

[LA DISTRIBUCIÓN AFIRMA QUE LA NORMA PERJUDICARÍA A LOS CONSUMIDORES]

El Gobierno explora márgenes para una ley de comercio que sosiegue al campo

Por Jorge Jaramillo

El libre mercado ha dejado al descubierto la debilidad del sector agroalimentario ante una industria potente y una cadena de intermediarios que presionan en todas las fases de distribución y venta para fijar el precio más competitivo. El campo, sin embargo, se siente víctima del sistema y denuncia abusos permanentes de las grandes superficies. Después de años de tensión, el MARM busca fórmulas que den transparencia a las relaciones comerciales.

El Gobierno ha iniciado el complicado trabajo de buscar resquicios legales en la normativa de comercio para intentar atajar uno de los problemas más sangrantes que afectan a toda la agricultura y la ganadería desde hace años: la falta de rentabilidad por la venta de productos a bajo precio, consecuencia en numerosas ocasiones, según denuncian los propios sindicatos agrarios, de relaciones abusivas de la industria sobre la producción.

Las tres organizaciones agrarias, ASAJA, UPA y COAG, aseguran al menos que en determinados segmentos productivos, la presión que ejerce la distribución y la posición dominante de las grandes superficies de alimentación llevan al sector a una situación de indefensión por su escasa capacidad negociadora. Por eso reclaman con urgencia una ley de comercio que estreche la relación con-

Principales conclusiones del estudio de la cadena de valor en cítricos

- El sector presenta gran atomización. Explotaciones < 4 ha imposibles de mecanizar.
- El margen de la etapa de producción varía fuertemente en función del rendimiento.
- Las mermas, los costes de recolección y los materiales utilizados para envasar son los costes con mayor impacto sobre el precio final.
- Los requerimientos del consumidor (valoración por aspecto visual y presentación) generan la

necesidad de grandes instalaciones de tratamiento de la fruta en origen.

- Todos los agentes que intervienen en la cadena cumplen una función clave.
- La formación de precios puede producirse en las dos direcciones de la cadena, fijándose en función de la oferta y la demanda, tanto desde la producción como desde el punto de venta, dando lugar en muchos casos a la venta a resultados.

tractual entre las partes, estableciendo marcos compatibles con los principios más elementales del libre mer-

cado, pero que obliguen a respetar los costes mínimos de producción en los que incurre el agricultor o el ganadero.

La Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), que agrupa a cadenas como Carrefour, Eroski o Alcampo, explica que son sólo una parte más de la cadena que compra el producto ya transformado. “No tenemos industria transformadora que lave, calibre, haga la tría, embolse, etc. Compramos a las cooperativas. Y es a partir de ese momento, cuando podemos responder de nuestros costes y de nuestros márgenes, sin embargo es ridículo achacar un margen excesivo a la gran distribución cuando resulta sobradamente conocido que nuestro negocio está en vender grandes volúmenes con un margen neto muy reducido del



ÍNDICE DE PRECIOS EN ORIGEN Y DESTINO DE LOS ALIMENTOS. SEP 2009

	En origen	En destino	Diferencial
Patata:	0,06 €/kg	→ 0,89 €/kg	→ 1.483%
Cebolla:	0,10 €/kg	→ 1,05 €/kg	→ 1.050%
Zanahoria:	0,15 €/kg	→ 1,21 €/kg	→ 807%
Pera :	0,35 €/kg	→ 2,33 €/kg	→ 666%

Fuente: COAG, UCE y Ceaccu

ASAJA, UPA y COAG aseguran al menos que en determinados segmentos productivos, la presión que ejerce la distribución y la posición dominante de las grandes superficies de alimentación llevan al sector a una situación de indefensión por su escasa capacidad negociadora. Por eso reclaman con urgencia una Ley de Comercio

2-3%", explica Javier Millán-Astray, director general de ANGED.

OBSERVATORIO DE LOS ALIMENTOS

Desde que el Congreso de los Diputados instara el pasado año al Gobierno a estudiar la cadena de valor e instrumentalizar los mecanismos para dar transparencia a las relaciones comerciales, el trabajo del Observatorio de los Alimentos, coordinado por los ministerios de Industria y Comercio y de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), y donde también están representados industria, productores, mercados mayoristas y consumidores, se ha hecho imprescindible en la preparación del diagnóstico del problema y en la búsqueda

