

# ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS EN LA LECHE LIQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACIÓN (LELD)

Junio 2021



Realizado por:



# ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS EN LA LECHE LIQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACIÓN

## INDICE DE CONTENIDOS

### I. INTRODUCCION

- I.1. Consideraciones generales
- I.2. Objetivos del estudio

### II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

- II.1. Marco sectorial general
- II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS

- III.1. Estructura de ingresos, costes y precios
- III.2. Conclusiones derivadas del análisis de ingresos, costes y precios

### ANEXOS:

- A. Metodología
- B. Fuentes de información
- C. Documentación complementaria: Histograma 2018-2020

# ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS EN LA LECHE LIQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACIÓN

## I. INTRODUCCION

I.1. Consideraciones generales

I.2. Objetivos del Estudio de la Cadena de Valor

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

II.1. Marco sectorial general

II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

## III. CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS

III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

III.2. Conclusiones derivadas del análisis de ingresos, costes y precios

## ANEXOS:

A. Metodología

B. Fuentes de información

C. Documentación complementaria: Histograma 2018-2020

# I. INTRODUCCION

## I.1. Consideraciones generales

- El Estudio de la Cadena de Valor de la Leche Líquida Envasada de Larga Duración se ha realizado en el segundo semestre de 2020 y revisado y finalizado en el primer semestre de 2021 y ha seguido el mismo modelo y formato ya utilizados en las Cadenas de Valor de la Leche Líquida Envasada elaboradas por el MAPA en 2009 y 2012. De forma que sus resultados y conclusiones permiten verificar la evolución entre esas fechas y la actualidad.
- Se trata de un estudio descriptivo que pretende profundizar en el conocimiento del proceso de agregación de costes e ingresos a lo largo del proceso de configuración de precios en la cadena de valor de la Leche Líquida Envasada, contribuyendo con ello a potenciar la transparencia del mercado e, incluso, a detectar posibles desajustes en el funcionamiento y equilibrio de la cadena sectorial.
- No constituye un estudio estadístico, ni se trata, en absoluto, de un profundo diagnóstico o análisis sectorial, ni de un detallado estudio de costes de ninguna de las ramas integrantes de la cadena alimentaria sectorial; y por supuesto tampoco pretende ser una evaluación de los mayores o menores beneficios que obtienen los operadores de la cadena alimentaria sectorial.
- Tampoco representa una “fotografía fija y exacta” de la situación sectorial en un momento concreto; por el contrario, el estudio busca una visión más amplia y contempla un periodo de tiempo más prolongado; así, en el estudio realizado se contempla el periodo 2018-2019-2020.
- Mediante la elaboración de la Cadena de Valor de la Leche Líquida Envasada se ha perseguido fomentar el interconocimiento y la colaboración entre los diferentes eslabones integrantes de la cadena alimentaria sectorial.
- Precisamente por ello, para elaborar la Cadena de Valor se ha aplicado una metodología basada en la colaboración y participación activa de los operadores sectoriales y de sus representantes o interlocutores sectoriales.

# I. INTRODUCCION

## I.2. Objetivos del Estudio de la Cadena de Valor

- Contribuir eficaz y constructivamente a la transparencia del mercado de la Leche Líquida Envasada.
- Promover y facilitar el interconocimiento y la cooperación entre eslabones integrantes de la cadena alimentaria sectorial.
- Identificar y evaluar posibles desequilibrios en la cadena alimentaria sectorial.
- Facilitar a los operadores e interlocutores sectoriales una eficaz herramienta de debate colectivo y constructivo sobre las necesidades de mejora en cuanto a equilibrio de la cadena alimentaria sectorial.
- Más concretamente, mediante el estudio de la Cadena de Valor de la Leche Líquida se pretende identificar y analizar la estructura de agregación de ingresos y costes, así como los mecanismos de formación de precios, a lo largo de los diferentes eslabones integrantes de la cadena alimentaria sectorial (PRODUCCION, INDUSTRIALIZACION y COMERCIALIZACION/DISTRIBUCION FINAL)
- Finalmente, mediante el estudio de la cadena de valor también se pretende identificar aquellos factores o componentes de la cadena que tienen una mayor y más decisiva influencia en la configuración del PVP final con el que se enfrentan los consumidores del producto en el lineal de venta.

# ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS EN LA LECHE LIQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACIÓN

## I. INTRODUCCIÓN

I.1. Consideraciones generales

I.2. Objetivos del Estudio de la Cadena de Valor

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

II.1. Marco sectorial general

II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

## III. CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS

III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

III.2. Conclusiones derivadas del análisis de ingresos, costes y precios

## ANEXOS:

A. Metodología

B. Fuentes de información

C. Documentación complementaria: Histograma 2018-2020

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

- Como ya se ha señalado anteriormente, la elaboración de la Cadena de Valor de la Leche Líquida Envasada no consiste ni se basa en la realización de un riguroso “Estudio del Sector de la Leche Líquida Envasada” y mucho menos en un profundo “Análisis del Sector Lácteo Español”; son trabajos y enfoques importantes en ambos casos, pero diferentes. No obstante, también es cierto que para poder valorar e interpretar fielmente los resultados del Estudio de la Cadena de Valor de la Leche Líquida Envasada, es imprescindible conocer el posicionamiento, importancia, representatividad y peso específico de la “Línea de Producto LECHE LIQUIDA ENVASADA” en el conjunto global del sector lácteo español. Por consiguiente es necesario definir de manera resumida los principales aspectos del “**MARCO GENERAL SECTORIAL**” del que formaba parte dicha Línea de Producto en el período 2018, 2019 y 2020:

#### a. Principales aspectos relativos a la producción de leche de vaca en campo (datos publicados por FEAGA y/o D.G. de Producciones y Mercados Agrarios)

Reducción del número de ganaderos con entregas de leche de vaca (datos máximos y mínimos de cada año:

AÑOS	Nº Ganaderos con entregas
2018	14.439-13.630
2019	13.553-12.831
2020	12.770-12.162

Aumento del contenido de grasa (valores máximos Y mínimos de cada año:

AÑOS	(%) promedio de grasa
2018	3,54-3,83
2019	3,56-3,84
2020	3,62-3,85

Incremento de las entregas de leche cruda de vaca:

AÑOS	Entregas de leche (millones de toneladas)
2018	7,12
2019	7,24
2020	7,41

Aumento del contenido proteico:

AÑOS	(%) promedio de proteína
2018	3,19-3,36
2019	3,21-3,38
2020	3,22-3,40

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

**El 90,3% de toda la leche de vaca se produce en 8 Comunidades Autónomas:**

COMUNIDADES AUTONOMAS (año 2020)	(%) de entregas de leche de vaca	(%) de ganaderos con entregas	(%) de compradores de leche cruda
<b>1.GALICIA</b>	39,1 %	55,65 %	16,27 %
<b>2.CASTILLA Y LEON</b>	12,5 %	7,62 %	14,24 %
<b>3.CATALUÑA</b>	10,2 %	3,45 %	18,64 %
<b>4.ANDALUCIA</b>	7,8 %	3,91 %	6,10 %
<b>5.P. ASTURIAS</b>	7,7 %	12,74 %	7,46 %
<b>6.CANTABRIA</b>	5,9 %	8,63 %	8,47 %
<b>7.CASTILLA LA MANCHA</b>	3,7 %	1,35 %	5,76 %
<b>8.C.F.NAVARRA</b>	3,4 %	1,13 %	1,36 %
<b>Resto de CCAA</b>	9,7 %	5,52 %	21,70 %
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	100 %	100 %	100 %

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

### HORQUILLAS DE PRECIOS DE LECHE CRUDA (AÑOS 2018,2019 Y 2020)

AÑOS—EUROS/LITRO DE LECHE CRUDA DE VACA	PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES MAS BAJOS	PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES MAS ALTOS	PRECIO PROMEDIO ANUAL
<b>2018</b>	0,312	0,333	0,322
<b>2019</b>	0,322	0,340	0,328
<b>2020</b>	0,325	0,341	0,332
<b>HORQUILLAS EN LOS TRES AÑOS ANALIZADOS</b>	<b>0,312-0,325</b>	<b>0,333-0,341</b>	<b>0,322-0,332</b>

Fuente: FEAGA (Declaraciones de leche de vaca)

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

#### b. Principales aspectos relativos a la industria láctea fabricante de leche líquida de consumo directo

##### Concentración de la fabricación de leche líquida para consumo

PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES DE LECHE LIQUIDA PARA CONSUMO DIRECTO	ESTRATOS DE FABRICACION (en miles de toneladas-Año2019-)	PORCENTAJE RESPECTO A LA FABRICACION TOTAL DE LECHE LIQUIDA DE CONSUMO (%)
-LACTALIS PULEVA SLU -CAPSA SA -IPARLAT SA -CALIDAD PASCUAL SA -COVAP	-Entre 300.000 y 700.000 toneladas	-Cuota de fabricación de este grupo de 5 empresas fabricantes: -Entre 74% y 76%-
-LECHE CELTA SA -LEITE RIO SL -IBERLECHE SL -LACTIBER LEON SL -KAIKU CORP. ALIMENTARIA -CLUN	- Entre 100.000 y 300.000 toneladas	- Cuota de fabricación de este grupo de 6 empresas fabricantes: -Entre 17% y 19%-
-ILAS SA -LECHE GAZA SL -JOSE SANCHEZ PEÑATE SA -LLET NOSTRA ALIMENTARIA SL -LACTAVISIA SL -PRODUCTOS DE CALIDAD CAÑADA REAL -EL BUEN PASTOR SL -COMERCIAL BORDOY SL -OTRAS EMPRESAS FABRICANTES RELEVANTES	-Menos de 100.000 toneladas de fabricación de leche líquida de consumo	-Cuota de fabricación de este grupo de 10 o 12 empresas fabricantes de leche líquida para consumo directo: -Entre 7% y 9%-

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

#### Utilización Interior Aparente (UIA) de leche cruda

VOLUMEN TOTAL DE LECHE CRUDA DISPONIBLE SEGÚN TIPOLOGIAS (2019)	LECHE RECOGIDA (millones toneladas)	(%) SOBRE EL TOTAL RECOGIDO	UTILIZACION INTERIOR APARENTE DE LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS	MILLONES DE TONELADAS EQUIVALENTES DE LECHE CRUDA
-LECHE DE VACA	7,25	88,1 %	AÑO 2019	10,42
-LECHE DE OVEJA	0,50	6,1 %		
-LECHE DE CABRA	0,48	5,8 %	AÑO 2020	10,36
<b>TOTAL LECHE DISPONIBLE</b>	<b>8,23</b>	<b>100 %</b>		

#### EXPLICACION DEL CONCEPTO “UTILIZACION INTERIOR APARENTE”

Es un concepto comúnmente utilizado para establecer el valor de toda la cantidad que de una determinada producción se consume “o utiliza”, por todos los conceptos, en un determinado país o ámbito, en un determinado periodo, normalmente un año. Incluye estos conceptos de consumo en el mercado interior:

- Consumo en hogares
- Consumo en el canal HORECA
- Utilización en industrias terceras
- Autoconsumo, mermas y similares

La “Utilización Interior Aparente” se mide en “unidades de peso equivalentes” y se calcula así:

- $PRODUCCION\ INTERIOR + IMPORTACIONES - EXPORTACIONES = UTILIZACION\ INTERIOR\ APARENTE$

El concepto de “Utilización Interior Aparente” (UIA) se utiliza principalmente para conocer el “GRADO DE AUTOABASTECIMIENTO” de un determinado sector. Es el cociente entre Producción Propia y Utilización Interior Aparente, multiplicado por 100, y mide hasta qué punto la producción propia cubre las necesidades de utilización en el mercado propio. También sirve para evaluar el consumo teórico total per cápita de un determinado producto.

Todos estos conceptos se encuentran habitualmente en todos los informes sectoriales del MAPA, de la Comisión Europea o similares

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

#### Estructuras de productos lácteos en España y en la Unión Europea

DESTINO DE LA LECHE CRUDA DE VACA RECOGIDA	(%) DE LA LECHE RECOGIDA EN ESPAÑA	(%) DE LA LECHE RECOGIDA EN LA UE
-Leche líquida para consumo directo	42 %	13 %
-Queso de vaca	17 %	40 %
-Leches acidificadas	13 %	5 %
-Nata para consumo directo	13 %	9 %
-Mantequilla	9 %	21 %
-Leches concentradas	6 %	12 %
<b>TOTAL LECHE UTILIZADA</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Fuente: MMO (Comisión Europea).  
 Promedio años 2018-2019-2020.

