

Informe

**Precios**  
***Origen – Destino***  
***Leche***

---



## **I. INFORME SOBRE EL ANÁLISIS DE LA CADENA ORIGEN-DESTINO DE UN PRODUCTO LÁCTEO COMO ES LA LECHE, EN TODAS SUS VARIANTES, PROCEDENTE DE LA CADENA MERCADONA**

### **ANTECEDENTES:**

Desde hace algunos años se viene produciendo, en el seno de la sociedad española, un fuerte debate sobre las diferencias existentes entre el precio de origen de productos agrícolas, ganaderos, etc. y el precio de venta que los consumidores venimos pagando en el punto de compra y que, en algunas ocasiones, tiene porcentajes de diferencia entre origen y destino superiores al 100%, 500%..., lo cual, como mínimo, provoca confusión entre los consumidores sobre esas diferencias, los costes reales de cada eslabón, los márgenes de beneficio de las partes y el precio final que paga el consumidor.

Desde AVACU siempre se ha exigido a las Administraciones que se llevasen a cabo acciones que determinasen de una manera clara el porqué de estas diferencias; de esta manera, se podría comprobar la realidad de la denuncia social y al mismo tiempo verificar si las diferencias de precios origen-destino tienen fundamentos de carácter comercial o, si bien, estamos ante algún eslabón de la cadena que obtiene márgenes de beneficio por encima de lo normal con una excesiva presión sobre otros eslabones de la cadena origen-destino.

Ya desde AVACU realizamos, en otoño del año 2009, un estudio sobre esta misma problemática pero en productos hortofrutícolas y en el ámbito de la Comunidad Valenciana, donde se dejó patente, en esos casos concretos, que todos los eslabones mostraban un grado de satisfacción importante en cuanto a la relación entre ellos establecida, toda vez que los bajos precios se sustentaban con seguridad y estabilidad facilitada por la empresa de distribución a la que remitían sus productos.

Por ello, y en ese momento, una empresa de distribución, MERCADONA, se puso en contacto con la ASOCIACIÓN VALENCIANA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (AVACU), como principal organización de consumidores de la Comunidad Valenciana, para buscar algún sistema que nos facilitase más información sobre su forma de trabajar con este tipo de productos y verificar la transparencia en cuanto a los precios pagados y los precios obtenidos de la venta de esos productos.

Posteriormente a ese primer contacto, por parte de AVACU se realizaron varias propuestas que podrían darnos datos suficientes para conocer algo mejor esa cadena de origen a destino y poder confirmar realmente si los fundamentos de la empresa MERCADONA tienen base sólida que nos permita, en el caso concreto, estimar la idoneidad en su sistema de trabajo y formación de precios, por lo menos en los límites fijados en las propuestas.

Una vez estudiadas las mismas, se decidió coger una muestra de productos agroalimentarios de consumo habitual por los valencianos y, a través de las indicaciones que figuran en el etiquetado de ellos, comenzar a desgranar la información que se necesitaba para la elaboración de este informe.

Tras los trabajos realizados, se sacaron varias conclusiones, entre las que destacaba la siguiente:

***DEFINITIVAMENTE, en lo que se refiere a los cinco productos analizados y a las empresas que actúan como proveedores o interproveedores de Mercadona, no hemos detectado ningún problema, comentario, etc. en cuanto a polémica y constante denuncia sobre la diferencia de precios de origen (es decir, lo que se paga al agricultor) y precios de destino o finales para el consumidor (es decir, lo que pagamos en el punto de venta una vez que ponemos un producto en nuestra cesta de la compra).***

Meses después de ese informe por parte de la citada Empresa, se nos solicitó la posibilidad de hacer un estudio similar en el caso de la leche, producto que sin duda supone un elemento esencial en la dieta de los españoles y cuyos productores están pasando por un momento más que complicado.

AVACU analizó la propuesta y entendió, junto con otras organizaciones españolas como **UCA (Unión de Consumidores de Andalucía)**, **Urkoa (Asociación de Consumidores del País Vasco)** y **ACUL (Asociación de Consumidores Gallega)**, que era de interés general la búsqueda de una mayor información sobre el sector y dotar de mayor transparencia a nuestras organizaciones sobre la presión existente entre los diferentes eslabones, los costes reales de producción, manipulación, etc. de cada agente interviniente en esta cadena que nosotros hemos denominado origen-destino.