de soluciones legales. En la dirección general de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, su responsable, Isabel Bombal, asegura que se están preparando modificaciones en la Ley de Interprofesionales Agroalimentarias para intentar fomentar, por ejemplo, los contratos-tipo homologados que permitan normalizar las relaciones comerciales bajo compromisos que acepten todas las partes. El mejor ejemplo de sus posibilidades lo ofrece el sector lechero que ha conseguido esta campaña entenderse fijando precios mínimos de referencia en las operaciones. "En este momento estamos identificando los puntos débiles de la cadena agroalimentaria para reforzar la posición de los agentes más desfavorecidos y en este sentido, estamos elaborando

un proyecto legislativo para incorporar posibles cambios y mejoras en el marco de la Ley de Calidad Agroalimentaria o en la futura Ley de Economía Sostenible", explica Bombal, que también recuerda el llamamiento que acaba de hacer el colegio de comisarios de la Unión Europea (UE) para buscar fórmulas que acaben con los abusos en la cadena.

VELAR POR PRECIOS JUSTOS

Un informe de COAG asegura que dentro de la normativa española, la ley que regula el comercio minorista (Ley 7/1996), la Ley de Competencia Desleal (Ley 3/1991), y la Ley General de los Consumidores y Usuarios (Ley 26/1984), todas ofrecen posibilidades de mayor precisión jurídica en este campo. Así pues, los servicios técnicos de esta organización advierten por ejemplo de la literatura del artículo 13.2 de la Ley del Comercio Minorista, donde dice que "el Gobierno del Estado, previa audiencia de los sectores afectados, podrá fijar los precios o los márgenes de comercialización de determinados productos, así como someter sus modificaciones a control o a previa autorización administrativa... cuando se trate de productos de primera necesidad o de materias primas estratégicas".

También sugiere COAG analizar las medidas adoptadas en otros países comunitarios, como Francia donde establecen un coeficiente máximo entre el precio de compra al productor y el precio de venta al consumidor que cuando se rebasa, se activan mecanismos como campañas de promoción o valorización de productos, e incluso la persecución legal de precios abusivamente bajos. En los últimos años, el papel vigilante de la Co-

ino ruf **Plantas Truferas**

Polígono El Real, s/n. - 44460 Sarrión (Teruel)
Tels.: 608 63 98 83 / 659 57 69 26 / 978 781 020 / 93 822 81 95

