



Observatorio
de Precios de los
Alimentos
MARM

ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA

Abril de 2009



Observatorio
de Precios de los
Alimentos
MARM



Realizado por



En colaboración con





ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Características y tendencias del sector
- 1.3. Metodología de trabajo

2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de la cadena de valor
- 2.2. Descripción de actividades y agentes intervinientes

3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquema de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

4. Conclusiones del estudio

Anexos

- I. Estructura de MDD (Agosto 2007/Agosto 2008)
- II. Estructura de las explotaciones lecheras
- III. Comercio exterior de leche
- IV. Resumen del store check



1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Características y tendencias del sector
- 1.3. Metodología de trabajo

2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

4. Conclusiones del estudio

Anexos

- I. Estructura de MDD (Agosto 2007/Agosto 2008)
- II. Estructura de las explotaciones lecheras
- III. Comercio exterior de leche
- IV. Resumen del store check

CONSIDERACIONES GENERALES:

Objetivos generales del estudio:

- **Mejorar el conocimiento** sobre la cadena de valor de la leche líquida envasada y sobre la **formación de precios**.
 - Identificar y analizar las **principales configuraciones** de la cadena de valor de la leche.
 - Identificar y describir las **actividades realizadas en cada eslabón de la cadena y los agentes implicados**.
 - Extraer las **conclusiones más importantes** a partir de los datos obtenidos en los estudios.
- Además de tales objetivos generales, a través del estudio de la cadena de valor se pretende conocer los **factores o mecanismos que promueven y determinan las modificaciones de los precios a lo largo de la cadena de valor** y la capacidad de impacto de tales factores en las oscilaciones de los precios. Con ello se dispondrá de una eficaz herramienta de valoración y vigilancia de los comportamientos de los precios.
 - **Esta herramienta puede ser de gran utilidad en sectores**, como el de la leche líquida envasada, en los que se pueden generar rápidos cambios en el marco sectorial de configuración y aplicación de costes y precios a lo largo de toda la cadena de valor, con la consiguiente incidencia en los resultados de las explotaciones ganaderas, de los fabricantes y de la distribución; así como en los precios finales de venta al propio consumidor

El enfoque del estudio cuenta desde el inicio con la participación del propio sector, con el objetivo de fomentar una reflexión conjunta sobre la estructura del mismo y sobre el proceso de formación de precios

Características del estudio:

- Se trata de un estudio abierto, participativo y exigente de una **continua actualización**, en consonancia con la especial sensibilidad de los costes y precios del sector ante diferentes aspectos o factores de su entorno interno o externo. Sin embargo, al contarse con la estructura o vertebración que representa la propia cadena de valor, se facilita sensiblemente dicha actualización, así como la mejor comprensión del alcance de los cambios sectoriales y de la verdadera valoración de la incidencia de éstos en las modificaciones reales de costes y precios.
- El planteamiento del estudio es prioritariamente descriptivo y no pretende ser un trabajo estadístico más; por el contrario, en el estudio se ha buscado recoger la influencia de los **principales aspectos esenciales del funcionamiento sectorial**, algunos de los cuales, por su importancia, se recogen en **Anexos** a este Informe.
- El enfoque del estudio cuenta desde el inicio con la **participación del propio sector**, con el objetivo de **fomentar una reflexión conjunta** sobre la estructura del mismo y sobre el proceso de formación de precios

CONSIDERACIONES PARTICULARES:

Producto objeto de análisis:

- Inicialmente y como punto de partida, se han analizado los distintos tipos de productos que integran la gama de **LECHE LÍQUIDA ENVASADA DE LARGA VIDA** (entera, semidesnatada, desnatada) ya que representan el 96% del total de leche de consumo en España, por lo que su cadena de valor refleja casi en su totalidad la realidad del proceso de producción, fabricación y distribución de la leche de consumo y, por consiguiente, la secuencia de agregación de costes a lo largo de dicho proceso.
- A su vez, dentro de la línea global de leche líquida envasada de larga vida, el análisis de la cadena de valor se ha centrado en la **LECHE ENTERA**, por cuanto todas las consideraciones sobre su cadena de valor son las mismas que para los casos de las **leches semidesnatadas y desnatadas**, exceptuando el menor valor teórico de la materia prima utilizada consecuencia del proceso de desnatado (0.060 €/l y 0.090 €/l, respectivamente).
- A su vez, dentro de la línea de leche envasada de larga vida, también figuran las **LECHES ENRIQUECIDAS** (calcio, digestivas, cardiosaludables e infantiles) cuyo proceso de producción es también el mismo que en el caso de las leches convencionales, aunque con determinados mayores costes por ingredientes, I+D+i, inversión publicitaria, y/o mayores esfuerzos en control, entre otros (lo cual puede suponer unos mayores costes valorados por el sector entre 0.030 y 0.220 €/l).
- Así pues, la cadena de valor se centra en el análisis de la **LECHE ENTERA DE LARGA VIDA**, si bien se ofrecen complementariamente las valoraciones correspondientes al resto de productos integrantes de la línea “leche envasada de larga duración”.

CONSIDERACIONES PARTICULARES:

- Es importante recordar, en dichas valoraciones, el **reparto de tipos de leche de larga vida** según su contenido en grasa o según su orientación funcional:

Tipo de leche	Volumen (%)	Valor (%)	Tipo de leche	Volumen (%)	Valor (%)
Entera	39,0	38,5	Larga vida convencional	76	70
Semidesnatada	33,5	33,0	Larga vida enriquecidas	24	30
Desnatada	27,5	28,5			

Producto objeto de análisis:

- Los datos utilizados en el estudio, tanto obtenidos a partir de bases documentales disponibles, como de entrevistas o información directa en punto de venta, se refieren al período comprendido entre septiembre y diciembre de 2008, ambos inclusive.
- No obstante, también se ha tenido en cuenta el hecho conocido de las importantes oscilaciones de precios que tradicionalmente afectan al sector lácteo; así como la grave crisis de precios de las materias primas en la campaña 2007/2008; o bien los conocidos impactos que tienen los cambios de precio del sector lácteo francés sobre el comportamiento de los precios en el sector lácteo español, etc.
- Incluso se han tenido en cuenta también las tendencias observadas respecto a los previsibles comportamientos de tales precios en el primer semestre de 2009.

CONSIDERACIONES PARTICULARES:

Otras consideraciones sectoriales:

- En el estudio se ha prestado especial atención a **otros importantes aspectos o circunstancias del sector** que tienen gran capacidad de influencia en la configuración y/o alteración de determinados costes o precios a lo largo de la cadena de valor del sector. Así, se han analizado en detalle aspectos como:
 - La influencia de las **tipologías de explotaciones lecheras** y la especial valoración de los costes de oportunidad.
 - La influencia de las **importaciones de leche y productos lácteos** con su consiguiente impacto en los precios pagados en campo.
 - El impacto de la creciente **implantación de las MDD** que ya suponen más del 55% de las ventas de leche líquida envasada y que han iniciado también el proceso de absorción del segmento de las leches enriquecidas.
 - La necesidad de contemplar integralmente **el mix de producto** fabricado/vendido en el lineal de leche de consumo por cuanto es evidente que puede existir una “compensación de resultados” según la estructura de productos fabricados/vendidos (entera, semidesnatada, desnatada, enriquecida, etc.).
 - La imposibilidad de establecer con precisión la repercusión real de los **costes de la tienda** en cada uno de los diferentes tipos de producto que ocupan los lineales de venta.
 - El hecho de que la leche de consumo solo represente el 60% de utilización de la leche cruda recogida en España, por lo que también deberá contarse con el impacto en costes y precios del comportamiento de **otras cadenas de valor de otros productos lácteos** (yogures, queso, mantequilla, etc.).



CONSIDERACIONES PARTICULARES:

Por su importancia, algunos de estos factores o aspectos específicamente sectoriales son objeto de atención en los **Anexos** finales a este Informe, en concreto:

- **Estructura de la MDD (marca de distribución).**
- **Estructura de las explotaciones.**
- **Comercio exterior de leche.**
- **Resumen del store-check.**

- Se trata de un sector cuya producción está contingentada por un **régimen de cuotas** que ha venido limitando la producción española (establecida ahora en 6.205.660 toneladas). Las previsiones, recientemente confirmadas, de **supresión de este régimen de cuotas supone serias incertidumbres para el sector** y, probablemente, representa el más importante factor de influencia en la futura configuración de los precios de la leche española.
- **Estructura industrial** basada en gran medida en la elaboración de **LECHE LÍQUIDA ENVASADA**. Aproximadamente el 60% de toda la leche de vaca recogida en España se destina a leche líquida envasada, repartiéndose el resto entre producción de quesos, yogures y postres, mantequilla, leche concentrada y otros productos lácteos. Esta estructura difiere sensiblemente de la existente en los grandes mercados de la UE, productores y consumidores de leche, más basados en productos como queso, mantequilla y leche en polvo.
- Hay **1500 industrias lácteas**, de las cuales no más de 150 o 200 empresas y/o cooperativas industrializadoras tendrían actividad significativa como elaboradores y/o comercializadores de leche líquida envasada. Actualmente, **sólo ocho empresas estarían envasando más de 200 millones de litros al año**.
- Es todavía mayor la **atomización en las estructuras de producción** donde aún permanecen (a pesar de un largo e intenso proceso de concentración) 26.230 explotaciones con una producción promedio de 232.800 kgs/explotación, mucho más próxima que hace unos pocos años a los promedios de la UE, indicando todo ello el resultado de un gran esfuerzo de redimensionamiento sectorial, todavía insuficiente. Además, **un 32% de estas explotaciones** (que sólo aportan el 5% de la leche recogida) todavía **mantiene unos volúmenes de producción por explotación muy bajos**.

- **Compleja y costosa logística**, tanto de recogida de materia prima como de distribución de producto terminado, traduciéndose todo ello en importantes costes a incorporar en la cadena de valor, especialmente en la de leche líquida. Además, la ubicación geográfica de las zonas productoras de materia prima, muy alejadas de las grandes zonas de consumo, complica aún más esta costosa estructura logística sectorial.
- **Comercio exterior** crecientemente activo, con mayor o menor nivel de actividad en función de los precios de la leche en Francia, principalmente, o bien en Portugal, Benelux o Alemania. Así pues, **las importaciones de productos lácteos** son una realidad en España desde hace muchos años y forman parte inseparable de la estructura de autoabastecimiento de productos lácteos en España.
- En el año 2008 podría haberse producido un **significativo crecimiento de las importaciones** de productos lácteos, en todas sus manifestaciones; esto se debería a la mayor capacidad de producción en Francia (incremento de cuota) y a buenos resultados productivos; además también podría corresponderse con el fuerte incremento de las **ventas MDD en España**, en la mayoría de las gamas de productos lácteos y, muy especialmente, en la leche líquida.
- Efectivamente, un aspecto o factor absolutamente decisorio en el comportamiento de los precios en la cadena de valor de la leche líquida es la mayor o menor **cuota de mercado de las Marcas de la Distribución (MDD)**, así como los precios aplicados en estas marcas; en el año 2008 ya representan más del 52% de todo el consumo de leche líquida en España en volumen y el 45% en valor.

- Hay que destacar la continuada tendencia de reducción del **consumo de leche líquida envasada**; así entre el año 2000 y el 2008, a pesar del incremento de población (incluido el impacto inmigración), dicho consumo se ha reducido en más de medio millón de toneladas (pasando de más de cuatro millones de toneladas a 3,5 millones; y pasando de un consumo de unos 195 kgs/p.c. en 2000 a un consumo de menos de 92 kgs/pc en 2008, incluyendo Hogar y HORECA).
- Sin embargo, el gasto per cápita ha subido significativamente entre 2000 y 2008 (de 50 €/pc a más de 66 € pc) debido, sobre todo, al fuerte **incremento de los precios de la leche envasada**, especialmente en los dos o tres últimos años.
- También es muy significativo el hecho de que la leche líquida envasada se vende, casi en su totalidad, en lo que se denomina **Distribución Organizada** (grandes superficies – 25% -; supermercados – 45,5%-; y discounts – 20,5%-) quedando sólo un 8% de ventas en tiendas tradicionales u otros.
- Además, el **mercado mundial** de productos lácteos es muy amplio y complejo. En el mundo se producen más de 650 millones de toneladas de leche y, según previsiones de OECD, en el año 2015 se alcanzarán las 740 millones de toneladas. La producción española, en este mercado, es poco relevante o influyente (menos del 1%), mientras que en ese horizonte 2015 habrá numerosas nuevas “potencias productoras” con gran capacidad de influencia en el comportamiento del mercado lácteo mundial, especialmente por su potencial exportador y su gran competitividad en precios.

En la elaboración del estudio se han utilizado diferentes **vías de investigación**:

- Revisión de una amplia **DOCUMENTACIÓN SECTORIAL** referida a Producción, Industria, Logística y Distribución de productos lácteos (especialmente Leche Líquida Envasada); así como referida a **Mercados y Consumo** de dichos productos. (A continuación se aporta una relación de las principales Bases Documentales disponibles utilizadas).
- Realización de una investigación de **precios de venta de la leche líquida** al consumidor, a través de la revisión de publicaciones existentes (MARM y otras) y mediante un detallado **store-check** realizado en el período 1/20 de Noviembre de 2008.
- Realización de un análisis del **comercio exterior** de productos lácteos en general y de leche líquida (envasada y a granel) en particular con valoración de volúmenes, valores, precios unitarios y mercados origen/destino.
- Realización de **entrevistas directas** con diferentes agentes sectoriales. (En total 40 entrevistas o consultas, incluyendo la repetición de alguna de ellas -ver cuadro adjunto-)

El **período de referencia** de los datos es el correspondiente al **segundo semestre de 2008**, salvo indicación expresa en contra.



