

[DISTRIBUCIÓN]

Oligopolios empobrecedores en el sector agroalimentario

Son repetidas las demandas de los productores agrícolas y ganaderos, para que la Administración establezca una regulación sobre los márgenes comerciales, ya que piensan que es aquí donde está la fuente de ineficiencia del oligopolio de distribución. La tendencia de precios en alimentos frescos es tremendamente alcista, pero ¿proviene de la baja productividad de la distribución alimentaria o de la deficiente competencia?

José Luis Pérez Gil

Veterinario

Todo parece indicar que se trata de la insuficiente competencia. Sobre todo, si tenemos en cuenta la elevada concentración del sector, tres grupos controlan en torno al 50% de la distribución comercial y cinco grupos sobre el 75%.

Acompañando a la compleja situación económica internacional, que afecta en particular a la economía española, la inflación se constituye como una de las principales amenazas para el crecimiento económico, siendo además difícil de atajar sin disponer de las herramientas de política monetaria necesarias y con el sólo concurso de la política fiscal.

Caída de la inflación

Aunque los datos más recientes del IPC interanual en los últimos meses de 2008, han sido alentadores al haberse registrado un brusco descenso del índice, éste no debe despistar sobre la verdadera naturaleza del dato, ya que en la segunda mitad de 2008, el recrudecimiento de la crisis ha hecho caer bruscamente los precios de todos los inputs y de las cifras de consumo lo que ha llevado el IPC a valores más bajos de lo habitual en un contexto económico normal.

Dentro de los precios sectoriales que más contribuyen al incremento de la inflación interanual, se encuentran los precios de los alimentos y dentro de éstos los de los alimentos no elaborados que contribuyen de

forma decisiva a la situación actual, por su alta volatilidad. Más concretamente, el IPC general interanual a junio de 2008, era el 5,3%, el IPC sectorial para alimentos y bebidas un dato aún peor, el 7%.

Es sabido también que el sector de comercio/servicios es tradicionalmente uno de los que más inflación generan en la economía española, por los bajos incrementos de productividad e insuficiente nivel de competencia en el mercado. Más en concreto, el sector de la distribución alimentaria es objeto de constantes críticas, como principal contribuyente al alza de los precios agroalimentarios, sobre todo de los productos perecederos, cuyo comportamiento y características de manipulación, almacenamiento y transporte son diferentes a otros productos agroalimentarios.



El caso del limón:

Productores agrícolas y ganaderos instan a la Administración para regule los márgenes comerciales, origen de la ineficiencia del oligopolio de distribución. Para demostrarlo se puede analizar un producto en concreto que se comercialice en fresco, como puede ser el limón, continuamente mencionado por los desorbitados precios que está manteniendo en 2008.

Según el observatorio de precios de los alimentos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), en la semana 23 de 2008 (2-8 de junio), el precio en origen del limón (en el árbol), era de 83 céntimos de euro.

- El mayorista lo comercializaba a 1,43 €, esto es 60 céntimos más (margen bruto + 72%), lo que incluye de forma estimativa, la recogida del fruto (11 céntimos), el transporte (3 céntimos), mermas y destríos (10 céntimos), acondicionamiento y materiales (16 céntimos). Vemos que 40 céntimos son costes ligados al producto y 20 céntimos el margen real estimado (24%) con el que hay que cubrir los gastos generales del operador y obtener beneficio.

- La distribución compra al mayorista a 1,43 € y vende en dicha semana de junio a 2,07 €, es decir, suma 64 céntimos (margen bruto +44%), pero el único elemento añadido a la cadena de valor son unos 7-8 céntimos en transporte, por lo que 58 céntimos sobre 143 es el margen real estimado (40%) para cubrir gastos generales y obtener el legítimo beneficio.

Se puede pensar que un margen del 24% el mayorista y un 40% la distribución comercial son aceptables para cubrir sus gastos generales (personal, gastos operativos, consumos de explotación, etc) y obtener un margen de beneficio, pero en 2008 se está manifestando con toda su crudeza el shock crediticio, inmobiliario y de materias primas. Aún en

este contexto, el precio del limón al consumidor ha pasado de 1,30 €/kg a 2,07 €/kg (junio 2006 a junio de 2008), esto es +59%, y en este mismo periodo el crudo ha pasado de 68,69 \$/barril a 116 \$/barril, esto es +68%. Datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de Junio 2006 y Abril 2008.