### PASOS REALIZADOS:

Este proyecto estuvo planteado, presentado, desarrollado y finalizado por un total de ocho personas, aunque en ciertos momentos colaboraron otros asesores también pertenecientes a las diferentes organizaciones que han ayudado en el mismo, todo ello bajo la responsabilidad directa de AVACU.

1. En primer lugar, se consensó con la empresa la relación de empresas y explotaciones ganaderas que debíamos visitar y analizar en la realización del informe final. Estamos hablando de las dos principales empresas interproveedoras de leche para Mercadona (Covap e Iparlat) y un total de seis explotaciones ganaderas que suministran la materia prima a estos interproveedores (situadas geográficamente en Andalucía, País Vasco y Galicia).
2. Se tomaron precios de envases de leche (entera, semidesnatada y desnatada) durante varios momentos de Septiembre (antes, durante y después de la realización de los trabajos de campo) en diferentes tipos de establecimientos tanto de venta presencial como de venta on-line y en varias Comunidades Autónomas, realizando tablas comparativas de precios con una gama similar de productos de otros establecimientos.
3. Remitimos a MERCADONA una relación de fechas para que contactase con esos proveedores e interproveedores y coordinase una visita de nuestros asesores a las instalaciones de los mismos en las Comunidades Autónomas ya citadas.
4. A las citadas visitas acudían dos representantes de AVACU, junto con uno o dos representantes de las Asociaciones sitas en cada Comunidad (UCA-Andalucía, Urkoa-País Vasco y ACUL-Galicia), los cuales habían consensado de antemano un cuestionario que permitiese conocer ciertos datos de las empresas o explotaciones a visitar y cuyas respuestas nos facilitasen más información de cómo se establecen esas relaciones comerciales entre las empresas proveedoras y la empresa de distribución, en este caso MERCADONA.
5. Una vez realizadas las visitas, nuestros asesores elaboraron un informe cuyo resumen de datos queda reflejado en este mismo informe final.
6. Para finalizar el proyecto, por parte de AVACU, hemos redactado una serie de conclusiones que, sin duda, nos dan una información más que significativa que permite aclarar la relación de MERCADONA con algunos de sus proveedores y la incidencia de ésta sobre esa polémica de precios origen y precios destino en este producto que es la leche con todas sus variantes.

OTROS DATOS:

Los establecimientos visitados para elaborar las fichas comparativas de precios han sido:

- a. MERCADONA (varios)
- b. El Corte Inglés
- c. MasyMas
- d. Dia
- e. Consum (varios)
- f. Carrefour
- g. Hipercor
- h. Lidl
- i. Eroski
- j. MAS
- k. Gadis
- l. Froiz
- m. Otros pequeños establecimientos

*Los establecimientos visitados se designaron por razones de proximidad, de diferentes formatos comerciales y en las mismas fechas en las cuales se hicieron las visitas a MERCADONA.*

### VALORACIONES AVACU:

1. En cuanto al precio de los productos adjuntamos tabla resumen de los mismos.
2. Las **empresas visitadas** por nuestros asesores han sido:
  - a. Cooperativa COVAP, sita en Pozoblanco (Córdoba), interproveedor de Mercadona.
    - i. Explotación de 200 vacas, propietario Miguel Rodríguez, ubicada en Ctra. Pozoblanco-Alcaracejos km4 (Córdoba). Proveedor COVAP.
    - ii. Explotación de 160 vacas, propietario Hermanos Medina Caballero y J. Romero, ubicada en Ctra. Villanueva del Duque-Villarato km 1,5 (Córdoba). Proveedor COVAP.
  - b. Cooperativa IPARLAT sita en Urnieta (Guipúzcoa). Interproveedor Mercadona.
    - i. Explotación de 65/70 vacas, propietario Yon Aguirre, ubicada en Goiain (Álava).
    - ii. Explotación de 140 vacas, propietario José L. Zalmiña, ubicada en Asteasu (Guipúzcoa).
    - iii. Ganados Silva S.C. de Sarria (Lugo): 170 vacas y 130.000 litros /mes.
    - iv. SAT nº 1025 Xuga CABARQUES de Trabada (Lugo): 130 vacas y 70.000 litros/mes.