Principales bases documentales disponibles utilizadas

- Diferente documentación y publicaciones MARM sobre sector lácteo y aspectos conexos
- Diferentes Informes CCAE/FUT'S sobre el Sector Lácteo y aspectos conexos
- RENGRATI 2007
- Otras publicaciones sobre costes de producción en explotaciones lecheras
- Diferentes Informes de la Comisión sobre el Sector Lácteo, Cuotas, Ayudas, Normativas, etc.
- Diferentes Informes de FIAB y FENIL e INLAC sobre el Sector Lácteo
- Panel de Consumo (MARM) y otros Estudios sobre hábitos de consumo alimentario.
- Diferentes Estudios sobre Cadenas de Valor de Alimentos (MARM/ASEDAS/ACES)
- Diferentes Informes de Organizaciones Agrarias (UPA, ASAJA, COAG) sobre el Sector Lácteo
- Estudio sobre la Calidad de la Leche UHT (INLAC/ Universidad de Navarra)
- Modelo de Indexación de Precios (INLAC / 2003)
- OECD-FAO (Agricultural Outlook -2006-2015-)
- ESTACOM / AGENCIA TRIBUTARIA / ICEX / SECYT
- EUROSTAT
- MERCASA / DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO
- ALIMARKET
- INE (Diferentes bases de datos, incluyendo DIRCE, Encuesta Empresas y Productos, Presupuestos Familiares, etc.)
- Publicaciones, artículos, informes, etc, en medios de comunicación
- Publicaciones, artículos, informes, etc, en numerosas webs consultadas
- Bibliografía y revistas especializadas

1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Características y tendencias del sector
- 1.3. Metodología de trabajo

2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

4. Conclusiones del estudio

Anexos

- I. Estructura de MDD (Agosto 2007/Agosto 2008)
- II. Estructura de las explotaciones lecheras
- III. Comercio exterior de leche
- IV. Resumen del store check

- La **estructura general de las diferentes tipologías de cadenas de valor**, correspondientes a los distintos tipos de productos integrantes de la LÍNEA LECHE LÍQUIDA ENVASADA, **es prácticamente la misma** en todos los casos, por lo que puede representarse a través de un mismo esquema, según se indica en gráfico adjunto.
- Así pues, a través de este mismo modelo o formato de estructura de cadena de valor, mediante el establecimiento de las **“horquillas correspondientes”**, puede definirse el proceso general descriptivo de la secuencia e integración de costes y precios, hasta configurar el último y definitivo Precio de Venta al Consumidor Final. En consecuencia, tal y como también se recoge en otro gráfico adjunto, **dicha estructura general sería válida para un mínimo de unas 160 opciones de presentaciones** distintas de los productos ofertados, dentro de la línea de **Leche Líquida Envasada**.

ESTRUCTURA GENERAL DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA



- Explotación lechera
- Gestión cooperativa

- Transporte de recogida
- Centro intermedio de recogida
- Importaciones de materia prima

- Fabricación
- Comercialización
- Gestión industria

- Transporte de producto terminado
- Importación de producto terminado

- Plataforma
- Almacén intermedio
- Transporte a tienda
- Tienda
- Establec. Foodservice

- Consumidor



MÁS DE 160 OPCIONES DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN LA LÍNEA DE LECHE LÍQUIDA ENVASADA

TIPOLOGÍA DE PRODUCTO	TIPOLOGÍA DE ENVASE	TIPOLOGÍA DE MARCA
<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de tratamiento/Contenido <ul style="list-style-type: none"> - L. Costa Vida - L. Larga Vida - L. Enriquecidas <ul style="list-style-type: none"> • Cardiosaludable • Digestiva • Dietéticas • Otras - Batidos y bebidas de base leche - Leche infantil 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartón (UHT/otros) • Plástico estéril • Bolsa de plástico • Vidrio • Otros envases 	<ul style="list-style-type: none"> • Marcas del Fabricante (primera y segundas marcas) • Marca de la Distribución
<ul style="list-style-type: none"> • Contenido graso <ul style="list-style-type: none"> - Entera - Semidesnatada - Desnatada 		
<ul style="list-style-type: none"> • Volumen <ul style="list-style-type: none"> - 1.5 ó 2 l. - 1 l. - 0.5 ó 2.5 l. 		

EXISTE UNA AMPLÍSIMA VARIEDAD DE OPCIONES DE COMPRA DE LECHE LÍQUIDA ENVASADA



PRINCIPALES ÁREAS DE ACTIVIDAD Y OPERADORES INTEGRANTES DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA

- Al igual que en cualquier otra cadena de valor, en el caso concreto de la **Leche Líquida Envasada** se pueden agrupar todas las actividades en **tres grandes áreas**; y dentro de cada una intervienen distintos operadores:
 - **PRODUCCIÓN:** Explotación ganadera y Cooperativa.
 - **TRANSFORMACIÓN:** Industria (Fabricación, Comercialización y/o Gestión Industrial), Logística de Recogida y Logística de Distribución a cargo de la Industria.
 - **DISTRIBUCIÓN:** Plataforma, Almacén intermedio (Mayorista o similar), Transporte a Tienda (o entrega domiciliaria), Tienda y/o Establecimiento HORECA.
- Así pues, en la cadena de valor de la leche líquida envasada interviene un **elevado número de operadores**, de muy distintas características, aunque **perfectamente integrados y, en general, muy especializados** en esta línea de producto. Además, habría que agregar a los ya citados:
 - Los **Centros de Recogida**, que participan en la fase de logística de recogida y que, si bien tuvieron hace años cierto auge y relativo peso específico en la cadena de valor de la leche de vaca, actualmente están muy reducidos (sólo cabría citar los de COLAGA en Galicia y ALTA MORAÑA en Castilla y León; entre ambos controlarían no más de un 3% de la leche de vaca).
 - Los **Circuitos de Importación y Exportación** de leche (cruda y/o envasada) generalmente controlados por la Industria en cuanto a importaciones de leche cruda y por la Distribución en cuanto a importaciones de leche envasada (destinada a MDD). España viene importando, como promedio, en torno a dos millones de toneladas de todo tipo de productos lácteos (expresado en “leche equivalente”) y exportando en torno a un millón de toneladas (en “leche equivalente”). En el año 2008 las importaciones de leche envasada y otros productos lácteos podrían haber crecido fuertemente.

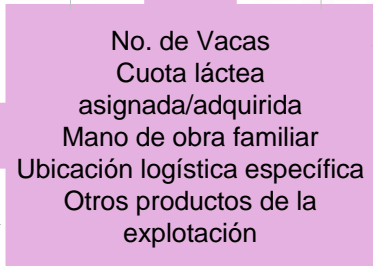
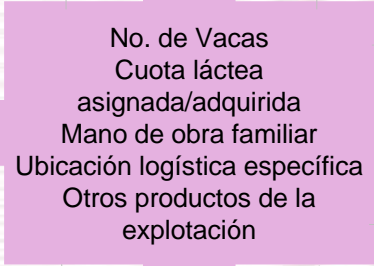
ACTIVIDADES INTEGRADAS EN LA FASE DE PRODUCCIÓN EN CAMPO:

- En España hay **26.230 explotaciones lecheras con una cuota láctea asignada de 6.105.660 Tms** y un total de unas **930.000 vacas lecheras**. Ello indicaría un tipo promedio de explotación con estas características:
 - 232,8 Tms/explotación.
 - 6.566 Kgs/vaca/año.
 - 36 vacas/explotación.
- Sin embargo, estos valores promedios se refieren a una estructura productiva en la que **conviven explotaciones de muy diferentes características**:

	No.	Cuota (Tms)	Producción/Explotación (Tms)
⇒ Explotación con menos de 75.000 kgs/explotación	8.464 (32,3%)	309.000 (5,0%)	36.508
⇒ Explotación con producción entre 75.000 y 200.000 kgs/explotación	8.565 (32,7%)	1.111.446 (18,2%)	129.760
⇒ Explotación con más de 200.000 kgs/explotación	9.201 (35%)	4.685.214 (76,8%)	509.200
TOTAL	26.230	6.105.660	232.770

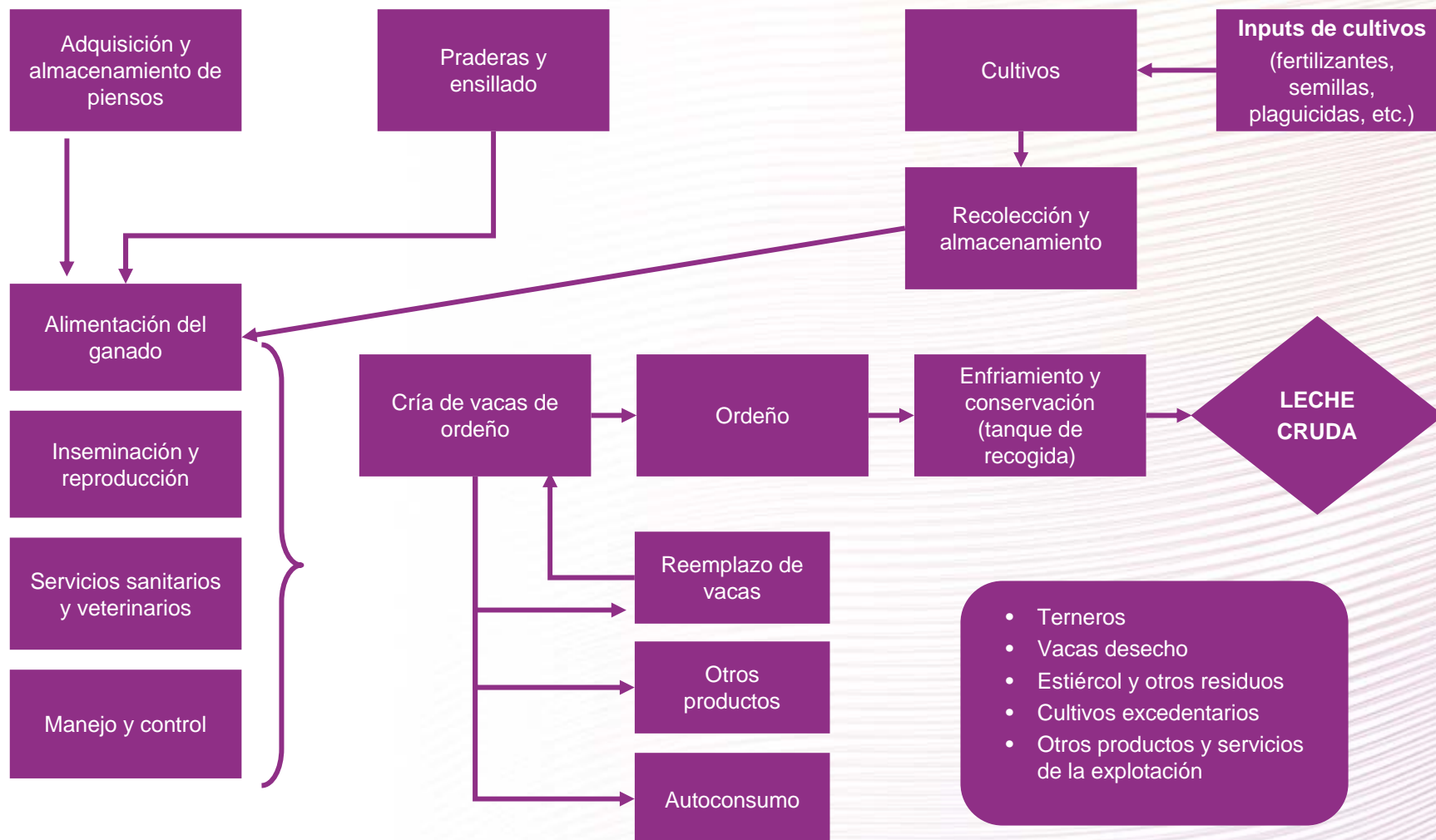
Fuente: MARM / UE (2007/2008)

- En esta fase de la cadena de valor, los factores que determinan la competitividad son los relacionados con la **dimensión** de la explotación, su estructura, organización y manejo; y, sobre todo los relacionados con el **tipo de alimentación del ganado** (ver cuadro adjunto).

FACTORES DE INFLUENCIA EN LA CONFIGURACIÓN DE LOS COSTES DE LA LECHE CRUDA Y DEPENDIENTES DE LA TIPOLOGÍA DE EXPLOTACIÓN						
Ubicación y tipo de superficie / Régimen de la explotación	Zona no desfavorecida			Zona desfavorecida		
	Con cultivos y/o praderas propias	Con cultivos y/o praderas arrendadas	Sin cultivos ni praderas	Con cultivos y/o praderas propias	Con cultivos y/o praderas arrendadas	Sin cultivos ni praderas
Extensivo						
Intensivo						
Mixto						

EN LA PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA SE SIGUE UN COMPLEJO PROCESO DE “ALIMENTACIÓN/CRÍA/MANEJO/ORDEÑO/ENFRIAMIENTO Y CONSERVACIÓN” GENERADOR DE DIFERENTES TIPOS DE COSTES ESPECÍFICOS DE ESTA FASE

Estructura de la producción de leche en campo:

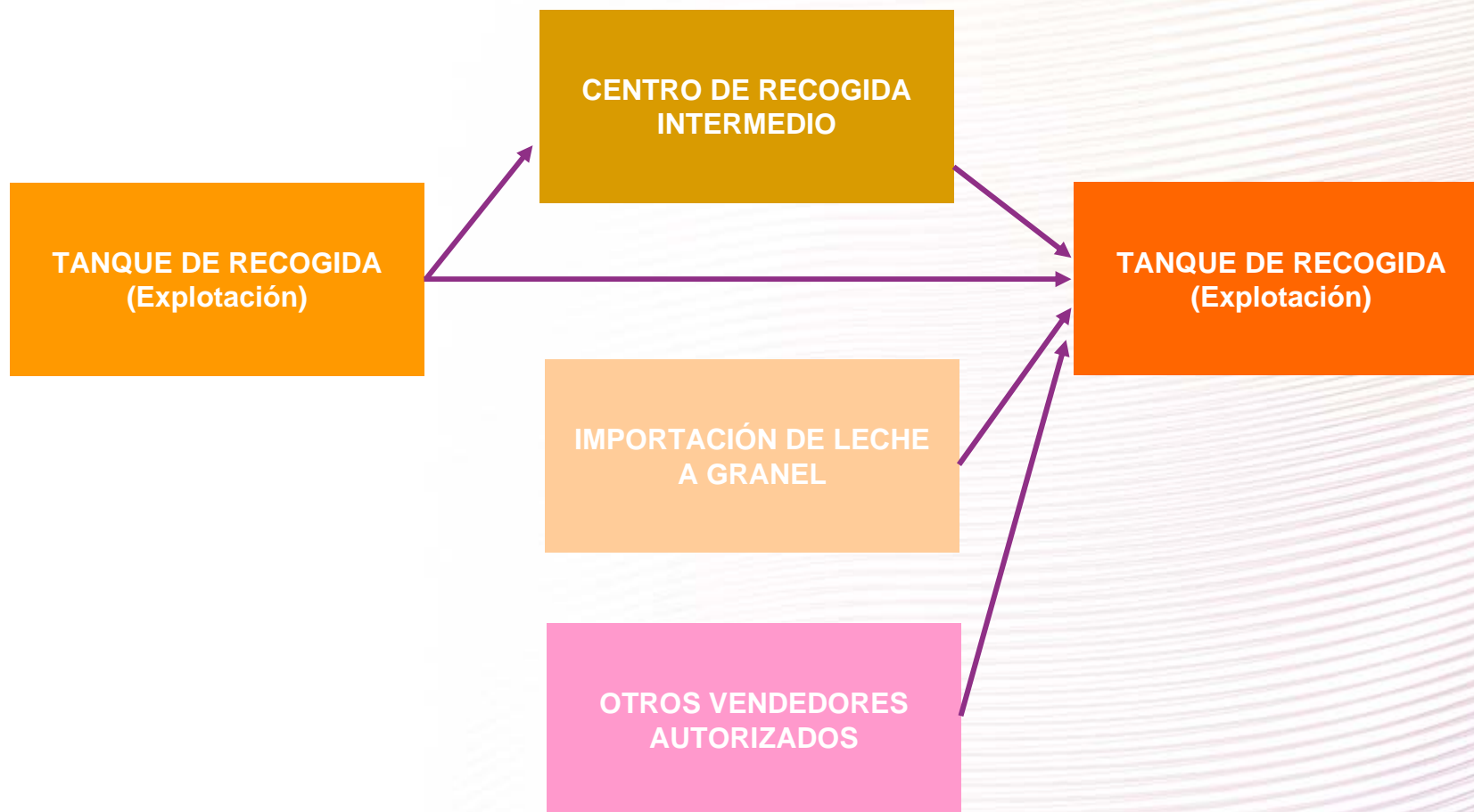


- Terneros
- Vacas desecho
- Estiércol y otros residuos
- Cultivos excedentarios
- Otros productos y servicios de la explotación

