

La leche es mía

Datos y reflexiones sobre el oligopolio lácteo

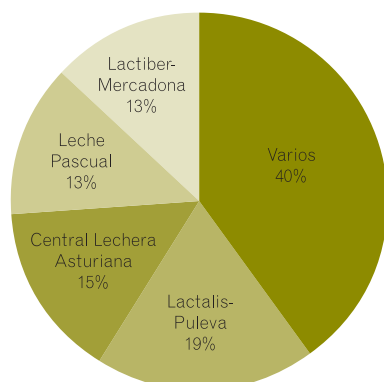
«La política de monopolio es una mala política». Eso dijo Adam Smith, padre de la doctrina neoliberal en 1776. Y continuaba: «La ventaja que procura a cierto tipo de personas se torna, por conductos muy distintos, en perjuicio para los intereses generales del país». El magnate Rupert Murdoch fue más directo: «El monopolio es una cosa terrible... hasta que tienes uno». ¿Qué ocurre con el sector lácteo en el Estado español? La multinacional Lactalis compró en marzo del 2010 a Puleva Foods y agudizó aún más un oligopolio inaceptable. Como vemos en este artículo, el sector lácteo está en manos de un puñado de empresas que el marco legislativo estatal y europeo permite. Un desequilibrio que lleva a la destrucción de la agricultura familiar socialmente responsable.

EL MERCADO LÁCTEO EN EL ESTADO ESPAÑOL

La promiscuidad de las corporaciones transnacionales es un hecho muy contrastado. Pero resulta sorprendente que los oligopolios y los «cárteles» empresariales sobre un determinado sector, se permitan sin complejos. Un ejemplo de ello está en las declaraciones del mencionado grupo lácteo francés, cuando dice que espera que «la adquisición de Puleva Foods no genere problemas con las autoridades de competencia europeas, al tratarse España de un mercado “extraordinariamente” atomizado». Evidentemente no generará problemas porque el Tribunal Constitucional autoriza, como casi siempre hace, los oligopolios. ¿Pero realmente el mercado de la leche en España es de una atomización extrema? Veamos.

Según los últimos datos disponibles, cuatro empresas controlan el 60% del mercado de la leche en el estado español¹.

Gráfico 1. Principales empresas del sector lácteo



Fuente: Mercasa

1. Mercasa. www.mercasa.es

Si nos fijamos ahora en el principal subsector del mercado lácteo, la leche fresca², aquí sólo 7 empresas controlan el 75%, y las tres primeras más del 40%. La mitad del mercado de la leche fresca, el 50%, lo controlan directamente los supermercados³ a través de sus «marcas blancas».

Independientemente de lo que diga la industria láctea o el mismo tribunal de la competencia, la concentración empresarial, queda claro, es una realidad.

Pero la opción de compra es aún menor que esa. Los supermercados no solamente son una industria láctea más que ocupa la mitad de las «marcas» de leche consumidas, es además quienes tienen también la llave absoluta del consumo. ¿Dónde compramos, realmente, la leche? Pues el 92% lo compramos en los distintos formatos de la gran distribución quedando sólo un 8% de ventas en tiendas tradicionales u otros. Pensemos que cuando hablamos de supermercados o grandes superficies, volvemos a hablar de un sector muy concentrado: los consumidores y consumidoras del Estado solamente utilizamos 5 empresas (Carrefour, Mercadona, Eroski, Auchan y El Corte Inglés) para adquirir el 60% de nuestros alimentos.

2. El 60% de toda la leche recogida se destina a la leche líquida envasada.

3. La suma da más de 100 porque algunas de las empresas, entre ellas la misma Lactalis, fabrican para los supermercados.

Según los últimos datos disponibles, cuatro empresas controlan el 60% del mercado de la leche en el estado español

Es decir, en el caso de la leche la única puerta de acceso del consumo es, prácticamente, el supermercado y este hecho le confiere a este actor comercial un poder descomunal para condicionar toda la cadena, con especial impacto, como no, en la fase de producción ganadera. El supermercado decide cuál leche se vende y cuál no, de qué tipo, cuántas marcas ofrece y cuáles, a qué precios, quién le produce esa leche, de dónde viene esa leche... en definitiva, lo decide todo. En su dominancia absoluta condiciona los precios campesinos, los sistemas de producción o su rentabilidad.

