácteos, mediante la inclusión, por parte de las empresas, de forma claramente visible, la información de dicho origen en folletos promocionales, publicidad, cartelería, así como en los propios lineales.

Compromisos para Industria

Promover la inclusión en los envases, de forma claramente visible y como menciones voluntarias, el origen del producto, en particular de la leche líquida, con el objeto de mejorar la información que se facilita al consumidor sobre el país origen de los productos lácteos.

En el Comité Consultivo con la Distribución del 09-10-2015, Inlac se compromete a enviar a las asociaciones de la distribución un documento en el que se recojan las alternativas existentes que garanticen el origen de la leche y los productos lácteos. Plazo: 26 de octubre de 2015.

Tras el análisis de este documento, la **distribución** informará a Inlac sobre cómo se va a comunicar al consumidor –visualizar- el origen en la leche y los productos lácteos, respetando las estrategias comerciales de cada compañía.

Se diferencia entre **leche líquida de consumo** y el resto de productos lácteos.

(1) Leche líquida de consumo:

El Programa Productos Lácteos Sostenibles (PLS) garantiza que la leche líquida de consumo es de origen español. (ver Anexo1, requisitos).

Las empresas industriales que no estén integradas en el Programa de Productos Lácteos Sostenibles deberán proporcionar a la empresa de la distribución una declaración fehaciente de que la leche utilizada procede exclusivamente de granjas españolas.

Se entiende por declaración fehaciente aquella que acuerden entre la industria y la empresa de distribución afectadas.

[2) Resto de Productos Lácteos:

El origen del producto se conoce por la marca de identificación (óvalo) que es obligatorio poner en la etiqueta. Esta marca garantiza que el producto está envasado en España; y, por su naturaleza, en la práctica totalidad de los casos, también implica que está producido en España. Las únicas excepciones, que representan un porcentaje del mercado español poco significativo, pueden ser: Productos de importación manipulados posteriormente en España:

- Quesos loncheados, rayados, tacos,...
- Leche en polvo a granel, envasada para consumo en España.

En el caso de este tipo de productos, cuando si estén producidos en España, las industrias deberán proporcionar a la empresa de la distribución una declaración fehaciente de que es así.

Se entiende por declaración fehaciente aquella que acuerden entre la industria y empresa de la distribución afectadas.







1. En cuanto a la incorporación de la información sobre el origen, las empresas plantearon la conveniencia de acompañar su implantación al desarrollo de la campaña de promoción de productos lácteos de origen nacional, cofinanciada por el MAGRAMA e INLAC. La campaña comenzó el 21 de enero 2016 y se ha desarrollado en diferentes oleadas a lo largo del año.

En la siguiente tabla se detallan los materiales aprobados para su uso por las empresas de la distribución:

ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN, PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN QUE MEJORE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS

DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA "LÁCTEOS DE AQUÍ CADA DÍA" EN CENTROS COMERCIALES

ENTIDAD	TIPO	PIEZA	CARACTERÍSTICAS	DIFUSIÓN	FECHAS	PIEZA GRÁFICA	OBSERVACIONES
ALCAMPO	Digital	Banner	737x306 JPG	Web	PD		Se han realizado las adaptaciones (composición, dimensiones, logo institucional web, optimización resolución para canal online) y enviado el material.
ALCAMPO	Impreso	Cartel póster	70x100 cm PDF alta resolución	Centros Comerciales	PD		Se ha enviado el material.
CARREFOUR	Impreso	Cartel lona	1800x900mm Contenido bilingüe y monolingüe (castellano, catalán, gallego y euskera), total 5 versiones. PDF alta resolución	Hipermercados y mini-hipermercados de Carrefour en el ámbito nacional	Desde el 7 de marzo		Se han realizado las adaptaciones (eliminación de imágenes y textos alusivos, composición, dimensiones, traducciones y piezas por idioma y bilingüe, optimización resolución y AAFP) y enviado el material.
CARREFOUR	Impreso	Cartel póster	210x297mm (DIN-A4) Contenido bilingüe y monolingüe (castellano, catalán, gallego y euskera), total 5 versiones. PDF alta resolución	Supermercados y tiendas Express de Carrefour en el ámbito nacional	PD		Pendiente envío material.

INLAC
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL LÁCTEOS



2. El día 27 de junio de 2016, INLAC, de acuerdo con el MAGRAMA, inició el Plan de Medios relativo a la campaña *Lácteos de Aquí Cada Día*, con duración hasta el 26 de septiembre.

3. INLAC celebró en 10 ciudades y por segundo año consecutivo el *Día de los Lácteos* (28 de septiembre), ligando el consumo de lácteos con el deporte.

4. Por otro lado, INLAC presentó a la Convocatoria UE (C41/20) de Información y promoción de productos agrícolas, realizada en base al Reglamento UE nº: 1144/2014 una propuesta para realizar un programa cofinanciado con fondos comunitarios sobre "Promoción de la leche y productos lácteos en el marco de unas prácticas dietéticas adecuadas", el cual se aprobó por la Comisión Europea. Asimismo, el MAPAMA realizó en 2017 dentro del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional una campaña sobre "Promoción de leche y productos lácteos" con el objetivo de colaborar con el sector para lograr un funcionamiento eficiente de la cadena de valor de dichos productos, mejorar la percepción del consumidor, incrementar su compra y crear hábitos de consumo saludables. Al ser coincidentes los objetivos de las dos campañas, INLAC Y MAPAMA coordinaron la producción de materiales, los calendarios y los medios de comunicación, a fin de conseguir una mayor eficacia publicitaria y optimizar la rentabilidad de los recursos utilizados. En Junio 2017, INLAC presentó la campaña promocional, titulada 'Di que sí al menos a 3 lácteos al día'.



5. Para controlar el grado de cumplimiento de este compromiso, el MAPAMA tiene encargado, la elaboración de informes periódicos sobre de la forma en la que las empresas de la distribución y las industrias recogen la identificación del origen de los productos tanto en folletos, como en otros medios publicitarios. En relación con este seguimiento deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- A través de las empresas especializadas PUBLINFO IBERICA S.A. y ARCE MEDIA S.A., se dispone de información sobre la mayor parte de las apariciones publicitarias de leche, tanto en folletos como en otros medios de comunicación como prensa, radio, TV o internet.
- Hay que señalar que si bien este estudio realizado es muy amplio, no tiene un carácter exhaustivo de la totalidad de las actuaciones publicitarias, ya que su finalidad es disponer de un indicador de seguimiento de las inserciones publicitarias, para el control del cumplimiento del Acuerdo Lácteo.

Para la elaboración de este Informe de Seguimiento, Balance Bianual, se dispuso de información trimestral desde octubre 2015 hasta septiembre 2017.

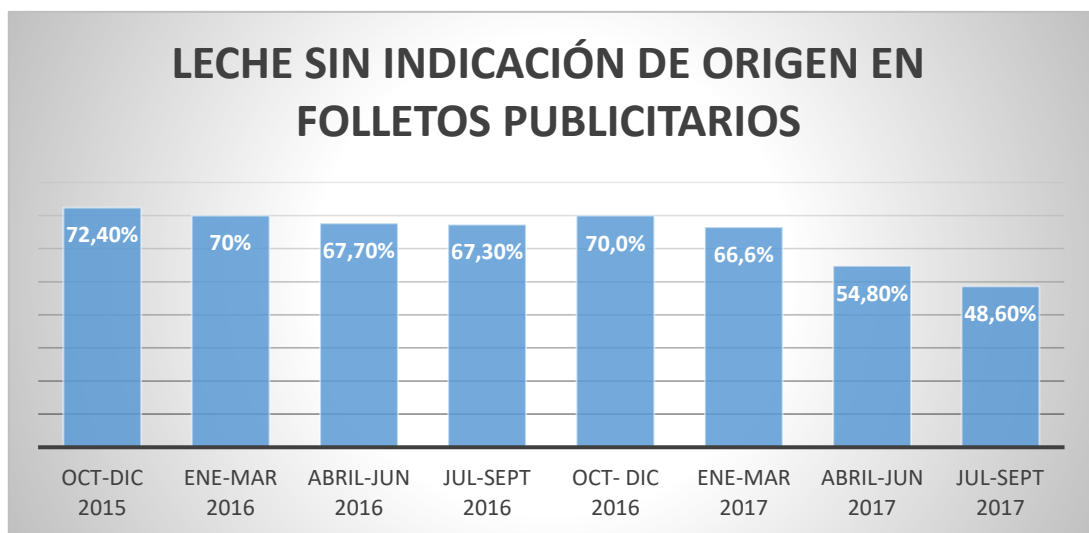
Los principales resultados son los siguientes:

1.- FOLLETOS PUBLICITARIOS

La información contenida en folletos publicitarios ha sido realizada por la empresa PUBLINFO IBERICA SA.

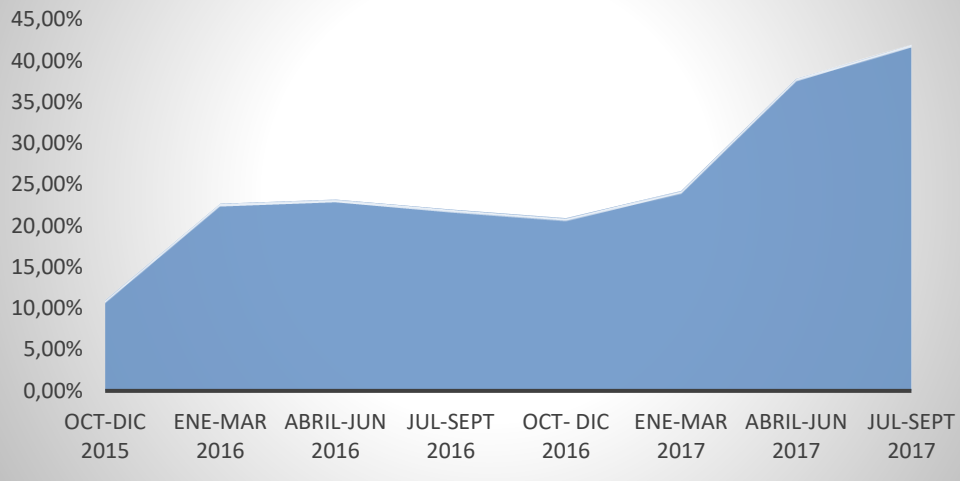
Balance del periodo octubre 2015-septiembre 2016

- Durante la vigencia del Acuerdo se observa una evolución lenta pero positiva, en el porcentaje de referencias en las que no figura el origen de la leche. Esta tendencia se ha acentuado especialmente en estos tres últimos trimestres alcanzando cifras del 66,6% en el trimestre ene-mar 2017, 54,8% para el trimestre abril-junio 2017 y 48,6% para el trimestre jul- sept 2017.



- El número de inserciones publicitarias que hacen referencia al origen se ha multiplicado por 2,5.
- Desde el comienzo del Acuerdo, se ha producido un importante aumento de inserciones PLS en términos absolutos (3.139 inserciones más que el primer trimestre analizado) y un aumento de 14 puntos porcentuales del peso de la mención de origen a través del programa PLS respecto del inicio del Acuerdo Lácteo, pasando del 63,4% inicial al 77,4% actual.
- La mención PLS está cada vez más asentada en las marcas que lo utilizan alcanzando a la mayoría de los productos presentados por la misma marca. Únicamente FEIRACO tendría una convivencia de la mención PLS con productos no PLS.