#### Datos del FEGA de horquillas de precios de cesión de leche LELD por parte del fabricante

AÑOS	PRECIOS PROMEDIOS DE CESION DE LECHE LELD BRIK POR EL FABRICANTE (euros/litro)
2018	0,578—0,597
2019	0,503—0,529
2020	0,524—0,536

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

#### c. Principales aspectos relacionados con el consumo y la distribución de leche líquida para consumo, en el mercado interior

Estructura del mercado de leche líquida de consumo directo, envasada y de larga duración

CONSUMO DE LECHE DE LARGA VIDA (millones de toneladas/año)	AÑO 2020	AÑO 2019
<b>LECHE CLASICA</b>	<b>2,06</b>	<b>1,97</b>
-Entera	0,74	0,70
-Semidesnatada	0,91	0,88
-Desnatada	0,41	0,39
<b>LECHES ENRIQUECIDAS</b>	<b>0,70</b>	<b>0,70</b>
<b>TOTAL LECHE LARGA VIDA</b>	<b>2,76</b>	<b>2,67</b>

Fuente: Elaboración PRODESCON SA a partir de ALIMARKET

La mayor parte de la leche líquida envasada de larga duración se comercializa en formato “BRIK” y solo una pequeña parte en formato “Botella de Plástico”

LECHE LIQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACION. PRINCIPALES FORMATOS DE ENVASES (% de cuota de ventas en cada formato)	AÑO 2020	AÑO 2019	AÑO 2018
<b>FORMATO BRIK</b>			
-Cuota de venta	88,5 %	89,4 %	90,5 %
-Precio promedio ponderado (euro/litro)	0,69	0,68	0,69
<b>FORMATO BOTELLA DE PLASTICO</b>			
-Cuota de venta	11,5 %	10,6 %	9,5 %
-Precio promedio ponderado (euro/litro)	0,78	0,78	0,79

Fuente: MAPA (Observatorio del Consumo)

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

#### Reparto entre “Marca de la Distribución” (MDD) y “Marca del Fabricante” (MDF)

PESOS ESPECÍFICOS SEGÚN TIPOLOGIAS DE MARCAS	(%) DE CUOTA DE LA MDD (en volumen y en valor)	(%) DE CUOTA DE LA MDF (en volumen y en valor)
AÑO 2020	56,3% / 48,9 %	43,7 % / 51,1 %
AÑO 2019	57,1 % / 50,3 %	42,9 % / 49,7 %

Fuente: Elaboración PRODESCON SA a partir de ALIMARKET

NOTA: Según el Panel de Consumo Alimentario del MAPA un 41% de la leche líquida vendida en España, en 2020, está en el rango de precios comprendido entre 0,55 euros/litro y 0,60 euros/litro, un 39% entre 0,60 euros/litros y 0,70 euros/litro y un 27% entre 0,70 euros/litro y 0,80 euros/litros. En el Anexo C pueden consultar los histogramas de precios de la leche de acuerdo a los datos del Panel de consumo, así como en la página Web del MAPA que se actualizarán mensualmente.

#### Gran peso específico de la Distribución Organizada en la venta minorista de leche líquida envasada de larga duración) (según Informe Consumo Alimentario MAPA)

CANALES DE DISTRIBUCION MINORISTA	(%) CUOTA DE VENTA
-Hipermercados	18,2 %
-Supermercados y autoservicios	54,0 %
-Tiendas descuento	19,0 %
-Tiendas tradicionales	1,2 %
-Otros canales	7,6 %
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>100 %</b>

Según el Informe del Consumo Alimentario en España en 2019 del MAPA, en dicho año el consumo total de leche líquida en el canal HORECA (hostelería, restauración y catering) alcanzó 246.156 toneladas

Fuente: MAPA (Informe del Consumo Alimentario)  
 Promedio años 2018-2019-2020.

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

#### d. Principales aspectos relacionados con el comercio exterior de leche líquida (Datos de AEAT-DATACOMEX-)

##### El comercio exterior de leche líquida

COMERCIO EXTERIOR DE LECHE LELD (en volumen)- Miles de toneladas-	AÑO 2020	AÑO 2019	AÑO 2018
<b>EXPORTACIONES</b>			
-Leche y nata en pequeños envases	63,06	59,18	57,61
-leche y nata a granel	44,49	38,86	42,28
<b>IMPORTACIONES</b>			
-Leche y nata en pequeños envases	53,61	82,92	90,82
-Leche y nata a granel	61,40	37,30	45,17

Fuente: AEAT (DATACOMEX)

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.1. Marco sectorial general

Las importaciones y exportaciones de leche de vaca se concentran en unas pocas CCAA, aunque diferentes según se trate de importaciones o de exportaciones, o bien se trate de leche envasada o a granel

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE LECHE DE VACA POR CCAA (AÑO 2020) -Miles de toneladas-	Leche y nata en pequeños envases	Leche y nata a granel	TOTAL LECHE Y NATA
<b>EXPORTACIONES</b>			
-GALICIA	31,58	15,13	46,71
-P. ASTURIAS	15,86	0,35	16,21
-ANDALUCIA	3,39	4,85	8,24
-CASTILLA Y LEON	3,21	11,14	14,35
-CATALUÑA	2,69	3,18	5,87
-R. DE MURCIA	2,02	6,56	8,58
-C. DE MADRID	1,51	0,10	1,61
- COMUNIDAD VALENCIANA	1,02	0,01	1,03
<b>IMPORTACIONES</b>			
-CATALUÑA	15,31	4,77	20,08
-C. DE MADRID	9,57	2,83	12,4
-ANDALUCIA	8,71	7,99	16,7
-EXTREMADURA	6,36	1,82	8,18
-ARAGON	4,82	0,45	5,27
-C. VALENCIANA	2,90	2,74	5,64
-CASTILLA Y LEON	1,91	26,43	28,34
-P. DE ASTURIAS	1,61	1,31	2,92
-GALICIA	0,34	4,43	4,77
-C. F. NAVARRA	0,65	2,96	3,61

Fuente: AEAT (DATACOMEX)

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

El “Producto” o “Línea de Producto” cuya cadena de valor es objeto de configuración y análisis es el definido y acotado mediante el siguiente conjunto de características principales:

- Se trata del producto concreto **LECHE DE VACA LIQUIDA PARA CONSUMO HUMANO, ENVASADA Y DE LARGA DURACIÓN** (simplificadamente en lo sucesivo **LECHE LELD**)
- La materia prima utilizada es exclusivamente la **leche de vaca cruda** producida en España, en cualquier región y en cualquier tipología de explotación, con independencia de su ubicación, dimensión, régimen de propiedad, sistema productivo (extensivo, intensivo o mixto) o modelo de manejo, genética o alimentación
- Dicha materia prima cumple todos los requisitos y exigencias de calidad, sanidad y bioseguridad establecidos en la legislación vigente y demás normativas derivadas; con independencia de su contenido **de grasa y proteína**.
- Dicha materia prima puede ser aportada por **ganaderos individuales, cooperativas** o compradores intermedios; y se ajustará a lo establecido en la normativa sobre contratos agrarios entre productores y compradores; y podrá ser recogida, almacenada y transportada a fábrica por el propio ganadero, la cooperativa o cualquier comprador
- No se incluye en el estudio la leche cruda de vaca importada o exportada
- La leche cruda de vaca se convierte en “**LECHE LIQUIDA DE CONSUMO ENVASADA Y DE LARGA DURACION**” (en lo sucesivo **LECHE LELD**) en una Industria Láctea, legalmente establecida, ubicada en territorio nacional, y cualquiera que sea su ubicación, dimensión, actividad, propiedad accionarial, modelo de comercialización o gestión.

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

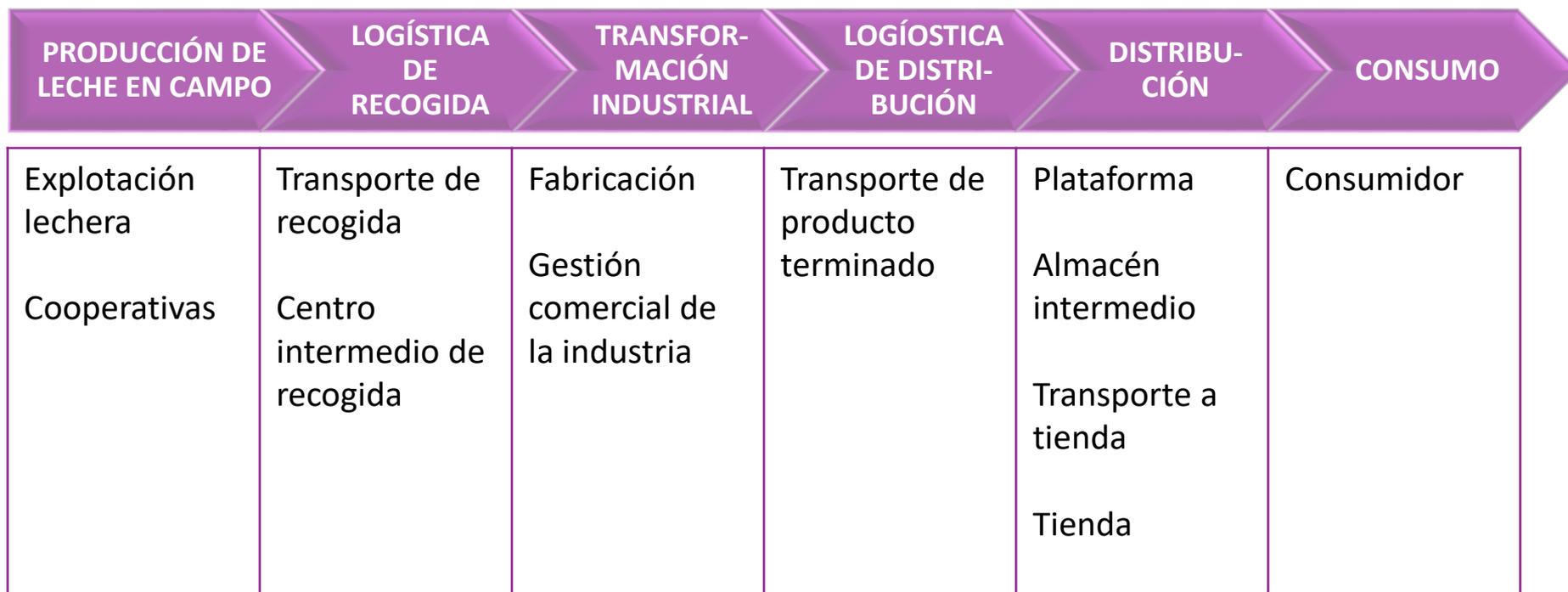
### II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

- En la industria láctea se desarrollan los procesos de producción propios de la fabricación de la Leche LELD destinada a ser envasada en **FORMATO BRIK**; se selecciona en concreto este formato no solo porque representa en torno al 90% de la leche LELD comercializada en España, sino también para ser coherentes con la propuesta de considerar como **PVP el de 0,69 euros/litro**, el cual corresponde normalmente a este formato BRIK.
- En el estudio se considera de forma conjunta y exclusivamente la **“LECHE CLASICA”** en sus versiones de leches enteras, semidesnatadas y desnatadas.
- No se incluyen en el estudio las leches enriquecidas o funcionales; ni las leches infantiles, ecológicas o especiales; ni las bebidas lacteadas.
- No se diferencia en el estudio entre **“MARCA DE FABRICANTE” (MDF) Y “MARCA DE LA DITRIBUCION” (MDD)**; de forma que se configura una versión “integral” y única de la cadena de valor de la leche LELD, con independencia de la tipología de marca.
- No se incluye en el estudio la leche LELD importada o exportada.
- Se incluyen en el estudio todas las tipologías de comercialización y distribución minorista final; aunque debe tenerse en cuenta que, en realidad, prácticamente la totalidad de las ventas de leche LELD se realizan a través de la Distribución Organizada (en torno al 92%)
- Sin embargo no se consideran en el estudio las ventas de leche LELD a través del canal HORECA.
- En definitiva, para poner a disposición de un comprador, en un lineal de venta, el producto final LECHE LELD, habrá sido necesario recorrer un prolongado proceso de PRODUCCION EN CAMPO, TRANSFORMACION INDUSTRIAL, LOGISTICA, COMERCIALIZACION EN DESTINO Y DISTRIBUCION MINORISTA, tal y como se describe esquemáticamente en los gráficos adjuntos.