Márgenes desorbitados

Según lo expuesto hasta ahora, en dos años el precio de venta al público del limón ha recogido la subida del petróleo y los márgenes comerciales, lo que parece sensato. Entonces ¿por qué esa sensación de gran carestía y diferencial de precios entre el campo y los lineales de la distribución? Para explicarlo hay que ir dos años atrás y realizar el mismo ejercicio de cálculo para el año 2006, en el que no hay efectos inflacionarios anómalos:



El precio en árbol del limón del 5-11 de junio de 2006 era de 14 céntimos. Aplicando el mismo cálculo de márgenes que en 2008 y descontando un IPC del 3% cada año

para simplificar el cálculo, resulta: recogida del fruto (10 céntimos), el transporte (2,82 céntimos), mermas y destríos (9,4 céntimos), acondicionamiento y materiales (15 céntimos). Vemos que 37 céntimos son costes reales del proceso o valor añadido al producto, más un margen estimado del 24% sobre el precio de compra, arroja un total de 40,36 céntimos (manteniendo el margen del análisis anterior). Agregamos pues 40,36 céntimos en el paso por el mayorista, hasta 54,36 céntimos.

En junio de 2006 se vendía al consumidor a 1,30 €, por lo que el margen comercial bruto de la distribución era en torno al 139% (+75,64 céntimos), (descontando el transporte, un margen real estimado del 125%).

Analizando el fenómeno desde otro punto de vista; sobre un precio de venta al público (PVP) de 2,07 €/kg en 2008, 83 céntimos son atribuibles al agricultor (40%), 60 céntimos al mayorista (28,9%) y 64 céntimos a la distribución (30,9%). En 2006, año sin el sesgo de la escasa cosecha de limón 2007/2008 los porcentajes fueron respectivamente, 10%, 30% y 58%, más cercanos al estándar habitual manejado en alimentación: 20-30% atribuible al productor, 15-25% atribuible al mayorista y en torno al 50% atribuible a la gran distribución.

Teniendo en cuenta que los precios de 2008 son atípicos, es conveniente conocer porqué es así, analizado el aumento de los precios en origen y el margen de la distribución.

Para tener en cuenta



- La concurrencia de los fenómenos mencionados genera una fuente de ineficiencia económica, de desplazamiento de valor en detrimento de productores y consumidores y de generación excesiva de inflación. Actualmente, España, según datos del Instituto Nacional de Estadística presenta el IPC de alimentación más elevado de la zona UE (Unión Europea) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

- También es necesario mencionar, aunque al margen de lo dicho hasta ahora, que las industrias alimentarias, muchas de pequeño y mediano tamaño, se ven asimismo afectadas por la elevada concentración de la distribución, ya que ésta puede condicionar la demanda, orientar las estrategias productivas de la industria y por ende de la producción primaria.

- Además, los precios de venta al público, marcados vía técnicas de pricing (marcaje de precios en función del poder adquisitivo), definen todo el escándalo de precios hacia atrás en la cadena de producción, llevando a las industrias sin suficiente poder de negociación al límite de su rentabilidad marginal. Las marcas "blancas" o de distribuidor, ideadas para ofrecer bajos precios al consumidor manteniendo calidades del producto,

tienen gran aceptación y volumen de ventas pero a costa del margen industrial que se ve fuertemente minorado, presionando la cuenta de resultados de la industria.

- Sería por tanto deseable y casi imprescindible arbitrar medidas para potenciar una mayor competencia en la distribución alimentaria, mantener informado al consumidor, impulsar el asociacionismo y la comercialización cooperativa agraria, fomentar los contratos tipo (no sólo para industria sino también para mayoristas) y establecer mecanismos fiscales para desincentivar determinadas prácticas comerciales incentivando al tiempo buenas prácticas mediante recomendaciones o incentivos.