Detrás del oligopolio lechero está el oligopolio del supermercado, la pinza perfecta para el campesinado y para el consumidor, porque bajo el manto de diversidad ficticia de los lineales del supermercado se esconde la uniformidad de un puñado de empresas y unas prácticas que no benefician a ninguno de los dos.

Veamos otro enfoque para ver la «virtual» diversidad del sector lácteo y sus derivados en España. Una vez dentro del supermercado, hagamos el siguiente ejercicio: identifiquen, por favor, las siguientes marcas:

President / Flor Esgueva / Galvani / El Ventero / Gran Capitán / El Cigarral / Don Bernardo / Mama Luis / El Prado / Campobello / Societé / Puleva / Ram / El Castillo / Letel / Lactel / Plana de Vic / Lauki / Che / Chufi / Nesquik / Nadó / La Lechera / Sveltesse / Helados Nestlé⁴ / Pascual / Yosport, Zumosol / Vivesoy / Funciona / Más Vital / Bezoya / Central Lechera Asturiana / Larsa y / Ato.

Todas del sector lácteo y derivados. Parecen muchas, ¿verdad? Pero solamente son marcas comerciales pertenecientes a las tres grandes empresas lecheras. Todas ellas propietarias, con la fusión anunciada, de Lactalis, Pascual, Central Lechera y sus aliados. A ellas (son quesos, batidos, leches y otros derivados lácteos) añádanle los quesos,

batidos, leches y otros derivados lácteos de la marca del propio supermercado. ¿Qué les queda? Apenas nada de nada.

ALGUNAS CONSECUENCIAS

El oligopolio tiene diversas consecuencias:

Destrucción de la ganadería familiar

En 1992, existían en España más de 140.000 explotaciones lácteas. Hoy, sólo quedan 23.000. Cada día, desde entonces, han desaparecido una media de 24. La inmensa mayor parte de ellas, familiares. En este último año (2009), cuando ya existen realmente pocas ganaderías en activo, siguen cerrando la friolera de 3 explotaciones diarias.

A la asfixia que sufren las ganaderías por parte del «cártel» lechero y los supermercados, se le une el estrangulamiento en la otra parte de la cadena: las empresas



¿Y con el yogurt?

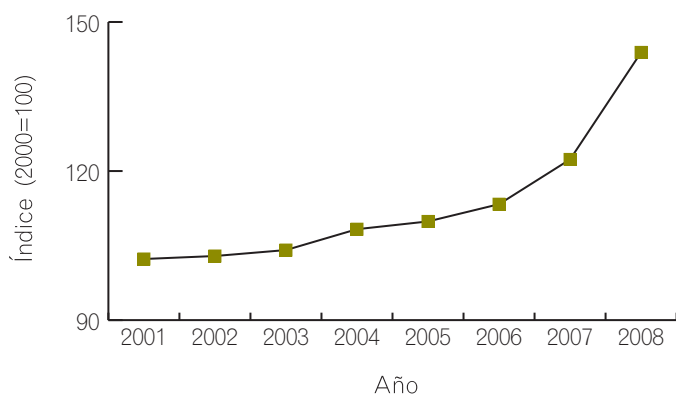
Si analizamos el sector de los «fermentados», o sea, los yogures, veremos otro gran ejemplo de concentración extrema en el sector lácteo. La empresa líder en procesado de leche fermentada es Danone, seguida por Senoble Ibérica (especializada en fabricar para la gran distribución). Entre ambas, Danone y la gran distribución, representan el 90% del valor de mercado. De cada 100 euros que gasta cada persona consumidora en yogures 64,6 € son para Danone y 25,5 € para la marca de distribución. El resto que verán en el lineal, básicamente, es Lactalis-Nestlé. El espacio de actuación empresarial del resto de marcas del sector es muy limitado, y más si se tiene en consideración que, Danone es la empresa del sector lácteo que más capital invierte en publicidad

En 1992, existían en España más de 140.000 explotaciones lácteas. Hoy, sólo quedan 23.000.

