

Efectos de las ventas a bajo precio en el sector de leche líquida español

Investigación de mercado realizada ante 1.745 establecimientos o puntos de venta

Dentro del conjunto de medidas que hace más de dos años y medio se plantearon, desde diferentes consejerías de Agricultura de la Cornisa Cantábrica, como imprescindibles para poner orden interno en el sector lácteo español, figuraban las relativas al control y encauzamiento de las ventas de leche líquida realizadas a bajo precio, tal y como se expuso en el recientemente clausurado Curso de Gestión de Leche y Productos Lácteos que organizó la Confederación de Cooperativas Agrarias de España, CCAE.

Inicialmente se presuponía que en algunos de esos casos de ventas abajo precio podría hablarse, incluso, de auténticas ventas a pérdida, con la consiguiente infracción de las normativas de Comercio. Y también se presuponía que en otros muchos casos, debajo de las ventas a bajo precio subyacía un auténtico problema de "materia prima adquirida a muy bajo precio".

En una u otra situación el resultado aparente era igualmente preocupante para el sector en general. Y ello motivó la realización de una investigación de mercado en profundidad, muy extensa, dilatada en el tiempo y totalmente independiente. Su objetivo era comprobar el verdadero origen, alcance y extensión de las ventas a bajo precio en el sector de leche líquida, y también analizar las causas de esa práctica comercial y valorar sus efectos, según destaca Pedro Martos, director de Prodescon, firma encargada de la misma.

-En qué ha consistido la investigación de mercado realizada y cuáles han sido los resultados.

La investigación de mercado se realizó entre diciembre de 1997 y mayo de 1999. Se visitaron 1.745 establecimientos o puntos de venta, a través de 25

oleadas o investigaciones distintas efectuadas en diferentes lugares de España por personal especializado y conocedor del sector lácteo, el cual ha realizado la observación y toma de datos con presencia personal y directa en punto de venta y lineal lácteo, autorizada por los responsables del establecimiento.

realizan por debajo de un límite preestablecido, el cual se ha elaborado a partir de la información facilitada confidencialmente por algunas industrias, así como por técnicos y especialistas del sector lácteo, consultados a tal fin.

Las principales observaciones derivadas de dicha investigación

de presencias de marcas de todo tipo a bajo precio. Y también permite identificar como proveedores/fabricantes de esas marcas de distribuidor a bajo precio a importantes grupos industriales.

Diferentes marcas portuguesas y francesas también tienen globalmente una significativa representación en el conjunto de



Los establecimientos visitados, una o más veces cada uno, son representativos del 62% de la superficie de venta de España.

Se han observado en cada establecimiento envases de leche líquida estéril (brik o plástico) de diferente volumen (1 litro, 1,5 litros y 2 litros) y diferente tipo (entera, desnatada y semi-desnatada). No se han tenido en cuenta otras presentaciones (enriquecidas, vitaminadas, con calcio, batidos, etc.).

En cada observación se han anotado estos parámetros: tipo y dimensión del establecimiento, marca, empresa, registro, precio, caducidad, peso en el lineal, situación en oferta y apoyo en cartelera.

Se han considerado como ventas a bajo precio las que se

son éstas:

En 792 establecimientos se han detectado ventas a bajo precio (el 45% del total visitado).

Unas 65 distintas marcas de empresas fabricantes aparecen, una o más veces, como posicionadas a bajo precio.

12 distintas marcas de la distribución aparecen una o más veces como posicionadas a bajo precio.

Se han detectado, en total, 1.604 presencias de marcas posicionadas a bajo precio, una o más veces, en el total de las 25 oleadas (1.034 correspondían a marcas de fabricantes y 570 a marcas de la distribución).

La investigación señala que, globalmente, las presencias de marcas de la distribución a bajo precio significan el 38% del total

de marcas de fabricantes vendidas a bajo precio.

-Cuál puede ser la interpretación de los resultados de dicha investigación.

A la vista de los resultados de la investigación de mercado llevada a cabo a lo largo de más de un año, así como de la información obtenida a través de otras investigaciones y consultas directas, realizadas entre expertos y/o agentes sectoriales, se pueden extraer importantes conclusiones:

La mayoría de las industrias recurren con mayor o menor frecuencia e intensidad a esta práctica de venta de leche estéril a bajo precio, y la mayor parte de la distribución organizada sigue idéntica pauta.