Mención PLS en folletos publicitarios



- Los resultados comparados de los periodos analizados se detallan en la tabla siguiente:



Total	Octubre a	Enero a	Abril a	Julio a	Octubre	Enero	Abril a	Julio a
	dic-15	mar-16	jun-16	sep-16	dic-16	mar-17	jun-17	sep-17
Sin identificación de origen								
	7.331	9.356	9.977	8.768	8.102	9.880	9.648	10.812
Con identificación de origen								
Total	5.306	6.551	6.753	5.901	5.667	6.575	5.288	5.252
	27,60%	70,00%	67,70%	67,30%	69,95%	66,55%	54,80%	48,87%
	2.025	2.805	3.224	2.867	2.867	3.305	4.360	5.560
	10,95%	30,00%	32,30%	32,70%	30,05%	33,45%	45,19%	51,42%
Con PES	803	2.123	2.314	1.928	1.696	2.395	3.643	4.531
Con otros Indicios	1.392	937	1.136	1.146	917	1.121	717	1.029
	18,99%	10,01%	11,39%	13,07%	11,32%	11,35%	7,43%	9,51%

Datos del último trimestre julio-septiembre 2017

- En el trimestre julio-sept 2017 se ha analizado la información contenida en 2.391 folletos.
En ellos aparecían referencias publicitarias de leche líquida en 10.812 ocasiones, correspondientes a 138 marcas comerciales diferentes.
En el 48,6% de esas 10.812 referencias publicitarias, no figura indicado el origen de la leche ni el PLS como mención voluntaria dirigida a informar al consumidor (lógicamente no se considera como mención voluntaria del origen, los códigos de registro sanitario u otras indicaciones de trazabilidad que deben figurar obligatoriamente en los envases).
Cabe destacar que es la cifra más baja de todo el periodo analizado, oct 2015-sept 2017.
- Se acentúa el número de inserciones publicitarias que hacen referencia al origen: siendo: el trimestre abril-jun 2017 de 4.566 inserciones, el trimestre jul-sept 2017 de 5.856 inserciones frente a las 2.195 inserciones del primer trimestre analizado, oct-dic 2015.
Las marcas más destacables en cuanto a inserciones que incluyen mención de origen en este último trimestre jul-sept 2017 son, CENTRAL LECHERA ASTURIANA con 1.916 apariciones, PASCUAL con 1.319 apariciones, CARREFOUR con 344 apariciones, PULEVA con 138 apariciones, MILBONA con 91 apariciones y LARSA con 87 apariciones.
- Entre las 5.856 inserciones que en el último trimestre jul-sept 2017 incluyen la mención del origen, el 77,4% se corresponde con productos amparados por el Programa de Productos Lácteos Sostenibles (4.531) y 79,8% en el caso del trimestre abril-jun 2017 (con 3.643 inserciones PLS).
- Las empresas que cuentan con más de 50 apariciones, de la mención PLS en el trimestre jul-sept 2017 son: LARSA (100%), MILBONA (100%), AUCHAN (98,8%) CARREFOUR (97,5%), CENTRAL LECHERA ASTURIANA (89,1%), PASCUAL (74,6%) y FEIRACO (58,8%).
- Entre las que no indican el origen y tienen más de 100 apariciones destacan en el trimestre jul-sept 2017 las marcas PULEVA (en el 91% de sus 2.436 apariciones no se indica el origen), COVIRÁN con un 100% de sus 422 apariciones, DIA con un 100% de sus 222 apariciones, KAIKU con un 97,7% de sus 385 apariciones y CELTA con 71,4% de sus apariciones sin origen. Cabe mencionar el importante esfuerzo de identificación del origen de CENTRAL LECHERA ASTURIANA que ha pasado del 66,7% de sus 2.214 apariciones sin origen en el trimestre ene-mar 2017 al 10,6% de sus 2.150 apariciones sin origen en el trimestre jul-sept 2017.
- Se constata que están en aumento las marcas que indican el origen de una forma diferente a PLS, destacan en el trimestre jul-sept 2017 PRESIDENT (95,7% de 460 apariciones), GAZA (100% de 153 apariciones), FEIRACO (85% de 148 apariciones), COVAP (28% de 120 apariciones).

- En el trimestre jul-sept 2017 aparecen 38 MARCAS que nunca indican el origen, ni utilizan el PLS que son: ALIMERKA, ALTAMIRA, ALTEZA, AYALA, CAMPONUESTRO, CAMPOBUENO, CANTARRANAS, COALIMENT, COMERCO, COPIRINEO, COVIRAN, CREMALAT, CREMOSITA, DIA, EL BARRANQUILLO, GALLEGA, GOURMET, GRANJA LA LUZ, GRANJA LA SIERRA, HIPERDINO, HORECA, IFA, ITELAT, LA MEDALLA, LA VAQUERA, LA VAQUITA, LA YERBERA, LACPUR, MAKRO, MILSANI, NESTLE, PURITI, RAM, RENY PICOT, SERVI HOSTEL, SPAR, SUPERSOL, UNIDE.
- La distribución por canales de venta de los folletos auditados en el trimestre jul-sept 2017 ha sido el siguiente:

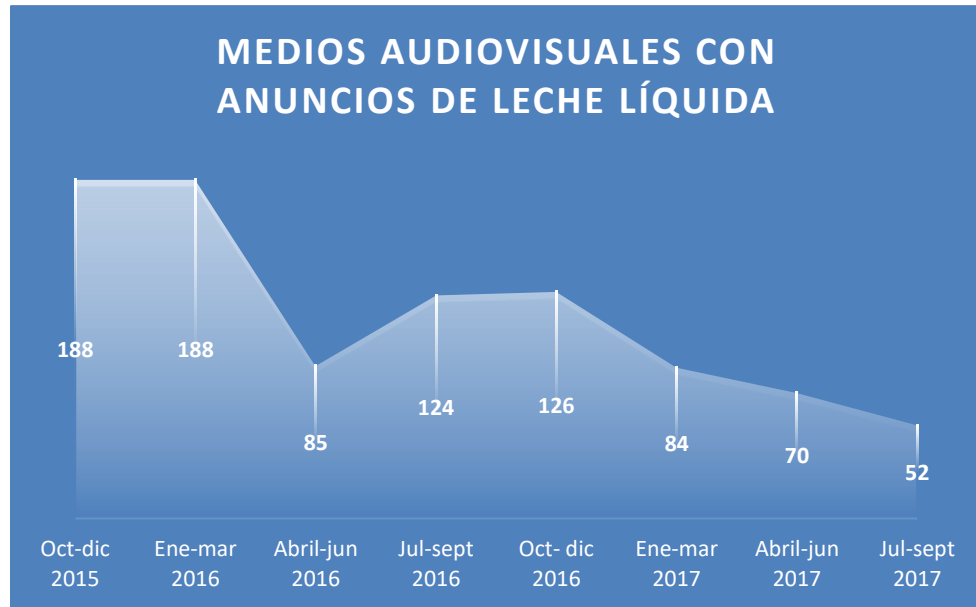
Medios	Folletos auditados por PUBLINFO
Supermercados	1.385
Hipermercados	542
Cash	480
Total	2.407

2.- MEDIOS AUDIOVISUALES

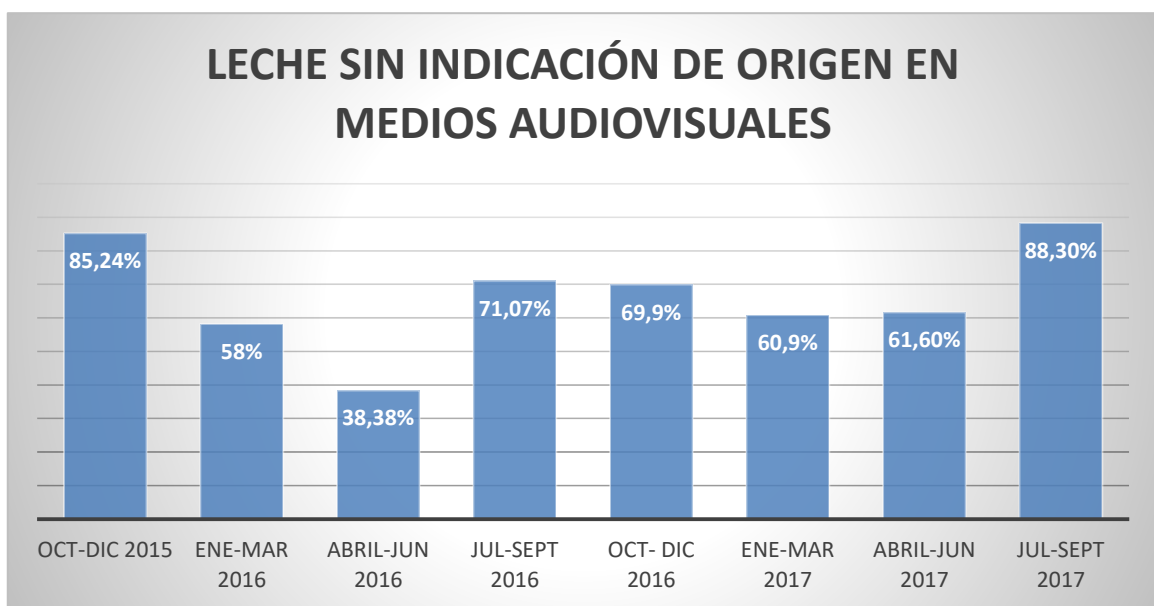
El análisis de la información contenida en **otros medios de comunicación**, como TV, radio, prensa, dominicales, revistas e internet, ha sido realizado por la empresa ARCE MEDIA.

Medios	Soportes controlados por Arce Media
Televisión	34
Radio	25
Prensa	147
Dominicales	27
Revistas	243
Internet	811
Total	1.287

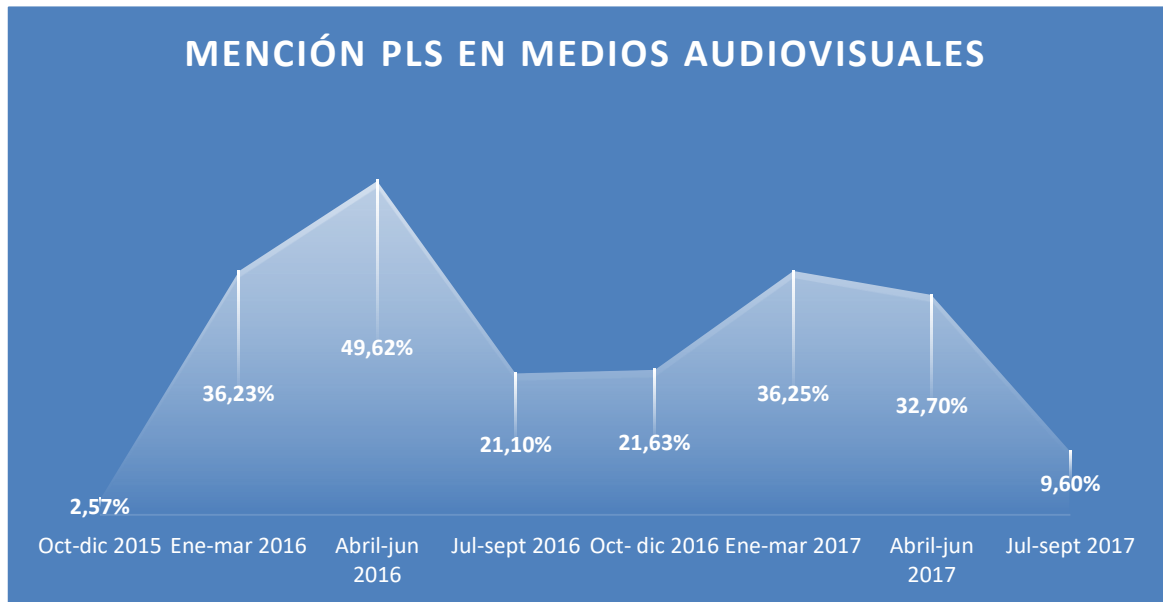
- Como balance de los dos años transcurridos desde el comienzo del Acuerdo, cabe destacar la tendencia sostenida a reducir la publicidad de leche líquida en los medios audiovisuales como se aprecia en la siguiente gráfica:



- De los 1.287 medios controlados en el último trimestre jul-sept 2017, sólo aparecieron 52 anuncios de leche líquida.
- Se han analizado 7.144 referencias. Se constata que el avance conseguido en la primavera de 2016 se ha ido perdiendo hasta alcanzar este trimestre cuotas de leche sin indicación superiores a las de partida en oct 2015.



- La mención PLS, como identificación del origen ha ido perdiendo fuerza en medios audiovisuales a lo largo del año 2017. En septiembre de 2017, representa el 9,6% de las menciones.



- Los resultados comparados de los periodos analizados son los siguientes:



Gobierno de España

Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

	Octubre a dic-15		Enero a mar-16		Abril a jun-16		Julio a sep-16		Octubre dic-16		Enero mar-17		Abril a jun-17		Julio a sep-17	
	6.218	85,24%	9.603	58,18%	9.412	38,38%	6.788	71,07%	6.338	69,91%	6.350	60,90%	7.144	61,60%	10.198	88,26%
Total	6.218	85,24%	9.603	58,18%	9.412	38,38%	6.788	71,07%	6.338	69,91%	6.350	60,90%	7.144	61,60%	10.198	88,26%
Sin identificación de origen	5.300	85,24%	5.587	58,18%	3.612	38,38%	4.824	71,07%	4.431	69,91%	3.867	60,90%	4.398	61,60%	9.001	88,26%
Con identificación de origen	918	14,76%	4.016	41,82%	5.814	61,62%	1.964	28,93%	1.976	30,09%	2.483	39,10%	2.730	38,21%	1.230	12,06%
Con PLS	160	2,57%	3.479	36,23%	4.670	49,62%	1.432	21,10%	1.371	21,63%	2.302	36,25%	2.337	32,71%	975	9,56%
Con otro indicativo	767	12,34%	537	5,59%	1.144	12,15%	570	8,40%	605	9,55%	181	2,85%	423	5,92%	255	2,50%

- De las empresas autorizadas a utilizar el logo PLS, se ha tenido constancia en los medios de comunicación de un total de 975 apariciones. Por enseññas destacan CENTRAL LECHERA ASTURIANA (de las 620 apariciones, el 99% lo hizo con PLS), PASCUAL (de las 327 apariciones un 100% lo hizo con PLS) y DELEITE GALEGO (de las 29 apariciones un 100% lo hizo con PLS).
- Del total de las inserciones publicitarias analizadas, en las que se identifica el origen con otras menciones voluntarias (correspondientes a orígenes regionales o provinciales), con un total de 255 inserciones en este último trimestre jul-sept 2017, destacan LLET NOSTRA con 184 inserciones, DELEITE GALEGO con 27 inserciones y CAÑADA REAL con 33 inserciones.
- Entre las marcas que nunca hacen mención del origen, destacan para el trimestre jul-sept 2017 PULEVA con 4.805 apariciones sin origen, LAUKI con 2.421 apariciones sin origen y LA LECHERA con 520 apariciones sin origen.