4. En este caso como consecuencia de la unión empresarial entre Lactalis y Nestlé como se indica más abajo.

suministradoras de los *inputs*. Genética animal, fábricas de piensos, o empresas de aditivos alimentarios, incrementan incesantemente los costes de producción (ver gráfico 2), al mismo tiempo que la industria lechera reduce sin parar el precio que paga al campesinado (ver gráfico 3) y le condiciona draconianamente el modelo de producción. El resultado de todo ello es la desaparición de un sector (la producción de leche familiar) a un ritmo escandaloso.

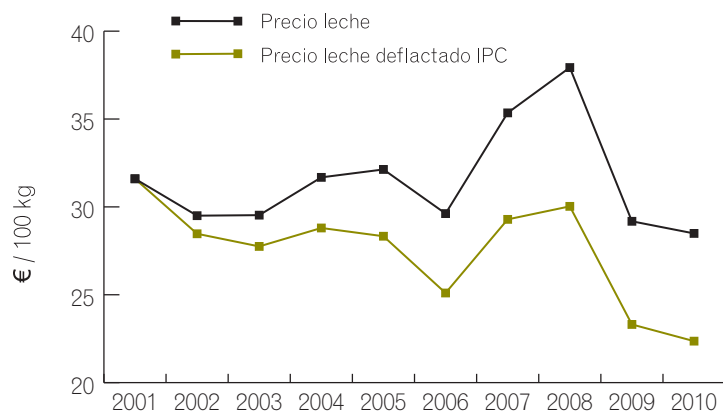
Gráfico 2. Variación de los principales costes agrícolas



PRECIOS

Las razones de ese éxodo son diversas, pero sin lugar a dudas el precio percibido por las ganaderías de leche familiares es una de ellas. Un precio que, de media, no llega a cubrir los costes de producción. De los datos facilitados por COAG (ver gráfico 3), se calcula que el precio de la leche pasó de los 0,38 euros por litro de media registrados en 2008 (en plena crisis alimentaria, con la subida de todas las materias primas), a los 0,30 euros por litro en 2009, precios similares a los de hace 10 años. Si observamos el gráfico veremos que esos precios, además, una vez ajustados a la subida de los precios del consumo, cada año representan menos poder adquisitivo para el sector ganadero.

Gráfico 3: Variación de los precios de leche pagados al productor/a



Fuente: COAG

Esto es lo que se recibe por un litro de leche pero, ¿cuánto cuesta producirlo? Según la Federación, los costes

de producción son superiores y se han mantenido en una media de 0,3654 euros por litro.

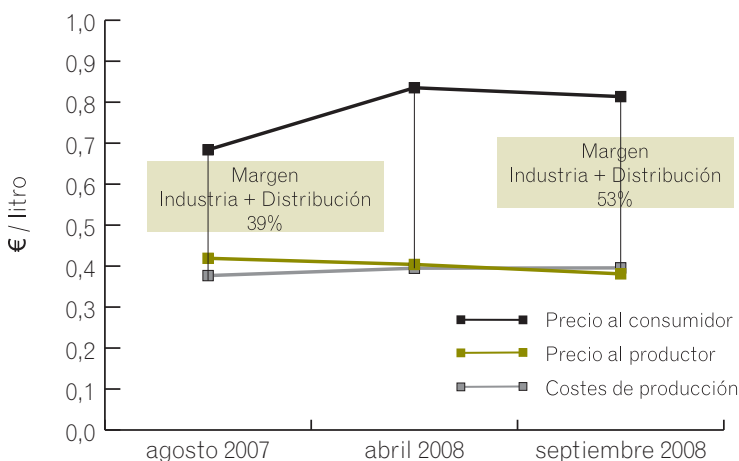
En total, los productores y productoras apuntan que por la diferencia entre el precio percibido y los costes de producción, han generado pérdidas alrededor de 372 millones de euros. O sea, 16.000 euros por ganadería al año, 1.350 al mes y 45 al día.