Es muy importante el volu-

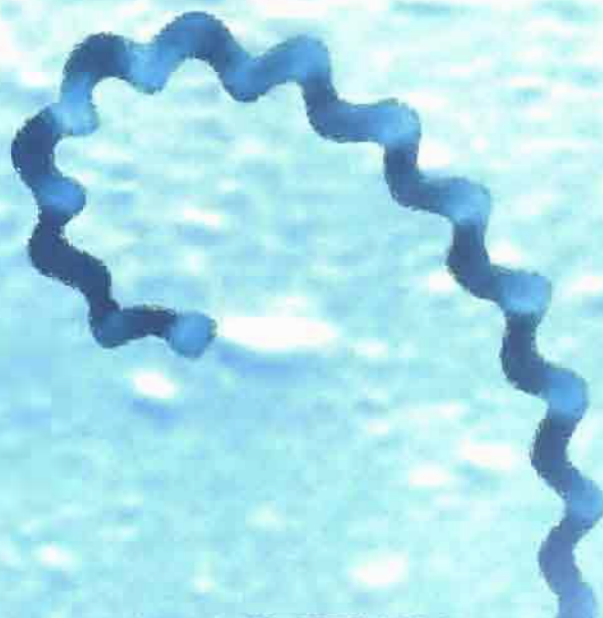
Nueva Leptavoid[®]-H

Vacuna contra *Leptospira hardjo*

Protección específica contra la

Leptospirosis

UN PELIGRO
OCULTO



"LEPTAVOID[®]-H" (Vacuna inactivada contra la leptospirosis bovina). **USO VETERINARIO. Composición:** *Leptospira interrogans* serovar *hardjo* 204 ($\geq 1 \times 10^9$ organismos). Thiomersal 0,05 - 0,2 mg. Excipiente c.s.p. 1 ml. **Indicaciones y especies de destino:** Vacunación de ganado vacuno frente a *Leptospira interrogans* serovariedad *hardjo* y *L. borgpetersenii* serovariedad *hardjo* (*hardjo* Prajltino y *hardjo* Bovis). Para mejorar la fertilidad del rebaño cuando se diagnostica infertilidad causada por *Leptospira hardjo*. Estudios de descarga en la conjunta demuestran 12 meses de protección frente a *L. borgpetersenii* serovariedad *hardjo* (*L. interrogans* serovariedad *hardjo* genotipo Bovis). **Posología y modo de administración:** Dosis: 2 ml. **Administración:** Por vía subcutánea. La vacuna debe inyectarse bajo la piel que cubre el pecho, el costillar o bajo la piel en un lado del cuello. **Programa de vacunación:** Primovacuna: Aplicar dos inyecciones con un intervalo mínimo de 4 semanas y máximo de 6 semanas. Dosis de recuerdo: Administrar una dosis de recuerdo cada año. **Vacunación del ganado joven:** Vacunar entre los 5 y los 6 meses de edad. **Aumento de la fertilidad del rebaño:** Para obtener un beneficio máximo se debe completar la primovacuna dentro de los 12 primeros meses siguientes al diagnóstico de infertilidad por *Leptospira hardjo*. **Contraindicaciones:** Ninguna. **Precauciones especiales para su utilización:** Las jeringas y agujas deben esterilizarse antes de su uso y la inyección debe hacerse por vía subcutánea a través de un área de piel limpia y seca, observando precauciones asépticas para evitar contaminación. El envase debe agitarse bien antes de su uso. Los envases que hayan sido usados parcialmente deben desecharse al término de la jornada. **Utilización durante la gestación y lactancia:** No hay contraindicaciones. **Advertencias especiales para la especie de destino:** El ganado vacuno puede dar positivo en los tests de diagnóstico y ser inaceptable para su exportación a algunos países. **Tiempo de espera:** No precisa. **Precauciones particulares de conservación:** Conservar entre + 2°C y + 8°C protegido de la luz. No congelar. **Presentación:** Envases de 50 ml (25 dosis). Reg. N.º: 1.156 ESP. **Prescripción veterinaria.** Fabricado por: Schering-Plough, Burgwedel (Alemania).



Schering-Plough Animal Health

Km. 36 Ctra. Nacional I. San Agustín de Guadalix (Madrid)
Tel. 91 848 85 00 - Fax 91 848 85 98

men global de leche líquida estéril vendida a bajo precio y, por tanto, también es importante el valor global de pérdida de márgenes no solo por la venta a bajo precio, sino por el arrastre en todos los segmentos de ventas por la reduccionista política de precios vigente.