Todos ellos proveedores de IPARLAT.
3. A las dos Cooperativas y a las seis explotaciones ganaderas hemos acudido Asesores de las diferentes organizaciones de consumidores de las diferentes Comunidades Autónomas en un proyecto liderado por AVACU y en el que han colaborado activamente UCA, Urkoa y ACUL en las visitas realizadas en sus respectivas Comunidades.
4. En todas y cada una de las visitas se han atendido las explicaciones de los responsables de las Cooperativas y de las explotaciones agrarias, se han realizado visitas guiadas por las instalaciones de cada una de ellas y se han mantenido conversaciones con sus encargados y otro personal de las mismas, con cuestiones que nos han permitido conocer en un mayor grado de profundidad la relación de estas Cooperativas y las explotaciones con Mercadona y entre ellas mismas.

## CONCLUSIÓN FINAL

Una vez analizados todos los informes parciales de nuestros asesores en sus visitas realizadas a las empresas proveedoras y los pertinentes cuestionarios a los responsables de las mismas podemos

### **CONCLUIR:**

QUE el sistema de trabajo y el modelo de MERCADONA con las empresas proveedoras de este producto es valorado como positivo o muy positivo por las mismas y especialmente en cuanto a las formas de pago y motivaciones contractuales, las cuales están predeterminadas y no sufren variaciones importantes, lo que sin duda les permite disfrutar de una posible planificación y trabajo a futuro sin importantes sobresaltos.

QUE las diferentes empresas visitadas con motivo del presente informe están interesadas en seguir manteniendo la vinculación actual a medio y largo plazo con Mercadona, aún teniendo en cuenta la exigencia habitual de conseguir llegar a los niveles de calidad/precio y objetivos de la empresa de la que son proveedores o interproveedores, los beneficios obtenidos están muy por encima de las citadas exigencias y con los problemas de trabajar de otra manera o con otros sistemas. Asimismo, en algunos casos nos confiesan que este acuerdo proveedor 0-interveedor-Mercadona les ha salvado en la situación actual, que si bien es muy dura para ellos por los incrementos del precio de la alimentación a los animales, les ha posibilitado afrontar la situación mejor que en otros muchos casos de explotaciones o empresas que no tienen este modelo.

QUE en ningún momento hemos detectado una situación desmesurada de presión sobre precios, observando que en el mes de agosto inclusive han tenido un incremento del precio por litro de leche que Mercadona ha aprobado para las cooperativas y que éstas han aplicado directamente a sus proveedores, cooperativistas, etc.

QUE, según los proveedores e interproveedores, la alianza estratégica con Mercadona les ha permitido realizar inversiones en instalaciones, investigación, etc., lo que sin duda también les ha hecho más competitivos. Por parte de las diferentes personas que visitamos las instalaciones, podemos comprobar in situ como esas inversiones son reales pues, sin duda, queda reflejada en la maquinaria, infraestructura, tecnología utilizada, etc.

Asimismo, de las conversaciones con responsables de Cooperativas y Explotaciones, se reconoce que las visitas de personal de Mercadona a sus instalaciones son continuas y, además, vistas con muy buenos ojos por parte de ellos, aunque reconocen que la existencia de continuos controles y seguimiento en la búsqueda de la

excelencia y la calidad es también continúa en cuanto a los niveles de exigencia por parte de la empresa de distribución. Las visitas se enmarcan dentro de la relación de confianza mutua que une a las partes con el objetivo de mantener la eficiencia en toda la cadena agroalimentaria.

QUE existe la figura de los interproveedores, como empresas que proveen a Mercadona de un tipo o varios de productos, facilitándose, en algunos casos, ya empaquetado y con un precio que ya ha sido pactado en ese contrato (de plazo indefinido si no se rompen las condiciones pactadas) de Mercadona con el interproveedor, aunque existen cláusulas de desenganche en un tiempo determinado para el caso de incumplir algunos de los extremos y, en los cuales, observamos que existen unas condiciones de calidad alta en los productos suministrados así como que Mercadona es capaz de absorber una parte muy significativa de su producción. Aunque en los casos de COVAP e IPARLAT tienen, la primera de ellas, una marca propia que utilizan en determinadas zonas y además no sólo trabajan el sector lácteo (aunque este supone la mayoría de su actividad) sino que trabajan en carnes, platos preparados, etc. En el caso de Iparlat proveen a otras marcas y trabajan exclusivamente el sector lácteo.