3. El MAPAMA está terminando la tramitación del Real Decreto sobre etiquetado obligatorio. Un vez finalizados los trámites de consulta e información pública, de audiencia al sector y administraciones, así como el proceso de notificación a la Comisión Europea, el proyecto fue remitido a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (*) y, una vez ésta emita informe, se evacuará dictamen del Consejo de Estado; la norma posiblemente se publique durante el segundo trimestre de 2018.

(*) Por recomendación del Ministerio de Economía, Industria y Comercio

4.- Se ha elaborado un esquema de certificación del PLS, con el objetivo de concretar y precisar los compromisos de las partes. En la última reunión de seguimiento del Acuerdo Lácteo celebrada el 4 de julio de 2017 se presentó la propuesta al conjunto del sector. A fecha de elaboración de este informe, se han recabado las aportaciones realizadas por el sector y se está elaborando una nueva propuesta.

Actuaciones llevadas a cabo por las Industrias lácteas, en relación con sus compromisos

Aplicar en sus contratos, precios y volúmenes que contribuyan a la sostenibilidad de las explotaciones.

1. INLAC trabajó en la preparación de un modelo de contrato tipo, para ser presentado a homologación por el Ministerio, que diese respuesta a lo previsto en este compromiso. Pare ello, celebraron diversas reuniones de trabajo en las que contaron con la colaboración de asesores externos.

2. La Junta Directiva de INLAC logró, el 16 de diciembre de 2015, un consenso sobre el texto del contrato, contando con el apoyo de todas las organizaciones que la integran

a excepción de COAG estando prevista una utilización generalizada por las industrias, de dicho modelo.

3. Simultáneamente a la aprobación de dicho contrato, la Junta Directiva de INLAC acordó iniciar los trabajos para la elaboración de un modelo de contrato homologado para la compraventa de leche cruda de vaca a granel entre cooperativas de ganaderos e industrias con una duración superior a 30 días.

4. Una vez completados los trámites establecidos en la Ley 2/2000 reguladora de los contratos tipo de productos agroalimentarios, el 29 de enero se publicó la *Orden AAA/67/2016, de 25 de enero, por la que se homologa el contrato-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA*, que regirá durante un período de un año.

5. A partir de este primer contrato tipo, INLAC ha presentado para su homologación los contratos tipo correspondientes a 2017 y 2018:

- ✓ El 9 de febrero de 2017 se publicó en el BOE la *Orden APM/104/2017, de 3 de febrero, por la que se homologa el contrato-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA*, que regirá durante un período de un año.
- ✓ El 7 de marzo de 2018 se publicó en el BOE la *Orden APM/230/2018, de 23 de febrero, por la que se homologa el contrato-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA*, que regirá durante el período de un año.

6.- En 2016, INLAC informa que a 14 de diciembre de 2016 habían recibido 2.566 contratos de los que 1.911 eran homologados y 655 eran no homologados con cláusula de vista previa.

7. En 2017, el número de contratos homologados es de 4.103

Compartir con los ganaderos la revalorización que las industrias obtengan sobre los precios de compra, como resultado de la revisión de las modalidades de contratación con la distribución.

1. Pendiente de los avances que se logren en cuanto a las modalidades de contratación con la distribución.

2. El seguimiento de este compromiso será realizado por el MAPAMA a partir del control de los precios percibidos por el ganadero y los precios de cesión de la leche a la distribución declarados por la industria.

3. Además, el MAPAMA encargó un informe sobre las modalidades de contratación entre la industria y la distribución, cuyos resultados fueron presentados a la industria y a la distribución.

Facilitar mensualmente al Ministerio los precios netos de venta de la leche líquida

1. Con fecha 16 de abril se publicó en el BOE, el *Real Decreto 153/2016, de 15 de abril, sobre declaraciones obligatorias a efectuar por los fabricantes de leche líquida envasada de vaca.*

2. La primera declaración presentada fue la correspondiente al mes de mayo de 2016, a través del sistema informático puesto en marcha por el FEAGA.

Promover la inclusión en los envases el origen del producto

1. A partir de los procedimientos identificados por INLAC para garantizar el origen de la leche y de los productos lácteos, las industrias deben empezar a incorporar el origen de la leche en sus envases.

2. Tal como se ha señalado anteriormente, para controlar su grado de cumplimiento el MAGRAMA ha encargado, la elaboración de informes periódicos sobre de la forma en la que las industrias recogen la identificación del origen de los productos en los envases.

3. El MAPAMA ha iniciado la tramitación del Real Decreto por el que se regula el etiquetado obligatorio del país de origen de la leche como materia prima de la leche y los productos lácteos.

Actuaciones llevadas a cabo por las Cooperativas y las Organizaciones Agrarias, en relación con los compromisos establecidos

Promover de forma efectiva la constitución de organizaciones de productores que integren a ganaderos individuales y a los socios de las cooperativas de producción láctea, con una vocación genuinamente estructuradora del sector, de manera que integren al mayor número posible de ganaderos y que éstos se comprometan a su vez a comercializar toda su producción y a ceder la capacidad de negociación sólo a las organizaciones de productores.

Promover de forma efectiva la fusión de las cooperativas que vienen actuando como primeros compradores de leche, en particular en las principales zonas productoras de leche, facilitando el proceso de creación de organizaciones de productores sólidas y reduciendo al tiempo los costes estructurales del sector productor.

1. El 11 de noviembre de 2015 se celebró, en Santiago de Compostela, una Jornada de reflexión estratégica sobre "El futuro de las cooperativas lácteas en Galicia",

encontrado entre las actuaciones del convenio de colaboración entre el MAPAMA y Cooperativas Agro-alimentarias.

2. Como resultado de esta acción se acordó continuar trabajando para realizar jornadas similares en Castilla y León y en la Cornisa Cantábrica, que permitan abordar procesos de fusión cooperativa y aprovechar mejor las posibilidades que da la normativa comunitaria y nacional a las organizaciones de productores.

3. Los días 10 y 11 de febrero de 2016 se celebraron en Santiago de Compostela y en Valladolid, nuevas Jornadas de reflexión sobre "El futuro de las cooperativas lácteas de vacuno de leche", encuadradas igualmente entre las actuaciones del convenio de colaboración entre el MAPAMA y Cooperativas Agro-alimentarias.

4. Los días 27 de abril, 10 de junio y 4 de agosto de 2016 se celebraron en Barcelona, Tordesillas y Santiago de Compostela, respectivamente, unas nuevas jornadas con las cooperativas, en la que se abordaron distintos aspectos para avanzar en los procesos de integración y fusión cooperativa. En la última de las reuniones mencionadas, se abordó la problemática de las cooperativas de comercialización de leche y la necesidad de una mayor vertebración en su trabajo para mejorar su competitividad y capacidad de negociación de la venta de leche cruda en cisternas.

5. El 20 de julio de 2016 se llevó a cabo una jornada de trabajo, en la sede de Cooperativas en Madrid, donde de forma monográfica se han abordado dos temas: el papel de las cooperativas en un mundo sin cuotas (nuevas estrategias ante la crisis estructural) y el papel y los compromisos de las cooperativas en el marco del acuerdo de sostenibilidad.

6. Además de lo anterior, desde Cooperativas Agro-alimentarias se vienen manteniendo conversaciones con los presidentes de las cooperativas para evaluar la disposición para afrontar algún proyecto empresarial de integración comercial.

7. ASAJA está transmitiendo en sus sectoriales internas la importancia de estructurar el sector utilizando los instrumentos regulados por la normativa europea. Asimismo ha realizado reuniones con los directores y gerentes de las cooperativas gallegas recordándoles la importancia de fusionarse en cooperativas para conseguir unos mejores precios.

8. UPA ha impulsado la OPL ULEGA que cuenta con 2.193 ganaderos y comercializa 517.284 toneladas de leche. No obstante, considera que siguen existiendo problemas para negociar con las industrias porque éstas prefieren la negociación individual.

9. AGRAPOL está incorporando nuevos socios y está creando una OP de ámbito nacional con presencia en cuatro comunidades autónomas.

10. En la reunión de DDGG del día 29 de marzo 2016, la CA de Castilla y León informó sobre la constitución de una nueva OP, en reemplazo de LacteoscoOP. El 8 de febrero de 2017 esta CA ha reconocido a la OP Asociación Láctea Empresarial, que agrupa 449 productores con un volumen de comercializable de más de 280.000 litros.

11. En Asturias se ha reconocido el 9 de febrero de 2017 a la OPL Central Lechera Asturiana, que integra 1262 socios con un volumen de comercializable de casi 400.000 litros.

11. Se ha aprobado la integración entre tres cooperativas gallegas en Cooperativas Lácteas Unidas (Clun): Feiraco, Os Irmandiños y Melisanto que comenzó a funcionar el 1 de enero de 2017. Agrupa a 4.340 ganaderos y una producción de leche de 410 millones de litros.

12. Recientemente otras 6 cooperativas gallegas (Aira, Icos, Cogasar, Agris, Coelplan y Leira) han firmado un proyecto de fusión en cooperativa de primer grado, que puede llegar a integrar 1.100 explotaciones de vacuno de leche, con una producción de 310 millones de litros al año.

Promover Organizaciones de Productores y Cooperativas sólidas y bien dimensionadas, para reforzar la negociación de los precios y mejorar la participación de los ganaderos en los beneficios de la comercialización conjunta y del valor añadido de su producción.

1.-En el convenio de colaboración entre el MAPAMA y Cooperativas Agro-alimentarias 2016, se contempla un nuevo enfoque a través de planes de asesoramiento sectorial y en el que se tendrá en cuenta, con enfoque específico, entre otros sectores, al lácteo. Estos planes contemplarán acciones de dinamización, asesoramiento, así como de intercambio e interpretación de la información.

2.- En el consejo sectorial de vacuno de leche de CAE, celebrado el 16 de febrero se debatió qué acciones de dinamización y asesoramiento serían más eficaces para reforzar la negociación de precios (elaboración propuesta de cooperativas sobre los primeros compradores, asesoramiento en los modelos de contratos) y para mejorar la comercialización conjunta (producción adaptada a las ventas, estrategias de autocontrol de la producción, aplicación del programa de productos lácteos sostenibles PLS). Estas propuestas se han recogido en la revisión normativa del Paquete lácteo, conjunto de medidas implantado en el 2012 por la Comisión Europea con la intención de fortalecer la posición de las granjas en la cadena de la leche. El borrador de Real Decreto se presentó a los representantes sectoriales en julio 2017.

PROLAC

Registro Nacional de Organizaciones y Asociaciones de Organizaciones de Productores de Leche

LISTADO DE ORGANIZACIONES

Número de registro	Nombre	NIF	Comunidad autónoma	Dirección	Teléfono	Especie	Fecha	Volumen comercializable	Número de
ES01OP0001	OPL DEL SUR	G90071234	Andalucía	C/ GLORIA FUERTES 6 BAJO	957468012	Bovino	11/09/2013 01/04/2017	321.481,045 599.189,031	461 666
ES03OP0001	OPL CENTRAL LECHERA ASTURIANA SOCIEDAD CIVIL	J74422585	Asturias (Principado de)	SIERRA DE GRANDA S/N	686724202	Bovino	09/02/2017 09/02/2017	393.269,475 393.269,475	1.262 1.262
ES07OP0001	CONSORCIO DE PROMOCIÓN DEL OVINO, SOCIEDAD COOPERATIVA	F49204654	Castilla y León	C/ CANILLAS S/N	980660202	Ovino	09/09/2011 01/04/2017	39.073,288 57.806,605	423 512
ES07OP0003	ASOCIACIÓN DE GANADEROS PRODUCTORES DE LECHE (AGAPROL)	G47695572	Castilla y León	CALLE RASTROJO, 7-BAJO 6	649800439	Bovino	11/09/2013 01/04/2017	208.424,593 407.892,555	210 502
ES07OP0004	ORGANIZACION DE PRODUCTORES DE LECHE DE OVEJA DE CASTILLA Y LEÓN SOC. COOP.	F24694648	Castilla y León	C/ BARBEROS S/N (POLIGONO INDUSTRIAL-VIVE)	987600107	Ovino	11/10/2016 01/04/2017	38.731,350 40.616,699	289 288
ES07OP0005	ASOCIACIÓN LÁCTEA EMPRESARIAL	G47763362	Castilla y León	CALLE HÍPICA Nº 1-ENTREPLANTA	983238784	Bovino	08/02/2017 01/04/2017	279.586,395 282.457,101	444 449
ES09OP0002	CADI.SCCL	F25002338	Cataluña	Sant Ermengol, 37	973350025	Bovino	02/02/2015 01/04/2017	66.359,708 67.876,016	100 95
ES12OP0001	UNIÓN LEITEIRA GALEGA (ULEGA)	G70303219	Galicia	RÚA DOUTOR MACEIRA Nº 13 BAIXO	981524329	Bovino	11/04/2012 01/04/2016	440.893,477 437.380,204	2.308 2.375
ES12OP0002	APROLACT S.COOP.GALEGA	F70361985	Galicia	RÚA TOMIÑO 22 - ENTSLO	981584783	Bovino	03/07/2013 01/04/2016	328.320,629 256.724,631	1.285 1.290
ES15OP0001	LACTURALE	F31871254	Navarra (Comunidad Foral de	CTRA. MADOTZ, S/N	948600449	Bovino	05/10/2012 01/04/2017	26.467,423 23.962,796	21 12

3. En relación a la negociación colectiva de los contratos, los datos correspondientes al año 2016 han mejorado ligeramente con respecto a 2015, llegando a 666.308 toneladas de leche cruda sujeta a negociación colectiva. En el año 2015 cuatro OPs realizaron la negociación colectiva de los contratos de leche para un total 621.440 toneladas.