Hay grandes diferencias de comportamiento entre industrias, en cuanto a ventas a bajo precio.

Tampoco es igual la envergadura del problema en todas las CC.AA.

En cualquier caso, la mayor parte del problema de las ven-

tas a bajo precio, persistentes y sistemáticas, se encuentra concentrado en unas pocas empresas y en ciertas marcas propias de la distribución.

En conjunto, entre las industrias y la distribución, han conseguido institucionalizar una asombrosa situación aparente de aprovisionamiento, según la cual el mercado no puede absorber, a precios dignos, todo lo que se produce, de lo que se podría deducir que en España sobra materia prima todo el año.

La importancia y persistencia de las ventas a bajo precio sólo se puede entender si se relaciona con posibles deficiencias en calidad o incumpliendo del régimen de cuotas.

La investigación realizada demuestra que el volumen de leche CFC aprovisionada es muy superior al volumen de

leche estéril vendida a bajo precio. No parece fácil dada la fragmentación industrial y la disparidad de intereses sectoriales, que todas las industrias lácteas estén igualmente interesadas en implantar eficaces sistemas de control de esas aparentes ventas a bajo precio y mucho menos en corregir éstas.

Otra información complementaria recogida del sector señala que los problemas del CFC y de las ventas a bajo precio también son consecuencia del enorme exceso de capacidad industrial instalada, que obliga a

ventas a bajo precio.

El impacto de la pérdida de margen por venta a bajo precio parece afectar con mucha más intensidad a ciertos grandes grupos industriales/cooperativas hasta el punto de amenazar gravemente la viabilidad de algunos de ellos.

Cuando se generalizan e intensifican las ventas a bajo precio todo el sector reduce sus márgenes operativos, y esa pérdida de márgenes se traslada, antes o después, al sector productor, buscando ahí alguna solución última de forma que, al final, todos terminan perdiendo

algunas industrias por comprar materia prima a menor precio, es decir por pagar menos al ganadero, pensando que es la única vía de salvación de sus cuentas de resultados. Unas veces se pagará menos por la leche CFC, pero, en general salvo excepciones, a todos se pagará menos y los precios caerán.

No es válido argumentar que se vende a bajo precio como "estrategia industrial" para defenderse de la entrada masiva de productos foráneos. De hecho, es creciente la venta a bajo precio de leche líquida francesa o portuguesa, sin que les importe el factor transporte ya que, por estrategia o coyuntura interna, han decidido actuar así en España.

Es absurdo pensar que las pérdidas económicas sufridas en el sector por esas ventas a bajo precio se traducen en ahorros económicos para los consumidores.

La exigencia de las prácticas de ventas a bajo precio nace en la gran distribución, pero también se ve favorecida por la actitud y la oferta de algunas industrias, grandes y pequeñas. Al final todos tienen que aceptar las condiciones de la gran distribución, unos con beneficio (pues se aprovisionan en buena parte en el CFC) y otros con pérdidas al no poder hacerlo.

Otro importante efecto negativo de las ventas a bajo precio es el creciente desprestigio que estas ventas generan para la totalidad del sector y para el producto leche líquida, banalizando y sometiéndolo a sospecha ante un consumidor que no acierta comprender por qué un paquete UHT se vende a 110 ptas/litro y otro, que muy poco se diferencia del primero, se está vendiendo en el mismo lineal a 55 ptas/litro.

En resumen, los efectos negativos tangibles o intangibles o no cuantificables de las ventas a bajo precio son importantes y de muy diversa índole y trascendencia: en cuanto a deterioro de imagen ante el consumidor; en cuanto a deterioro de imagen ante la Administración y Bruselas y consiguiente pérdida de capacidad negociadora y argumentadora; en cuanto a pérdida



muchas industrias a tener que "producir y vender" como sea y bajo cualquier condición.

En conclusión, podría sintetizarse diciendo que, en cierta medida, una parte del sector podría no estar demasiado interesado en abordar la solución del problema de las ventas a bajo precio, puesto que no ignora que ello equivaldría a tener que resolver las deficiencias en cuanto a cuota y calidad y que, además, conllevaría unas exigencias de reordenación que tampoco son consideradas necesarias o urgentes.

renta, menos la distribución. Serían otros sectores ajenos al lácteo los que, aparentemente, estarían "absorbiendo" los márgenes que regularmente viene "regalando" el sector lácteo.