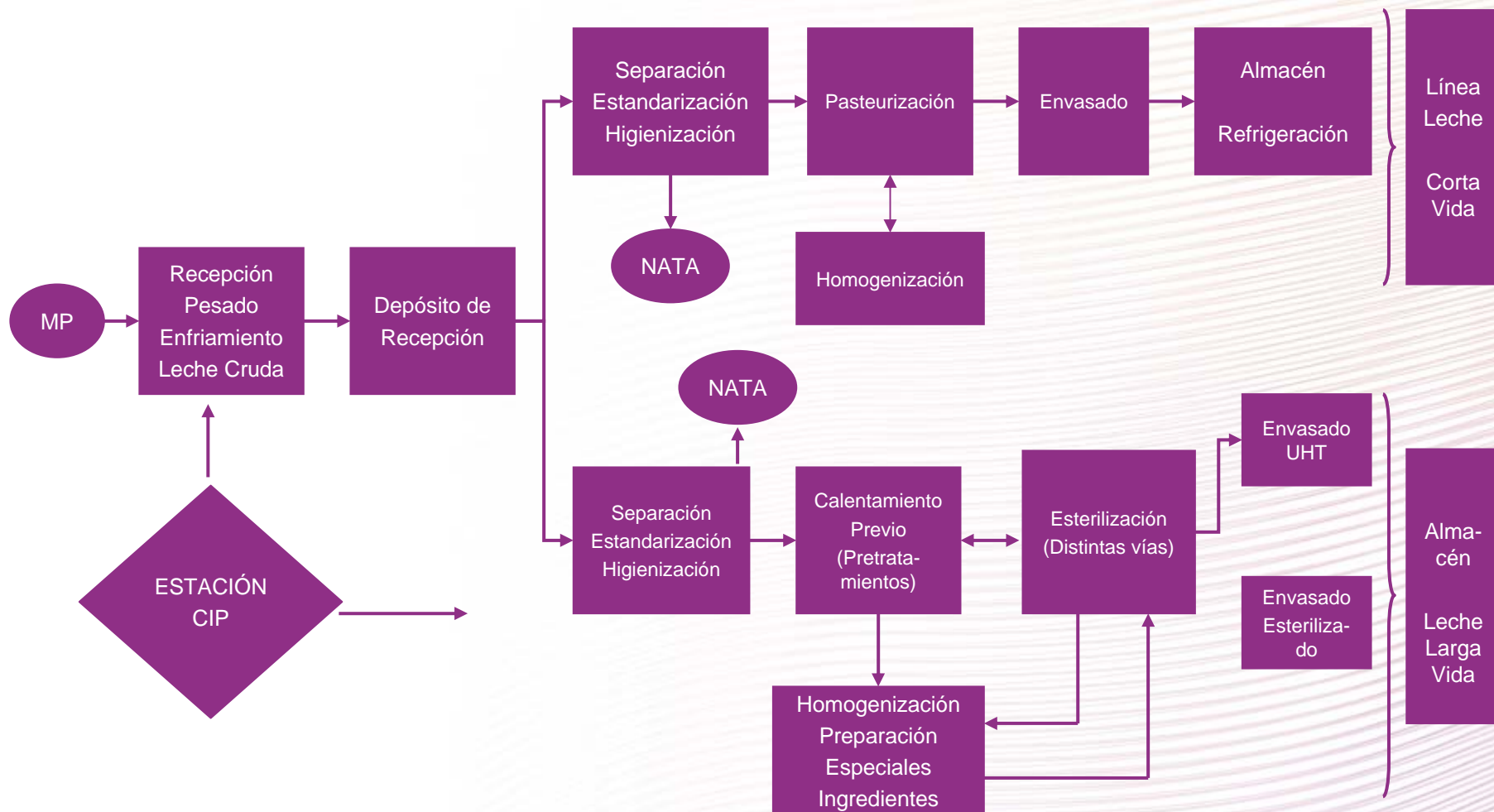
ACTIVIDADES INTEGRADAS EN LA FASE DE TRANSFORMACIÓN:

- Una vez posicionada la leche cruda en el tanque de recogida del ganadero, se tiene que trasladar hasta el muelle de recepción del fabricante, existiendo para ello diferentes opciones posibles que implican distintas alternativas de configuración de los **costes de logística de recogida**. Normalmente dicha logística de recogida está a cargo del fabricante (ver cuadro adjunto).
- Y una vez posicionada la materia prima en la recepción del fabricante, **se desarrolla el proceso de fabricación** (según se esquematiza en el cuadro adjunto) **que varía según se trate de leche de larga vida o leche de corta vida**. A su vez, según el mayor o menor grado de supresión de materia grasa, incorporación de ingredientes especiales o utilización de uno u otro tipo de envases, se va generando un amplio abanico de opciones productivas con sus consiguientes materializaciones en **Costes de Fabricación**.

CIRCUITO DE LOGÍSTICA DE RECOGIDA DE LA LECHE ANTES DE SU POSICIONAMIENTO EN EL MUELLE DE RECEPCIÓN DEL FABRICANTE



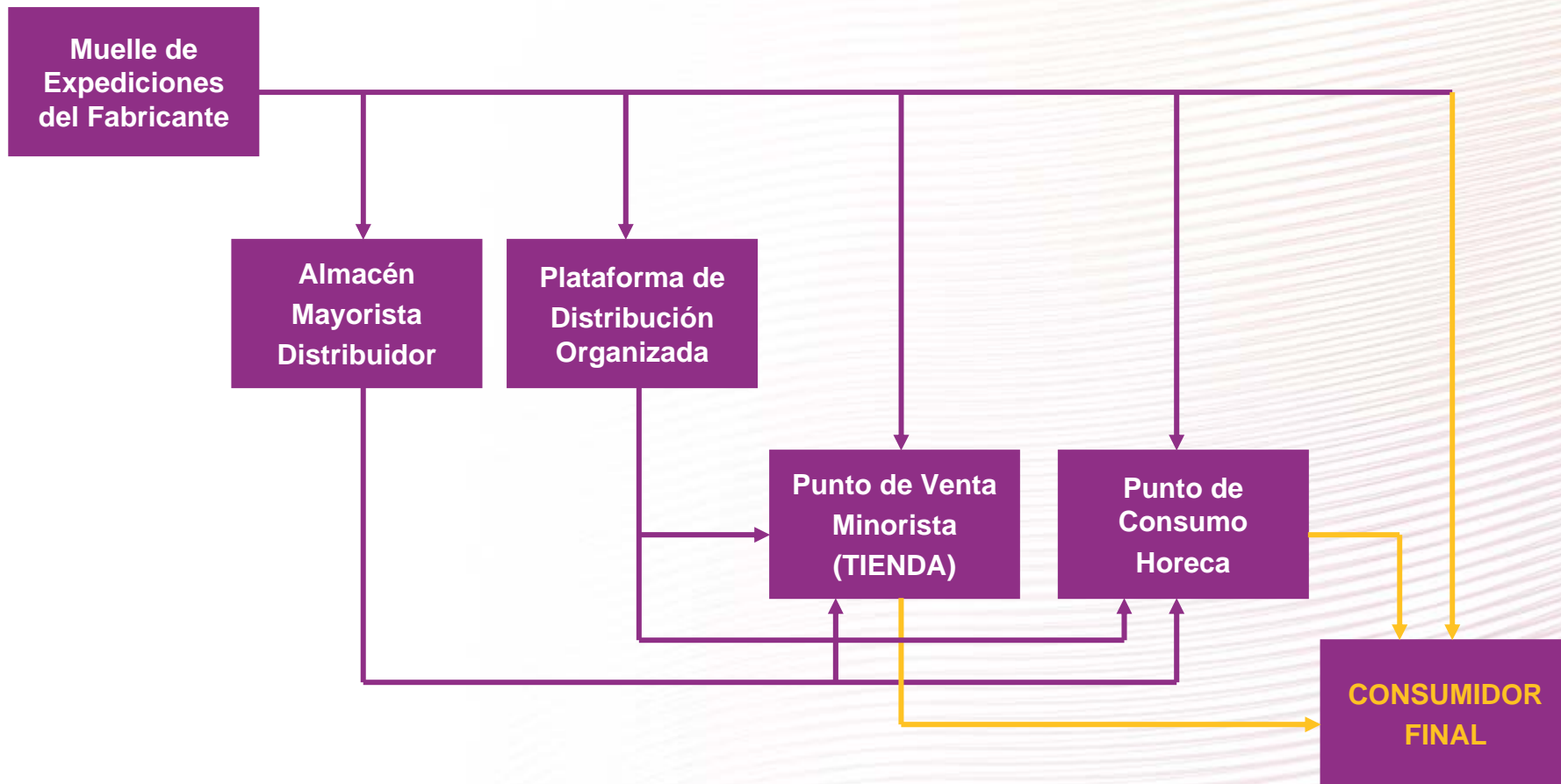
CIRCUITO DE LA LECHE LÍQUIDA EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN



ACTIVIDADES INTEGRADAS EN LA FASE DE DISTRIBUCIÓN

- Una vez posicionado el **producto terminado (leche líquida envasada)** en el muelle del distribuidor (almacenista/ mayorista, plataforma, tienda o punto de consumo HORECA), se inicia la **última fase del proceso de generación de costes** a lo largo de la cadena de valor de la leche líquida envasada. Esta fase incluye (según se aprecia en el cuadro adjunto):
 - El **almacenamiento intermedio** (ya sea una plataforma propia de la distribución o un almacenista/ mayorista/ distribuidor).
 - El **transporte a tienda o punto de consumo foodservice** (o entrega domiciliaria en algunos casos especiales)
 - La **actividad de la tienda.**

CIRCUITO DE DISTRIBUCIÓN A CONSUMIDOR FINAL



Nota: Es todos estos circuitos se generan importantes flujos de transporte, larga distancia o capilar.

1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Características y tendencias del sector
- 1.3. Metodología de trabajo

2. Descripción de la Cadena de Valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

3. Estructura de costes y precios

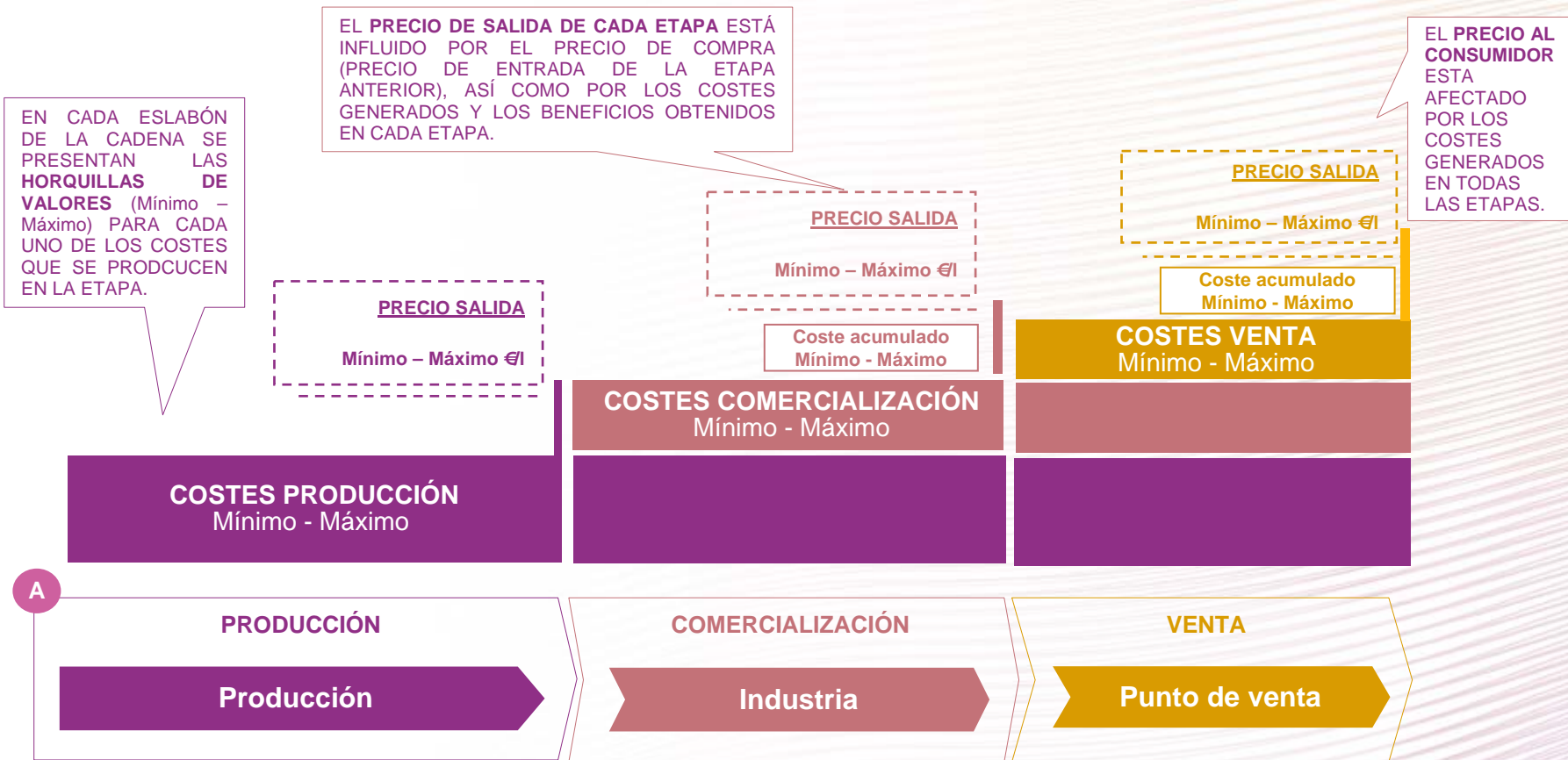
- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