Promover junto con la industria láctea, en el seno de INLAC, para su homologación por el MAGRAMA la implantación del contrato tipo compraventa de leche

1. El 29 de enero de 2016 se publicó en el BOE Orden AAA/67/2016, de 25 de enero, por la que se homologa el contrato-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código. REGA, que regirá durante un período de un año.

2. El 9 de febrero de 2017 se publicó en el BOE la Orden APM/104/2017, de 3 de febrero, por la que se homologa el contrato-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA, que regirá durante un período de un año.

3. El 7 de marzo de 2018 se publicó en el BOE la Orden APM/230/2018, de 23 de febrero, por la que se homologa el contrato-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA, que regirá durante el período de un año.

4. El número de contratos homologados en noviembre 2017 es de 4.103.

5. En el Seno de INLAC, Cooperativas impulsó y posteriormente viene difundiendo entre las Cooperativas y SAT, la importancia de utilizar un de modelo de contrato de suministro de leche cruda entre suministradores sin código REGA e industrias, similar al ya homologado.

Actuaciones a llevar a cabo por el conjunto de los participantes en el Acuerdo

Promover la adhesión de empresas al Código de Buenas Prácticas en la Contratación Alimentaria y la utilización del Mediador en los contratos.

1. El día 24 de noviembre 2015 se firmó el Acuerdo por el que se aprueba el Código y el día 18 de diciembre 2015 se publicó el texto en el BOE.

2. Los operadores y las asociaciones que así lo deseen pueden adherirse al Código, para ello deben seguir solicitarlo a la Dirección General de Industrias Alimentarias del MAGRAMA. Con el fin de facilitar la se ha elaborado un procedimiento para la Adhesión y la Inscripción en el Registro Estatal y una guía de preguntas frecuentes, que se encuentran disponibles en la web del Ministerio y que ha sido remitido a todas las empresas firmantes del Acuerdo.

3. Se encuentran adheridas al Código de Buenas Prácticas las siguientes asociaciones, organizaciones y empresas firmantes del Acuerdo (A fecha septiembre 2017):

DISTRIBUCIÓN	SECTOR INDUSTRIAL	SECTOR PRODUCTOR
ASEDAS	AGRUPACION COOP LACTEAS SL CLESA	ASAJA
CONSUM	CALIDAD PASCUAL S.A.U	COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS
MERCADONA	CAPSA FOOD	UPA
	COVAP-SDAD.COOP.ANDALUZA VALLE PEDROCHES	ASOCIACIÓN DE GANADEROS PRODUCTORES DE LECHE - AGAPROL
	FEIRACO LÁCTEOS	
	FEIRACO SOCIEDAD COOPERATIVA GALLEGA	
	FENIL	
	LÁCTEAS DEL JARAMA, S.L.	
	LÁCTEOS FEINAR, S.L.	
	LACTIBER LEÓN, S.L.	
	LACTIBER CORPORACIÓN ALIMENTARIA, S.L	
	MANTEQUERÍAS ARIAS	
	NESTLÉ ESPAÑA, S.A.	
	QUESERÍAS ENTREPINARES, S.A.U.	
	LECHE GAZA	

4. Cooperativas comunica que continúa alentando a los gerentes y consejos de SAT, para que se adhieran al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, dada la importancia que tiene para las relaciones comerciales.

Las industrias y empresas de la distribución acogidas al Programa de Productos Lácteos Sostenibles, PLS junto con INLAC, colaborarán con el Ministerio en la revisión de los criterios para garantizar la sostenibilidad de los distintos eslabones y reforzar los procedimientos de control.

1. Con el fin de tratar el procedimiento de uso y control del programa PLS, se llevó a cabo una reunión el 16 de marzo 2017, con las asociaciones representativas de la industria y la distribución, en la que se expuso la necesidad de redoblar el esfuerzo en la aplicación y control del Programa de Lácteos Sostenibles.

2. Se ha elaborado un nuevo esquema de certificación PLS conjuntamente con AENOR; S.A con el objetivo de concretar y precisar los compromisos de las partes. La propuesta se presentó en la última reunión de seguimiento del Acuerdo Lácteo del día 4 de julio de 2017. A fecha de elaboración de este informe, se han recabado las aportaciones realizadas por el sector y se está elaborando una nueva propuesta.

Actuaciones encomendadas al MAPAMA

Regular el papel de los primeros compradores, para evitar prácticas que pongan en riesgo la sostenibilidad económica de las explotaciones.

1. En la actualidad, el Real Decreto 319/2015, de 24 de abril, es la normativa reguladora de los primeros compradores en el sector lácteo, si bien el sector viene reclamando un cambio legislativo que implique mayores requisitos a los primeros compradores de leche cruda.

2. A la vista de las dificultades existentes para abordar el cambio legislativo que solicitaba el sector, con el pronunciamiento en contra, tanto por parte de la Oficina Económica de Presidencia como del Ministerio de Economía, en aras de cumplimiento de los compromisos adquiridos en el marco del Acuerdo para la estabilidad y sostenibilidad de la cadena de valor del sector de vacuno de leche, el Ministerio ha estudiado diferentes posibilidades.

3. Finalmente, se decidió incluir en el plan nacional de controles, coordinado por la AICA, de la contratación y de las declaraciones de entregas en el sector lácteo un apartado específico de control a estos primeros compradores comercializadores. Los resultados de la ejecución de estos controles completarán la valoración jurídica económica ya iniciada, con objeto de decidir la oportunidad de desarrollo de normativa de aplicación a estos compradores.

4. No obstante, la CA de Galicia sigue demandando el establecimiento de mayores exigencias para la regulación de la figura del primer comprador, en particular el establecimiento de un aval u otra garantía financiera en las relaciones comerciales entre los ganaderos y los primeros compradores de leche.

5. A tal fin, el Presidente de la Xunta ha dirigido un escrito a la Ministra, en el que se incluye un informe elaborado por el Consello Galego de Competencia que proporciona un análisis desde el punto de vista jurídico que argumenta la necesidad de la medida en la existencia de razones de interés general para salvaguardar la buena fe en las transacciones comerciales.

6. En base a la justificación aportada por la Xunta, el MAPAMA ha incorporado en la nueva propuesta normativa sobre el paquete lácteo, la exigencia de un aval para cierto tipo de primeros compradores.

7. Seguimiento de integración OPs: La mayoría de las OPs fueron reconocidas entre 2012 y 2013, quedando su extensión geográfica circunscrita a 5 CCAA (Andalucía, Castilla y León, Galicia, Cataluña y Navarra). En la actualidad, después del proceso de disolución de dos OPs (LactescOP y OPLV), y de la reciente creación de dos OPs nuevas, hay 10 Organizaciones de Productores registradas, 8 de leche de vacuno y 2 de leche de ovino. Las 8 OPs de vacuno agrupan a 6.651 productores que, en su conjunto, representan un volumen comercializable de 2,44 MT de leche.

El Observatorio de la Cadena Alimentaria, a partir de los precios de venta de la Industria y de los trabajos realizados por INLAC estudiará la Cadena de Valor de la leche líquida, con márgenes de precios y rentabilidad, en los distintos eslabones de la cadena.

Tal como se ha mencionado anteriormente, a partir de los trabajos realizados por INLAC, el MAGRAMA elaboró una propuesta de modelo descriptivo del "Sistema de Cadenas de suministro de leche líquida" que ha sido analizada en varios Grupos de Trabajo del Observatorio de la Cadena, y se presentó en el Pleno celebrado del 14 de junio 2016.

Este nuevo modelo de cadena recoge datos procedentes de fuentes oficiales y porcentajes de costes basados en la información suministrada por INLAC. Una vez se realicen las modificaciones, será remitida nuevamente a los vocales del Observatorio.

Sistema de Cadenas de Suministro para Leche líquida Febrero 2016

CONSUMO EN HOGARES

Volúmenes de leche líquida desperdiciada en hogares (7)

Período	Volumen (mil t)
TAM sep 2015	46,78

PRECIO MEDIO (euros/litro) DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN de ALTA MARCHA Enero 2016

Período	Volumen (mil t)	PPP (€/t)
TAM dic 2015	3.270,93	0,710
Diciembre 2015	286,14	0,706

INDUSTRIA

Leche líquida envasada (8)

Período	Volumen (mil t)
TAM dic 2015	xxxx
Diciembre 2015	xxxx

Importaciones leche líquida envasada (2)

Período	Cantidad (000 t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	121,39	0,58
Diciembre 2015	0,75	0,60

DISTRIBUCIÓN

Leche líquida envasada (9)

Período	Volumen (mil t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	xxxx	0,91
Diciembre 2015	xxxx	1,17

Exportaciones leche líquida envasada (3)

Período	Volumen (mil t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	xxxx	0,91
Diciembre 2015	xxxx	1,17

GANADERO

Créditos de leche cruda (10)

Período	Cantidad (000 t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	6.793,28	0,310
Diciembre 2015	579,08	0,310

PRIMEROS COMPRADORES

Leche líquida envasada (11)

Período	Cantidad (000 t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	129,86	1,20
Diciembre 2015	92,52	1,27

Exportaciones leche líquida a granel (12)

Período	Cantidad (000 t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	213,75	0,31
Diciembre 2015	19,91	0,29

DISTRIBUCIÓN MINORISTA

Leche líquida envasada (13)

Período	Volumen (mil t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	xxxx	0,91
Diciembre 2015	xxxx	1,17

DISTRIBUCIÓN MAYORISTA

Leche líquida envasada (14)

Período	Volumen (mil t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	xxxx	0,91
Diciembre 2015	xxxx	1,17

CANAL HORECA

Leche líquida envasada (15)

Período	Volumen (mil t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	xxxx	0,91
Diciembre 2015	xxxx	1,17

BORRADOR

Pendiente de aprobación

OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DIFERENTES LECHE CONSUMO

Leche líquida envasada (16)

Período	Cantidad (000 t)	Ingreso (€/t)
TAM dic 2015	1.253,3	0,91
Diciembre 2015	94,1	0,29

Actualmente, se está trabajando con una empresa especialista en el desarrollo de sistemas de información y análisis en el sector agroalimentario para el diseño e implantación de una solución analítica que permita integrar de forma automatizada y analizar las distintas fuentes de datos de origen sobre la cadena de distribución y consumo de la leche líquida y los productos lácteos.

Seguimiento de la aplicación de los compromisos adquiridos y publicación trimestral de un informe con el grado de avance logrado, los incumplimientos que se pudieran registrar y las medidas adoptadas para su corrección.

1. Desde la firma del Acuerdo, se vienen realizando reuniones periódicas que permiten hacer un seguimiento del grado de avance de los compromisos adquiridos.
2. Además se han publicado los correspondientes informes trimestrales, para cuya elaboración se ha solicitado a las empresas y asociaciones adheridas una comunicación sobre la manera en que están llevando a cabo el cumplimiento de los compromisos asumidos.

3. El primer informe se publicó el 30 de diciembre de 2015 y se recogieron todas las actuaciones de los firmantes, existiendo información del 100% de las empresas adheridas.
4. El 14 de abril de 2016 se publicó el segundo informe; en él se recoge el grado de avance de los compromisos fijados en el Acuerdo. Para su elaboración, además de la información disponible en el Ministerio, se requirió información a cada uno de los firmantes. Se recibieron las comunicaciones de todas las empresas de la distribución y del único operador de la producción adherido, y de 32 de las 35 industrias que suscribieron el Acuerdo.
5. Para la elaboración del tercer informe, publicado el 30 de agosto de 2016, se recibió la respuesta de la totalidad de las organizaciones y asociaciones de la producción, de todas las empresas de la industria y de 18 de las 19 empresas de la distribución adheridas, además de información facilitada por las asociaciones ACES y ASEDAS.
6. Para la elaboración del cuarto informe, se ha recibido la respuesta de la totalidad de las organizaciones y asociaciones de la producción, de todas las empresas de la industria menos una, así como la totalidad de las 19 empresas de la distribución adheridas.
7. Para la elaboración del quinto informe, la respuesta de las organizaciones y asociaciones de la producción ha sido algo menor por entender la continuidad de las acciones emprendidas en trimestres anteriores.
8. La elaboración del sexto informe ha tenido una participación limitada por entender que las actuaciones emprendidas están plenamente asentadas y tienen un carácter de continuidad. Se han registrado 6 respuestas por parte de la Distribución, 8 respuestas por parte de la Industria y 1 respuesta por parte del sector productor.
9. Este séptimo informe corresponde al balance bianual del Acuerdo Lácteo, (octubre 2015-septiembre 2017). La participación de las empresas firmantes para su elaboración del presente informe ha sido muy superior a las recibidas en anteriores trimestres, alcanzando un total de 33 aportaciones. En esta ocasión se les solicitó el envío del balance de las actuaciones elaboradas a lo largo del periodo oct 2015-sept 2017. Por parte del sector productor, el MAPAMA ha recibido 2 respuestas (representando al 50% del número de firmantes del Acuerdo), por parte del sector industrial ha recibido 19 respuestas (representando al 52% del número de firmantes del Acuerdo) y por parte del sector distribución ha recibido 12 respuestas (representando al 55% del número de firmantes del Acuerdo).