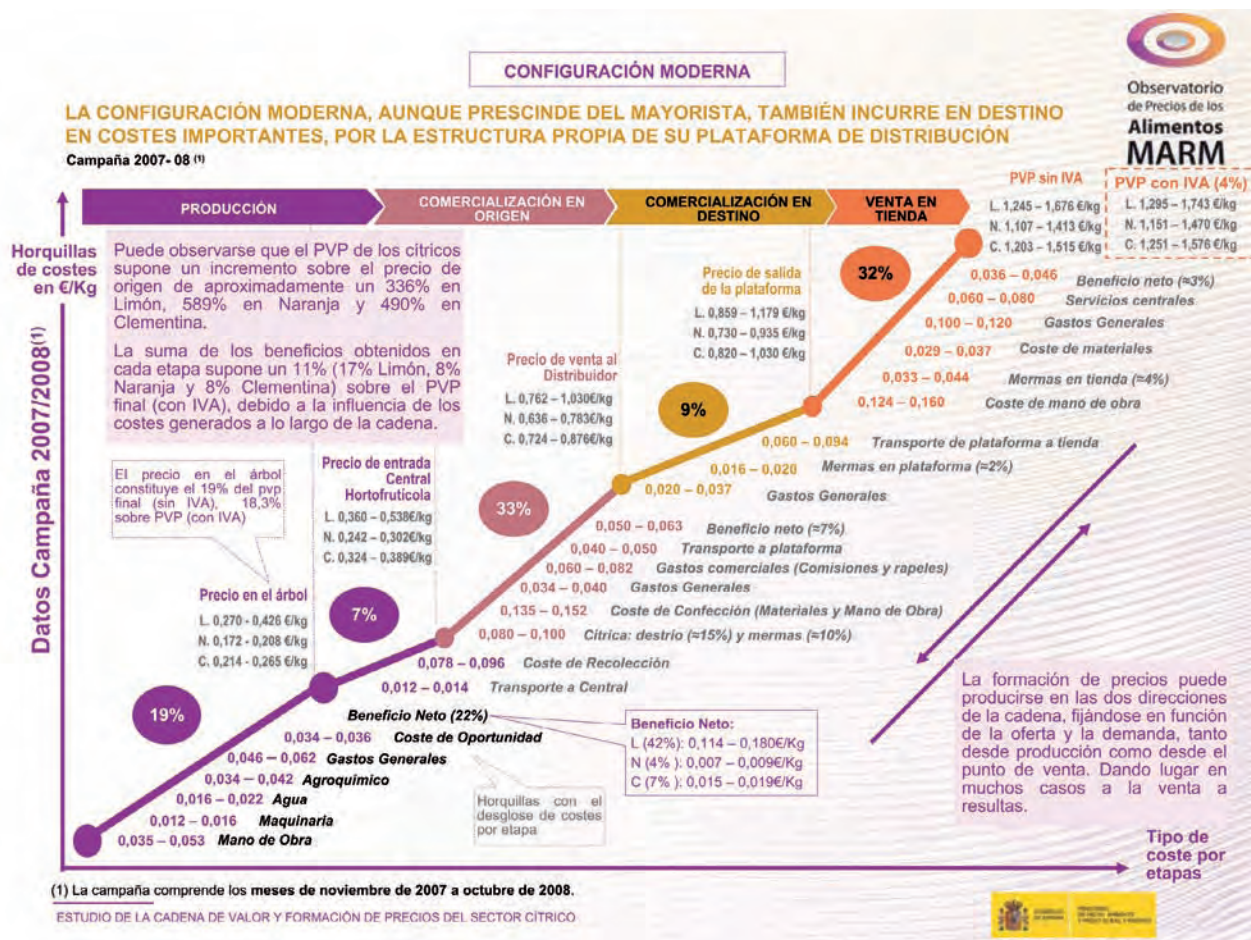
Suelos favorables

- Terrenos calizos
- PH de 7,5 a 8,5
- Fertilidad media-baja
- Textura equilibrada
- Terrenos bien drenados

Plantas micorrizadas controladas:

- Tuber melanosporum
- Tuber aestivum
- Tuber uncinatum

www.inotruf.com • info@inotruf.com



misión Nacional de la Competencia (CNC), así como el realizado en las comunidades autónomas por los órganos regionales, ha provocado la apertura de investigaciones en el sector agroalimentario, donde no había precedentes. En 2008, la CNC abrió un expediente informativo a la Federación de Industrias Alimentarias y de Bebidas (FIAB) que recientemente ha terminado en sanción de 200 millones de euros por prácticas fraudulentas en relación con la fijación de precios de algunas de sus organizaciones afiliadas.

¿QUIÉN SE LLEVA QUÉ?

En el Ministerio de Industria y Comercio, el subdirector de Canales de Comercialización y Relaciones Institucionales, José María Sanchidrián, asegura sin embargo que, de momento, en todos los estudios realizados de la cadena de valor en el sector de los cítricos, del ovino-caprino, y de las frutas y hortalizas, no se han detectado problemas de competencia; al contrario, ha quedado acreditada la eficiencia de todos los agentes que intervienen en ella. Reconoce eso sí,

“Es ridículo achacar un margen excesivo a la gran distribución cuando resulta sobradamente conocido que nuestro negocio está en vender grandes volúmenes con un margen neto muy reducido del 2-3%”, explica Javier Millán-Astray de ANGED

que alguna fase se puede obviar con el reflejo que ello podría tener en el precio final. En el caso del limón, por ejemplo, que multiplica su precio de origen a destino en hasta un 400%, “intervienen muchos operadores, aunque todos son necesarios y generan valor. Aquí, como en otras producciones frescas, el precio se hace sobre el árbol.” Sanchidrián cree por ello que parte del problema radica en que todavía no se ha explicado al consumidor de manera clara la importancia de la cadena de valor.

En otra de las asociaciones de grandes empresas de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (Ase-

das), que agrupa a establecimientos como Mercadona, AhorraMas, Covirán o Consum, también preocupa este debate. Un informe interno de análisis de la cadena de valor de frutas y hortalizas frescas, detalla la formación de precios desde el origen al destino y asegura que el coste de producción supone cerca de un tercio del valor final. Señala además, que el precio en origen se fija generalmente en mercados de referencia como lonjas, y por lo tanto, no en función de los costes de producción. Dice además, que el total de actividades en origen (producción + almacenaje / manipulación / envasado + transporte) suma el 63% del valor final, que se reparte en un 35% para la producción y otro 28% para la manipulación y almacenaje. En esta escala, el coste de manipulación en origen y el transporte al destino supone casi otro tercio más. El total del transporte, una media de un 8%. Del 12% si se le añade el coste de la plataforma en destino.