QUE, según los propios ganaderos, la alimentación puede llegar a suponer el 70% del coste en las explotaciones, puesto que:

- El precio de la soja está batiendo records desde mayo de 2012. Así, la vertiginosa subida del precio de la soja supone un lastre más para la ganadería, que ha visto como en un año el precio de este componente proteico de la dieta ganadera se ha incrementado en un 70%.
- Por otra parte, el mercado de los cereales se encuentra de nuevo en un escenario de precios alcista ante las noticias de menores cosechas de grano en grandes países proveedores como los EEUU o los países del Mar Negro, así como por el efecto colateral del mercado de la soja. Los precios mundiales de la cebada han registrado aumentos en las últimas semanas, aunque de momento no han superado el record de 2007.
- En relación al maíz, tras el record de 2008, el precio internacional alcanzó un nuevo máximo en 2011, a pesar de tratarse de una campaña con cosechas mundiales record. Desde principios de julio de 2012, las cotizaciones no cesan de escalar posiciones.
- Los productores, igualmente, nos indicaron, y los datos lo corroboran, que tampoco queda al margen de esta situación, el mercado de forrajes, que está registrando los precios para la alfalfa más elevados de las tres últimas campañas.
- A todo ello habría que sumar, finalmente, los incrementos de costes energéticos así como los gastos derivados del cumplimiento de las obligaciones en materia medioambiental o de seguridad alimentaria.



AVACU, UCA, URKOA y ACUL quieren dejar totalmente claro que la motivación para la realización de este estudio ha sido, simple y llanamente, la de tener más información que nos permita informar a los consumidores, aclarando las dudas que esta situación de precios origen-destino nos está provocando en los últimos años y que, sin duda, la total colaboración de la empresa Mercadona y sus proveedores e interproveedores nos permite conocer con mayor exactitud esa situación en lo concerniente, en este caso, a las Cooperativas y explotaciones ganaderas que hemos visitado; lo que no podemos conocer es la situación en otros eslabones de esta misma cadena (aunque algunas de estas empresas que trabajan, a su vez, con algunos proveedores también han indicado el beneficio que este sistema supone a otros eslabones), pero sí en lo concerniente a los eslabones que comienzan en las citadas empresas, continúan con Mercadona y acaban en el consumidor final que acude diariamente a los establecimientos de esta cadena a comprar esos productos analizados.

## Anexo

### Opinión del sistema MERCADONA

Tras la visita realizada a diferentes proveedores de MERCADONA, existen algunas cuestiones que deberían ser tomadas en cuenta y que indicamos a continuación:

- ✓ MERCADONA está presente en 46 provincias de 15 Comunidades Autónomas con 1.386 supermercados que, con una media de entre 1.300 y 1.500 metros cuadrados de sala de ventas, representan una cuota de mercado sobre la superficie total de alimentación en España del 13,5%.
- ✓ Actualmente, más de 70.000 personas desarrollan su vida profesional en la compañía, posibilitando que cada día se de servicio a más de 4,6 millones de hogares que realizan diariamente su compra en Mercadona.
- ✓ Ese crecimiento, y por lo que nos indican las empresas visitadas, ha venido acompañado de grandes incrementos de compras hacia sus proveedores, los que, a su vez, para poder servirle los productos, han tenido que hacer fuertes inversiones.
- ✓ Volvemos a encontrar la figura de los interproveedores, que son empresas que proveen a MERCADONA del producto, facilitándoselo ya empaquetado y con un precio que ha sido pactado en ese contrato suscrito entre ambos y que es a largo plazo, aunque ellos utilizan coloquialmente la terminología “para toda la vida”, aunque existen cláusulas de desenganche en un tiempo determinado en el caso de incumplir algunos de los extremos, siendo éstos dirigidos a exigir una calidad muy alta del producto y consiguiendo unos volúmenes de compra muy elevados, con capacidad para absorber la mayor parte de su producción.