7. MEDIDAS PROMOVIDAS POR LOS FIRMANTES DEL ACUERDO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS ASUMIDOS

Teniendo en cuenta que la incorporación al Acuerdo constituye un compromiso voluntario de adhesión de las industrias y empresas, una vez más se ha requerido a cada uno de los firmantes que, con independencia de las actuaciones promovidas por sus asociaciones, remitieran el balance de las actuaciones realizadas en los dos años transcurridos desde la firma del Acuerdo.

Para la elaboración de este séptimo informe, se ha recabado información de los productores, de las industrias y de las empresas de la distribución adheridas. Revisados los textos recibidos, hay que señalar que el grado de respuesta ha sido claramente superior al último trimestre, alcanzando un total de 33 fichas.

De forma general, valoran positivamente la activación del protocolo de identificación y análisis de prácticas presuntamente banalizadoras de la imagen de la leche y los productos lácteos.

El detalle de dicha comunicación, en poder del MAPAMA, no puede ser hecho público dado que en muchas ocasiones contiene información reservada y se indican estrategias o proyectos empresariales. Por ello, a continuación se recoge un resumen de las medidas y actuaciones de carácter general recogidas en la documentación remitida.

7.1. COOPERATIVAS Y ORGANIZACIONES AGRARIAS

Con respecto a los compromisos incluidos en el Acuerdo en relación con la necesidad de promover la creación de organizaciones de productores, así como la fusión de cooperativas para fortalecer la posición de los ganaderos, puede constatarse que la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias ha realizado, en estos 2 años, cursos y jornadas para promover procesos de fusión cooperativa como paso previo a la constitución de OPs, así como jornadas de integración de cooperativas de primeros compradores. Destacan los tres procesos de integración cooperativa, CLUN (integración de 3 cooperativas), Cooperativa Aira Leche (integración de 6 cooperativas) y la compra de CELAGA por parte de Corober y Lemos.

En cuanto al compromiso adquirido para la implantación del contrato tipo homologado y para promover el Código de Buenas Prácticas, siguen trabajando en colaboración con INLAC para divulgar e implantar tanto uno como otro. Finalmente, consideran que debe seguir avanzando en la revisión de la cadena de valor del sector lácteo, en la redefinición del programa PLS y manifiestan su interés por reforzar los procedimientos de control para no banalizar el producto.

Por su parte, Agaprol está desarrollando un modelo propio de contrato de la OPL. Manifiesta su adhesión al Código de Buenas Prácticas y al fomento del mismo entre sus asociados.

7.2. INDUSTRIAS LÁCTEAS

La Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL), que agrupa a la mayoría de las industrias lácteas, continúa su apuesta clara por el Acuerdo de Sostenibilidad, así como su defensa, apoyando a sus industrias y sirviendo de enlace con el MAPAMA para la puesta en marcha de todas las iniciativas. Destacan su activa participación en las reuniones del comité de enlace con la distribución, que se ha reunido en 10 ocasiones desde la firma del Acuerdo.

De las 36 Industrias lácteas firmantes del acuerdo, han respondido al requerimiento de información realizado por el MAPAMA un 53%. En la mayoría de las ocasiones, las 19 industrias lácteas que han respondido, vienen a confirmar la vigencia del Acuerdo Lácteo, el compromiso de colaborar con la Administración y el firme apoyo a las iniciativas que de ésta surjan.

Cabe reseñar que la mayoría de los firmantes del Acuerdo afirman que el mismo consiguió dotar de una mayor estabilidad a los precios pagados a los ganaderos españoles en un contexto en el que se produjo una importante caída de los mismos en el resto de países europeos y que la menor volatilidad del mercado español ha frenado las últimas subidas de precio impulsadas principalmente por el precio de la mantequilla. En este sentido, algunas industrias muestran su interés por explorar otros índices de referenciación de los contratos homologados para recoger la nueva situación del mercado lácteo. Así mismo, las industrias afirman que el volumen de leche recogido ha ido en aumento a lo largo de los dos años de vigencia del Acuerdo aún a pesar de que el consumo de leche líquida y productos lácteos sigue descendiendo.

Respecto al compromiso relativo a compartir con los ganaderos las mejoras que obtengan las industrias en los precios de cesión a la distribución, en la información facilitada por las industrias, algunas de ellas manifiestan que a lo largo de estos dos años, han podido mejorar los precios al ganadero, o que se ha producido una revisión en los precios de cesión haciendo partícipes a los ganaderos en función de los buenos resultados obtenidos por la industria.

El grado de conocimiento del Código de Buenas Prácticas es mayor que en el trimestre anterior y muchas de las empresas que todavía no están adheridas muestran su interés por dar el paso. En ese caso estarían empresas como Industrias Lácteas Monteverde, Queserías La Fuente y Andros La Serna.

En cuanto al Programa PLS, las industrias reiteran la necesidad de aportar valor al sello PLS.

Finalmente, algunos operadores de la Industria Láctea muestran su particular interés por desarrollar líneas con mayor valor añadido destacando una línea de productos Bio procedentes de ganadería ecológica en colaboración con el sector distribuidor, y la apuesta por el consumo de proximidad mediante la diferenciación local y regional.

7.3. EMPRESAS DE LA DISTRIBUCIÓN

De las 22 empresas de distribución que firmaron el Acuerdo, han contestado a la encuesta sobre balance de actuaciones desarrolladas en estos 2 años, 12 de ellas que representan un 55%

Sigue vigente el compromiso de no banalizar la leche clásica. Las campañas de promoción de leche se han centrado este trimestre en dos gamas de productos: Leche especial y leche ecológica. En paralelo, varias empresas citan campañas de promoción centradas en los productos con logo PLS.

De igual forma, las empresas de distribución fomentan una relación estable con sus proveedores con contratos de larga duración, la mayoría en torno al año de duración. Incluso alguna empresa declara planificar conjuntamente la producción láctea como resultado de su compromiso con el sector.

Las empresas constatan una grave disminución del consumo de leche líquida, más acusada en la marca distribución que en la marca fabricante.

Como medidas concretas llevadas a cabo para valorizar la leche y los productos lácteos, algunas de las empresas han comunicado las siguientes actuaciones:

- Solicitud de ampliación de la gama de productos PLS de leche de marca distribuidor y quesos de marca fabricante.
- Señalan que han centrado sus esfuerzos en la identificación del origen nacional del producto. Estos esfuerzos se cristalizan con la convivencia del sello PLS y "Origen España" en el etiquetado.
- Dar de baja todas las referencias de leche líquida que no tengan origen España.
- Fomento de productos de valor añadido como la gama de leches especiales y producción ecológica.

7.4. IDENTIFICACIÓN DEL ORIGEN EN MARCAS DE FABRICANTE Y MARCAS DE DISTRIBUIDOR

En cuanto a la inclusión en los envases del origen del producto, se ha podido observar un esfuerzo por anticiparse a la obligatoriedad de incluir el origen de la

leche en el etiquetado de los productos lácteos. Actualmente, no solo las industrias que son firmantes del Programa de Productos Lácteos Sostenibles están sensibilizadas con el origen, sino que el resto de productores, especialmente de quesos, están incorporando la información en el etiquetado.

Así mismo, cabe destacar que en varias ocasiones las enseñas refuerzan el origen nacional con diversas iniciativas, ya que coinciden a veces en el mismo etiquetado que el logo PLS y otro tipo de información como "Origen Español".

Paralelamente, continúa el desarrollo de iniciativas como leches Km.0, campañas de promoción fomentando el consumo de proximidad, fomento de las DOP e IGP de quesos en diferentes CCAA y una iniciativa de Carrefour de una línea de leche procedente de granjas sostenibles "Leche MUUU" en paralelo a su gama de productos PLS en MDD.

Se recoge seguidamente la información detallada, por marcas comerciales, del resultado del seguimiento realizado sobre la inclusión del origen de la leche en las inserciones publicitarias realizadas en diferentes medios de comunicación audiovisuales. Se han ajustado los trimestres para que fueran comparables los resultados del seguimiento realizado desde octubre de 2015 hasta septiembre 2017.

Apariciones en medios de comunicación audiovisuales

Marcas de leche	oct-15 a Dic 2015		ene-16 a Marzo 2016		abr-16 a Junio 2016		jul-16 a Sept 2016		oct-16 a Dic 2016		ene-17 a Marzo 2017		abr-16 a Junio 2017		jul-16 a Sept 2017	
	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen
Total general	6.218	15%	9.603	42%	9.412	62%	6.788	29%	6.338	30%	6.350	39%	9.412	39%	6.788	13%
AGAMA									1	1						
AHORRAMAS									53	1						
ARLA FOODS	1	0%														
BIZKAIA ESNEA											44	0%	5	0%	5	0%
BOHAL											1	0%				
BON PREU											48	0%				
BUEN PASTOR	6	0%														
CADI	2	0%	2	0%												
CAMPO BUENO	2	100%														
CANTERO DE LETUR			3	0%			5	0%	5	0%						
CAÑADA REAL	32	100%	24	100%	45	100%	26	100%	40	100%	33	100%	40	100%	25	100%
CAPSA							1	0%								

CELTA	143	0%	4	0%												
CENTRAL LECHERA ASTURIANA	980	0.6%	1.233	97%	1.980	98%	1.076	52%	809	70%	969	83%	919	97%	920	99%
CERRATO	4	100%	4	100%	1	0%										
COVAP	164	93%							18	0	1	0%	6	0%		
CUDAÑA	1	100%														
DELEITE GALEGO					28	36%							8	100%	29	100%
EL BUEN PASTOR	6	84%	12	100%	12	100%					1					
EL CASTILLO	418	100%			28	100%	154	100%	268	99,6%						
EL TORREON													6	0%		
ELS MASETS					103	0%	2	0%								
FEIRACO	8	100%			4	100%	38	100%	68	100%			6	100%	4	100%
GAZA	2	0%	10	40%	1	0%			2	50%			3	100%	4	100%
GRANJA ARMENGOL											6	0%	4	0%		
KAIKU	25	0%	1417	0%	712	2%	337	7,72%	153	7,19%			1	0%	111	0%
LA LECHERA			186	0%											520	0%
LACTALIS	1	100%					1	100%	1	100%						
LACTURALE	4	0%	8	0,00%	51	59%	2	0%	7	0%	18	39%	23	0%		
LARSA					1	100%	3	100%	2	50%			3	0%		
LAUKI	24	100%						2	0%	993	74%					
LECHE BUEN PASTOR	1	0%														
LEYMA	46	74%	25	100%	35	83%	29	100%	57	100%	75	100%	23	61%	12	100%
LLET NOSTRA	12	75%	356	95%	298	71%	340	8	163	62%	119	53%	727	47%	187	98%
LOS PASTOREROS	6	0%	26	0%	54	4%	3	0%	46	0%	3	0%	1	0%	1	0%
MILLAC	3	100%	2	100%	2	100%			2	0,5	1	100%				
NESTLE			331	0%											1127	0%
ORDESA									2	0						
PASCUAL	17	5,90%	2.292	99,90%	2.981	91,20%	843	98,30%	29	10,30%	1.666	90%	1.446	0%	327	0%
PRESIDENT	85	0%	93	2,20%	34	0%	23	4,35%	60	0%	26	0%	39	0%		
PULEVA	4.129	3,10%	3.574	3,40%	2.980	23,40%	3.883	0%	3.550	0%	3.338	0%	3.871	0%	4.805	0%
SEÑORIO DA SARRIA													11	100%	1	100%
RENY PICOT	2	0%						1	0%	3	0%				1	0%
RICA					1	0%										
RIO			1	0%	1	0%					2	100%				
SPORT LIFE	1	0%														
TIERRA DE SABOR	91	100%			60	100%	17	100%								
UNICLA	1	0%						2	0%	6	66,70%		2	0%		
VALLES UNIDOS	1	0%														

FUENTE: ARCE MEDIA S.A.

Apariciones en folletos promocionales

Se recoge seguidamente el resultado del seguimiento realizado sobre la manera en que se identifica, para las diferentes marcas comerciales, el origen de la leche en los folletos promocionales que son responsabilidad de la distribución.