Pero la ruina del sector lechero (en su fase de producción, en otras el negocio va viento en popa) no es solamente una constatación medible por los datos aportados por el propio sector, lo es también con los datos oficiales del Ministerio de Medio Ambiente Rural y Marino (MARM) que, lamentablemente, lo confirman punto por punto.

¿QUIÉN SE QUEDA CON EL BENEFICIO?

De cada 100 euros que pagamos por la leche como consumidores y consumidoras, según el MARM, la fase de producción se queda con un beneficio de 0 €. No es un error de imprenta, cero euros⁵. ¿Y, si el campesinado no gana dinero, quien se llena los bolsillos con el dinero que pagamos por cada litro de leche que compramos? El beneficio se queda en al menos un 60% en la fase de distribución (pudiendo llegar a ser del 90%), el resto (10%–40%) se lo queda la industria. Ahora volvamos a mirar la cifra de 24 granjas de leche que han cerrado sus puertas cada día, como media, en los últimos 16 años. La cosa parece tener cierta lógica. Mientras los productores (ver gráfica 4 más abajo) venden muchas veces por debajo de sus costes, el precio de consumo sigue una línea ascendente. La industria más la distribución han aumentado sus márgenes de un 39% en agosto del 2007 a un 53% en septiembre del 2008 y a un 56% en febrero del 2009.

Gráfico 4. Evolución precios al consumo, evolución y costes



Fuente: PROLEC

5. En el mejor de los casos 0,012 céntimos de euro por cada 100 que compramos.

La concentración excesiva de poder en la agroindustria y en la gran distribución afecta muy negativamente a la ganadería, pero no en exclusiva, ya que también su efecto se extiende a la transformación artesanal de productos lácteos (con amplia presencia de mujeres en estas actividades) que ven amenazada una y otra vez su existencia por estos gigantes a través de diversas prácticas, entre ellas, el colosal lobby que este tipo de emporios ejercen sobre la normativa para que se adecue a sus intereses y se aleje de los de la pequeña empresa de transformación local.

La distribución alimentaria de pequeño formato tampoco sale inmune de este hecho y la erosión constante del tejido comercial local de los pueblos y ciudades, a favor de la gran distribución es un hecho incontestable. Del orden de 11 pequeños comercios han cerrado cada día en

el estado en los últimos 10 años. Sin campesinado familiar, sin circuitos cortos de distribución y sin mercados realmente locales que acerquen producción y consumo, el panorama es funesto.

Los oligopolios lecheros son una mala estrategia para la sociedad y el gobierno debería atender las reclamaciones de las organizaciones campesinas en este sentido. Una nueva concentración, en el tipo de mercado en el que nos movemos, es una muy mala noticia.

Veterinarios Sin Fronteras



Exposición «Miradas de mujeres rurales» de la organización EHNE-Nafarroa.



Para saber más

- Observatorio de los Precios del Ministerio de Medio Ambiente Rural y Marino: www.mapa.es/es/estadistica/pags/PreciosOrigenDestino/precios.htm
- Sitio web del estado español dedicado al sector de la leche: www.la-leche.es
- Sitio web de la COAG: www.coag.org
- Informes de Mercasa sobre distintos sectores alimentarios: www.munimerca.es/mercasa/alimentacion_2009/3_info_sectores.html
- Información sectorial de la alimentación: www.alimarket.es/alimarket-portal/home
- Información sobre corporaciones internacionales: <http://es.transnationale.org/>
- Página de la UE sobre el mercado de la leche: http://ec.europa.eu/agriculture/markets/milk/index_en.htm
- Página dedicada al análisis de los acuerdos comerciales internacionales que afectan al sector lechero: <http://agritrade.cta.int/en/Commodities/Dairy-sector>
- Comisión Nacional de la Competencia: www.cncompetencia.es
- Página sobre competencia de la UE: http://europa.eu/pol/comp/index_es.htm