4. Conclusiones del estudio

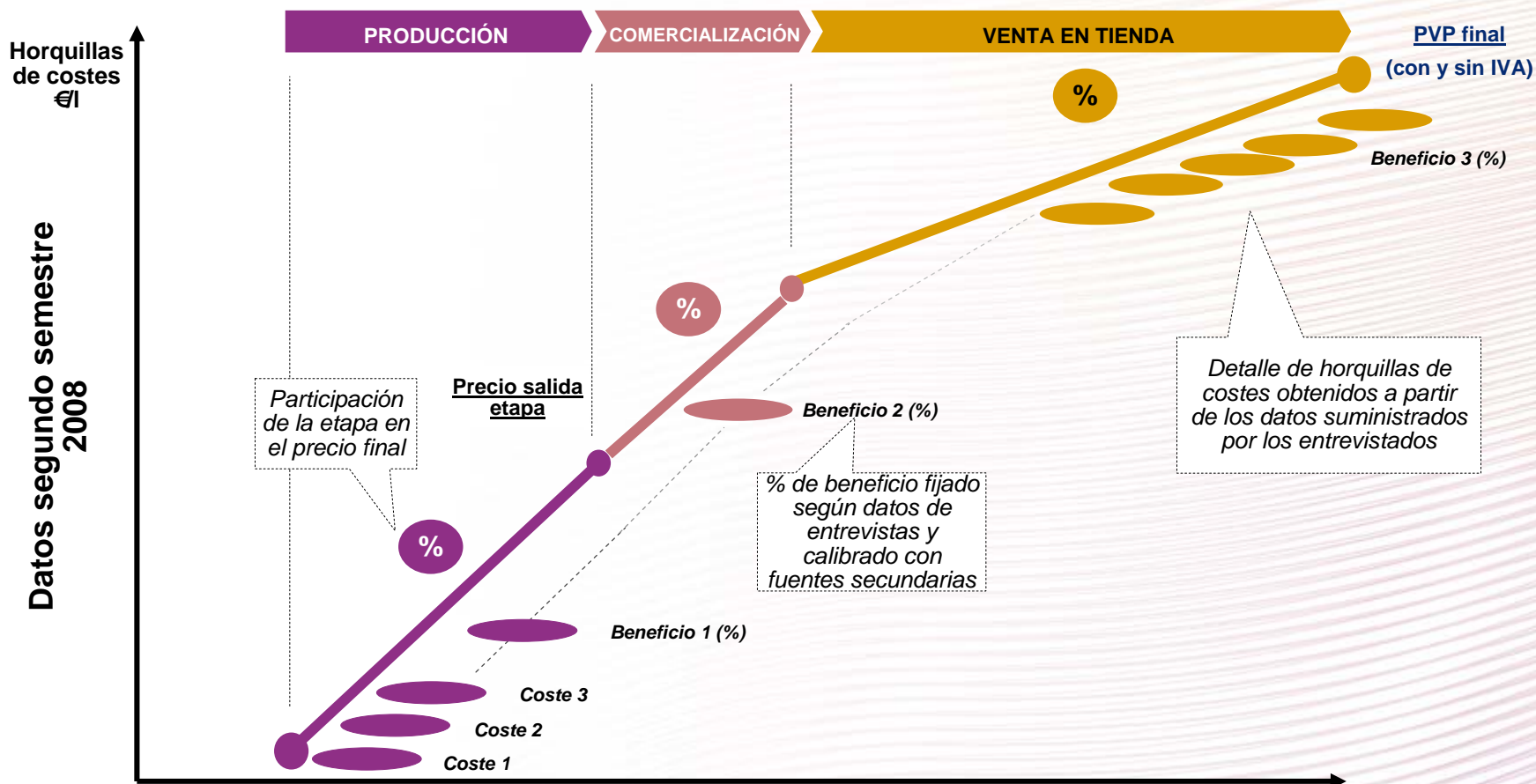
Anexos

- I. Estructura de MDD (Agosto 2007/Agosto 2008)
- II. Estructura de las explotaciones lecheras
- III. Comercio exterior de leche
- IV. Resumen del store check

EL ANÁLISIS DEL PROCESO DE FORMACIÓN DE PRECIOS PARTE DE LA IDENTIFICACIÓN DE LOS DIFERENTES COSTES QUE SE ORIGINAN EN CADA ETAPA



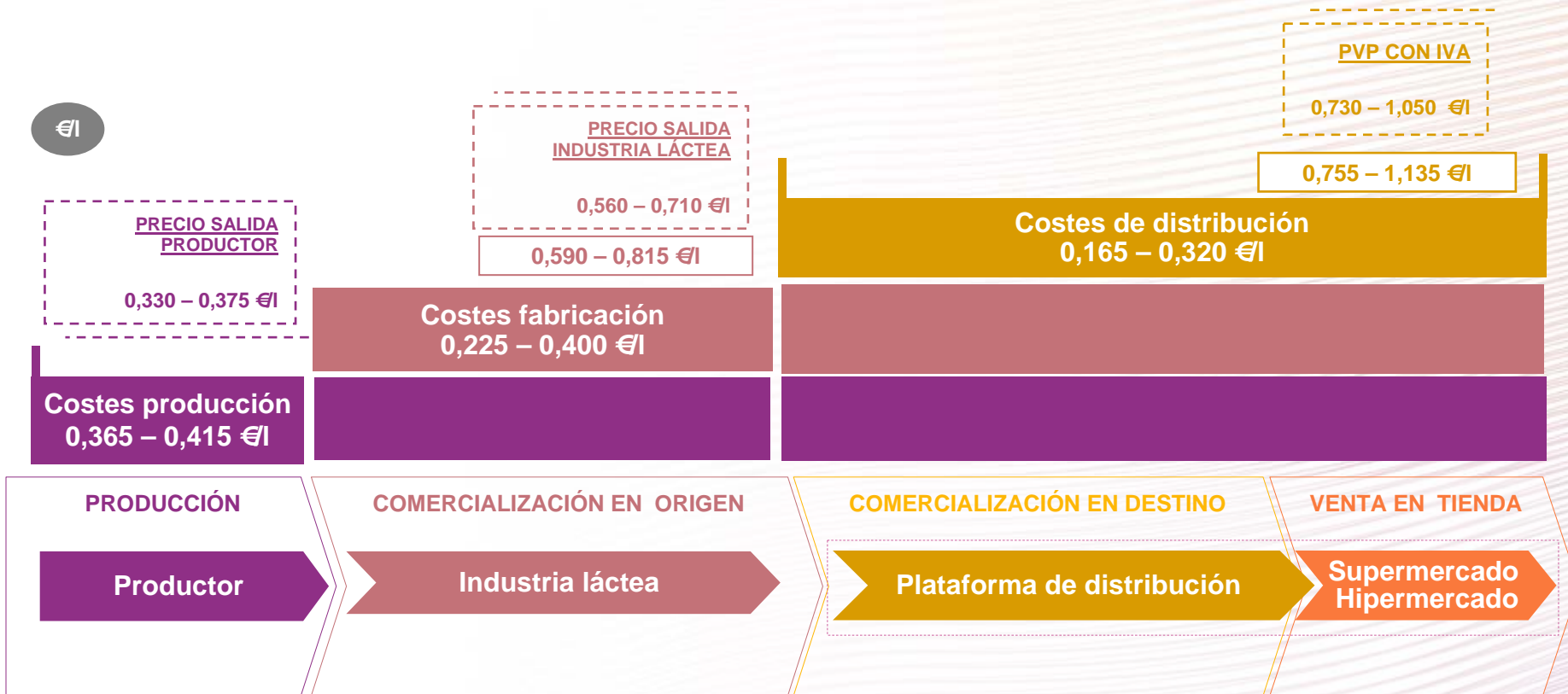
EL PRECIO AL CONSUMIDOR ES LA SUMA DE LOS COSTES GENERADOS Y DE LOS BENEFICIOS OBTENIDOS POR LOS AGENTES DURANTE EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD DE CADA UNA DE LAS ETAPAS



El proceso de formación de precios se representa gráficamente, detallando las horquillas de costes y beneficios netos obtenidos a partir de los datos suministrados por el sector

Leche líquida envasada

Datos correspondientes al segundo semestre de 2008

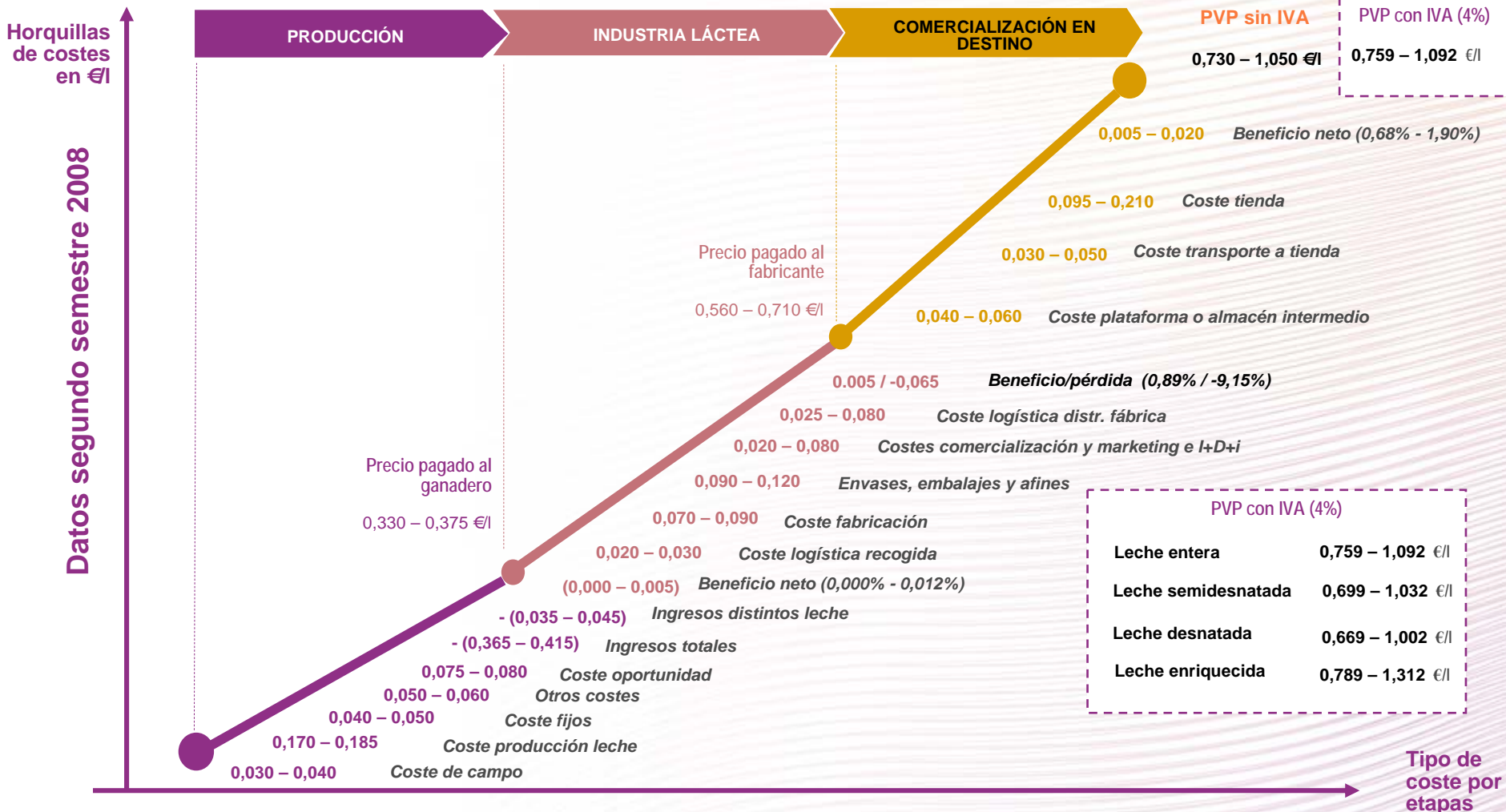


3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

3.1.- Esquema de la estructura de costes y precios



Observatorio
de Precios de los
Alimentos
MARM



- En la cadena de valor de la leche líquida envasada, la materia prima (es decir, leche cruda de vaca producida en explotación) **representa cerca del 40% del valor final del producto vendido al consumidor** (a veces más del 50%). Es un porcentaje muy alto y decisivo en la configuración de dicho precio final de venta.
- Además, en la producción de la materia prima utilizada en esta línea de productos, **participan 26.230 explotaciones lecheras españolas**, lo cual constituye un colectivo de gran importancia, por otra parte sometido a continuas incertidumbres sobre la competitividad y viabilidad futura de sus negocios.
- Interesa, por consiguiente, **examinar y valorar por separado los factores que deciden esa viabilidad y/o competitividad de las explotaciones**, por cuanto la retribución que percibe el ganadero por la leche que produce suele venir fijada más por las circunstancias del mercado lácteo de consumo final y/o internacional que por las propias circunstancias específicas de la propia explotación.
- Por todo ello, **se analizan los factores de coste de la producción de leche en campo**, con independencia de su destino (leche líquida u otros productos lácteos), de forma que los resultados de dicho análisis serán válidos para todas las definiciones de cada valor de cualquier tipo de producto lácteo producido en España.

- En la **definición y valoración de dichos factores de coste de la producción de leche en campo**, se han tenido en cuenta estos aspectos sectoriales:
 - La **estructura de producción de leche en campo** y los correspondientes capítulos de costes que conlleva.
 - Los factores diferenciadores de las **tipologías de explotaciones**.
 - La configuración del **precio de la leche cruda**.
 - Otros **factores de influencia**.
 - Con todo ello se ha podido establecer la estructura de costes de la leche producida en campo e identificar aquellos componentes de dicha estructura que cuentan **con mayor capacidad de incidencia en el valor final de la misma**.
 - Para ello, se han tenido en cuenta distintos **estudios o informes sobre estructura de costes en explotaciones (incluido RENGRATI 2007)**, así como la información aportada por diferentes operadores en esta primera fase de la cadena de valor (explotaciones, cooperativas, centros logísticos y otros agentes sectoriales)

- En términos generales, en la cadena de valor de la Leche Líquida Envasada (para una “cesta de productos” promedio y representativa del colectivo de productos de esta línea), entre el precio pagado por el consumidor por **1 LITRO DE LECHE ENTERA ENVASADA** y el precio pagado al ganadero por ese mismo litro de leche entera “cruda”, se habría producido un **incremento de valor del orden de 0.429 / 0.717 €** (considerando el IVA):

	Valor sin IVA
Precio pagado al ganadero	0.330 / 0.375
Precio pagado por el consumidor (IVA incl.)	0.759 / 1.092
Diferencia (incremento)	0.429 / 0.717
Factor de Multiplicación	2.30 / 2.91

- En diferentes cuadros y gráficos que figuran a continuación **se analiza y explican las razones y causas de estos incrementos de valor entre “campo y mercado”**.