Como puede verse, desde el inicio del Acuerdo Lácteo, hay un aumento de 23,8 puntos porcentuales de los productos cuyo origen aparece identificado el origen, bien sea a través del programa PLS o bien sea a través de otros tipos de identificación del origen.

Marcas de leche	Oct -15 a Dic 2015		ene-16 a Marzo 2016		abr-16 a Junio 2016		jul-16 a Sept 2016		oct-16 a Dic 2016		ene-17 a Marzo 2017		abr-17 a Junio 2017		jul-17 a Sept 2017	
	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen	Nº inserciones analizadas	Con indicación del origen
Total general	7331	27,60 %	9356	30,00 %	9977	32,30 %	8768	32,70 %	8102	30,10 %	9880	33,50 %	9648	45,20 %	10812	51,40 %
SIN ESPECIFICAR	5	0,00 %					2	0,00%	13	23,10 %	6	0,00%			9	55,60 %
AFROX							3	100%								
AGAMA	9	0,00 %	15	0,00 %	9	0,00%	34	0,00%	15	20,00 %	8	37,50 %	3	0,00%	11	54,50 %
ALIADA	2	0,00 %			2	0,00%										
ALIMERKA	4	0,00 %	8	0,00 %	6	0,00%			9	0,00%	6	0,00%	12	0,00%	9	0
ALIPENDE									6	0,00%						
ALNAVIT			2	0,00 %							1	0,00%				
ALPS	6	0,00 %	12	0,00 %	3	0,00%	6	0,00%	3	0,00%	9	0,00%	6	0,00%		
ALTAMIRA	6	100 %					17	17,70 %	5	0,00%			3	0%	3	0,00%
ALTEZA	37	0,00 %	34	0,00 %	38	0,00%	30	0,00%	45	0,00%	50	6,00%	48	0,00%	30	0,00%
ANITA	10	20,00 %	10	10,00 %	9	11,10 %	4	50,00 %	13	15,40 %	7	72,40 %	9	77,80 %	13	23,10 %
ARO	6	100 %	6	100 %	27	77,80 %					30	100,00 %			6	100%
ATO	93	76,30 %	52	78,80 %	88	90,90 %	120	96,70 %	65	58,50 %	89	67,30 %	62	74,20 %	81	97,50 %
AUCHAN	33	0,00 %	73	0,00 %	91	72,50 %	74	77,00 %	80	80,00 %	72	100,00 %	143	95,80 %	170	98,80 %
AYALA	3	0,00 %	3	0,00 %	3	0,00%	3	0,00%	5	0,00%	8	0,00%	8	100,00 %	7	100,00 %
BIEN APARECIDA							1	0,00%								
BIZKAIA	3	100 %	3	100 %	9	100%										
BODER	1	0,00 %									1	0,00%				
BOMILK			12	0,00 %	6	50,00 %					6	0,00%				
BONPREU			6	0,00 %					18	0%	6	0,00%				
BUEN PASTOR					3	0,00%	3	0,00%			4	25,00 %	3	100,00 %		
CAL L'ALZINA											1	100,00 %				
CAMPOBUENO	12	0,00 %	26	65,40 %	27	55,60 %	21	85,70 %	29	79,30 %	18	33,30 %	30	80,00 %	6	100,00 %
CANTARRANAS	4	0,00 %	4	0,00 %					2	0,00%	7	0,00%			2	100%
CAÑADA REAL DE SORIA			6	100 %			3	100%							8	100%

CARREFOUR	217	87,60 %	205	94,60 %	421	100%	132	100%	174	98,30 %	205	96,60 %	150	89%	353	98%
CELGAN	12	50,00 %	6	50,00 %	19	47,40 %	6	0,00%	6	50,00 %			9	66,70 %		
CELTA	348	0,00 %	245	2,90 %	320	1,30%	159	13,20 %	211	12,80 %	346	9,50%	309	17,50 %	301	28,60 %
CENTRAL LECHERA ASTURIANA	1.643	17,70 %	2.357	19,60 %	2285	17,80 %	2015	16,30 %	1960	17,60 %	2214	33,30 %	2151	80,50 %	2150	90,00 %
COALIMENT			4	25,00 %	13	0,00%	7	0,00%	3	0,00%	8	0,00%	28	0,00%	4	0,00%
COMERCO							1	0,00%			6	0,00%	6	0%	3	0,00%
COMILA					1	0,00%										
CONCHY													1	0,00%		
COOPERATIVA LECHERA LAR	9	0,00 %	6	0,00 %	6	0,00%	18	66,70 %	6	100%			6	100,00 %	18	100,00 %
COPIRINEO	5	0,00 %	6	0,00 %	9	0,00%	3	0,00%	8	0%	6	0,00%	4	0,00%	3	0,00%
COVAP	182	49,50 %	163	31,90 %	191	40,30 %	180	33,90 %	116	44,80 %	171	43,30 %	160	40,00 %	120	42,50 %
COVIRAN	168	0,00 %	228	0,00 %	313	0,00%	227	0,00%	261	0,00%	343	0,00%	347	0,00%	422	0,00%
CRAVENDALE				100 %	2	100%										
CREMALAT													4	0%	2	0%
CREMOSITA	33	0,00 %	24	12,50 %	39	0,00%	42	0,00%	28	10,70 %	30	0,00%	27	0,00%	42	0,00%
DE GALICIA			24	0,00 %	6	0,00%					15	0,00%	24	0,00%		
DEL NORTE											3	0,00%	3	100%		
DELEITE					9	100,00 %	12	100,00 %	6	0%			3	100,00 %	12	100,00 %
DELISSE	2	0,00 %				100%										
DEVACA	3	100 %				100%	21	100,00 %	18		12	100,00 %	3	0%	42	100,00 %
DIA	118	0,00 %	121	0,00 %	425	0,00%	166	0,00%	71	100%	218	2,30%	253	0,00%	222	0,00%
DIA BALANCE													1	0,00%		
ECO+	9	0,00 %				100%				0,00%						
EL BARRANQUILLO					3	0,00%					5	0,00%			3	0%
EL BUEN PASTOR	3	100 %	6	50,00 %	3	0,00%	18	33,30 %	3		3	0,00%	3	0,00%	29	48,30 %
EL CASTILLO LECHE	50	100 %	61	93,40 %	85	95,30 %	80	82,50 %	49	0,00%	76	85,50 %	51	90,20 %	63	79,40 %
EL CORTE INGLES	57	0,00 %	83	0,00 %	39	0,00%	57	0,00%	79	63,30 %	99	32,20 %	63	42,90 %	198	92,40 %
EL TORREJON											8	0,00%				
EMDFRESH	11	0,00 %	30	0,00 %	32	0,00%	8	0,00%	8	0,00%	22	0,00%	18	0,00%		
EROSKI			22	13,60 %	8	0,00%	64	98,40 %	4	0,00%	23	100,00 %			34	100,00 %
EUSKAL HERRIA			3	100 %	9	100%	3	0,00%								
FEIRACO	60	73,30 %	147	68,70 %	189	60,30 %	140	86,40 %	88	92%	143	32,90 %	125	88,80 %	148	85,10 %
FINCA CANTARRANAS		100 %	10	100 %									7	100%		
FINE LIFE	10	100 %	4	100 %	16	0,00%							8	100,00 %		
FLORA	55	0,00 %	193	0,00 %	91	0,00%	122	1,60%	110	3%	86	0,00%	124	8,80%	180	1,10%
FROIZ							10	0,00%								
GALLEGA	30	0,00 %	34	0,00 %	39	0,00%	31	0,00%	30	0%	42	0,00%	33	0,80%	180	1,10%
GAZA	34	100 %	39	84,60 %	27	100%	90	96,70 %	74	100,00 %	51	100,00 %	48	100%	153	100,00 %
GOIENA					6	100%										
GOURMET	57	0,00 %	12	0,00 %	2	0,00%	3	0,00%	27	0%	3	0,00%	4	0,00%	2	0,00%
GRANJA	2	100 %	8	100 %			8	100%			8	100,00 %				
GRANJA CAN COMES											3	0,00%				

GRANJA LA LUZ							3	0,00%	6	0%			3	0%	3	0,00%
GRANJA LA SIERRA															1	0,00%
HIPER DINO	3	0,00%	3	0,00%	3	0,00%			3	0,00%	3	0,00%	4	50,00%	3	0%
HIPERCOR	12	0,00%	9	0,00%												
HORECA							2	0,00%			1	0,00%	3	0%	2	0,00%
IFA ELIGES	33	0,00%	50	0,00%	31	0,00%	61	0,00%	39	5,10%	73	2,70%	45	0,00%	58	0,00%
ITELAT															4	0,00%
KAIKU	248	5,60%	264	10,20%	331	3,30%	325	6,50%	308	1,90%	387	5,20%	284	2,10%	376	2,30%
LA CASAREÑA	9	0,00%	12	0,00%	9	0,00%	24	0,00%	15	40,00%	9	66,60%	9	0,00%	18	100,00%
LA COLMENAREÑA					4	100%	4	100%					2	0%	2	100%
LA GOLETA							1	0,00%								
LA IRLANDESA	6	0,00%	3	100%	3	0,00%										
LA MEDALLA	11	0,00%	10	0,00%	15	53,30%	11	27,30%	7	29%	10	80,00%	12	100,00%	11	0,00%
LA POLESA			3	100%			3	0,00%			3	10,00%				
LA VAQUERA	3	0,00%	9	0,00%	3	0,00%	16	0,00%	6	50%	12	0,00%	24	0,00%	38	0,00%
LA VAQUITA	3	0,00%	6	0,00%	13	0,00%	5	0,00%	4	0,00%	4	0,00%	6	26,70%	6	0,00%
LA YERBERA															1	0,00%
LACCREM			1	0,00%	4	0,00%					3	0,00%				
LACPUR			2	0,00%	3	0,00%	2	0,00%	5	0%	14	0,00%	8	0,00%	6	0,00%
LACTEOS VERGARA													2	0,00%		
LACTURALE	6	0,00%	6	50,00%	31	71,00%	15	73,30%	8	87,50%	26	53,80%	18	100,00%	3	100,00%
LARA							15	20,00%	3	100,00%	6	100,00%				
LARSA	84	89,30%	90	86,70%	51	88,20%	57	89,50%	114	97%	96	100,00%	42	100,00%	87	100,00%
LAS NIEVES							2	100%			3	0,00%			2	100%
LAUKI	141	22,70%	126	34,90%	92	25,00%	81	43,20%	102	38,20%	99	54,50%	82	32,90%	82	43,90%
LEVASA							1	0,00%								
LETONA	1	0,00%	4	0,00%			6	66,70%	1	0%	4	100,00%	4	0	10	40,00%
LEYMA	78	30,80%	80	30,00%	60	15,00%	57	5,30%	53	45,30%	80	35,00%	64	37,50%	61	39,30%
LLET NOSTRA	10	0,00%	55	70,90%	34	82,40%	18	50,00%	42	75,70%	39	61,50%	12	0,00%	14	100,00%
LOS COMBOS							2	100%								
MAKRO	6	0,00%	6	0,00%	3	0,00%	16	0,00%	4	0%	8	12,50%	6	0,00%	10	0,00%
MI	6	50,00%	6	50,00%	3	100%	3	100%	7	100,00%	3	100,00%	5	100%	2	100%
MILBONA	4	50,00%	10	40,00%	6	33,30%	7	71,40%			28	100,00%	101	100,00%	91	100,00%
MILLAC	24	50,00%	30	33,30%	38	52,60%	37	51,40%	56	46,40%	24	66,70%	51	76,50%	59	69,50%
MILSANI			10	0,00%	7	0,00%	1	0,00%	3	0,00%	12	0,00%	8	0,00%	10	0,00%
MUH											2	0,00%				
MUUU													24	12,50%		
NESTLE	50	0,00%	76	0,00%	106	0,00%	32	0,00%	36	0,00%	93	3,20%	18	0,00%	18	0,00%
NOVA AÇORES	10	0,00%	10	0,00%			2	0,00%								
OHIKO											1	100,00%			1	100%
ORIS	2	0,00%	5	20,00%	2	50,00%	2	100%	4	75%	4	75,00%	3	66,70%	3	33%
PASCUAL	1.060	54,20%	1.583	57,70%	1481	65,00%	1376	67,20%	1016	60,10%	1449	61,00%	1409	70,70%	1768	75,40%