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

# ESTRUCTURA GENERAL DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACIÓN

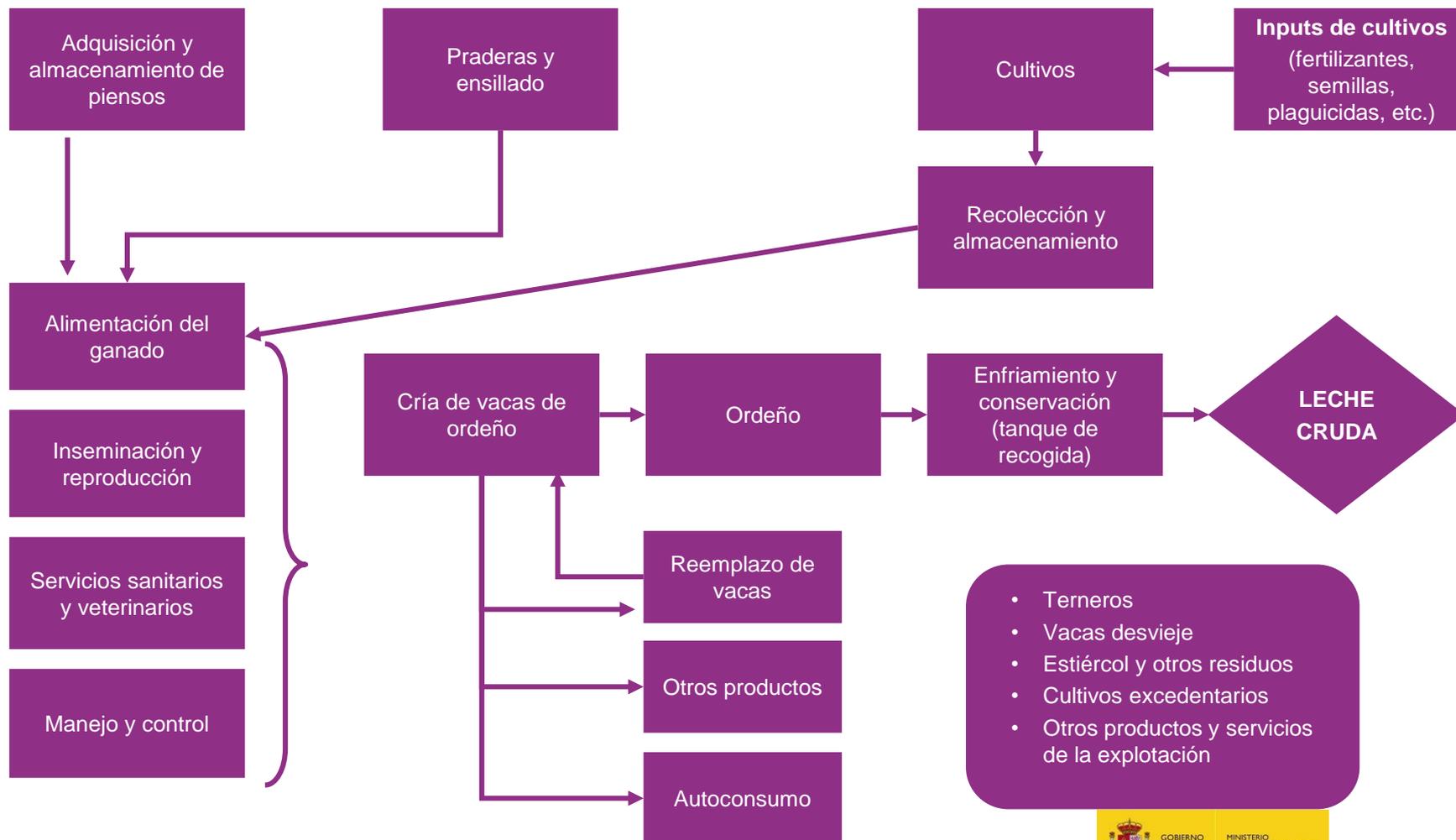


## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

EN LA PRODUCCIÓN DE LECHE DE VACA SE SIGUE UN COMPLEJO PROCESO DE “ALIMENTACIÓN/ CRÍA/MANEJO/ ORDEÑO/ ENFRIAMIENTO Y CONSERVACIÓN” GENERADOR DE DIFERENTES TIPOS DE COSTES ESPECÍFICOS DE ESTA FASE

#### *Estructura de la producción de leche en campo:*

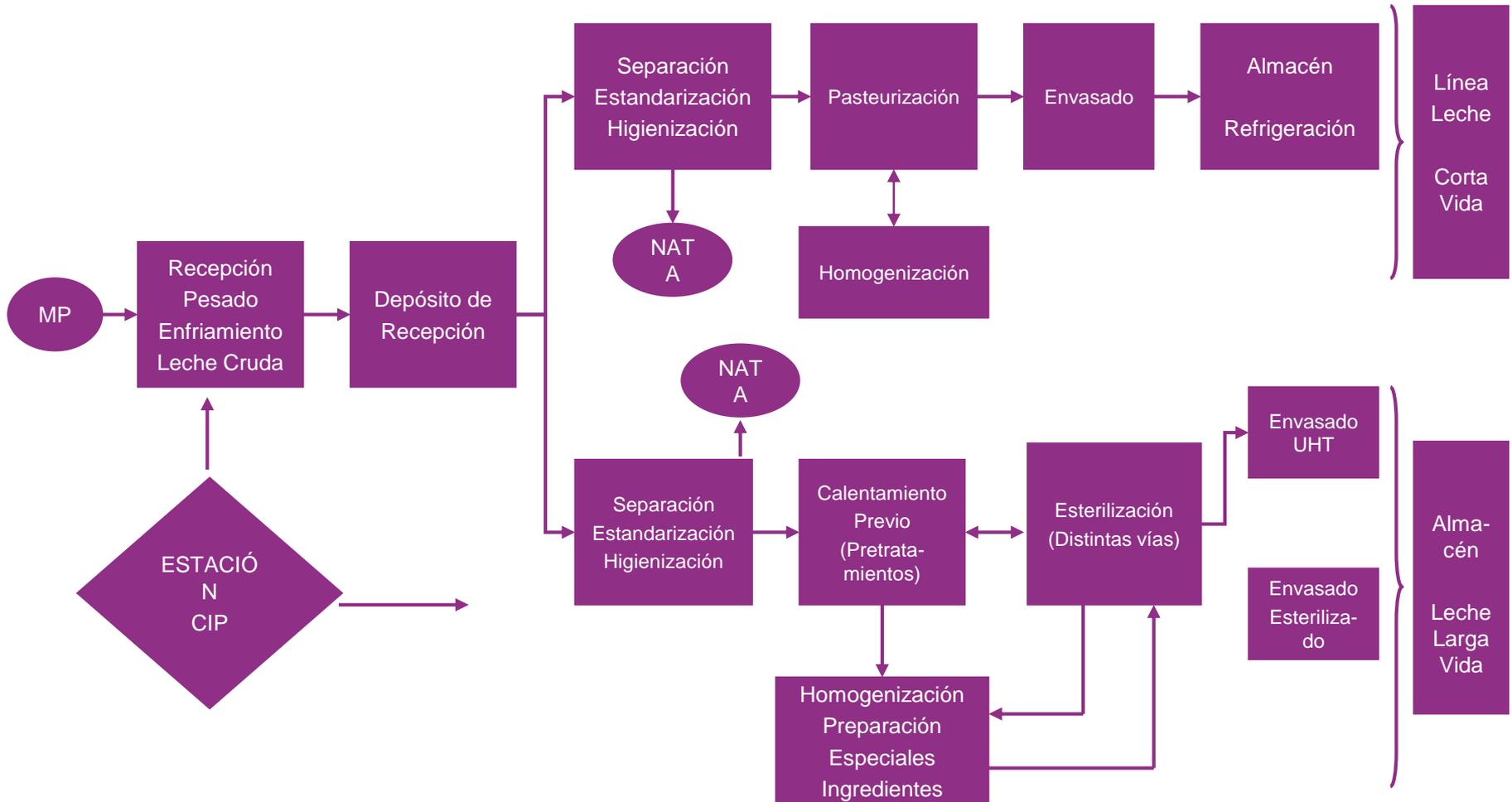


- Terneros
- Vacas desvieje
- Estiércol y otros residuos
- Cultivos excedentarios
- Otros productos y servicios de la explotación

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

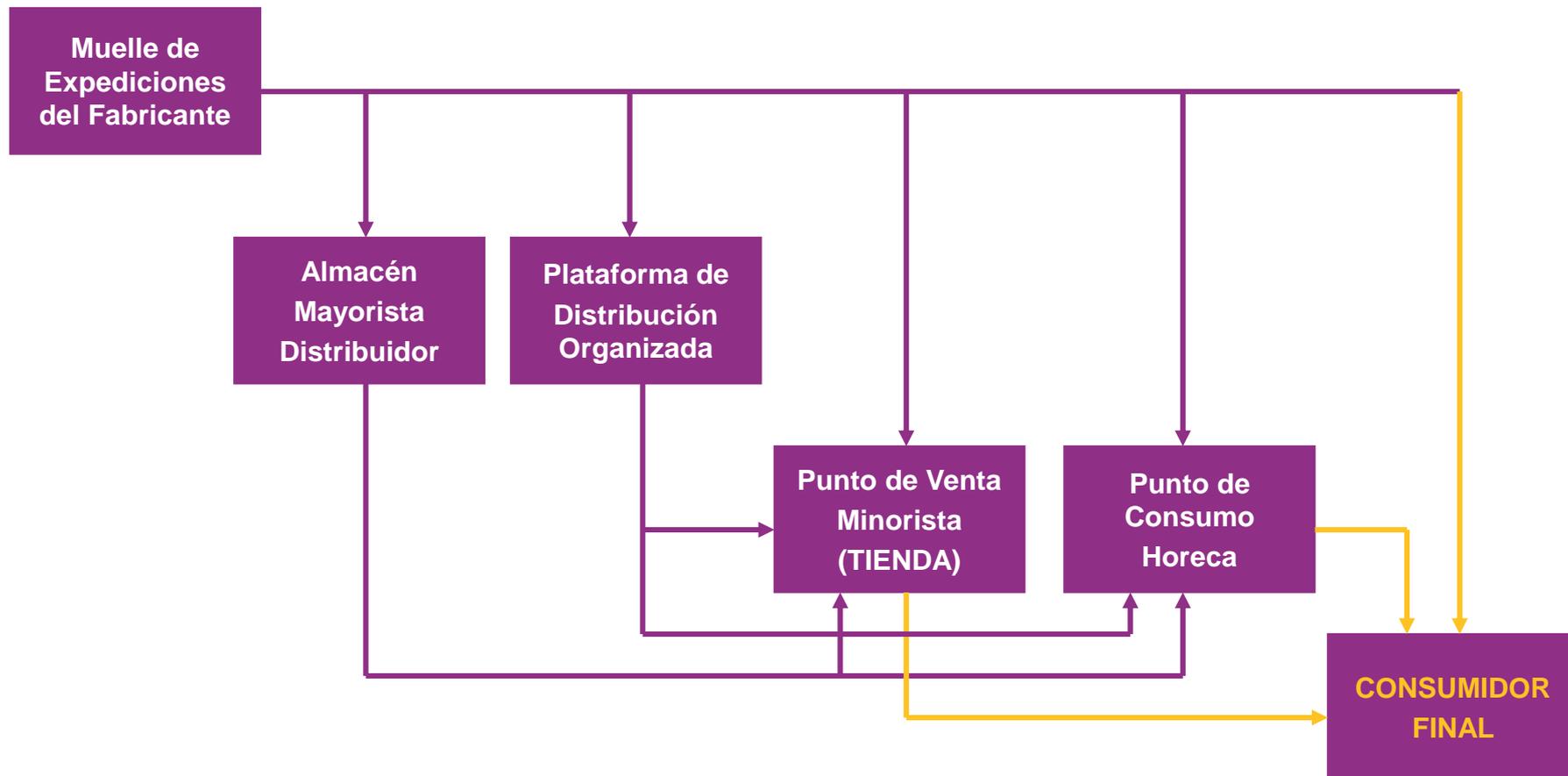
#### CIRCUITO DE LA LECHE LÍQUIDA EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN



## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

### II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

#### CIRCUITO DE DISTRIBUCIÓN A CONSUMIDOR FINAL



# ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS EN LA LECHE LIQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACIÓN

## I. INTRODUCCIÓN

I.1. Consideraciones generales

I.2. Objetivos del Estudio de la Cadena de Valor

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

II.1. Marco sectorial general

II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

## III. CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS

III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

III.2. Conclusiones derivadas del análisis de ingresos, costes y precios

## ANEXOS:

A. Metodología

B. Fuentes de información

C. Documentación complementaria: Histograma 2018-2020

## III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

- La estructura de ingresos, costes y precios que define y configura la CADENA DE VALOR DE LA LECHE LELD se ha establecido a partir de la información aportada directamente por operadores e interlocutores sectoriales.
- Para ello se partió de una previa definición de conceptos de ingresos, costes y precios, consultada y acordada con dichos interlocutores sectoriales.
- Una vez recogida y tabulada la información aportada directamente por operadores e interlocutores sectoriales se ha procedido a establecer las “Bases de Datos” correspondientes a las RAMAS DE PRODUCCION, INDUSTRIALIZACION Y COMERCIALIZACION/DISTRIBUCION.
- Los resultados recogidos en dichas “Bases de Datos” se contrastaron con la “Información Oficial Disponible” (FEGA, DIRECCION GENERAL DE PRODUCCIONES Y MERCADOS AGRARIOS, OBSERVATORIO DEL CONSUMO, AEAT, así como otras consultas de contraste y documentación complementaria)
- Una vez verificado el suficiente grado de coincidencia entre información aportada directamente por los operadores e interlocutores sectoriales y la información oficial disponible, se establecieron las “horquillas de precios” a tener en cuenta en la elaboración de la cadena de valor.
- Posteriormente se procedió a la agrupación de conceptos de ingresos y costes a fin de aplicar igual formato y la misma estructura de ingresos, costes y precios utilizadas en las cadenas de valor de la leche LELD elaboradas por MAPA en 2009 y 2012.
- A partir de ahí se han elaborado las cadenas de valor correspondiente a cada una de los eslabones de la cadena de la leche LELD (PRODUCCION, INDUSTRIA y DISTRIBUCION); son las que figuran a continuación.
- Finalmente se ha establecido a cadena de valor global o integral de la LECHE LELD, que también figura a continuación.

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

#### RAMA DE PRODUCCION

<b>INGRESOS, COSTES Y PRECIOS (euros/litro de leche)</b>	<b>PROMEDIO DE VALORES MÁS BAJOS ANALIZADOS</b>	<b>PROMEDIO DE VALORES MÁS ALTOS ANALIZADOS</b>	<b>VALOR INTERMEDIO ENTRE LOS VALORES ANALIZADOS</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>0,3330</b>	<b>0,3800</b>	<b>0,3565</b>
Precio pagado a ganadero en explotación	0,3220	0,3320	0,3270
Otros ingresos de la explotación (conexos a leche)	0,0110	0,0480	0,0295
<b>COSTES</b>	<b>0,3290</b>	<b>0,3840</b>	<b>0,3565</b>
Costes totales de alimentación del ganado	0,1780	0,1940	0,1860
Sanidad y reproducción del ganado	0,0310	0,0360	0,0335
Costes totales de personal (titular y asalariados)	0,0390	0,0450	0,0420
Mantenimiento y reparaciones en la explotación	0,0130	0,0140	0,0135
Amortizaciones y provisiones	0,0190	0,0220	0,0205
Otros costes de la explotación (conexos a leche)	0,0280	0,0370	0,0325
Coste de oportunidad de instalaciones/inversiones	0,0210	0,0360	0,0285
<b>DIFERENCIA ENTRE INGRESOS Y COSTES EN FUNCION DE LOS PROMEDIOS MAS BAJOS Y MAS ALTOS DE LOS VALORES ANALIZADOS</b>	<b>0,0040</b>	<b>-0,0040</b>	<b>0,0000</b>

Años 2018-2019-2020

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

## RAMA PRODUCCIÓN

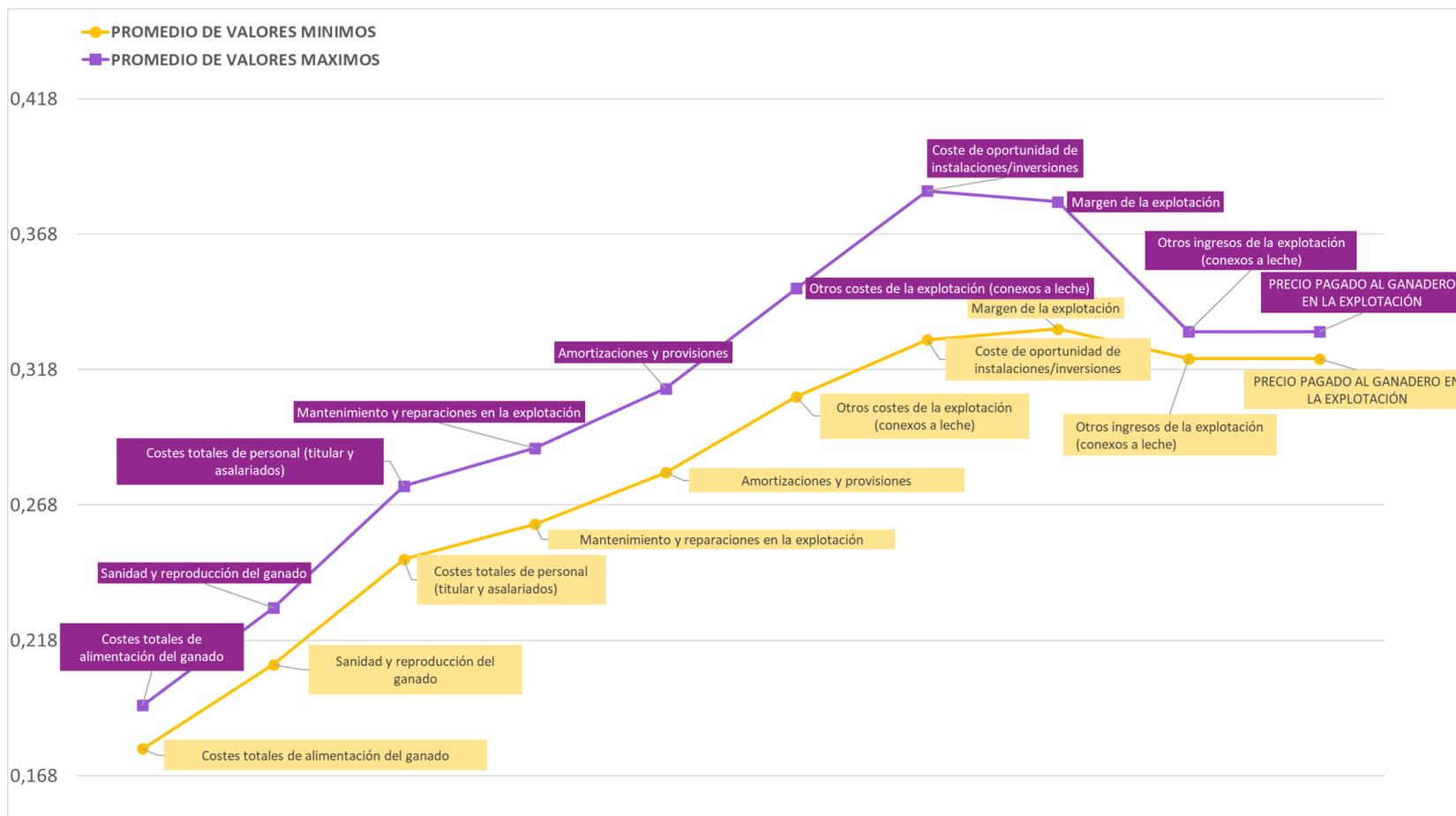
### UNA MAS AMPLIA PRESENTACION DE POSIBLES HORQUILLAS DE MARGENES DE LA EXPLOTACION (En euros/litro de leche cruda de vaca)

MARGENES APARENTES DE LA EXPLOTACION (Euros/litro de leche de vaca entregada)	VALORES PROMEDIOS MAS BAJOS DE INGRESOS TOTALES (0,333 euros/litro)	VALORES PROMEDIOS MAS ALTOS DE INGRESOS TOTALES (0,380 euros/litro)
VALORES PROMEDIOS MAS BAJOS DE COSTES TOTALES (0,329 EUROS/LITRO)	0,004	0,051
VALORES PROMEDIO MAS ALTOS DE COSTES TOTALES (0,384 EUROS7LITRO)	0,051	0,004

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

## RAMA DE PRODUCCION (EUROS/LITRO DE LECHE)



### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

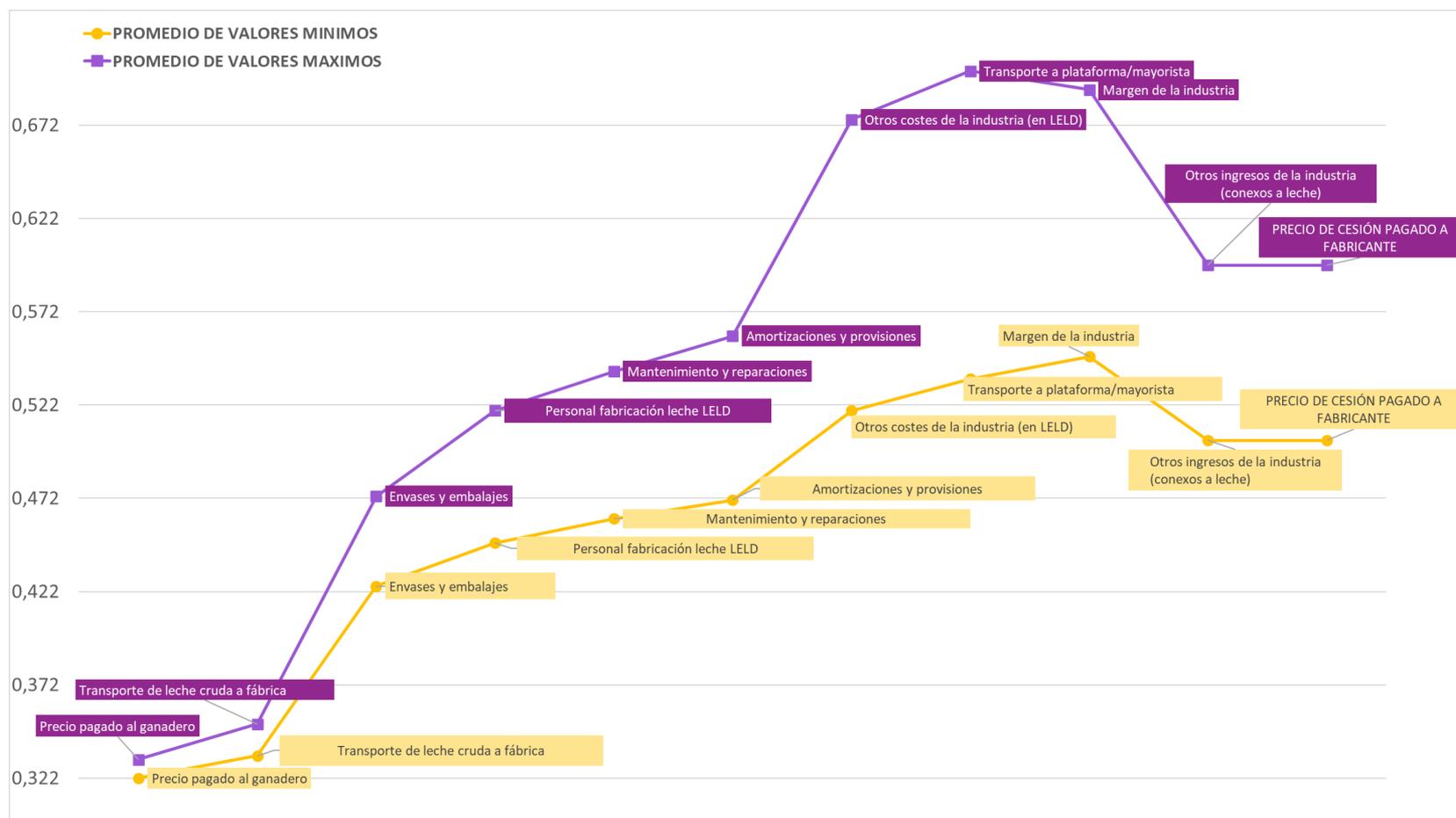
#### RAMA DE INDUSTRIALIZACIÓN

<b>INGRESOS, COSTES Y PRECIOS (euros/litro de leche)</b>	<b>PROMEDIO DE VALORES MINIMOS</b>	<b>PROMEDIO DE VALORES MAXIMOS</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>0,548</b>	<b>0,691</b>
Precio de cesión pagado a fabricante	0,503	0,597
Otros ingresos de la industria (conexos a leche)	0,045	0,094
<b>PRECIO PAGADO AL GANADERO</b>	<b>0,322</b>	<b>0,332</b>
<b>COSTES</b>	<b>0,214</b>	<b>0,369</b>
Transporte de leche cruda a fábrica	0,012	0,019
Envases y embalajes	0,091	0,122
Personal fabricación leche LELD	0,023	0,046
Mantenimiento y reparaciones	0,013	0,021
Amortizaciones y provisiones	0,010	0,019
Otros costes de la industria (en LELD)	0,048	0,116
Transporte a plataforma/mayorista	0,017	0,026
<b>MARGEN DE LA INDUSTRIA</b>	<b>0,012</b>	<b>-0,010</b>