INGRESOS, COSTES Y BENEFICIOS EN LA FASE DE PRODUCCIÓN EN CAMPO

COSTES TOTALES	Horquilla €/l	% s/Costes Producción	% s/Costes Explotación
Costes Campo	0.030 / 0.040	10.3 / 11.9	8.2 / 9.6
Costes producción leche	0.170 / 0.185	58.6 / 55.2	46.6 / 44.6
Costes fijos	0.040 / 0.050	13.8 / 14.9	11.0 / 12.0
Otros costes explotación	0.050 / 0.060	17.2 / 17.9	13.7 / 14.5
TOTAL COSTES PRODUCCIÓN	0.290 / 0.335	100	79.5 / 79.8
Costes oportunidad	0.075 / 0.080	(-)	20.5 / 20.2
TOTAL COSTES EXPLOTACIÓN	0.365 / 0.415	(-)	100

INGRESOS TOTALES		% s/Ingresos
Por venta de leche	0.330 / 0.375	90.4 / 89.3
Otros ingresos (equivalente a €/l)	0.035 / 0.045	9.6 / 10.7
TOTAL INGRESOS	0.365 / 0.420	100

BENEFICIO DE LA EXPLOTACIÓN		% 0.000 / 0.005
------------------------------------	--	------------------------

PRINCIPALES CAPÍTULOS INCLUIDOS EN LOS DIFERENTES CONCEPTOS DE COSTES DE PRODUCCIÓN DE CAMPO

1. COSTES VARIABLES DE CAMPO (Entre 8.2% y 9.6% del total de costes de la explotación)

- Semillas
- Fertilizantes
- plaguicidas
- Servicios contratados (calidad, formación, información, etc.)
- Otros costes variables (recolección, cultivos, suministros para el ganado, etc.)

2. COSTES DIRECTOS DE PRODUCCIÓN DE LECHE (Entre 46.6% y 44.6% del total de los costes de la explotación)

- Costes alimentación ganado y forrajes (vacas)
- Compra de ganado
- Arrendamiento de cuotas/penalizaciones
- Otros costes fijos o variables ligados a la producción de leche y manejo de ganado (servicios veterinarios, inseminación y reproducción, zoonosanitarios, recría del ganado, etc.)

3. COSTES FIJOS (Entre 11.0% y 12.0% del total de costes de la explotación)

- Mantenimiento y reparación de maquinaria e instalaciones
- Carburantes, combustibles y lubricantes
- Electricidad
- Agua
- Teléfono, informática y material oficina
- Seguros
- Impuestos y tributos
- Asesorías y gestorías

4. OTROS COSTES (Entre 13.7% y 14.5% del total de costes de la explotación)

- Salarios y seguridad social contratados
- Arrendamientos y alquileres
- Costes de financiación
- Amortización de instalaciones y maquinaria
- Amortización de cuota adquirida
- Varios e imprevistos

5. COSTES DE OPORTUNIDAD (Entre el 20.5% y el 19.3% del total de costes de la explotación)

- Retribución de la mano de obra familiar
- Retribución de los capitales invertidos por el ganadero en la explotación
- Retribución de los activos aportados por el ganadero a la explotación

LOS PRINCIPALES COSTES DE PRODUCCIÓN (ANTES DE CONSIDERAR LOS COSTES DE OPORTUNIDAD):

PRINCIPALES COSTES	
Costes de alimentación de ganado y cría	
Amortizaciones	
– Instalaciones y maquinaria	
– Cuota	
Medicamentos, higiene, etc.	
Genética y servicios veterinarios	
Energía (incluidos combustibles y carburantes)	
Mantenimiento y reparación	
Mano de obra contratada	
Fertilizantes	
Costes financieros	
Otros costes de producción	
TOTAL: 0.290 – 0.335	

ESTRUCTURA DE COSTES DE TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA:

	€/l	%
INGRESOS POR LITRO VENDIDO	0.560 / 0.710	100
COSTE DE LA MATERIA PRIMA	0.330 / 0.375	58.9 / 52.8
COSTE DE OTROS APROVISIONAMIENTOS (envases, embalajes, tapones, etc.)	0.090 / 0.120	16.1 / 16.9
COSTES LOGÍSTICA DE RECOGIDA	0.020 / 0.030	3.6 / 4.2
COSTES DE FABRICACIÓN	0.070 / 0.090	12.5 / 12.7
COSTES DE COMERCIALIZACIÓN, MARKETING Y GESTIÓN	0.020/ 0.080	3.6 / 11.3
COSTES DE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN (a cargo del fabricante)	0.025 / 0.080	4.5 / 11.3
BENEFICIO NETO DEL FABRICANTE	0.005 / -0.065	0.9 / -9.2

ESTRUCTURA GENERAL DE COSTES EN UNA INDUSTRIA LÁCTEA :

	%
TOTAL DE COSTES EN LA INDUSTRIA LÁCTEA	100
CONSUMOS	64.0
MATERIAS PRIMAS..... (47.5%)	
OTROS APROVISIONAMIENTOS..... (16.5%)	
GASTOS DE PERSONAL	10.0
SERVICIOS EXTERIORES Y DEMÁS GASTOS	18.0
AMORTIZACIONES	3.5
RESULTADOS	4.5

PRINCIPALES COMPONENTES DEL COSTE DE FABRICACIÓN (SIN INCLUIR ENVASES, EMBALAJES, CIERRES, ETC.):

0.070 / 0.090 €/l (sin ingredientes enriquecidos y afines)	
<ul style="list-style-type: none">▪ Mano de obra y dirección de fábrica▪ Energía, agua, vapor▪ Combustibles y carburantes▪ Otros trabajos, suministros y servicios▪ Mantenimiento y reparación▪ Seguridad y vigilancia▪ Limpieza y Punto Verde	<ul style="list-style-type: none">▪ Gestión medioambiental y tratamiento de residuos▪ Mermas en productos, envases y embalajes; rechazos, etc.▪ Calidad y trazabilidad▪ Amortización▪ Otros costes de fabricación▪ En leches enriquecidas, batidos y similares, incorporar los costes de ingredientes

DIFERENCIA DE COSTES EN LA PRODUCCIÓN DE LECHE ENTERA, SEMIDESNATADA Y DESNATADA

- En el proceso de elaboración de leche líquida envasada, se puede optar por producir **leche entera, semidesnatada y desnatada**; ello supone retirar mayor o menor porcentaje de grasa, que se comercializa aparte. Por tanto, esto debe trasladarse como mayor o menor coste de la materia prima utilizada (-0,06 €/l en el caso de la semidesnatada; y, -0,09 €/l en el caso de la desnatada). Todo lo cual daría estas opciones de precio de la materia prima utilizada en fabricación (sin incluir aun el coste de recogida y transporte a muelle de recepción del fabricante):

	Variación de coste final
- Leche entera	0.330 - 0.375
- Leche semidesnatada	.0270 - 0.315 (-0.060)
- Leche desnatada	0.240 - 0.285 (-0.090)

- Estas oscilaciones del coste real teórico de la materia prima utilizada se reflejan al final de cada estructura de coste, **deduciendo el valor de la grasa retirada** (-0.060 €/l en la semidesnatada y -0.090 €/l en la desnatada).
- Dentro del conjunto de leche líquida envasada, el reparto de cuotas de mercado por tipos de leche es, aproximadamente, el siguiente:

	% Cuota de mercado en volumen
- Leche entera	34%
- Leche semidesnatada	39%
- Leche desnatada	27%

DIFERENCIA DE COSTES EN LA PRODUCCIÓN DE LECHE ENRIQUECIDA

- En el caso de **leches enriquecidas y batidos** (sobre todo las cardiosaludables con incorporación de Omega 3), habría que añadir desde 0,015 €/litro hasta 0,110 €/litro como sobrecoste adicional, elevándose sensiblemente el coste final de fabricación.

Costes LECHE ENRIQUECIDA	Mínimo	Máximo
Por ingredientes	0.010	0.110
Por mayor control	0.010	0.060
Por mayor esfuerzo en I+D+i	0.005	0.030
Por promoción / publicidad	0.005	0.020
TOTAL	0.030	0.0220



PRINCIPALES COMPONENTES DEL COSTE DE COMERCIALIZACIÓN Y GESTIÓN:

0.020 / 0.080 €/l

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Dirección y administración de la empresa▪ Gestión comercial y ventas▪ Gestión de marketing, promoción y publicidad▪ Gestión financiera (ingresos y gastos financieros) | <ul style="list-style-type: none">▪ Gestión de I+D+i▪ Seguros, impuestos, etc.▪ Otros gastos de administración y gestión de la empresa / industria |
|---|--|

COSTES DE PLATAFORMA / ALMACÉN INTERMEDIO:

SE ESTIMAN UNOS COSTES DE ALMACENAMIENTO INTERMEDIO QUE OSCILAN ENTRE 0.040 Y 0.060 €/l

ESTOS COSTES INCLUYEN:

- Recepción, descarga y control de mercancía
- Apilado y paletización según clientes/salidas (grouping/picking) y demás organización de los movimientos dentro de la plataforma. Reposición de productos
- Verificación de la trazabilidad y etiquetado
- Devoluciones de mercancías e información de incidencias
- Incorporación de información al sistema informático e integración de información proveedor / producto / control
- Control de stocks
- Adecuación de palets
- Mantenimiento de almacenes y dependencias
- Preparación de pedidos (picking) para las tiendas (o minoristas finales) y consolidación de las expediciones/rutas.
- Confirmación de disponibilidad de pedidos y salidas.
- Ubicación de pedidos en muelle de salida
- Preparación y emisión de documentación de salida
- Carga de camiones de transporte a tienda (cuando corra a cargo del almacén intermedio)
- Gestión de residuos procedentes de envases, embalajes, sandachs, etc.
- Mermas, caducidades, robos, rechazos, etc.



COSTE DE LA TIENDA:

0.095 / 0.210 €/l

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Coste del local (amortización, alquiler, etc.)▪ Coste de funcionamiento (energía, agua, climatización)▪ Reposición del producto▪ Coste de mano de obra (fija y eventual)▪ Subcontrataciones y servicios varios▪ Materiales, envases, embalajes, etc.▪ Reparación y mantenimiento, decoración, reformas, etc.▪ Seguros▪ Seguridad y vigilancia | <ul style="list-style-type: none">▪ Impuestos y tasas▪ Costes financieros▪ Mermas, roturas y desperfectos, caducidades, robos, etc.▪ Promoción y publicidad dentro de la tienda▪ Promoción y publicidad fuera de la tienda▪ Gestión medioambiental▪ Coste del control de calidad en tienda▪ Coste de la “no rotación” de productos▪ Etc. |
|---|--|

AGREGACIONES DE COSTES Y FACTORES CRÍTICOS EN LAS GRANDES ÁREAS DE ACTIVIDAD DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA

AREAS DE ACTIVIDAD	INCREMENTO DE PRECIO RESPECTO A LA FASE ANTERIOR (€/l)	(%)	FACTORES CRÍTICOS/DE INFLUENCIA
Coste de producción en campo	0.365 / 0.415	50.0 / 39.5	Costes de alimentación , amortizaciones, genética/ veterinaria, mantenimiento, coste oportunidad
Logística de recogida	0.020 / 0.030	2.7 / 2.9	Coste transporte , trazabilidad y control
Transformación, comercialización y gestión industrial	0.180 / 0.290	24.7 / 27.6	Costes envases y embalajes , costes de fábrica, costes comerciales/marketing
Logística de distribución	0.095 / 0.190	13.0 / 18.1	Coste de plataforma o almacén intermedio, coste transporte plataforma/almacén, costes transporte a tienda/HORECA
Tienda	0.095 / 0.210	13.0 / 20.0	Coste de la tienda (personal, mermas, amortizaciones, alquileres, seguros, gestión medioambiental, vigilancia, etc.)
PRECIO (SIN IVA)	0.730 / 1.050	100	
IVA (4%)	0.029 / 0.042		
PRECIO (CON IVA)	0.759 / 1.092		



1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Características y tendencias del sector
- 1.3. Metodología de trabajo

2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de las cadenas de valor
- 2.2. Configuración de las cadenas de valor seleccionadas

3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquemas de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

4. Conclusiones del estudio

Anexos

- I. Estructura de MDD (Agosto 2007/Agosto 2008)
- II. Estructura de las explotaciones lecheras
- III. Comercio exterior de leche
- IV. Resumen del store check

LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES QUE SE PUEDEN EXTRAER DEL ESTUDIO SON:

- La finalidad del Estudio realizado era describir la **cadena de valor** de la leche líquida envasada, establecer la **secuencia de agregación de costes** a lo largo de dicha cadena e identificar los **factores que influyen** o pueden influir en la modificación de dichos costes.
- Es indudable que la leche líquida envasada no es le único producto lácteo existente; por el contrario, del total de leche recogida y/o importada, un parte importante (en torno al 60%) se destina a elaborar distintos tipos de leches líquidas envasadas; pero otra parte se dedica a elaborar otros productos lácteos (quesos, yogures y postres, nata y mantequilla, leches concentradas, etc.) . Por consiguiente **para tener una visión global de la cadena de valor en el conjunto del Sector Lácteo, será necesario contar con la visión complementaria de otras cadenas de valor**, además de la correspondiente a la leche líquida envasada.
- Por otra parte, también es muy importante señalar que en el caso de los productos lácteos, en general, y de la leche líquida envasada en particular, las **propias características, especificidades e incertidumbres del sector**, provocan o promueven numerosos factores de influencia en las estructuras de costes de tales productos lácteos, muchas veces con mayor capacidad de impacto que esos otros factores implícitos en la propia cadena de valor.

LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES QUE SE PUEDEN EXTRAER DEL ESTUDIO SON (Continuación):

Así pues, como **marco general y punto de partida**, es obligado hacer referencia a ese conjunto de factores de influencia, de carácter sectorial, capaces de impactar decisivamente en el conjunto de cadenas de valor de todos los productos sectoriales; cabría mencionar los siguientes:

- **Régimen de cuotas** y supresión del mismo en 2015.
- **Atomización productiva e industrial**, frente a una fuerte concentración de la Distribución Organizada.
- **Preponderancia de la producción industrial de leche líquida envasada**, con una enorme variedad de presentaciones de la misma.
- **Logística de recogida compleja y costosa.**
- **Sistemas de control muy rígidos y costosos.**
- **Incidencia cíclica de las importaciones de leche**, ya sea envasada o bien a granel; y gran influencia de las importaciones de otros productos lácteos (principalmente queso).
- El **consumo de leche líquida envasada viene disminuyendo** en los últimos años.
- Las **MDD** ya representan más del **52% del consumo interior.**
- La mayoría de la leche líquida envasada **se vende en la Distribución Organizada (92%).**



LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES QUE SE PUEDEN EXTRAER DEL ESTUDIO SON (Continuación):

- Los **precios en el sector de la leche líquida envasada los fija el mercado** (demanda, competencia, disponibilidades, etc.) y no se fija en función de las circunstancias y características de las explotaciones.
- Ya se ha señalado que la cadena de valor de la leche líquida envasada no reviste demasiada complejidad estructural; sin embargo, en cada uno de sus grandes componentes básicos o eslabones pueden identificarse numerosos **“factores de tensión”** capaces de condicionar decisivamente el funcionamiento armónico de la misma:
 - Los distintos **modelos de explotación** y/o producción.
 - Los diferentes **modelos logísticos** utilizados en el sector, tanto en los circuitos de recogida como de distribución de leche cruda por parte de los ganaderos, con las consiguientes diferencias en los costes de cada explotación y en su rentabilidad.
 - Los distintos precios aplicados al mismo tipo de producto final, según se comercialicen con marcas del fabricante o **marcas del distribuidor**, aunque en contenido y calidad no existan diferencias apreciables.
 - La incorporación de materia prima o productos terminados, **procedentes de la importación**, en la cadena de valor.
 - Las distintas **tipologías de producto** y/o de formatos de presentación del producto final.