PRESIDENT LECHE	245	97,60 %	287	91,30 %	322	99,10 %	267	97,80 %	294	95,60 %	324	96,60 %	382	84,50 %	460	62,40 %
PRIEGOLA			1	0,00 %	8	100%										
PRIMOR	3	0,00 %			3	0,00%										
PULEVA	1.682	9,00 %	1.962	14,00 %	2.055	13,70 %	1988	12,10 %	1972	5,60%	2198	6,00%	2.278	7,10%	2436	9,10%
PURITI			1	0,00 %			0	100%					2	0%	6	0%
RAM	62	50,00 %	43	69,80 %	37	40,50 %	51	52,90 %	82	52,40 %	59	57,60 %	60	15,00 %	38	0,00%
RENY PICOT					5	80,00 %	8	100%	3	0,00%	5	60,00 %	6	0,00%	2	0%
RIO	45	11,10 %	93	17,20 %	99	46,50 %	78	15,40 %	49	28,60 %	51	43,10 %	30	30,00 %	40	22,50 %
RIOBA	2	0,00 %	6	0,00 %	4	0,00%			10	0,00%	4	0,00%	10	20,00 %		
ROSINA					50	0,00%	4	0,00%			1	100,00 %				
SELECCION GOURMET	2	0,00 %	1	0,00 %			1	0,00%	1	0,00%						
SEÑORIO DE SARRIA							3	0,00%					7	57,10 %		
SERVI HOSTEL	8	0,00 %	9	0,00 %	10	0,00%	11	0,00%	10	0,00%	12	16,70 %	10	0,00%	15	0,00%
SOLAR	22	59,10 %	19	36,80 %	13	76,90 %	43	55,80 %	41	53,70 %	47	59,60 %	47	66,00 %	19	100,00 %
SPAR	13	0,00 %	25	0,00 %	18	0,00%	16	0,00%	22	0,00%	23	0,00%	19	0,00%	20	0,00%
SUPERSOL	18	0,00 %	21	0,00 %	18	0,00%	18	0,00%	21	0,00%	15	0,00%	21	0,00%	18	0,00%
TAVOX	3	0,00 %	3	0,00 %	3	0,00%	6	100%	3	100,00 %	3	0,00%	3	0,00%	6	50%
TERRA I TAST											6	0,00%				
TIERRA DE SABOR	18	100 %	18	100 %	27	55,60 %	33	18,20 %	21	57%	12	0,00%	15	0,00%	18	16,70 %
ULTZAMA	1	0,00 %			1	100%			2	0,00%					2	100%
UNIDE	6	0,00 %	21	0,00 %			45	2,20%	41	0,00%	74	0,00%	30	0%	15	0,00%
VALLES DE ASTURIAS	3	0,00 %	12	25,00 %	6	0,00%	21	28,60 %	12	25,00 %	15	0,00%	15	0,00%	12	25,00 %
VALLES UNIDOS	3	0,00 %	3	100 %	9	100%	9	33,30 %	6	50,00 %	12	75,00 %	6	100%	17	100,00 %
VERITAS			3	0,00 %							6	0,00%				
VILLA CORONA	4	100 %					3	100%	3	100%	9	33%	3	100%	3	100%
XOIA	29	58,60 %	46	47,80 %	27	55,60 %	32	62,50 %	19	36,8%	30	40%	22	45,50 %	27	88,90 %

FUENTE: PUBLINFO IBÉRICA S.A.

8. PRINCIPALES CONSTATAIONES Y CONCLUSIONES

Como resultado de lo anteriormente señalado y de las constataciones efectuadas por el MAPAMA, pueden destacarse las siguientes conclusiones:

- En España, el descenso de precios durante 2015 y el primer semestre de 2016, dio paso, a partir de agosto de ese mismo año, a una creciente recuperación a lo largo de 2017.
- El último precio publicado en España, diciembre de 2017, se sitúa en 32,43 €/100kg, lo que supone un aumento del 7,7% con respecto a diciembre de 2015. El precio medio de la leche cruda en 2017 ha sido de 30,96 €/100kg.
- Los precios de los productos lácteos se encuentran plenamente recuperados y en particular en el caso de la mantequilla alcanzan niveles record, muy superiores a los de los últimos años
- El precio de la leche desnatada en polvo también se ha recuperado en gran medida, si bien preocupa la presión que puede ejercer en el mercado la importante cantidad de stocks de almacenamiento público existentes de este producto.
- El consumo de leche envasada en los hogares de España para el TAM septiembre 2017 ha sido de 3.179 millones de litros; 29,7 millones de litros menos que durante los doce meses previos, lo que significa una reducción del 0,9% en volumen.
- El canal que concentra la mayor cantidad de litros comprados por los hogares son los supermercados y autoservicios, en concreto en septiembre 2017 suponen el 55,7% del volumen total, ganando progresivamente presencia respecto a los primeros meses de 2017. Las tiendas de descuento se consolidan como segunda alternativa por encima de los hipermercados. Otros canales pierden protagonismo desde inicios de 2017, con cuotas de mercado por debajo del 6% en los últimos meses.
- Desde octubre 2016 todos los tipos de leche han visto reducido su volumen de compra para consumo doméstico. Semidesnatada continúa siendo el tipo principal, doblando en volumen a la leche entera en prácticamente todos los meses.
- El precio medio que paga el consumidor por la leche envasada experimenta cierta reducción desde finales de año, hasta situarse en su punto mínimo en septiembre, 0,690 €/l.

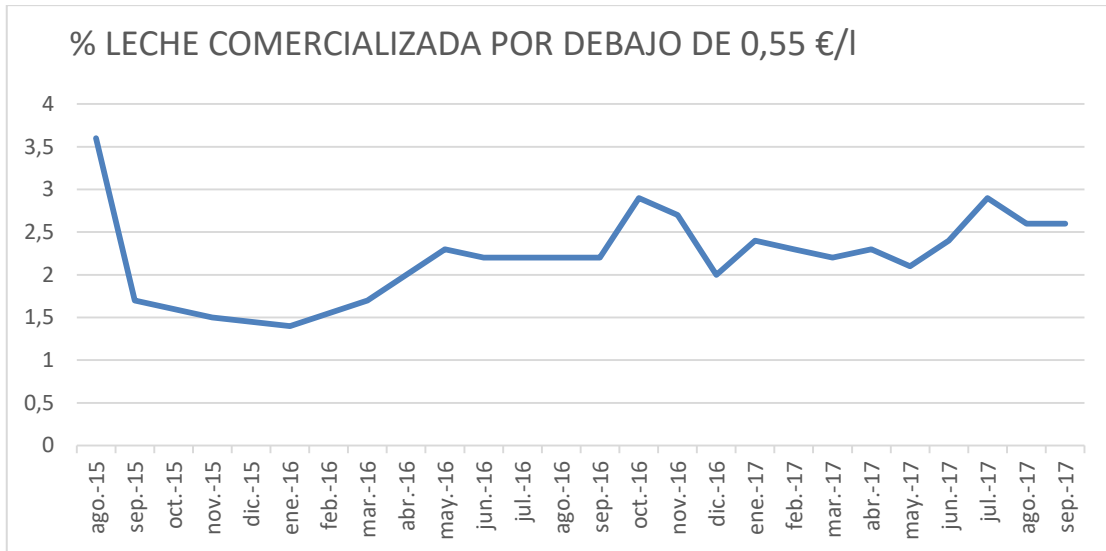
- Por tipos, la leche entera se sitúa en su valor mínimo en septiembre 2017, reduciéndose hasta los 0,684 €/l. La contracción de precios también se refleja en semidesnatada y desnatada.
- En el análisis de las compras realizadas por tramos de precio a los que el consumidor adquiere la leche envasada, se observa como los principales tramos permanecen estables, siendo dos los cambios más notables: trasvase de compras del intervalo 0,75-0,80 €/l hacia el rango 0,65-0,70 €/l, y del intervalo 0,85-0,90 €/l hacia el de 0,80-0,85 €/l. En ambos casos estas acciones explican la concentración progresiva hacia precios más reducidos.
- Supermercados y autoservicios son responsables del 55,4% del gasto de leche envasada para el consumo doméstico, dentro de los hogares españoles durante el mes de septiembre 2017. Las tiendas de descuento son responsables del 19,6% del valor de la categoría. El hipermercado actualmente representa el 17,7% del valor de leche durante este mes.
- Todos los canales de compra reducen progresivamente sus precios en el último año, siendo esta caída más acusada en el caso de hipermercados, tienda tradicional y otros canales. Actualmente, tiendas de descuento es el canal más asequible en precios, situándose en 0,673 €/l en el último mes, seguido por los supermercados con 0,687 €/l.
- Desde octubre 2016 se produce una contracción del consumo per cápita de leche envasada bastante homogénea en la mayoría de Comunidades Autónomas. Solo Baleares, Canarias y Navarra consiguen un mayor consumo en los últimos 12 meses. Castilla y León y Galicia se posicionan como las CCAA con mayor consumo per cápita, en contraposición se sitúan Murcia y Andalucía.
- En cuanto a la evolución del consumo por tipo de leche, en el corto plazo se produce una contracción progresiva en los 3 tipos, aunque mucho más marcada en el caso de la leche semidesnatada si se compara respecto a octubre 2016.
- Por tipologías de hogar, son los retirados y los adultos independientes quienes realizan un mayor consumo per cápita. En el lado contrario se encuentran las familias con hijos pequeños y las parejas jóvenes sin hijos. Únicamente los adultos independientes realizan más consumo per cápita que hace un año.
- El porcentaje de compras realizadas con promoción supone el 7,8% de los litros comprados en el último mes del año. Respecto a septiembre de 2016 hay una reducción notable, casi 2 puntos de participación.

- La proporción de compras en promoción dentro de las marcas de fabricante es superior a la media del mercado, alcanza el 13,1% de los litros adquiridos, aunque respecto al mismo mes del año anterior se reduce notablemente.
- En las marcas de la distribución la proporción de litros comprados en promoción es del 5,5% en el mes de septiembre, y al igual que sucede en las marcas de fabricante se reduce el peso promocional en casi 2 puntos de participación respecto a septiembre 2016.
- El peso de promociones dentro de los hipermercados durante el mes de septiembre 2017 es de un 5,5%, alcanzando mínimos en el último año.
- El modelo de distribución tienda de descuento, por su parte, es el canal con mayor proporción de compras en promoción, actualmente destina el 15,2% de su volumen a las mismas, aunque esta proporción era bastante superior en septiembre 2016, en concreto del 19,4%.

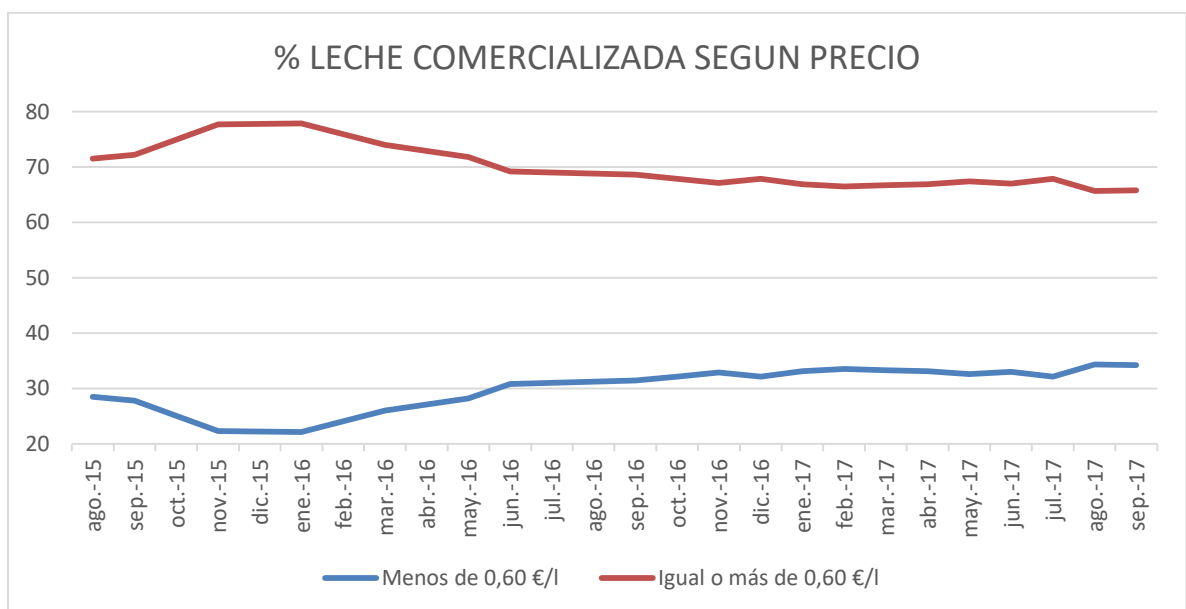
Evolución de la distribución porcentual del volumen de leche comercializada, según precios (%)

	ago-15	sep-15	nov-15	ene-16	mar-16	may-16	jun-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17
Menos de 0,55 €/l	3,6	1,7	1,5	1,4	1,7	2,3	2,2	2,2	2,9	2,7	2	2,4	2,3	2,2	2,3	2,1	2,4	2,9	2,6	2,6
Menos de 0,60 €/l	28,5	27,8	22,3	22,1	26	28,2	30,8	31,4	32,1	32,9	32,1	33,1	33,5	33,3	33,1	32,6	33	32,1	34,3	34,2
Igual o más de 0,60 €/l	71,5	72,2	77,7	77,9	74	71,8	69,2	68,6	67,9	67,1	67,9	66,9	66,5	66,7	66,9	67,4	67	67,9	65,7	65,8

- En septiembre 2017, el 97,4% de la leche consumida está por encima de 0,55€/litro, frente al 96,4% de agosto de 2015.