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

### RAMA DE INDUSTRIALIZACIÓN (EUROS/LITRO DE LECHE)



### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

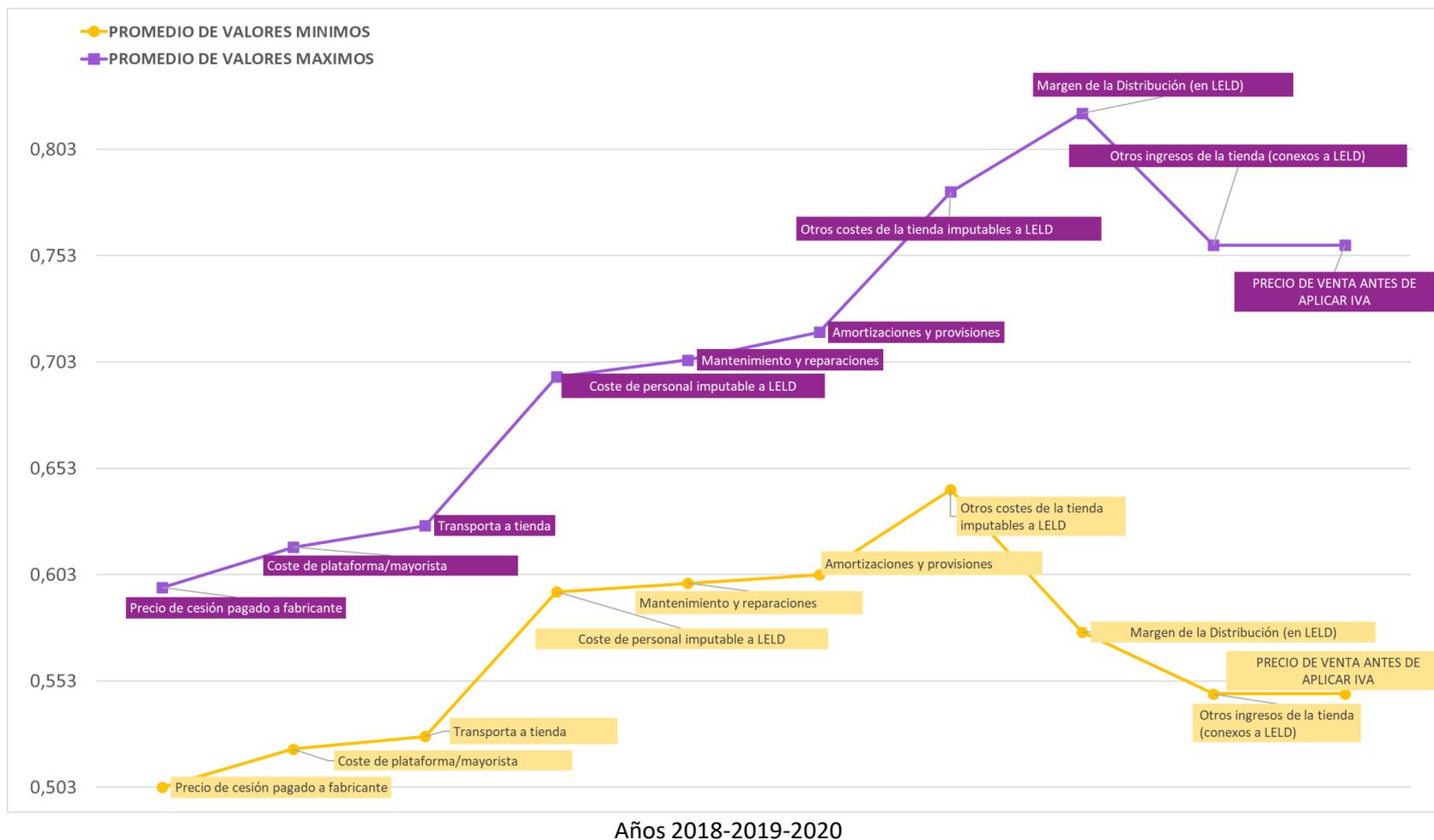
#### RAMA DE COMERCIALIZACIÓN/DISTRIBUCIÓN

INGRESOS, COSTES Y PRECIOS (euros/litro de leche)	PROMEDIO DE VALORES MINIMOS	PROMEDIO DE VALORES MAXIMOS
<b>INGRESOS</b>	<b>0,576</b>	<b>0,820</b>
-Precio de venta antes de aplicar IVA	0,547	0,758
-Otros ingresos de la tienda (conexos a LELED)	0,029	0,062
<b>PRECIO DE CESIÓN PAGADO A FABRICANTE</b>	<b>0,503</b>	<b>0,597</b>
<b>COSTES</b>	<b>0,140</b>	<b>0,186</b>
-Coste de plataforma/mayorista	0,018	0,019
-Transporta a tienda	0,006	0,010
-Coste de personal imputable a LELED	0,068	0,070
-Mantenimiento y reparaciones	0,004	0,008
-Amortizaciones y provisiones	0,004	0,013
-Otros costes de la tienda imputables a LELED	0,040	0,066
<b>MARGEN DE LA DISTRIBUCION (en LELED)</b>	<b>-0,067</b>	<b>0,037</b>

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

### RAMA DE COMERCIALIZACIÓN/DISTRIBUCIÓN (EUROS/LITRO LECHE)



### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

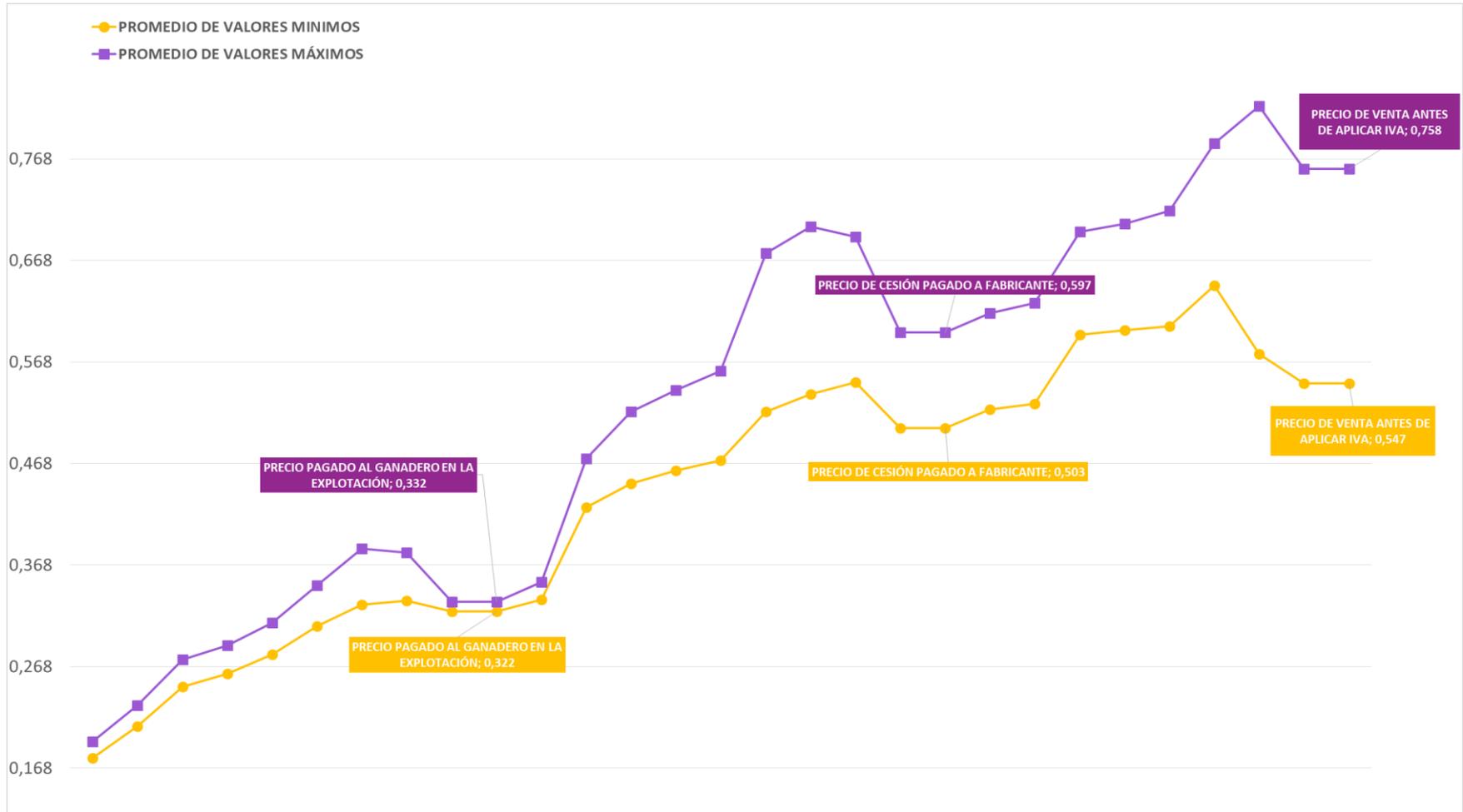
#### CADENA DE VALOR INTEGRADA (EUROS/LITRO LECHE)

INGRESOS, COSTES Y PRECIOS (euros/litro de leche)	PROMEDIO DE VALORES MÍNIMOS		PROMEDIO DE VALORES MÁXIMOS	
	Valor	Acumulado	Valor	Acumulado
Costes totales de alimentación del ganado	0,178	0,178	0,194	0,194
Sanidad y reproducción del ganado	0,031	0,209	0,036	0,230
Costes totales de personal (titular y asalariados)	0,039	0,248	0,045	0,275
Mantenimiento y reparaciones en la explotación	0,013	0,261	0,014	0,289
Amortizaciones y provisiones	0,019	0,280	0,022	0,311
Otros costes de la explotación (conexos a leche)	0,028	0,308	0,037	0,348
Coste de oportunidad de instalaciones/inversiones	0,021	0,329	0,036	0,384
Margen de la explotación	0,004	0,333	-0,004	0,380
Otros ingresos de la explotación (conexos a leche)	0,011	0,322	0,048	0,332
<b>PRECIO PAGADO AL GANADERO EN LA EXPLOTACIÓN</b>	<b>0,322</b>	<b>0,322</b>	<b>0,332</b>	<b>0,332</b>
Transporte de leche cruda a fábrica	0,012	0,334	0,019	0,351
Envases y embalajes	0,091	0,425	0,122	0,473
Personal fabricación leche LELD	0,023	0,448	0,046	0,519
Mantenimiento y reparaciones	0,013	0,461	0,021	0,540
Amortizaciones y provisiones	0,010	0,471	0,019	0,559
Otros costes de la industria (en LELD)	0,048	0,519	0,116	0,675
Transporte a plataforma/mayorista	0,017	0,536	0,026	0,701
Margen de la industria	0,012	0,548	-0,010	0,691
Otros ingresos de la industria (conexos a leche)	0,045	0,503	0,094	0,597
<b>PRECIO DE CESIÓN PAGADO A FABRICANTE</b>	<b>0,503</b>	<b>0,503</b>	<b>0,597</b>	<b>0,597</b>
Coste de plataforma/mayorista	0,018	0,521	0,019	0,616
Transporta a tienda	0,006	0,527	0,010	0,626
Coste de personal imputable a LELD	0,068	0,595	0,070	0,696
Mantenimiento y reparaciones	0,004	0,599	0,008	0,704
Amortizaciones y provisiones	0,004	0,603	0,013	0,717
Otros costes de la tienda imputables a LELD	0,040	0,643	0,066	0,783
Margen de la Distribución (en LELD)	-0,067	0,576	0,037	0,820
Otros ingresos de la tienda (conexos a LELD)	0,029	0,547	0,062	0,758
<b>PRECIO DE VENTA ANTES DE APLICAR IVA</b>	<b>0,547</b>	<b>0,547</b>	<b>0,758</b>	<b>0,758</b>