Por consiguiente, la **composición y estructura actual de la cadena de valor de la leche líquida envasada es bastante rígida y parece estar suficientemente ajustada**, sobre todo si se tiene en cuenta que el 52% de las ventas se hacen con marca de la distribución que ofrece precios mucho más bajos que los aplicados, por lo general, en las marcas de los fabricantes.



LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES QUE SE PUEDEN EXTRAER DEL ESTUDIO SON (Continuación):

Por tanto, muchas de **las propuestas de actuación o mejora de dicha cadena de valor, posiblemente tendrán que relacionarse con la mejora de las propias estructuras sectoriales**. Cabría destacar estas opciones:

- Ante todo parece obligado plantear la **necesidad de continuar e intensificar el proceso de mejora de la eficiencia de las explotaciones ganaderas** para hacerlas menos dependientes de los cambios en los suministros o de las tensiones en los precios por estacionalidades, excedentes en grandes países productores, etc. La necesidad de adaptación ante la supresión del régimen de cuotas lácteas en 2015, es una oportunidad inmejorable para abordar ese profundo proceso de adecuación y competitividad de las explotaciones lecheras.
- Por similares razones, deberán **definirse y promoverse procesos de concentración de explotaciones e industrias** para conseguir costes de producción de materias primas y costes de fabricación más competitivos.
- En línea con lo anterior, también deberán **promoverse procesos de optimización de las logísticas de recogida y distribución**.
- El Sector Lácteo, en todos los eslabones de su cadena de valor, también deberá plantear **nuevos modelos de estructuración de producciones** para diversificar productos y adaptar éstos a las auténticas demandas del mercado.



LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES QUE SE PUEDEN EXTRAER DEL ESTUDIO SON (Continuación):

- Deberán identificarse, por tanto, nuevos **modelos de conexión productor/consumidor** que permitan suprimir algunos de los eslabones de la cadena de valor, logrando los consiguientes ahorros de costes.
- Deben **identificarse y aplicarse sistemas innovadores, realistas y viables de planificación de producciones**, entregas y precios, contando con todos los elementos del mercado y buscando cada vez una menor dependencia de subvenciones o proteccionismos públicos.
- Finalmente, se necesitan **nuevos modelos de comunicación y promoción del consumo de leche líquida producida y envasada en España**, partiendo de innovaciones diferenciadoras y realistas.

1. Introducción

- 1.1. Consideraciones generales y particulares del estudio
- 1.2. Características y tendencias del sector
- 1.3. Metodología de trabajo

2. Descripción de la cadena de valor

- 2.1. Estructura general y descripción de la cadena de valor
- 2.2. Descripción de actividades y agentes intervinientes

3. Estructura de costes y precios

- 3.1. Esquema de la estructura de costes y precios
- 3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

4. Conclusiones del estudio

Anexos

- I. Estructura de MDD (Agosto 2007/Agosto 2008)
- II. Estructura de las explotaciones lecheras
- III. Comercio exterior de leche
- IV. Resumen del store check

IMPLANTACIÓN DE LAS MARCAS DE LA DISTRIBUCIÓN

(Volumen - Millones de litros-)	Campaña 06/07 (Agosto)	Cuota (%)	Campaña 07/08 (Agosto)	Cuota (%)	Δ Campaña 06/07 - 07/08 (%)
TOTAL LECHE LÍQUIDA	3.262	100	3.237	100	-0.8
▪ MDD	1.621	49.7	1.692	52.3	+4.4
▪ Marcas Fabricante	1.641	50.3	1.545	47.7	-5.9
(Valor - Millones de euros-)	Campaña 06/07	Cuota (%)	Campaña 07/08	Cuota (%)	Δ Campaña 06/07 - 07/08 (%)
TOTAL LECHE LÍQUIDA	2.229	100	2.688	100	+20.6
▪ MDD	855	38.4	1.209	45	+41.4
▪ Marcas Fabricante	1.374	61.6	1.479	55	+7.6
(Precio Unitario Aparente -€/Kg-)	Campaña 06/07		Campaña 07/08		Δ Campaña 06/07 - 07/08 (%)
TOTAL LECHE LÍQUIDA	0.68		0.83		+22
▪ MDD	0.52		0.71		+36
▪ Marcas Fabricante	0.83		0.95		+14

FUENTE. Elaboración propia / Nielsen

- Es evidente que la configuración de costes de producción de leche en campo está totalmente condicionada por la **dimensión y competitividad** de cada tipología de explotación (producción por explotación, número de vacas y producción por vaca)
- Por otra parte, buena parte de la producción de leche en campo se ubica en unas pocas CCAA (Galicia y Asturias -47%-; Castilla y León -13%-; resto Cornisa Cantábrica y Navarra -15%-; Cataluña -10%-; y Andalucía -7%-). Ello se traduce en una **mayor exigencia de costes logísticos** por traslados de leche cruda o productos terminados desde las zonas productoras hasta las zonas de gran consumo
- Incluso, dentro de unas determinadas zonas claramente orientadas a la producción de grandes volúmenes de materia prima, se asiste a una compleja estructuración de la logística de recogida, con amplia proliferación de primeros compradores, **rutas de recogida entrecruzadas** o superpuestas, etc. Todo ello conlleva **excesivos costes logísticos** que podrían ser objeto de simplificación a partir de iniciativas de optimización de sistemas en estas áreas

ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN POR DIMENSIÓN

Estratos de producción por explotación (Tms)	No. de Explotaciones	Producción en Tms	Producción por explotación (Tms)
< 25	2.948	40.712	13.8
25 / 50	2.946	109.304	37.1
50 / 70	2.570	158.990	61.9
75 / 200	8.565	1.111.446	129.8
250 / 300	3.842	846.226	220.3
> 300	5.721	3.838.661	671.0
TOTAL	26.230	6.105.660	232.8

ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN POR CCAA

CCAA	No. Explotaciones	Producción (Tm)	Producción por explotación (Tm)
Galicia	14.591 (55,6%)	2.219.965 (36,4%)	152.14
Asturias	3.331 (12,7%)	626.904 (10,3%)	188.20
C. y León	2.586 (10,0%)	804.725 (13,2%)	311.18
Cataluña	883 (3,4%)	578.430 (9,5%)	655.07
Cantabria	2.100 (8%)	407.413 (7,8%)	222.57
Andalucía	871 (3,3%)	441.375 (7,2%)	506.74
Resto CCAA	1.868 (7,1%)	966.848 (15,8%)	517.58
TOTAL	26.230	6.105.660	232,8

Fuente: MARM / CCAE



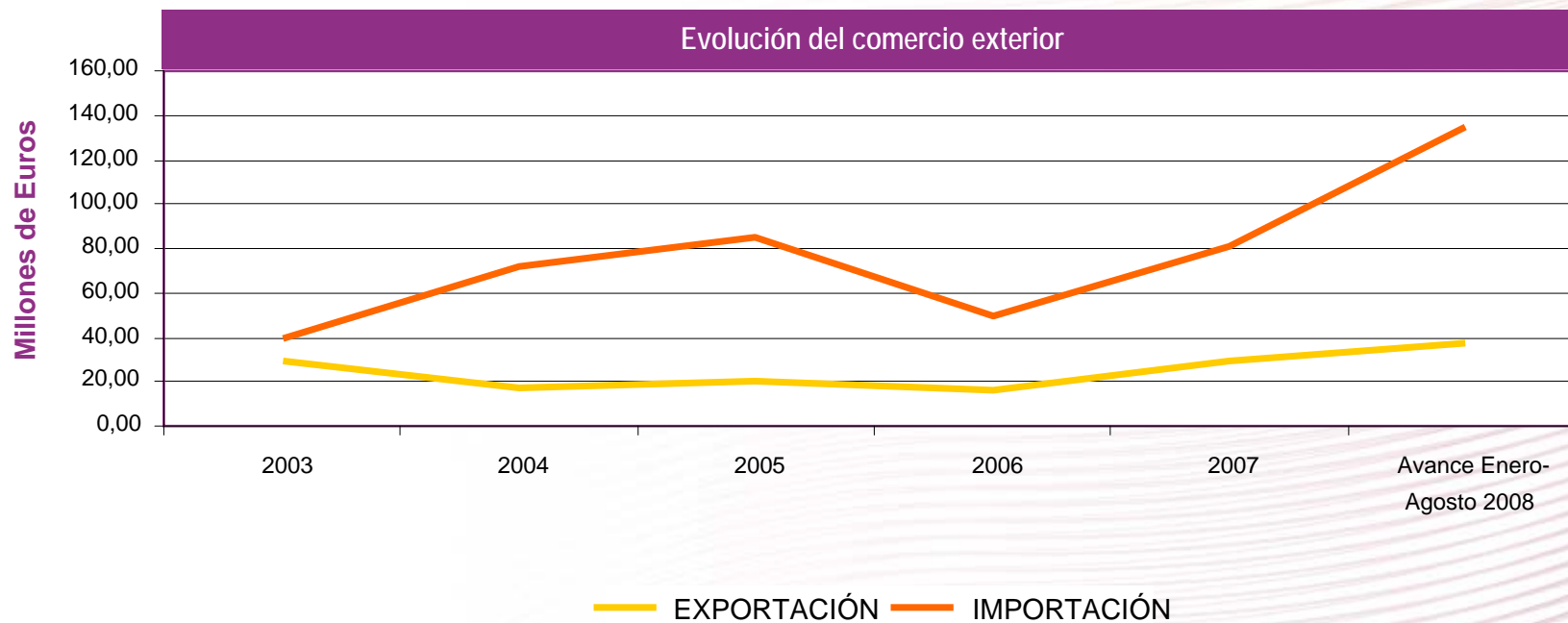
COMERCIO EXTERIOR DE LECHE A GRANEL

TOTAL MUNDO	2003	2004	2005	2006	2007	Avance Enero-Agosto 2008
EXPORTACIÓN						
Valor (M.€)	29,11	16,98	20,28	16,29	29,04	37,04
Volumen (miles Tms)	69,25	33,64	45,00	71,70	91,30	74,73
Precio Unitario (€/Kg)	0,42	0,50	0,45	0,23	0,32	0,50
IMPORTACIÓN						
Valor (M.€)	39,86	71,57	85,19	50,10	80,56	134,50
Volumen (miles Tms)	138,92	223,52	278,10	176,19	273,53	356,88
Precio Unitario (€/Kg)	0,29	0,32	0,31	0,28	0,29	0,38
SALDO COMERCIAL						
Valor (M.€)	-10,75	-54,59	-64,91	-33,81	-51,52	-97,46
Volumen (miles Tms)	-69,67	-189,88	-233,10	-104,49	-182,23	-282,15

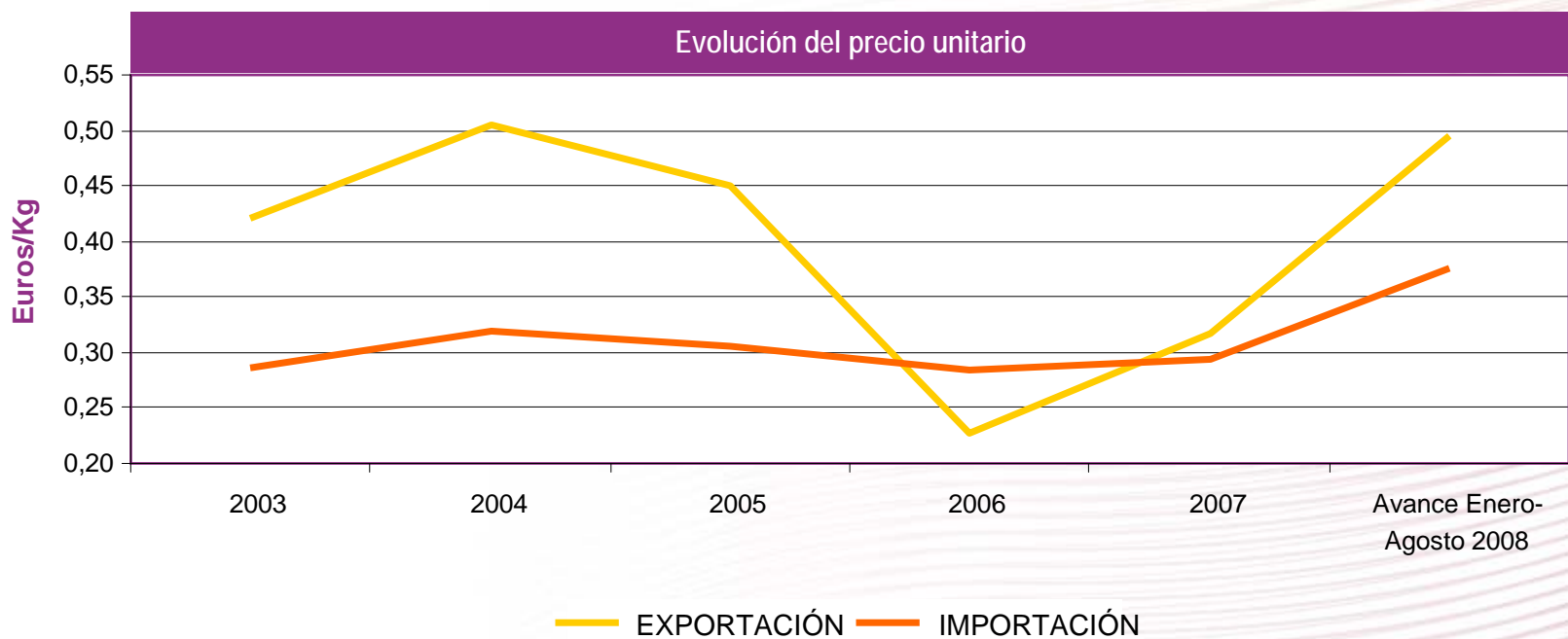
COMERCIO EXTERIOR DE LECHE ENVASADA

TOTAL MUNDO	2003	2004	2005	2006	2007	Avance Enero-Agosto 2008
EXPORTACIÓN						
Valor (M.€)	42,10	46,29	19,83	14,42	23,16	38,05
Volumen (miles Tms)	100,59	103,13	38,97	27,76	40,82	72,56
Precio Unitario (€/Kg)	0,42	0,45	0,51	0,52	0,57	0,52
IMPORTACIÓN						
Valor (M.€)	95,05	100,44	110,65	120,15	156,71	111,35
Volumen (miles Tms)	220,43	226,05	254,38	204,60	196,07	201,99
Precio Unitario (€/Kg)	0,43	0,44	0,43	0,59	0,80	0,55
SALDO COMERCIAL						
Valor (M.€)	-52,95	-54,15	-90,82	-105,73	-133,55	-73,30
Volumen (miles Tms)	-119,84	-122,92	-215,41	-176,84	-155,25	-129,43