- También se puede profundizar en el mecanismo de seguro de rentas, que no debe verse como un subsidio y que sería un mecanismo útil para proteger aquellas producciones con mayor desfase de precios origen-destino o afectadas por importaciones a bajo precio, considerando además que las ayudas al seguro agrario están incluidas en la "caja verde" en el ámbito de la Política Agraria Común (PAC) y no sometidas al mecanismo de reducción de ayudas, lo que contempla asimismo la Organización Mundial de Comercio (OMC) si se respetan determinadas condiciones.

Variaciones de precios en origen

La explicación del aumento de los precios en origen del limón en 2008 hay que buscarla en la percepción por el agricultor de un precio no remunerador, debido a esto, hay parte de la cosecha que en ocasiones no se recoge, además algunos de los productores podrían decidir no cultivar ese producto en años sucesivos por falta de rentabilidad, o se descuidan las plantaciones por falta de rentabilidad y de ingresos.

Todo ello contribuye a que en campañas posteriores el volumen de producto en el mercado sea inferior y si además añadimos años de cosechas inferiores por fenómenos climatológicos, el precio sube de forma exponencial, como en este caso, 492% de junio de 2006 a junio de 2008, desde 14 hasta 83 céntimos.

La campaña 2007/2008 ha sido atípica para el limón, ya que la cosecha, se cifra en torno a 50% a la de 2006/2007, por diversos motivos como abandono de cosechas y descuido de las plantaciones, además de una clara tendencia al descenso de producciones desde campañas anteriores debido a los bajos precios percibidos. Todos estos factores han dado lugar a un espectacular aumento de precio en el campo para 2007/2008.

Ya entre la cosecha 2003/2004 y la



2006/2007 la producción de limón en España descendió un 21,6% (datos de Intercitrus), debido a diversos factores, incluida la climatología adversa en la floración de 2007. Para 2008 Ailimpo, organización interprofesional del limón y pomelo, ha previsto un aforo de cosecha aún inferior a 2007. La producción en 2008 podría llegar a ser un 30% inferior a la de 2004, con lo que la tendencia de la producción es clara, al margen de vaivenes anuales.

Extrapolando el análisis efectuado, es fácil deducir que las producciones primarias del sector agroalimentario podrían descender peligrosamente si caen demasiado los precios en origen y dejan de ser actividades rentables. Las consecuencias lógicas serían un aumento de importaciones de productos agrícolas y ganaderos con unos estándares muchas veces no asimilables a la producción interna, un incremento de la dependencia estratégica de terceros países para estos abastecimientos y una despoblación rural que podría tener efectos devastadores sobre el paisaje, el medio ambiente y la cultura rural.

El margen de la gran distribución

En cuanto al margen de la distribución en 2006 para el limón, estimado en 125%, la incógnita es, ¿la distribución soporta elevados costes de actividad, es ineficiente o bien obtiene grandes beneficios?

Nada hace pensar que soporte costes superiores a otros sectores comerciales, es eficiente (al menos de cara a su cuenta de resultados) y está muy bien organizada.

Además, al dominar el mercado un número reducido de operadores pueden marcar los precios al consumidor que le parezcan más oportunos, incluso cuando el precio en origen es mínimo, así cuando el precio en origen es bajo su margen es elevado y cuando el precio en origen por diversos factores sube, simplemente co-

tiza un margen comercial normal, repercutiendo siempre subidas pero en menor medida bajadas de precios en origen, explotando al máximo la capacidad de pago disponible del consumidor.

El resultado final es que se está produciendo una transferencia de rentas desde dos sectores, productores y consumidores, a un oligopolio de oferta/demanda (controlan por igual a una oferta de miles de agricultores y una demanda de millones de consumidores, dispersas ambas), al encontrarse como puente entre las dos, merced a lo que parece una ineficiencia de mercado.

Hay que añadir a este paradigmático fenómeno, el hecho de que los alimentos básicos son productos que en términos económicos presentan una baja elasticidad/precio de la demanda, es decir son bastante inelásticos, lo que implica que aunque el precio suba mucho el consumo no desciende en la misma proporción, al ser bienes cuyo consumo es imprescindible. Quizá por este motivo, el legislador incluyó el artículo 13.2 en la Ley 7/96 de Comercio; "el Gobierno del Estado, previa audiencia de los sectores afectados, podrá fijar los precios o los márgenes de comercialización (.../...) cuando se trate de productos de primera necesidad..." •