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

### CADENA DE VALOR INTEGRADA (EUROS/LITRO LECHE)

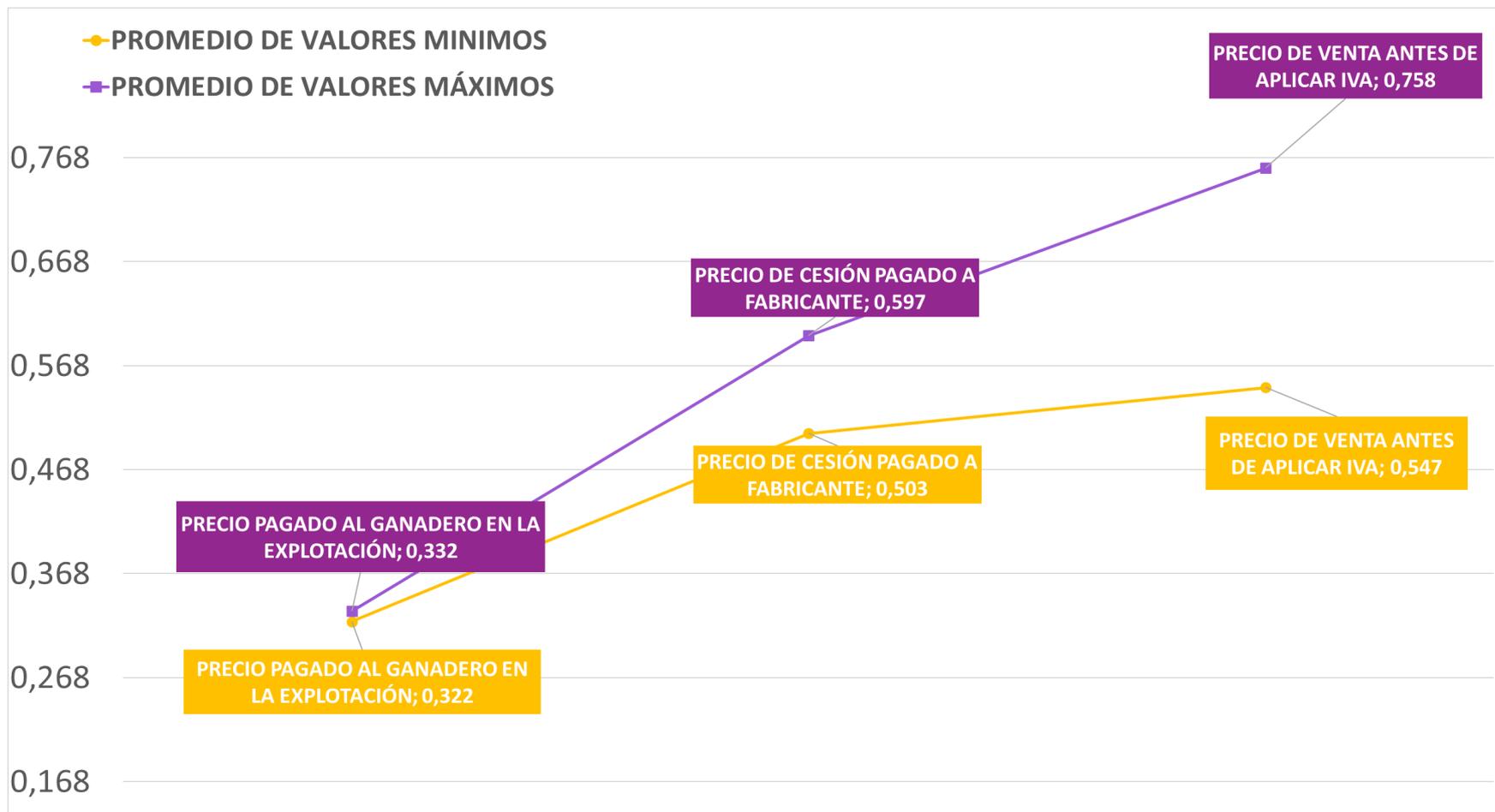


Años 2018-2019-2020

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

#### CADENA DE VALOR INTEGRADA (EUROS/LITRO LECHE)



Años 2018-2019-2020

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

## EL ANÁLISIS DEL PROCESO DE FORMACIÓN DE PRECIOS PARTE DE LA IDENTIFICACIÓN DE LOS DIFERENTES COSTES QUE SE ORIGINAN EN CADA ETAPA

		<b>PVP: 0,570-0,790 // (0,680) (con 4% IVA)</b> <b>PRECIO FINAL ANTES DE IVA: 0,547-0,758</b>
		Otros ingresos de la tienda(por leche): 0,029-0,062 MARGEN DE LA TIENDA: (-0,067)-(+0,037)
		Coste Plataforma/Mayorista: 0,018-0,019 Transporte a tienda: 0,006-0,010
		Coste personal imputable a leche: 0,068-0,070 Mantenimiento y reparaciones: 0,004-0,008 Amortizaciones y provisiones: 0,004-0,013 Otros costes de la tienda: 0,040-0,066
	<b>PRECIO DE CESIÓN DE FABRICANTE:</b> <b>0,503-0,597</b>	
	Otros ingresos de la industria:: 0,045-0,094 MARGEN DE LA INDUSTRIA: (+0,012)-(-0,010)	
	Transporte de leche cruda a fábrica: 0,012-0,019 Envases y embalajes: 0,091-0,122 Personal fabricación leche: 0,023-0,046	
	Mantenimiento y reparaciones: 0,013-0,021 Amortizaciones y provisiones: 0,010-0,019 Otros costes de la industria (leche): 0,048-0,116 Transporte a plataforma/mayorista: 0,017-0,026	
<b>PRECIO DE SALIDA DE EXPLOTACION:</b> <b>0,322-0,332</b>		<b>INCREMENTO DE COSTE EN LA COMERCIALIZACION/DISTRIBUCIÓN:</b> <b>0,044-0,161</b>
Otros ingresos explotación: 0,011-0,048 MARGEN DE LA EXPLOTACIÓN: (+0,004)-(-0,004)		
Alimentación del ganado: 0,178-0,194 Sanidad y reproducción: 0,031-0,036		
Personal total explotación: 0,039-0,045 Mantenimiento y reparaciones: 0,013-0,014		
Amortizaciones y provisiones: 0,019-0,022 Otros costes de la explotación: 0,028-0,037 Coste oportunidad de inversiones propias: 0,021-0,036		
	<b>INCREMENTO DE COSTE EN LA INDUSTRIA:</b> <b>0,181-0,265</b>	
<b>EXPLOTACION LACHERA</b>  (56,49%-42,03%) del PVP	<b>INDUSTRIA LACTEA</b>  (31,75%-33,54%) del PVP	<b>COMERCIALIZACION EN DESTINO Y TIENDA</b>  (11,75%-24,43%) del PVP (+4% de IVA)

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.1. . Estructura de ingresos, costes y precios

#### PESO ESPECIFICO DE LOS COSTES SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LELD

		<b>PVP (CON 4% DE IVA): 0,570-0,790 (0,680)</b> <b>PRECIO DE VENTA ANTES DE IVA:</b> <b>0,547-0,758</b>
	<b>PRECIO DE CESION DE FABRICANTE:</b> <b>0,503-0,597</b>	<b>Costes Acumulados (A)+(B)+(C)=</b> <b>0,683-0,939</b>
	<b>Costes Acumulados (A)+(B)=</b> <b>0,543-0,753</b>	<b>COSTES DE COMERCIALIZACION/DISTRIBUCION (C):</b> <b>0,140—0,186</b>
<b>PRECIO DE SALIDA DE PRODUCTOR:</b> <b>0,322-0,332</b>	<b>COSTES DE INDUSTRIALIZACION (B):</b> <b>0,214-0,369</b>	
<b>COSTES DE PRODUCCION (A):</b> <b>0,329-0,384</b>		
<b>PESO ESPECÍFICO DEL COSTE DE PRODUCCION</b> <b>48,17%-40,89%</b>	<b>PESO ESPECIFICO DEL COSTE DE INDUSTRIA:</b> <b>31,33%-39,30%</b>	<b>PESO ESPECIFICO DEL COSTE DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION:</b> <b>20,50%-19,81%</b>
<b>PRODUCCION</b>	<b>INDUSTRIALIZACION</b>	<b>COMERCIALIZACION/DISTRIBUCION</b>

Años 2018-2019-2020

## III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

### III.2. Algunas conclusiones derivadas del análisis de la cadena de valor de la leche LELD

- La fabricación y comercialización de leche LELD representa el principal capítulo de utilización de leche cruda de vaca producida y recogida en España (en torno al 30% del total); sin embargo no es la única utilización interior de dicha leche recogida, por lo que la cadena de valor de la leche LELD, a pesar de su importancia e interés, no es suficientemente representativa de la cadena de valor del conjunto global del Sector Lácteo Español, al compartirse la misma leche cruda de vaca recogida con otras utilidades (quesos, leches acidificadas, mantequilla, leches concentradas, etc.)
- Incluso dentro del mismo capítulo de leche LELD se integran dos formatos bien diferentes: el de leche LELD con “Marca de Fabricante” (MDF) y el de leche LELD con “Marca de la Distribución” (MDD); por lo que para interpretar con precisión la cadena de valor de la leche LELD y poder debatir o reflexionar sobre el grado de equilibrio y simetría de dicha cadena, sería bastante útil conocer la incidencia de uno y otro formato en la configuración de la misma.
- En el conjunto global de la cadena de la leche LELD se observa, como característica general, la existencia de márgenes muy reducidos en todos los eslabones de la cadena.
- No se han tenido en cuenta las ayudas y subvenciones públicas en la configuración de las estructuras de ingresos y costes de la cadena de valor.
- Dada la escasa relevancia del comercio exterior de leche LELD, y también de acuerdo con la petición expresa de los propios interlocutores sectoriales, en la cadena de valor no se han tenido en cuenta ni las importaciones ni las exportaciones de este producto.
- La cadena de valor de la leche LELD ahora elaborada y referida al periodo 2018/2019/2020 no presenta variaciones estructurales relevantes respecto a las cadenas de valor elaboradas por MAPA en 2009 y 2012.
- El análisis de contraste entre información aportada directamente por operadores sectoriales e información oficial disponible ha permitido verificar un alto grado de aproximación entre una y otra información, lo cual permite garantizar la validez y fiabilidad de la información aportada por los operadores sectoriales.

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.2. Algunas conclusiones derivadas del análisis de la cadena de valor de la leche LELD

- Determinados conceptos de coste tienen un elevado peso específico en la configuración del PVP que un comprador paga por un litro de leche LELD que adquiere en un lineal de venta. Así, 7 capítulos de costes ya supondrían el 87,72% del PVP pagado por el comprador, siendo de especial relevancia los costes de la alimentación del ganado, de los envases y del personal.

IMPACTO S/PVP DE LOS PRICIPALES CONCEPTOS DE COSTES	HORQUILAS DE COSTES PROMEDIOS (euros/litro)	(%) S/PVP
<b>PVP PROMEDIO DE LECHE LELD BRIK</b>	<b>0,680</b>	<b>100%</b>
- Coste alimentación del ganado	0,178--0,194	26,18%--28,53%
- Coste de sanidad y reproducción	0,031--0,036	4,56%--5,29%
- Coste de envases y embalajes	0,091—0,122	13,38%--17,94%
- Costes totales de personal	0,130--0,161	19,12%--23,68%
- Costes totales de mantenimiento y reparaciones	0,030—0,043	4,41%--6,32%
- Costes totales de amortizaciones y provisiones	0,033--0,054	4,85%--7,94%
- Costes totales de transporte	0,035--0,055	5,15%--8,09%
<b>TOTAL 7 PRINCIPALES CONCEPTOS</b>	<b>0,597</b>	<b>87,72%</b>

Años 2018-2019-2020

### III. CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS

#### III.2. Algunas conclusiones derivadas del análisis de la cadena de valor de la leche LELD

- En la producción primaria es donde se generan los costes más importantes del conjunto global de costes de la leche LELD.

ESLABONES DE LA CADENA SECTORIAL	Horquilla de costes (euros/litro)	(%) s/costes totales
PRODUCCION	0,329—0,384	48,17%--40,89%
INDUSTRIALIZACION	0,214—0,369	31,33%--39,30%
COMERCIALIZACION/DISTRIBUCION	0,140—0,186	20,50%--19,81%
<b>TOTAL</b>	<b>0,683—0,939</b>	<b>100%</b>

Años 2018-2019-2020

- La relación entre el PVP de un litro de leche LELD vendido en el lineal de venta y el precio pagado al ganadero oscila entre 1,77 y 2,38.