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE LECHE A GRANEL



EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE LECHE A GRANEL

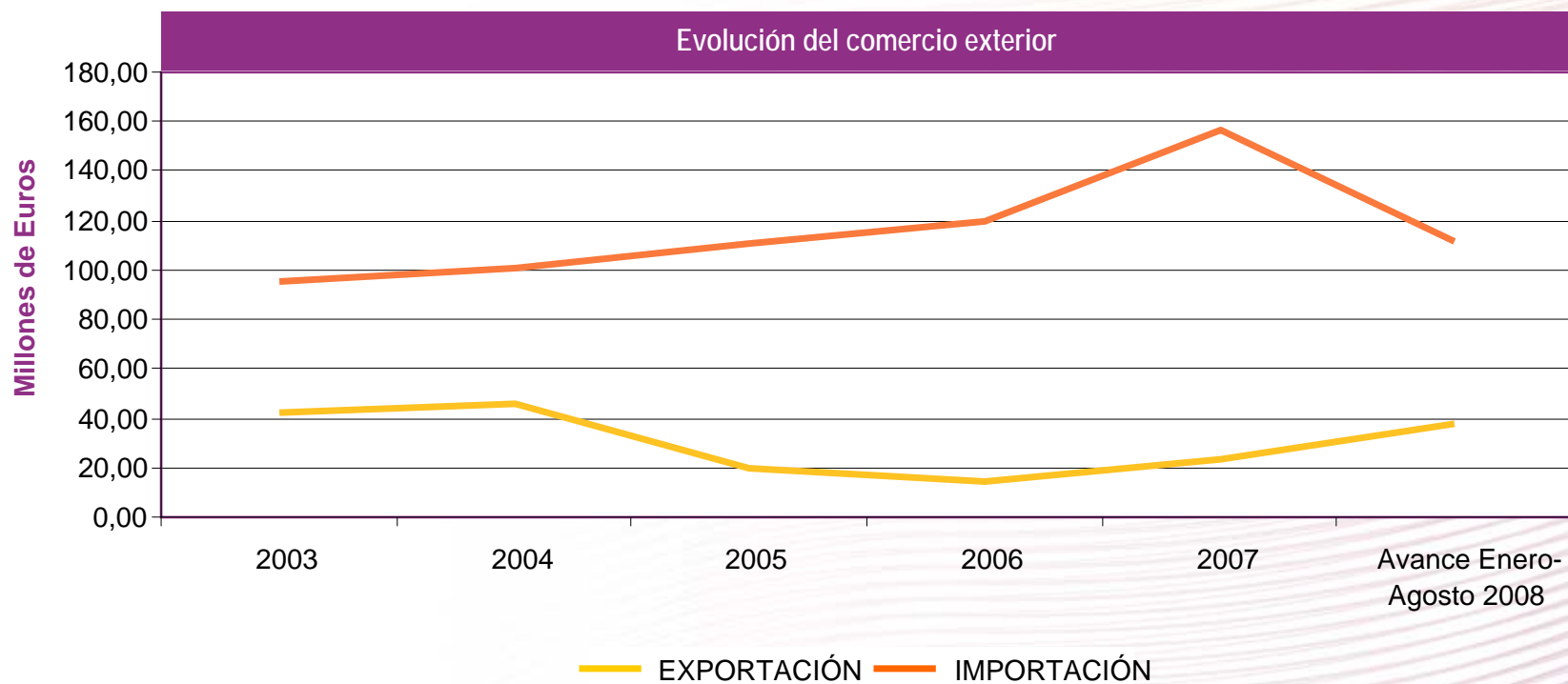


IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LECHE A GRANEL

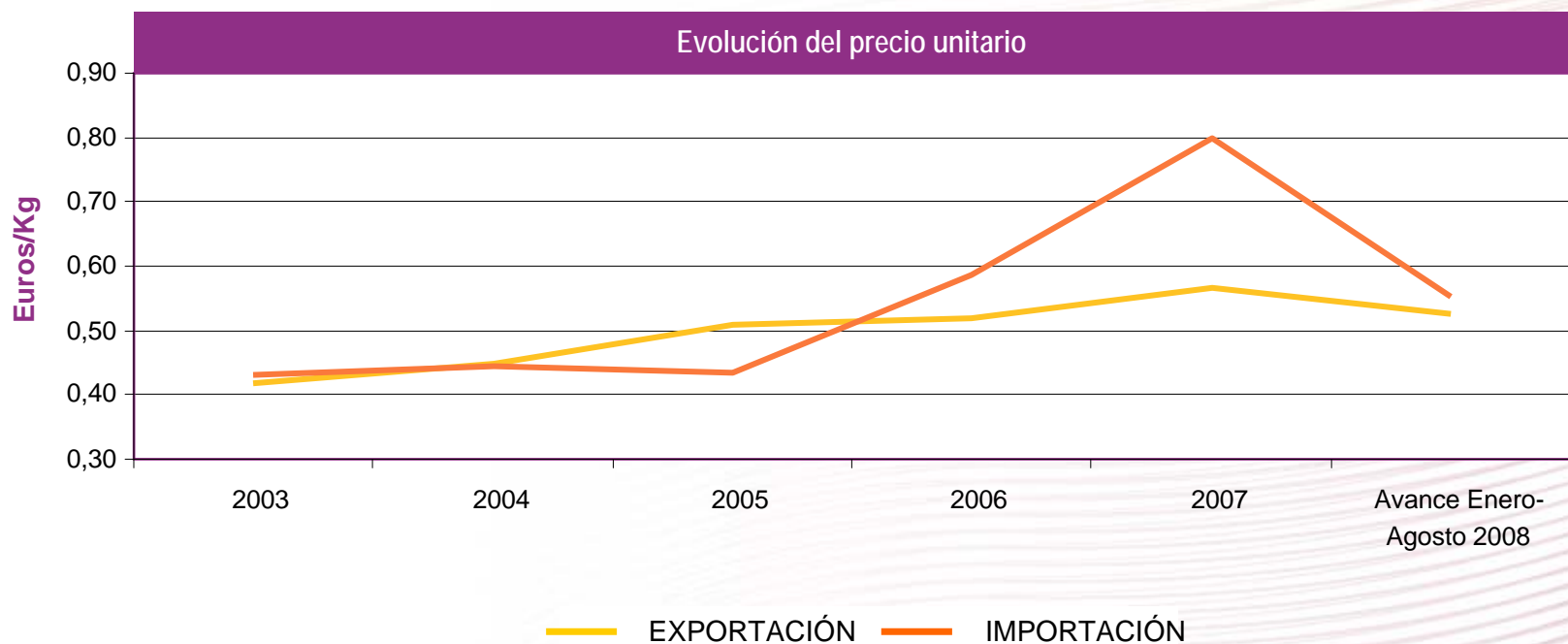
PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS			
2007	Valor (M. €)	Volúmen (miles Tms)	Precio Unitario €/ Kg
Portugal	14,37	52,04	0,28
Francia	12,90	34,57	0,37
Alemania	0,72	1,34	0,54
SUBTOTAL	27,99	87,95	0,32
TOTAL MUNDO	29,04	91,30	0,32

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS			
2007	Valor (M. €)	Volúmen (miles Tms)	Precio Unitario €/ Kg
Portugal	49,21	176,99	0,28
Francia	28,50	94,77	0,30
SUBTOTAL	77,71	271,76	0,29
TOTAL MUNDO	80,56	273,53	0,29

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE LECHE ENVASADA



EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE LECHE ENVASADA



IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LECHE ENVASADA

PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS			
2007	Valor (M. €)	Volúmen (miles Tms)	Precio Unitario €/ Kg
Portugal	14,07	26,47	0,53
Grecia	3,87	6,12	0,63
Alemania	1,55	2,30	0,67
SUBTOTAL	19,49	34,89	0,56
TOTAL MUNDO	23,16	40,82	0,57

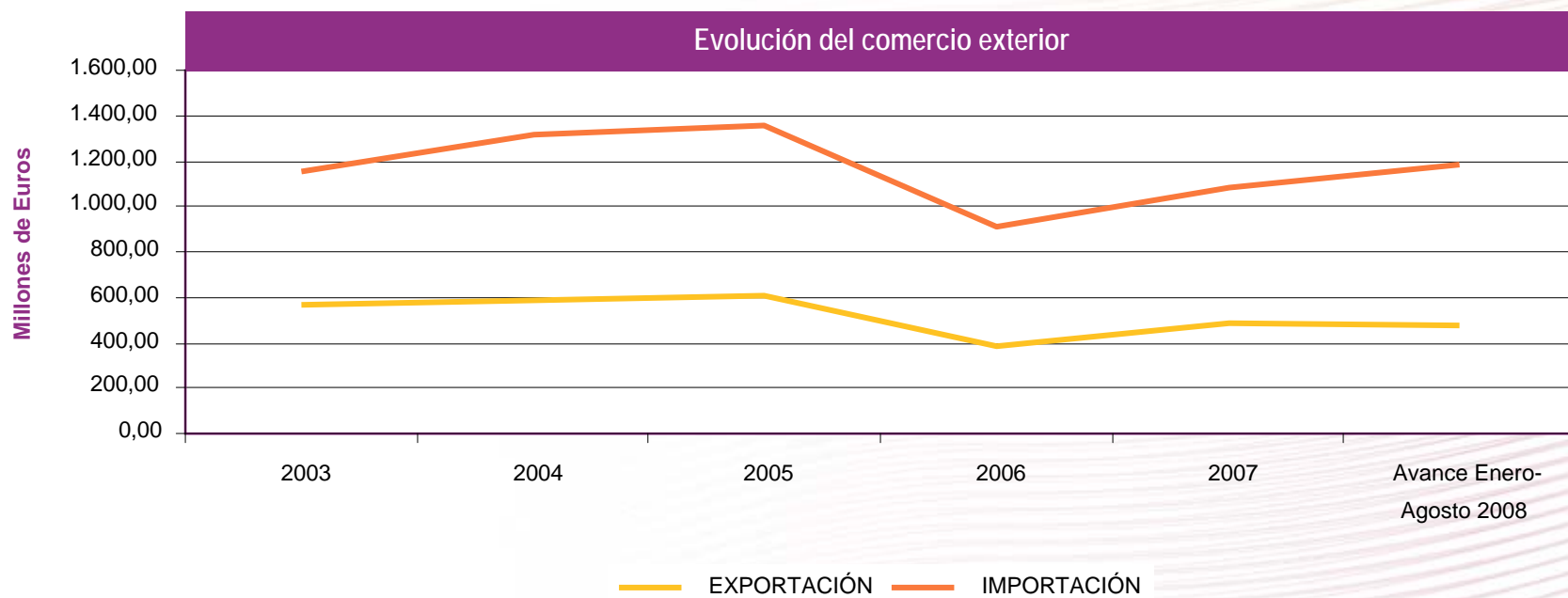
PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS			
2007	Valor (M. €)	Volúmen (miles Tms)	Precio Unitario €/ Kg
Francia	96,27	120,49	0,80
Portugal	48,51	62,60	0,77
Alemania	9,92	11,51	0,86
SUBTOTAL	154,70	194,60	0,79
TOTAL MUNDO	156,71	196,08	0,80



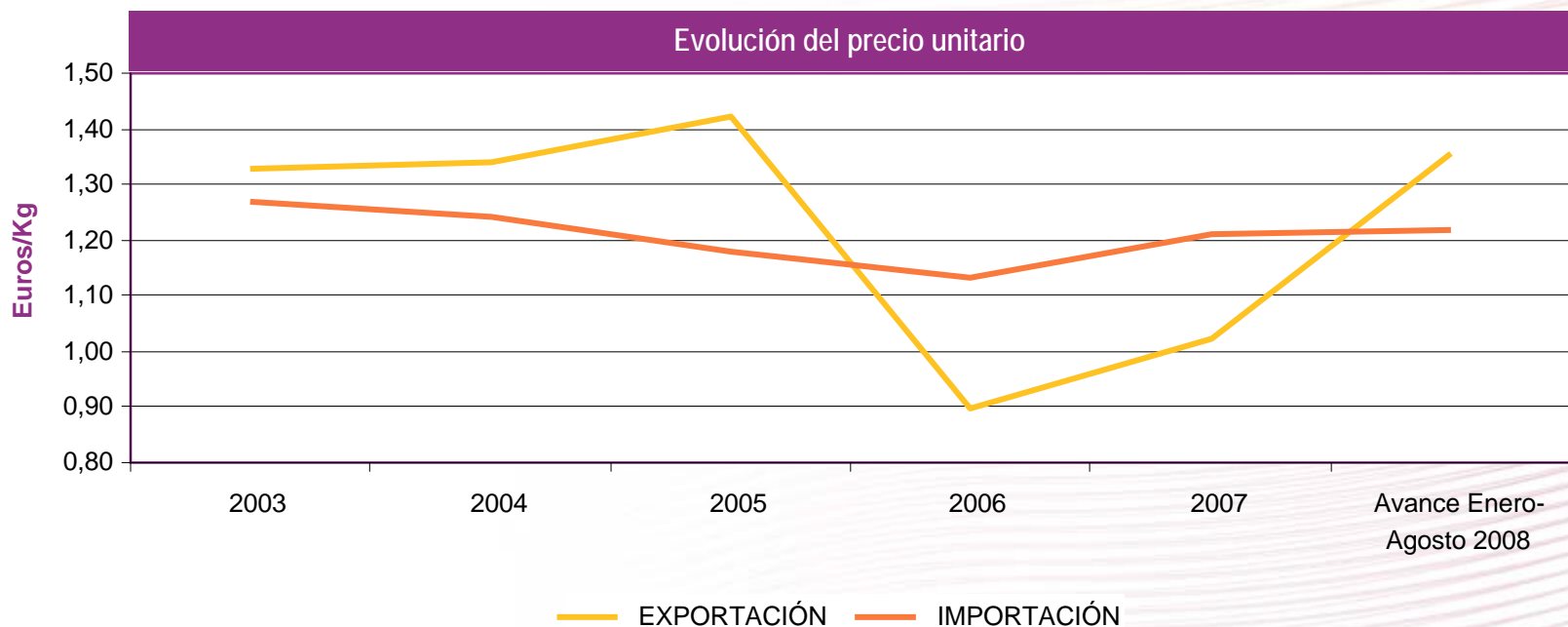
TOTAL PRODUCTOS LÁCTEOS

TOTAL MUNDO	2003	2004	2005	2006	2007	Avance Enero-Agosto 2008
EXPORTACIÓN						
Valor (M.€)	565,89	589,74	612,28	380,79	487,26	472,33
Volumen (miles Tms)	426,74	440,65	430,65	424,10	476,65	348,25
Precio Unitario (€/Kg)	1,33	1,34	1,42	0,90	1,02	1,36
IMPORTACIÓN						
Valor (M.€)	1.151,62	1.317,44	1.354,25	911,50	1.087,07	1.184,21
Volumen (miles Tms)	906,98	1.061,45	1.148,62	803,55	898,32	970,98
Precio Unitario (€/Kg)	1,27	1,24	1,18	1,13	1,21	1,22
SALDO COMERCIAL						
Valor (M.€)	-585,73	-727,70	-741,97	-530,71	-599,81	-711,88
Volumen (miles Tms)	-480,24	-620,80	-717,97	-379,45	-421,67	-622,73