MÁRGENES COMERCIALES

Otros expertos consultados como el catedrático en Economía Agraria de

la Universidad de Castilla La Mancha (UCLM) Sebastián Castillo, cree que “una posible ley de márgenes comerciales es un problema que en todo caso habría que abordar con mucha prudencia, porque estamos en una economía de libre mercado. Además, nada garantiza que regulando los márgenes o incluso estableciendo precios mínimos en base a los costes de producción, se traduzca en mejoría de la situación de los productores”. Esas posibles cláusulas fomentarían, según Castillo, la aparición de mercados negros. Así ha ocurrido con la PAC.

En ANGED, su director general opina en este sentido que una ley de márgenes comerciales “perjudicaría fundamentalmente a los consumidores porque premiaría al más ineficiente y no resolvería el problema de los agricultores que quieren mejorar sus precios percibidos, y por lo tanto poco les importa el margen que pueden tener los siguientes eslabones de la cadena”, argumenta Javier Millán-Astray. “Quizás hay aspectos que no hemos explicado suficientemente bien, a pesar de que desde determinadas instancias se intenta dar la imagen de una gran concentración de las grandes empresas de distribución. Y esto que es cierto en el caso de la alimentación envasada, es rotundamente falso en la comercialización de frutas y hortalizas que se sigue haciendo mayoritariamente en España a través del canal tradicional del pequeño comercio, con casi el 50% de la cuota de mercado”. No hay ninguna empresa de distribución, dice Javier Millán-Astray, que tenga una cuota de mercado significativa como para condicionar el mercado; la de mayor representa el 10%. También considera que los precios los fija el mercado, el juego de la oferta y la demanda.

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

En el Ministerio de Industria y Comercio están convencidos de que parte de las tensiones se suavizarían con la asunción de códigos de buenas prácticas. “Es muy complicado cambiar la legislación de comercio por-

Isabel Bombal, directora general de Industria y Mercados Alimentarios del MARM, asegura que se están preparando modificaciones en la Ley de Interprofesionales Agroalimentarias para intentar fomentar los contratos-tipo homologados que permitan normalizar las relaciones comerciales bajo compromisos que acepten todas las partes



que el libre mercado no da mucho margen de control”, dice Sanchidrián, aunque reconoce como Isabel Bombal del MARM que quizás es posible definir con mayor precisión determinadas figuras como la “venta a pérdidas” (el 2 X 1; lleve 3 y pague 2) recogida ya por la Ley del Comercio Minorista. La directora de Mercados Alimentarios señala que la regulación de ese supuesto fraudulento “está hecho de industria a distribución, pero no entre operadores primarios e industria”. El Ministerio ve aquí también una posibilidad de avanzar más.

En el MARM creen también que Defensa de la Competencia aplica de manera homogénea la legislación, sin diferenciar sectores. Para la directora de Mercados Alimentarios, esto dificulta más la posibilidad de encontrar fórmulas de acuerdos entre las partes. “El sector agroalimentario es diferente porque presenta una situación de debilidad de los operadores primarios. En este sentido, en la propia Organización Común del Mercado única (OCM) aprobada por Bruselas, creemos tener cierto margen de maniobra porque se reservan determinadas excepciones. Y el sector tiene como singularidad su contribución al desarrollo de muchos territorios por ser estratégico en la economía de muchas zonas. Hay que ver por dónde podemos avanzar en ese

ámbito”, explica Isabel Bombal.

El catedrático de la UCLM cree también que los posibles abusos no solo se producen en el precio final porque “hay fases previas en las que se pueden generar, como el hecho de que se difiera más de tres meses el pago al productor. También hay ciertas normas de calidad según Sebastián Castillo, o incluso de presentación del producto, cuyo coste se exige

muchas veces al productor”. El Gobierno por eso no descarta revisar la Ley de Morosidad. “El objetivo es aproximar la legislación agroalimentaria a la de competencia para que casen y no haya conflictos entre ambas”, dice Bombal.

En ambos ministerios del Ejecutivo apuestan también por fortalecer la estructura productiva cuya excesiva atomización mantiene a los productores con un bajo poder de negociación y en una situación de tremenda debilidad ante la distribución y las grandes superficies.

El próximo 10 de diciembre por ello, todas las partes están convocadas a un seminario organizado por el Gobierno para abordar este debate sin tapujos y por fin, de frente. Podría ser el principio de concreción de muchas de estas sugerencias, análisis y reflexiones.

“Aunque creemos que la cadena de valor de los productos frescos es eficiente, estamos dispuestos a analizar posibilidades de mejorar esa eficiencia, y de buscar soluciones, siempre dentro de los márgenes legales que no perjudiquen a los consumidores”, explica el director de ANGED. En definitiva, hay buena disposición, probablemente poco margen para ajustar la legislación, pero desde luego, firmeza desde el campo a aclarar de una vez qué está pasando. •