PRECIOS DE SALIDA EN CADA ESLABON DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LELD	HORQUILLA DE PRECIOS (euros/litro)
-Precio pagado a ganadero	0,322—0,332
-Precio de cesión del fabricante	0,503—0,597
-Precio en lineal de venta antes de IVA	0,547—0,758
<b>-PVP (con IVA DE 4%)</b>	<b>0,570—0,790</b> <b>(0,680)</b>

Años 2018-2019-2020

# ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS EN LA LECHE LIQUIDA ENVASADA DE LARGA DURACIÓN

## I. INTRODUCCIÓN

I.1. Consideraciones generales

I.2. Objetivos del Estudio de la Cadena de Valor

## II. SECTOR Y PRODUCTO OBJETO DE ANALISIS

II.1. Marco sectorial general

II.2. Caracterización del producto objeto de análisis

## III. CADENA DE VALOR Y FORMACION DE PRECIOS

III.1. Estructura de ingresos, costes y precios

III.2. Conclusiones derivadas del análisis de ingresos, costes y precios

## ANEXOS:

A. Metodología

B. Fuentes de información

C. Documentación complementaria: Histograma 2018-2020

# ANEXOS

## ANEXO A: METODOLOGÍA

El Estudio de la Cadena de Valor de la leche LELD ha sido realizado por la consultora PRODESCON S.A., en el segundo semestre de 2020 y revisada y finalizada en el primer semestre de 2021 y está referido al periodo 2018-2019-2020.

En el planteamiento del trabajo se fijaron estos requisitos básicos:

- El modelo y formato del informe final del estudio deberían corresponderse totalmente con los aplicados en los estudios de cadena de valor de la leche envasada elaborados por el MAPA en 2009 y 2012, de forma que fuera posible analizar la evolución desde entonces
- En el desarrollo del trabajo debería contarse con la participación real y colaboración activa de los operadores del sector y de sus representantes (o interlocutores sectoriales); y muy especialmente en la obtención de la información necesaria para el trabajo
- A lo largo del proceso de elaboración del estudio se debería contar con el apoyo y seguimiento de un Grupo de Trabajo específicamente creado a tal fin

Estos requisitos básicos han condicionado, caracterizado y acotado la metodología elegida y aplicada para la realización del estudio de la cadena de valor; y muy especialmente la selección del sistema de obtención de la información necesaria para el desarrollo del estudio. Dicha metodología contemplaba un amplio conjunto de actividades, las cuales se han desarrollado en diferentes fases:

## ANEXOS

### ANEXO A: METODOLOGÍA

- a. **En una Primera Fase se puso en marcha el Estudio y se creó el Grupo de Trabajo;** también se elaboró el “Plan de Trabajo” a seguir y se concretó y detalló la metodología a utilizar, todo lo cual se presentó al Grupo de Trabajo y se aprobó por éste; también se definió y caracterizó el “PRODUCTO o LINEA DE PRODUCTO” cuya cadena de valor habría de ser configurada y analizada.
- b. **En una Segunda Fase se abordaron las siguientes actividades:**
- Se definió la caracterización del “MARCO SECTORIAL” correspondiente al producto objeto de análisis, con el fin de conocer el peso específico de éste y su importancia relativa en el contexto general del Sector Lácteo Español; además de permitir con ello la posterior configuración de la “muestra sectorial” a utilizar para obtener la información necesaria para el Estudio, de forma que se pudiese garantizar la utilización de una muestra suficientemente representativa y viable a efectos de la consulta a realizar posteriormente.
  - Se diseñó y propuso al Grupo de Trabajo un modelo de “ESTRUCTURA DE CONCEPTOS DE INGRESOS, COSTES Y PRECIOS” a utilizar como soporte o formato a lo largo del proceso de elaboración de la cadena de valor; después de recoger las propuestas y sugerencias de los miembros del Grupo de Trabajo se estableció una primera estructura básica de conceptos de ingresos, costes y precios.
  - Se definió y propuso al Grupo de Trabajo el “SISTEMA DE OBTENCION DE LA INFORMACION” a utilizar, planteándose que se basaría prioritariamente en “Información Primaria” (obtenida mediante CONSULTA DIRECTA a operadores e interlocutores sectoriales); al mismo tiempo que se obtendría la necesaria “Información Secundaria” (obtenida a partir de FUENTES DE INFORMACION DISPONIBLES Y ACCESIBLES, básicamente oficiales o afines) la cual se utilizaría principalmente como contraste y verificación de la información primaria conseguida directamente de los operadores sectoriales (en un capítulo posterior se resume la bibliografía y documentación examinada a lo largo del trabajo)

## ANEXOS

### ANEXO A: METODOLOGÍA

- CONSULTA DIRECTA propuesta al Grupo de Trabajo tenía estas características principales:
  - Aplicación de dos CUESTIONARIOS diferenciados: Uno de “caracterización del encuestado” y otro de cumplimentación de “datos económicos”
  - En todos los casos los cuestionarios eran anónimos, se cumplimentaron por separado y no permitían identificar al encuestado
  - En el cuestionario de “datos económicos” se solicitaban éstos en forma de “Horquilla” y referidos al periodo 2018-2019-2020
  - Los cuestionarios de “caracterización anónima” de los encuestados se destinaban a evaluar la representatividad de las respuestas
  - La tarea de envío, coordinación e impulso de la consulta se desarrolló a través de los interlocutores sectoriales
  - Los cuestionarios cumplimentados y anónimos se entregarían por separado (caracterización y datos) a los consultores
- Se definió y propuso al Grupo de Trabajo la estructura de la “MUESTRA DE OPERADORES” a la que aplicar la Consulta Directa prevista.
- Una vez acordada la dimensión y tipología de la muestra, y verificada y aceptada por el sector la validez y representatividad de la misma, se encomendó a los INTERLOCUTORES SECTORIALES la identificación y selección de los operadores concretos a los que deberían dirigirse los cuestionarios de la consulta directa a llevar a cabo; de forma que serían estos mismos interlocutores sectoriales los encargados de enviar los cuestionarios a los operadores seleccionados por ellos.

## ANEXOS

### ANEXO A: METODOLOGÍA

- Se elaboraron y propusieron al Grupo de Trabajo los “CUESTIONARIOS A UTILIZAR EN LA CONSULTA DIRECTA A OPERADORES” que, como se ha señalado anteriormente, serían dos diferentes y separados:
  - Un “Cuestionario de Caracterización del Encuestado” absolutamente anónimo y destinado exclusivamente a verificar globalmente la representatividad de las respuestas aportadas por los operadores.
  - Un “Cuestionario de Datos Económicos de Ingresos, Costes y Precios”, destinado a los operadores encuestados, absolutamente anónimo, a cumplimentar por éstos en formato de “Horquilla” y referidos a valores promedios de los ejercicios 2018, 2019 y 2020. La finalidad de estos cuestionarios sería, como es lógico, servir de soporte cuantitativo para la elaboración de la cadena de valor.
- Se establecieron los procedimientos operativos e informáticos de envío, cumplimentación y entrega de los cuestionarios cumplimentados y se puso en marcha el “LANZAMIENTO DE LA CONSULTA A OPERADORES”.

#### c. En una Tercera Fase se abordaron estas actividades:

- Los Interlocutores Sectoriales recibieron los formatos de Cuestionarios de la Consulta Directa y los reenviaron a los operadores sectoriales seleccionados para la realización de ésta; igualmente apoyaron e impulsaron el proceso de cumplimentación de los cuestionarios por parte de los operadores sectoriales
- Se realizaron diferentes oleadas de envío y recordatorio/petición de cumplimentaciones de cuestionarios; los interlocutores sectoriales atendieron numerosas dudas o peticiones de ayuda procedentes de los operadores sectoriales; y el equipo consultor atendió más de 30 consultas o peticiones de explicaciones, procedentes de operadores sectoriales o los propios interlocutores sectoriales.

## ANEXOS

### ANEXO A: METODOLOGÍA

- Finalmente, después de este proceso de petición de información, mediante la cumplimentación de los cuestionarios solicitados, se llevó a cabo la recepción de los mismos.
- El análisis de los cuestionarios de caracterización sirvió para verificar la idoneidad y representatividad de la información aportada por los operadores y/o interlocutores sectoriales; lo cual permitía proceder a la tabulación de los datos económicos recibidos y a la configuración de las primeras estructuras provisionales de ingresos, costes y precios, por rama de actividad.
- Se llevó a cabo un amplio trabajo de “CONTRASTE DE LA INFORMACION PRIMARIA” aportada por los operadores e interlocutores sectoriales; dicho contraste se realizó por dos vías: mediante ENTREVISTAS DE CONTRASTE/COMPLEMENTO DE INFORMACIÓN” realizadas por los consultores con operadores e interlocutores sectoriales; y mediante un ANALISIS COMPARATIVO DE INGRESOS, PRECIOS Y COSTES entre los datos aportados por los operadores y los “datos oficiales” publicados por “Fuentes Oficiales” o afines.
- El ANALISIS COMPARATIVO DE PRECIOS era de máxima importancia, no solo para verificar el grado de correspondencia con los “precios oficiales” publicados, sino también porque a partir de dicho análisis se podía verificar, además, la idoneidad y fiabilidad de la información aportada por los operadores. Como ya se ha señalado, en la cadena de valor provisional inicialmente aportada los precios aplicados a lo largo de la misma han sido LOS DIRECTAMENTE INDICADOS POR LOS OPERADORES CONSULTADOS.

- En la **RAMA DE PRODUCCIÓN** los precios oficiales pagados a ganadero publicados por FEAGA referidos a leche cruda de vaca eran los siguientes:

AÑOS-EUROS/LITRO DE LECHE CRUDA DE VACA	PRECIOS PROMEDIO MENSUALES MÁS BAJOS	PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES MÁS ALTOS	PRECIO PROMEDIO ANUAL
2018	0,312	0,333	0,322
2019	0,322	0,340	0,328
2020	0,325	0,341	0,332

Fuente: FEAGA (Declaraciones de leche de vaca)

Según la información directamente proporcionada por las explotaciones lecheras que han participado en el estudio, el PRECIO PROMEDIO PONDERADO DE VENTA DE LECHE EN EXPLOTACION era 0,326 EUROS/LITRO.

- En la **RAMA DE TRANSFORMACION INDUSTRIAL** los precios oficiales de referencia a tener en cuenta serían los precios de cesión del fabricante publicados por FEAGA referidos a LECHE UHT EN ENVASE BRIK:

AÑOS (Leche BRIK)	PRECIOS DE CESION PROMEDIOS (euros/litro )
2018	0,578-0,597
2019	0,503-0,529
2020	0,524-0,536

Según la información recogida en la consulta a operadores industriales el precio promedio de cesión de fabricantes era 0.540 euros/litro (con una horquilla de 0,535-0,554 euros/litro) prácticamente idéntico al promedio de los precios de cesión de fabricantes señalado por FEAGA.

## ANEXOS

### ANEXO A: METODOLOGÍA

- En la **RAMA DE COMERCIALIZACION/DISTRIBUCIÓN** los precios oficiales a considerar serían los publicados por el MAPA en su “Observatorio del Consumo”, correspondientes a la leche LELD vendida a un comprador (IVA incluido), y promediando y ponderando leches enteras, desnatadas y semidesnatadas:

AÑOS (Leche BRIK)	PVP DE 1 LITRO DE LECHE LELD EN LINEAL DE VENTA (SEGUN MAPA)
2018	0,69
2019	0,68
2020	0,69
Promedio de los tres años	0,69

- En definitiva, el Análisis Comparativo de precios ha permitido verificar la idoneidad y fiabilidad de la información aportada por los operadores; y también ha permitido establecer las “HORQUILLAS DE PRECIOS” a utilizar en la configuración de la definitiva cadena de valor.
- En la actividad de contraste de la información primaria utilizada en el diseño y análisis de la cadena de valor de la leche LELD, se ha podido verificar la coherencia entre precios indicados por los operadores y precios oficiales publicados:
  - En el caso de la información relativa a la Producción de Leche Cruda de Vaca, se han contrastado los datos aportados por los operadores sectoriales con datos de informes oficiales como ECREA (información muy útil y representativa, aunque insuficientemente actualizada ya que el último informe se refiere a 2017) y RENGRATI (información muy completa, actualizada hasta 2019, procedente de 15 “granjas típicas” que representan a todos los modelos productivos de España). También se han consultado otros numerosos informes y estudios sobre ingresos y costes en la producción de leche de vaca, procedentes de organizaciones agrarias y centros especializados, así como publicaciones de diferente naturaleza; y se ha contado también con las valoraciones aportadas directamente por operadores con los que se han mantenido entrevistas directas de contraste de información.