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DEL TOTAL DE LACTEOS



EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DEL TOTAL DE LACTEOS





PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

Año 2007	Valor (M .€)	Volumen (miles de toneladas)	Precio Unitario (€/Kg)
Francia	168,02	157,10	1,07
Portugal	133,79	188,17	0,71
Italia	34,23	32,16	1,06
Bélgica	28,10	14,85	1,89
Países Bajos	21,04	14,33	1,47
Alemania	20,61	13,62	1,51
Grecia	7,05	10,72	0,66
SUBTOTAL	412,84	430,95	0,96
TOTAL MUNDO	487,26	476,65	1,02



PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS

2007	Valor (M.€)	Volumen (miles de toneladas)	Precio Unitario (€/Kg)
Francia	389,24	452,09	0,86
Alemania	221,09	120,15	1,84
Países Bajos	138,65	44,91	3,09
Portugal	78,34	172,72	0,45
Dinamarca	70,84	22,66	3,13
Italia	43,51	11,77	3,70
Bélgica	29,51	12,75	2,31
Polonia	23,18	7,65	3,03
Austria	22,11	24,10	0,92
Reino Unido	19,97	8,53	2,34
Irlanda	17,19	5,49	3,13
Lituania	6,86	3,36	2,04
SUBTOTAL	1.060,49	886,18	1,20
TOTAL MUNDO	1.087,07	898,32	1,21



TIPO DE LECHE	MERCADONA							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	0,99	0,89	0,94	0,95	0,69	0,69	0,69	0,69
Semidesnatada	0,99	0,89	0,94	0,95	0,67	0,67	0,67	0,67
Desnatada	0,99	0,89	0,94	0,95	0,65	0,65	0,65	0,65
PLÁSTICO								
Entera	0,99	0,97	0,98	0,98	0,88	0,88	0,88	0,88
Semidesnatada	0,99	0,97	0,98	0,98	0,86	0,86	0,86	0,86
Desnatada	0,99	0,99	0,99	0,99	0,84	0,84	0,84	0,84
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,29	1,18	1,24	1,25	0,89	0,89	0,89	0,89
Semidesnatada	1,29	1,18	1,24	1,25	1,42	0,87	1,15	
Desnatada	1,29	1,18	1,24	1,25	0,85	0,85	0,85	0,85
DE CORTA VIDA								
Entera					0,95	0,95	0,95	0,95
Semidesnatada					0,95	0,95	0,95	0,95
Desnatada					0,95	0,95	0,95	0,95
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3	1,39	1,15	1,27	1,26	0,95	0,95	0,95	0,95
CARDIOSALUDABLE	1,29	1,29	1,29	1,29				
BEBIDAS DE SOJA	1,92	0,98	1,45	1,34	1,00	1,00	1,00	1,00
BATIDOS	1,29	4,74	3,02	2,24	0,98	0,85	0,92	0,92
OTRAS ESPECIALIDADES	1,92	1,25	1,59	1,45	1,25	0,93	1,09	1,06

Nota: Hay productos de MF que no existen en MD



TIPO DE LECHE	EL CORTE INGLES							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	1,77	0,89	1,33	1,09	0,85	0,75	0,80	0,80
Semidesnatada	1,07	0,89	0,98	1,00	0,85	0,75	0,80	0,80
Desnatada	1,07	0,89	0,98	1,00	0,85	0,75	0,80	0,80
PLÁSTICO								
Entera	1,07	1,07	1,07	1,07	0,93	0,93	0,93	0,93
Semidesnatada	1,07	1,07	1,07	1,07	0,93	0,93	0,93	0,93
Desnatada	1,07	1,07	1,07	1,07	0,93	0,93	0,93	0,93
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,29	1,25	1,27	1,26	1,13	1,13	1,13	1,13
Semidesnatada	1,29	1,25	1,27	1,26	1,13	1,13	1,13	1,13
Desnatada	1,29	1,25	1,27	1,26	1,13	1,13	1,13	1,13
DE CORTA VIDA								
Entera	1,26	1,19	1,23	1,23				
Semidesnatada	1,26	1,19	1,23	1,23				
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3	1,24	1,50	1,37	1,37				
CARDIOSALUDABLE	1,39	1,35	1,37	1,37				
BEBIDAS DE SOJA	2,32	1,34	1,83	1,69				
BATIDOS	5,09	1,28	3,19	2,28				
OTRAS ESPECIALIDADES	2,21	1,06	1,64	1,50				



TIPO DE LECHE	CARREFOUR							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	1,14	0,91	1,02	0,97	0,78	0,74	0,76	0,76
Semidesnatada	1,11	0,91	1,01	0,96	0,78	0,72	0,75	0,75
Desnatada	1,11	0,91	1,01	0,96	0,78	0,70	0,74	0,74
PLÁSTICO								
Entera	1,09	0,99	1,04	1,04	0,81	0,81	0,81	0,81
Semidesnatada	1,09	0,99	1,04	1,04	0,81	0,81	0,81	0,81
Desnatada	1,09	0,99	1,04	1,04	0,81	0,81	0,81	0,81
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,29	1,15	1,22	1,20	0,92	0,92	0,92	0,92
Semidesnatada	1,29	1,15	1,22	1,20	0,92	0,92	0,92	0,92
Desnatada	1,29	1,15	1,22	1,20	0,92	0,88	0,9	0,9
DE CORTA VIDA								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3	1,35	1,26	1,31	1,32	1,01	0,99	1,00	1,00
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA	1,79	1,20	1,50	1,45	1,05	1,05	1,05	1,05
BATIDOS	1,11	5,26	3,19	2,28	1,08	0,97	1,03	1,05
OTRAS ESPECIALIDADES	1,73	1,05	1,39	1,39				



TIPO DE LECHE	LIDL							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	0,89	0,69	0,79	0,79				
Semidesnatada	0,89	0,67	0,78	0,78				
Desnatada	0,89	0,63	0,76	0,76				
PLÁSTICO								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera								
Semidesnatada	0,84	0,84	0,84	0,84				
Desnatada								
DE CORTA VIDA								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



TIPO DE LECHE	SUPERMERCADOS DE MADRID							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	0,99	0,69	0,84	0,84				
Semidesnatada	0,99	0,69	0,84	0,84				
Desnatada	0,99	0,69	0,84	0,84				
PLÁSTICO								
Entera	0,99	0,86	0,92	0,92				
Semidesnatada	0,99	0,86	0,92	0,92				
Desnatada	0,99	0,89	0,94	0,94				
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,19	1,19	1,19	1,19				
Semidesnatada	1,19	1,19	1,19	1,19				
Desnatada								
DE CORTA VIDA								
Entera	1,10	0,97	1,04	1,04				
Semidesnatada	1,10	0,97	1,04	1,04				
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



TIPO DE LECHE	CARREFOUR CITY							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	0,97	0,76	0,87	0,90				
Semidesnatada	0,97	0,76	0,87	0,90				
Desnatada	0,97	0,76	0,87	0,90				
PLÁSTICO								
Entera	0,99	0,81	0,90	0,9				
Semidesnatada	0,99	0,81	0,9	0,9				
Desnatada	0,99	0,81	0,9	0,9				
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
DE CORTA VIDA								
Entera	1,18	1,18	1,18	1,18				
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



TIPO DE LECHE	MAXI DÍA							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	0,98	0,88	0,93	0,92	0,65	0,65	0,65	0,65
Semidesnatada	0,98	0,88	0,93	0,92	0,63	0,63	0,63	0,63
Desnatada	0,98	0,88	0,93	0,92	0,63	0,63	0,63	0,63
PLÁSTICO								
Entera	0,89	0,89	0,89	0,89	0,75	0,75	0,75	0,75
Semidesnatada	0,89	0,89	0,89	0,89	0,73	0,73	0,73	0,73
Desnatada	0,89	0,89	0,89	0,89	0,68	0,68	0,68	0,68
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
DE CORTA VIDA								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



TIPO DE LECHE	EROSKI							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	1,02	0,86	0,94	0,95	0,87	0,67	0,77	0,72
Semidesnatada	0,99	0,86	0,93	0,94	0,87	0,67	0,77	0,72
Desnatada	0,99	0,86	0,93	0,94	0,87	0,67	0,77	0,72
PLÁSTICO								
Entera	1,06	0,95	1,01	1,01	0,92	0,66	0,79	0,79
Semidesnatada	1,06	0,95	1,01	1,01	0,92	0,66	0,79	0,79
Desnatada	1,06	0,95	1,01	1,01	0,92	0,66	0,79	0,79
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,38	1,06	1,22	1,24	0,90	0,87	0,89	0,89
Semidesnatada	1,38	1,06	1,22	1,24	0,90	0,87	0,89	0,89
Desnatada	1,38	1,06	1,22	1,24	0,90	0,87	0,89	0,89
DE CORTA VIDA								
Entera	1,18	0,99	1,09	1,08				
Semidesnatada	1,18	1,18	1,18	1,18				
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3	1,39	1,27	1,33	1,33	0,95	0,95	0,95	0,95
CARDIOSALUDABLE	1,38	1,38	1,38	1,38				
BEBIDAS DE SOJA	1,52	1,33	1,43	1,39	1,06	1,06	1,06	1,06
BATIDOS	5,17	1,07	3,12	2,41	0,86	0,98	0,92	0,92
OTRAS ESPECIALIDADES	2,19	1,06	1,63	1,50	0,95	0,95	0,95	0,95

Nota: Hay productos de MF que no existen en MD

TIPO DE LECHE	HIPERCOR							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	0,85	1,65	1,25	1,02	0,85	0,70	0,78	0,74
Semidesnatada	0,96	0,85	0,91	0,90	0,85	0,70	0,78	0,74
Desnatada	0,96	0,74	0,85	0,90	0,85	0,70	0,78	0,74
PLÁSTICO								
Entera	1,03	0,99	1,01	1,01	0,86	0,86	0,86	0,86
Semidesnatada	1,03	0,99	1,01	1,01	0,86	0,86	0,86	0,86
Desnatada	1,03	0,99	1,01	1,01	0,86	0,86	0,86	0,86
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,29	1,15	1,22	1,21				
Semidesnatada	1,29	1,15	1,22	1,21	0,99	0,99	0,99	0,99
Desnatada	1,29	1,15	1,22	1,21	0,99	0,99	0,99	0,99
DE CORTA VIDA								
Entera	1,17	1,17	1,17	1,17				
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3	1,39	1,09	1,24	1,24				
CARDIOSALUDABLE	1,29	1,29	1,29	1,29				
BEBIDAS DE SOJA	1,20	1,16	1,18	1,54				
BATIDOS	1,13	3,17	2,15	2,27				
OTRAS ESPECIALIDADES	2,05	0,95	1,50	1,34				



TIPO DE LECHE	HIPER USERA							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	0,99	0,67	0,83	0,85				
Semidesnatada								
Desnatada								
PLÁSTICO								
Entera	0,99	0,91	0,95	0,96				
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,19	1,19	1,19	1,19				
Semidesnatada								
Desnatada								
DE CORTA VIDA								
Entera	1,06	1,05	1,06	1,06				
Semidesnatada	1,06	0,97	1,02	1,02				
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



TIPO DE LECHE	SABECO							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	1	0,71	0,86	0,89				
Semidesnatada	1	0,71	0,86	0,89				
Desnatada	1,00	0,69	0,85	0,89				
PLÁSTICO								
Entera	0,99	0,99	0,99	0,99				
Semidesnatada	0,99	0,99	0,99	0,99				
Desnatada	0,99	0,99	0,99	0,99				
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,19	1,19	1,19	1,19				
Semidesnatada	1,19	1,19	1,19	1,19				
Desnatada	1,19	1,19	1,19	1,19				
DE CORTA VIDA								
Entera	1,12	1,12	1,12	1,12				
Semidesnatada	1,12	1,12	1,12	1,12				
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



TIPO DE LECHE	ALCAMPO							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	1,63	0,65	1,14	1,03	0,73	0,68	0,71	0,71
Semidesnatada	1,63	0,65	1,14	1,03	0,73	0,68	0,71	0,71
Desnatada	1,63	0,65	1,14	1,03	0,73	0,68	0,71	0,71
PLÁSTICO								
Entera	1,03	0,99	1,01	1,01				
Semidesnatada	1,03	0,99	1,01	1,01				
Desnatada	1,03	0,99	1,01	1,01				
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera	1,15	1,15	1,15	1,15				
Semidesnatada	1,19	1,19	1,19	1,19				
Desnatada	1,09	1,09	1,09	1,09				
DE CORTA VIDA								
Entera	1,13	1,13	1,13	1,13				
Semidesnatada	1,13	1,13	1,13	1,13				
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



TIPO DE LECHE	TIENDA DE ALIMENTACIÓN							
	MF				MDD			
	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda	Precio.Máximo.	Precio Mínimo	Valor medio	P. Medio tienda
BRIK - UHT -								
Entera	1,15	0,93	1,04	1,03				
Semidesnatada	1,15	0,93	1,04	1,03				
Desnatada	1,15	1,05	1,10	1,10				
PLÁSTICO								
Entera	1,07	1,07	1,07	1,07				
Semidesnatada	1,07	1,07	1,07	1,07				
Desnatada	1,07	1,07	1,07	1,07				
ENRIQUECIDAS CON CLACIO								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
DE CORTA VIDA								
Entera								
Semidesnatada								
Desnatada								
ENRIQUECIDAS CON OMEGA 3								
CARDIOSALUDABLE								
BEBIDAS DE SOJA								
BATIDOS								
OTRAS ESPECIALIDADES								



Observatorio
de Precios de los
Alimentos
MARM



Realizado por



En colaboración con