La persistencia de las ventas a bajo precio está relacionada con la creciente e incontrolada sobreproducción de materia prima. Y ésta actúa definitivamente sobre los precios de la leche en campo, de forma que, tras un periodo de sobreproducción, si no se pone fin a las ventas a bajo precio, irremediablemente se provocará una caída de precios en campo y la consiguiente pérdida de renta para las explotaciones.

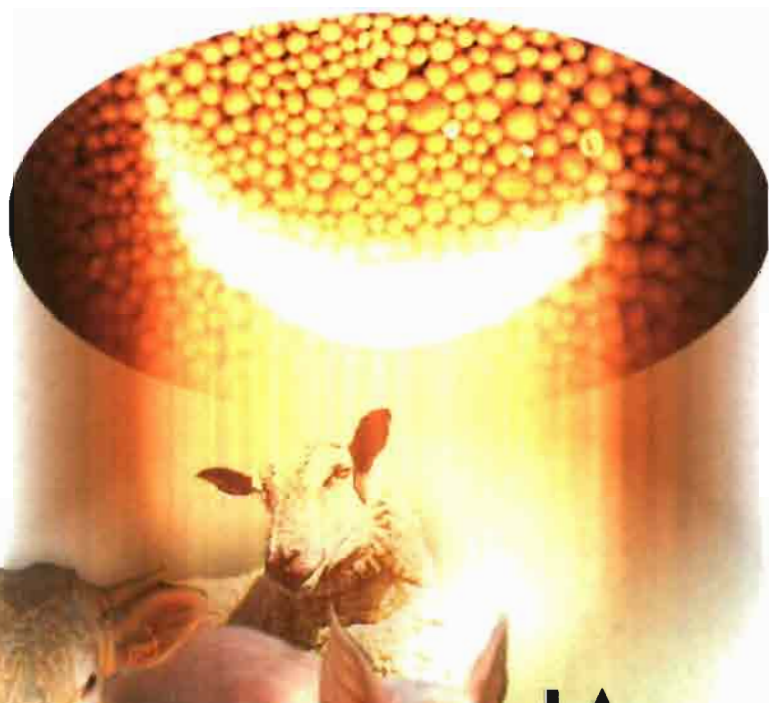
-Cuál es el posible efecto de las ventas a bajo precio.

Así pues, como consecuencia de esa continua y excesiva recurrencia a las ventas a bajo precio, inmediatamente aflora la a veces obsesiva preocupación de

BIOSAF®

CONCENTRADO DE LEVADURA VIVA

**ESTIMULANTE DE LAS PRODUCCIONES
RESULTADOS PROBADOS
LA MEJOR ALTERNATIVA**



LA ALTERNATIVA

SE PRESENTA EN DOS FORMAS:
MICROGRANULADO (Resistente a la granulación)
POLVO (Para piensas en harina)



FABRICADO POR: LESAFFRE
137, rue Gabriel Péri BP 3029 93705 Montreuil-Bellouf, France
Tél: (33) 03 20 81 81 00 Fax: (33) 03 20 89 20 25
E-mail: com-don@lesaffre.com

DISTRIBUIDO EN ESPAÑA POR: EUROTEC NUTRITION S.L.
C/ Usagués, 31 1º A. 28016 Madrid, España
Tel: +34 91 519 86 38 Fax: +34 91 415 44 01
E-mail: euromer@nutriec-nutrition.com



de poder de negociación ante la distribución; en cuanto a efecto arrastre sobre las industrias que aún no queriendo vender a bajo precio/pérdida, se ven obligada a hacerlo, al menos con una parte importante de su producción, para no quedarse fuera del mercado, lo cual si conlleva importantes pérdidas de márgenes para estas industrias hasta tal punto que en algunos grandes grupos empresariales esta

En cuanto a confusión del ganadero que no percibe claramente los mensajes de exigencia de cumplimiento de las normativas vigentes. Incluso esta situación podría representar para muchos ganaderos una potencial arbitrariedad a la hora de fijación de los precios de compra, con la consiguiente pérdida de renta para estos casos.

En cuanto a crecimiento ilimitado del proceso de "inmer-

español ha perdido posiblemente mucho más dinero y prestigio que por la famosa supertasa, por citar un ejemplo, sin que nadie haya levantado un solo dedo o una sola voz para corregir esta situación tan negativa para el sector.