- ✓ Por lo que nos han indicado estas Cooperativas y las explotaciones ganaderas visitadas, están bastante conformes con la actuación que MERCADONA tiene con ellos, pues tienen clara cuál va a ser la producción de una temporada a la siguiente, lo que les permite efectuar sus previsiones de forma segura y sin los riesgos de tener que buscar cada año sus distribuidores, y es obvio que mantienen otros riesgos habituales cuando se trabaja con animales o productos de consumo humano.
- ✓ Tanto explotaciones como cooperativas estiman que esta alianza con la empresa de distribución ha sido un salvavidas en la situación actual porque, inclusive a pesar del incremento de costes, ha permitido sobrevivir los últimos años aunque ven el futuro muy complicado por algunos precios por debajo de coste que se están ofreciendo en el mercado.
- ✓ Otro de los datos positivos que nos encontramos entre los interproveedores/proveedores 0/Mercadona y con el que se sienten muy conformes es con las sinergias que se generan entre unos y otros.
- ✓ Algunas de las empresas visitadas admite un control muy intenso de Mercadona en los procesos de calidad y seguridad alimentaria (aunque lo entienden en términos de lo que se juega la empresa con sus consumidores directos).
- ✓ Existe un claro objetivo de buscar unos estándares de calidad cada vez más altos e inclusive una percepción de competencia entre explotaciones por llegar a los mejores niveles de calidad en sus productos; también es verdad que un producto de mayor calidad recibe una mejor retribución por parte de la Cooperativa y ayuda a esa “batalla por ser los mejores”.

- ✓ No tenemos nada que objetar en las visitas realizadas a las Cooperativas en cuanto al nivel de calidad de sus instalaciones y los protocolos que utilizan para verificar la calidad de la leche (analíticas, etc.), aunque por, supuesto, es un tema en el que habría que profundizar mucho más para certificar los mismos, lo cual no es el objeto de este informe.
  
- ✓ Por ello, y según las últimas actuaciones que ellos habían percibido como productores vinculados a una Cooperativa interproveedora de MERCADONA, habían valorado muy positivamente que esta empresa hubiera sido sensible a la necesaria revisión al alza en los precios de referencia. A pesar de las dificultades, los ganaderos visitados valoran positivamente la estabilidad que les ha reportado y reporta su actual marco de relaciones como interproveedores, lo que supone para ellos, cuanto menos, una confianza para abordar el futuro mayor que aquellos otros ganaderos que no están en su situación. La actual relación les permite también un beneficio adicional en la línea de participar conjuntamente en un necesario proceso de planificación de las inversiones en el marco de la señalada estabilidad.
  
- ✓ Mercadona, según alguno de sus interproveedores visitados, cumple estrictamente con la Ley de Plazos de Pago.

Por lo tanto, y a modo de conclusión, podemos indicar que el modelo MERCADONA (en el caso específico del producto/empresas/proveedores estudiados) puede ser considerado como solidario con todos los agentes (desde el proveedor/interproveedor hasta el consumidor final); aporta seguridad al producto; optimiza al máximo los recursos; y, en el mismo, existe una importante transparencia en cuanto a la formación de precios, aunque es verdad que para una conclusión más firme hubiéramos necesitado un análisis más profundo de costes.

ES OBLIGACIÓN DE TODAS LAS PARTES (GANADEROS, EMPRESAS, ADMINISTRACIONES Y LOS CONSUMIDORES, ESPECIALMENTE A TRAVÉS DE LAS ORGANIZACIONES REPRESENTATIVAS DE SUS DERECHOS Y LEGÍTIMOS INTERESES) BUSCAR UNA SOLUCIÓN AL PROBLEMA GENERADO EN EL SECTOR, EXIGIENDO EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES Y A LA PROPIA COMISIÓN EUROPEA UN MAYOR CONTROL EN CUANTO A EVITAR EL ALTO NIVEL DE ESPECULACIÓN EXISTENTE EN MATERIA PRIMAS (CEREALES, ETC.), EVITAR A TODA COSTA LA VENTA A PÉRDIDA Y ACCIONES QUE DESVALORICEN EL PRODUCTO Y ESTUDIAR UN MÍNIMO DE REFERENCIA (CAMBIANTE EN RELACIÓN A LOS PRECIOS DE LOS CEREALES, ETC.) A PARTIR DEL CUAL SE CUBREN LOS COSTES MÍNIMOS DE MANTENIMIENTO DE UNA EXPLOTACIÓN EFICIENTE, BUSCANDO SIEMPRE SU MÁX ESTRICTO ENCAJE CON LAS NORMAS DE COMPETENCIA VIGENTES. ES NECESARIO Y PRIORITARIO MANTENER UN NIVEL DE PRODUCCIÓN AUTÓCTONO EN PRODUCTOS IMPRESCINDIBLES EN LA DIETA ALIMENTICIA DE LOS ESPAÑOLES.

*\*Todo ello en base a la información extraída de las visitas realizadas a estas dos cooperativas y seis explotaciones ganaderas.*