- En septiembre 2017, el 34,2% de los consumidores adquieren leche de menos de 0,60 €/litro frente al 28,5% de agosto de 2015.



El trabajo realizado por las partes firmantes del Acuerdo durante el tiempo que lleva en vigor, ha permitido avances significativos en algunos aspectos concretos, pudiendo destacarse las siguientes actuaciones:

- Se acordó, entre todos los agentes del sector, un Protocolo de Resolución de Incidencias, para dar respuesta urgente a prácticas inadecuadas que den lugar a la banalización del producto. Este Protocolo fue puesto en marcha para canalizar las denuncias sobre prácticas que banalicen la leche ante el consumidor y está garantizando a todos los agentes una rápida respuesta ante cualquier situación que ponga en riesgo la valorización del producto. Considerándose por todas las partes que el procedimiento de trabajo está funcionando razonablemente si bien, en el último trimestre se ha activado el Protocolo en once ocasiones obteniendo respuesta en todas las activaciones.
- En estos dos años de vigencia del Acuerdo se han aprobado por INLAC y homologado por el Ministerio, tres contratos – tipo de compraventa de leche cruda, correspondientes a los años 2016, 2017 y 2018 que están ayudando a proporcionar mayor transparencia y seguridad a las transacciones entre el ganadero y la industria. Por los datos disponibles se constata que cada vez está existiendo una mayor utilización en los contratos renovados.
- Desde INLAC se han establecido los criterios a tener en cuenta por la industria y la distribución para garantizar el origen español de la leche. Estos criterios, han sido plasmados en un documento, aprobado el 20 de noviembre de 2015, que recoge diferentes alternativas para identificar y garantizar el origen de la leche y los productos lácteos. Existiendo el acuerdo de iniciar la puesta en marcha del compromiso de valorizar el origen de la leche española.
- Se han puesto en marcha 3 procesos de integración cooperativa, CLUN (integración de 3 cooperativas), Cooperativa Aira Leche (integración de 6 cooperativas) y la compra de CELAGA por parte de Corober y Lemos.
- Se han adherido al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria 23 empresas y asociaciones del sector lácteo.

Principales constataciones sobre algunos de los compromisos de las asociaciones y empresas firmantes:

Para llevar a cabo este Informe se requirió información a las asociaciones y organizaciones de productores y cooperativas, a las industrias y a los distribuidores firmantes del Acuerdo, dando la posibilidad de no contestar si no existían actuaciones relevantes o se mantenían las ya iniciadas, lo que ha hecho que tengamos una respuesta incluso menor que en el trimestre anterior; no habiendo recibido comunicación ninguna por parte de las asociaciones de la

distribución. Se mantiene el compromiso de indicar el origen de la leche, pero quizá la evolución de su indicación no es tan favorable como la esperada.

- Con respecto a los **compromisos** adquiridos por la **distribución acerca de la valorización e identificación de la leche**.

Se ha podido constatar que desde la puesta en marcha del Acuerdo prácticamente no existen ofertas de los firmantes por debajo de 0,55 €/l. El número de alertas comunicadas En 2017 se han comunicado 24 alertas través del protocolo de resolución de incidencias.

Mejora la identificación del origen en medios audiovisuales y en los folletos promocionales, aunque e todavía hay un importante margen de mejora.

Se observa que se tiene en cuenta por parte de la distribución especial sensibilidad con este producto.

- **Compromisos** adquiridos por las **industrias y en especial sobre los aspectos relativos a la sostenibilidad de las explotaciones**.

Prácticamente han desaparecido los problemas registrados con anterioridad referentes a la continuidad en la recogida a los ganaderos. En este sentido, se considera necesario reiterar lo ya señalado a las industrias en el anterior informe, sobre la necesidad de garantizar la continuidad de las recogidas, si bien la tendencia del precio al alza desde julio 2017 parece indicar que, en este momento, no se producirán más episodios.

- **Compromisos adquiridos por las cooperativas y las organizaciones agrarias firmantes**, como representantes de la producción:

Promover de forma efectiva la constitución de organizaciones de productores que integren a ganaderos individuales y a los socios de las cooperativas de producción láctea, con una vocación genuinamente estructuradora del sector, de manera que integren al mayor número posible de ganaderos y que éstos se comprometan a su vez a comercializar toda su producción y a ceder la capacidad de negociación sólo a las organizaciones de productores.

Promover de forma efectiva la fusión efectiva de las cooperativas que vienen actuando como primeros compradores de leche, en particular en las principales zonas productoras de leche, facilitando el proceso de creación de organizaciones de productores sólidas y reduciendo al tiempo los costes estructurales del sector productor.

Promover y trasladar a sus asociados, la necesidad de disponer de organizaciones de productores y cooperativas sólidas y bien dimensionadas, comparables a las

cooperativas lácteas de los principales Estados miembros productores de leche, como medio para reforzar la capacidad de los ganaderos en la negociación de los precios y mejorar su participación en los beneficios de la comercialización conjunta y del valor añadido de su producción.

Promover junto con la industria láctea, en el seno de INLAC, para su homologación por el MAPAMA la implantación del contrato tipo compraventa de leche.

Se han publicado en el BOE 3 órdenes ministeriales correspondientes a la homologación de los contratos-tipo de suministro de leche cruda de vaca aplicable a ganaderos con código REGA, para los años 2016, 2017 y 2018.

Aunque con la creación de Cooperativas Lácteas Unidas y la puesta en marcha de la fusión de 6 cooperativas para iniciar su funcionamiento en 2018 se están dando importantes pasos hacia la integración cooperativa, se reafirma la necesidad de continuar avanzando en el sentido de la integración y asociacionismo a nivel productor.

Trabajos desarrollados por el MAPAMA en cumplimiento de las actuaciones que se le encomendaban en el Acuerdo.

Desde el mismo momento de la firma del Acuerdo se comenzó a trabajar para dar respuesta a los puntos encomendados:

- Se publicó el RD/2016, de 15 de abril, sobre declaraciones obligatorias a efectuar por los fabricantes de leche líquida envasada de vaca, destinado a dar mayor transparencia al funcionamiento de la cadena de valor, y al conocimiento de la transmisión del valor a lo largo de la misma.
- El MAPAMA está terminando la tramitación del Real Decreto sobre etiquetado obligatorio. Una vez finalizados los trámites de consulta e información pública, de audiencia al sector y administraciones, así como el proceso de notificación a la Comisión Europea, el proyecto fue remitido a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia³ y, una vez ésta emita informe, se evacuará dictamen del Consejo de Estado; la norma posiblemente se publique durante el segundo trimestre de 2018.
- Se ha elaborado un esquema de certificación para PLS conjuntamente con AENOR y se presentó al sector en la última Comisión de Seguimiento del Acuerdo Lácteo celebrado el 4 de julio de 2017. Una vez recibidas las observaciones del sector, se está elaborando un nuevo documento

³ Por recomendación del Ministerio de Economía, Industria y Comercio

- Se ha realizado una encuesta a productores y distribuidores sobre diferentes aspectos relacionados con la leche.
- Se ha llevado a cabo un estudio para realizar una caracterización de la tipología de contratos entre industria y distribución.
- Siguen en marcha los procedimientos de control, a través de empresas especializadas, que permiten disponer de información concreta sobre el grado de cumplimiento de los compromisos asumidos por las diferentes industrias y distribuidores, en cuanto a la identificación de origen de la leche y a la no comercialización de leche a bajo precio.
- Medidas del Paquete lácteo y regulación primeros compradores:
 - En el texto del Acuerdo lácteo, las partes firmantes instaron al MAPAMA a “regular el papel de los primeros compradores, en relación con los productores de leche, al objeto de evitar prácticas que pongan en riesgo la sostenibilidad económica de las explotaciones, y a definir el marco al que, de acuerdo con la legislación vigente, debe someterse la relación de dichos compradores con la industria”.
 - Por parte del Ministerio se intentó a través de la introducción de una enmienda al Proyecto de Ley de Calidad Alimentaria la exigencia de un aval para poder operar como primer comprador. La oposición tajante tanto de la Oficina Económica del Presidente (OEP), como del Ministerio de Economía nos llevó a reconsiderar la forma de abordar la cuestión.
 - No obstante, en aras de avanzar en el cumplimiento a los compromisos adquiridos en el marco del Acuerdo, se decidió incluir un apartado específico de control a los primeros compradores comercializadores en el Plan Nacional de controles, coordinado por la AICA.
 - Por otra parte, en el marco de la revisión de toda la normativa sobre el paquete lácteo que se está llevando a cabo, se ha elaborado un Proyecto de Real Decreto que sustituirá al Real Decreto 1363/2012, de 28 de septiembre y que además modificará el Real Decreto 319/2015, de 24 de abril, sobre declaraciones obligatorias a efectuar por primeros compradores y productores de leche y productos lácteos de vaca, oveja y cabra.
 - En este contexto, para los primeros compradores, con la excepción de aquellos que sean cooperativas o SATs, OPs del paquete lácteo o los que transformen en sus propias instalaciones o comercialicen la leche dentro de su propio grupo empresarial, se ha retomado nuevamente la iniciativa de imponer la exigencia suplementaria de una garantía de pago en forma de aval.
 - Paralelamente, esta nueva norma recogerá asimismo la obligación para los primeros compradores de declarar a través de la base de datos INFOLAC

la información sobre la cantidad de leche vendida y el precio al que dichos primeros compradores venden esa leche a la industria. Esta disposición permitirá disponer de información valiosa para la cadena de valor del sector lácteo.

- Además la norma incluirá nuevos aspectos recogidos en el conocido como “Reglamento ómnibus” recientemente aprobado, dirigidas a reforzar la posición de los productores y a mejorar el reparto de valor en la cadena. Así, se incluye la obligatoriedad para las partes de acordar en los contratos una relación entre una determinada cantidad entregada y el precio a pagar por dicha entrega, en aras de una mayor claridad y transparencia contractual. También la posibilidad de que se incluyan en los contratos de manera voluntaria cláusulas de reparto del valor, con el fin de mejorar la transmisión de las señales del mercado y reforzar los vínculos entre los precios al productor y el valor añadido en toda la cadena de suministro, así como reconocer esta y otras nuevas funciones a las organizaciones interprofesionales.
- Por otra parte, la experiencia acumulada a lo largo de los cuatro años de aplicación del contrato obligatorio en el sector lácteo y dos más desde la última reforma del paquete lácteo, hacen necesario realizar ciertas modificaciones para mejorar y adaptar el sistema de contratación. Con este objetivo se han clarificado determinados aspectos y se han contemplado casos excepcionales que se pueden acoger a un sistema agilizado de gestión de la oferta que los compradores deben proponer al ganadero y de la contratación. Siempre preservando las garantías que la oferta y la posibilidad de rechazo le otorgan al productor.
- A finales de 2017 se llevó a cabo la consulta pública, a través del portal web del MAPAMA, y actualmente se ha procedido al trámite de audiencia formal del proyecto de real decreto, y el texto ha sido enviado para observaciones a las OPAS, OPs y CCAA, a mediados de febrero.
- En este mismo sentido de reforzar la posición de los ganaderos en la cadena alimentaria, viene trabajando la Comisión Europea que recientemente ha realizado una encuesta entre los EEMM para conocer la situación de partida de las OPs en los diferentes sectores. Adicionalmente, en el caso particular del sector lácteo, la Comisión está llevando a cabo una labor de promocionar la figura de las OPs, tal como señala en sus recomendaciones el informe sobre aplicación del paquete lácteo elaborado a finales de 2016. Por el momento la Comisión convocó e un grupo de expertos de los EEMM en el mes de octubre de 2017, así como un grupo de trabajo con los representantes sectoriales en noviembre de 2017. Además se ha ofrecido para organizar visitas ad hoc en los EEMM; todo ello con el ánimo de dar a conocer, potenciar y aclarar las dudas sobre el funcionamiento y las funciones de las OPs.

- Ordenación sectorial:
 - La ordenación de explotaciones pretende ser un marco normativo de apoyo al crecimiento y desarrollo armónico de este sector que persigue, entre otros fines, una mejor gestión productiva, zootécnica y sanitaria de las explotaciones y de los recursos necesarios para llevar a cabo su actividad.
 - El Ministerio organizó en 2017 una jornada de reflexión con expertos del sector y de las Comunidades Autónomas sobre la necesidad de ordenación en el sector vacuno, y en la que se concluyó, la oportunidad de continuar trabajando en el establecimiento de una norma orientada al sector bovino en su conjunto, incluyendo al subsector cárnico, por una parte y, por otra, al sector lácteo.
 - Se han celebrado desde entonces varios grupos de trabajo con las CCAA y los representantes sectoriales, para tratar aspectos relativos a cuestiones generales, bienestar animal y bioseguridad en las explotaciones y recientemente se ha remitido a los integrantes de dichos grupos, para observaciones, un documento sobre cuestiones medioambientales.
 - Se trata con este procedimiento de establecer unos criterios comunes y consensuados sobre los requerimientos que serán de aplicación en dicha normativa que empezará a tramitarse en el último trimestre del año.

Madrid, 6 de marzo de 2018