En este sentido, la investigación de mercado realizada corrobora lo que muchos especialistas y agentes sectoriales ya venían denunciando y según lo cual, a causa de las ventas a bajo precio, posiblemente el sector haya podido estar dejando de percibir, por menores márgenes, en los últimos 5 ó 10 años, en torno a los 5.000 ó 7.000 millones de pesetas en cada uno de ellos, lo cual da idea de la enorme magnitud económica del problema existente.

Es obvio que esa pérdida de márgenes se ha venido trasladando sistemáticamente, directa o indirectamente, y en su mayor parte, al ganadero, en detrimento de la renta de éste e, incluso, en algunos casos, en detrimento de la calidad de la materia prima.

Esta incapacidad de generar margen suficiente a causa de la venta a bajo precio puede ser, en parte, la explicación de esa posición a la baja tradicionalmente adoptada por los precios de leche cruda en España que, como es conocido, casi siempre se mantienen, por lo general, por debajo de los promedios de UE desde hace ya bastantes años.

El aplazamiento de a reforma de OCM láctea para después del 2006 probablemente conlleve una mayor inmersión sectorial y una mayor "interinidad" en el control y en la gestión, y por tanto en un agravamiento de las ventas a bajo precio y de sus efectos.

Si las industrias, cooperativas y explotaciones lácteas, más comprometidas con el cumplimiento de las reglas de juego del sector, no salen al paso de ese riesgo de "inmersión en caída libre", difícilmente podrán competir con éxito en un horizonte en el que ya serán impensables apoyos o reordenaciones que no sean las estrictas de un libre mercado europeo tan solo regulado por una feroz competencia y una mayor transparencia. ■

Acuerdo para crear la interprofesional láctea, Inlac

El sector productor y la industria láctea intenta agilizar los trámites burocráticos para aprobar la Interprofesional Láctea (Inlac) en el Consejo de Inteprofesionales previsto para el 15 de julio.

El objetivo de Inlac es servir de foro representativo de debate y acuerdo sobre los temas del sector y en ella estarán representadas los productores de un lado y la industria de otro.

Entre los propósitos de Inlac destaca la vigilancia de la calidad de la leche, el estudio para la aplicación del incremento de cuota concedido por la Unión Europea a España y la modernización y rentabilidad del sector.

El presidente de la Federación Nacional de Industrias Lácteas, Miguel Angel Vázquez de Prada, calificó de "proyecto de verdad" la constitución de Inlac, y recordó que "es necesario una reestructuración del sector, sobre todo ante la nueva negociación de la Organización Mundial de Comercio y la liberalización de los mercados".

Pedro Ara, responsable de la Asociación Nacional de Empresas Lácteas, considera que "ha sido un ejercicio de madurez por parte de todos los implicados" y destacó el acierto de incluir al sector comercializador dentro de la representatividad de las industrias, "porque es la garantía de calidad del producto final".

El portavoz de la Confederación de Cooperativas Agrarias de España, Fernando de Antonio, considera "óptimos" los resultados de las negociaciones, "que quedarán materializadas durante el verano, con el fin de poder empezar a trabajar de inmediato".

Por su parte, para el vicepresidente primero de Asaja, Juan Sánchez Brunete, el sector lleva 20 años intentando crear una interprofesional, "aunque Inlac no es una panacea, sino más bien un punto de encuentro donde estarán presentes, además, las administraciones". ■



situación podría estar condicionando su viabilidad.

En cuanto a generación de una gravísima situación de competencia desleal o desventaja competitiva en las industrias, puesto que aquéllas con fuerte "inmersión" en las irregularidades de aprovisionamiento señaladas pueden ser mucho más competitivas que otras con menores o nulos "grados de inmersión". Todo lo cual provoca una creciente desordenación sectorial de consecuencias imprevisibles y terminará por echar del sector a sus industrias más competitivas y homologables.

sión" del sector cuyas consecuencias a medio y largo plazo son imprevisibles.

Conclusión. La venta a bajo precio es uno de los más graves y silenciosos problemas que soporta, sin reconocerlo, el sector de leche líquida español; y representa, por su arraigo y poder corrosivo, la mayor amenaza entre aquellas industrias, cooperativas y explotaciones lácteas que cuentan con auténtica vocación de permanencia y viabilidad.

Por la arraigada y exagerada práctica comercial de venta a bajo precio, el sector lácteo