## ANEXOS

### ANEXO A: METODOLOGÍA

- En el caso de la información relativa a la Transformación Industrial y a la Comercialización/Distribución se han podido contrastar, con información oficial disponible, los precios de cesión del fabricante (en el caso de la Industria) y las estructuras de productos y sus precios de venta (en el caso de la Distribución); y también se han llevado a cabo entrevistas de contraste con operadores sectoriales de una y otra rama; y se han examinado estudios e informes sobre costes de fabricación y comercialización, así como sobre datos y resultados económicos de empresas operativas en una y otra rama.

**d. En una cuarta fase se ha procedido a revisar y ajustar los contenidos de la cadena de valor,** estableciendo un primer “Avance-Propuesta” de posible Cadena de Valor provisional, resultante de aplicar y agregar los datos facilitados directamente por los operadores sectoriales, de amplio desarrollo y contenido, y expresada en formato de “datos únicos promedios” con el fin de facilitar el análisis y debate de la misma por parte de los interlocutores sectoriales y del Grupo de Trabajo. En diferentes sesiones de trabajo se recogieron sugerencias y propuestas de mejora de la cadena de valor presentada.

A partir de ahí se procedió a elaborar la CADENA DE VALOR DEFINITIVA, adaptándola para su presentación en el formato de conceptos agrupados y de estructura en HORQUILLAS de ingresos, costes y precios utilizado en las cadenas de valor de la leche LELD del MAPA de 2009 y 2012; incluyendo también la configuración de los gráficos representativos de la cadena de valor, también similares a los utilizados en dichas cadenas de valor de la leche LELD elaboradas por MAPA en 2009 y 2012. A partir de lo cual se procedió a la entrega del trabajo definitivo al MAPA con fecha 21 de Marzo de 2021.

A partir de ese momento se ha abierto un nuevo período de revisión final de dicha cadena de valor por parte de los miembros del grupo de trabajo, lo cual ha permitido plantear por parte de éstos nuevas propuestas de mejora de la cadena de valor aportada, con lo cual se ha procedido a la incorporación de las mismas y a la presentación de la definitiva Cadena de Valor de la Leche de Vaca Envasada de Larga Duración para Consumo Humano.

## ANEXOS

### ANEXO A: METODOLOGÍA

## PROCESO DE ELABORACION DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LELD

FASE PRIMERA	FASE SEGUNDA	FASE TERCERA	FASE CUARTA
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Aprobación por MAPA</li> <li>-Creación del Grupo de Trabajo de seguimiento</li> <li>-Aprobación del Plan de Trabajo y la Metodología</li> <li>-Caracterización del Producto objeto de análisis en la cadena de valor de la leche LELD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Marco Sectorial de referencia</li> <li>-Conceptos de ingresos, costes y precios a utilizar</li> <li>-Sistema de obtención de información</li> <li>-Muestra para consulta a operadores</li> <li>-Cuestionarios para la consulta a operadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Lanzamiento de la consulta a operadores</li> <li>-Diferentes oleadas de petición de cumplimentación de cuestionarios</li> <li>-Entrevistas personales de ayuda a la cumplimentación</li> <li>-Recepción y tabulación de cuestionarios cumplimentados</li> <li>-Avance de cadena de valor provisional resultante de la consulta</li> <li>-Contraste de información de operadores con datos oficiales disponibles</li> <li>-Contraste de resultados mediante entrevistas directas con operadores, interlocutores o agentes sectoriales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseño de la cadena de valor contrastada y ajustada</li> <li>-Presentación al Grupo de Trabajo y debate sobre los resultados</li> <li>-Incorporación de propuestas de mejora</li> <li>-Adaptación al formato de cadenas de valor de 2009 y 2012</li> <li>-Cadena de valor definitiva en formato de las cadenas de valor de 2009 y 2012 (HORQUILLAS Y GRAFICOS)</li> <li>-Entrega del trabajo a MAPA</li> </ul>
<b>JUNIO 2020</b>	<b>JULIO-AGOSTO 2020</b>	<b>SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2020</b>	<b>DICIEMBRE 2020-MARZO 2021</b>

# ANEXOS

## ANEXO B: BIBLIOGRAFIA Y BASES DOCUMENTALES UTILIZADAS

La bibliografía y las bases documentales utilizadas en el Estudio de la Cadena de Valor de la Leche LELD se han destinado, por una parte, tanto a la caracterización del “Marco Sectorial” del que forma parte el producto objeto de análisis, como a la configuración de la propuesta de “Estructura de Ingresos, Costes y Precios” a aplicar en la cadena de valor; y por otra parte, también se ha utilizado para contrastar la idoneidad, fiabilidad, representatividad y validez de los datos aportados por los operadores sectoriales directamente mediante la consulta sectorial realizada.

Las principales Fuentes de Información utilizadas han sido las siguientes:

- Estudios de las cadenas de valor de la leche líquida envasada, de 2009 y 2012, elaborados por el MAPA.
- Informes del FEGA sobre precios de la leche cruda de vaca, entregas de leche, ganaderos con entregas, primeros compradores, etc.
- Informes del FEGA sobre volúmenes y precios de cesión de leche líquida envasada, correspondiente a fabricantes de leche LELD.
- Informes sobre consumo alimentario publicados por MAPA (en especial de consumos y precios de leche LELD)
- Diferentes informes y estudios del MAPA sobre producción y mercado, relativos al sector vacuno de leche.
- Informes de MAPA sobre censos de vacuno de leche.
- Informes del MAPA sobre precios percibidos por los ganaderos.
- Encuestas del MAPA sobre estructuras de productos lácteos.

## ANEXOS

### ANEXO B: BIBLIOGRAFIA Y BASES DOCUMENTALES UTILIZADAS

- Diferentes informes y estudios de las CCAA sobre producción y mercados de leche y sobre cadenas de valor de la leche envasada.
- Informes RENGRATI (Red Nacional de Granjas Típicas) Y ECREA (Estudios de Costes y Rentas de las Explotaciones Agrarias) sobre costes de producción en explotaciones de vacuno de leche.
- Informes y estudios de MERCASA sobre el sector lácteo y sobre cadena de valor de la leche LELD.
- Informes y estudios de INLACT sobre el sector lácteo y la cadena de valor de la leche LELD.
- Estudios de la distribución sobre mercado y cadena de valor de la leche LELD.
- Informes y estudios de las Cooperativas y Organizaciones Agrarias sobre producción y mercado de leche y costes de producción.
- Informes y estudios sobre producción y venta de piensos para vacuno de leche.
- Informes y estudios de INE sobre consumos y precios de consumo, índices de precios y DIRCE.
- Informes de AEAT (DATACOMEX) sobre comercio exterior sectorial.
- Informes y estudios de la Comisión Europea/MMO sobre producción, mercados y precios de la leche de vaca.
- Diferentes webs, estudio e informes sobre estructuras y resultados económicos de empresas operativas en leche LELD.
- Observación directa de lineales de venta de leche LELD.

# ANEXOS

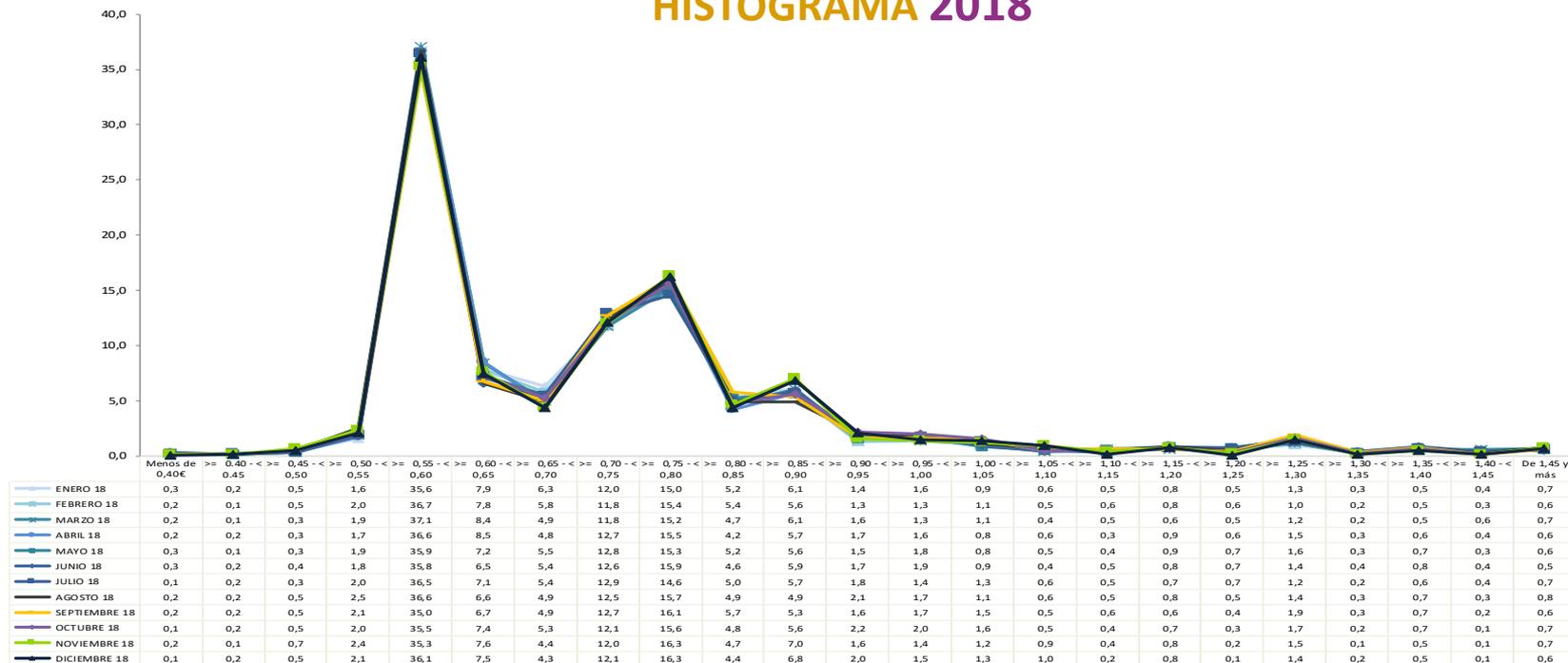
## ANEXO C: DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA. HISTOGRAMAS

- A continuación se incluyen los gráficos de dispersión de precios obtenidos a partir del Panel de consumo alimentario en los hogares correspondientes a los años del estudio, 2018, 2019 y 2020. Se representa la frecuencia de los distintos precios a los que los consumidores compran la leche líquida.
- El panel recoge la información de los alimentos que los consumidores adquieren para el abastecimiento del hogar, dónde los compran y cuánto les cuestan. El gráfico muestra, por lo tanto, la dispersión de los precios reales de compra, que no tienen por qué coincidir exactamente con los precios de venta ofertados por los establecimientos, pues dependerá de la elección del consumidor comprar productos de un precio u otro.
- Cada una de las líneas representa un mes concreto, en la que la coordenada X indica un rango de precios concreto, y la coordenada Y marca la frecuencia a la que se compra a ese rango de precios. Los picos en las líneas mensuales indican que la leche se compra más frecuentemente a ese precio. La superposición de las líneas indica que la distribución de los precios en los distintos meses es similar. La tabla inferior ofrece la información de las distintas frecuencias en valor numérico.

## ANEXOS

### ANEXO C: DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA. HISTOGRAMAS

- En el “Total leche Líquida” se incluye toda la leche líquida de consumo, ya sea envasada o no, (es decir, toda aquella que no sea en polvo, condensada o evaporada).
- En los epígrafes “Leche entera”, “Leche semidesnatada” y “Leche desnatada” se incluye toda la leche envasada que corresponda a cada contenido de materia grasa. Por ejemplo, cualquier tipo de leche líquida envasada que tenga un contenido de grasa que la clasifique como entera, se incluye en el epígrafe “Leche entera”, ya sea de vaca o de otros mamíferos, independientemente del tratamiento térmico (UHT, pasteurizada, cruda, etc.), con o sin lactosa, enriquecida, etc.
- En los epígrafes por tipo de establecimiento, se recogen, por un lado, los precios a nivel Total España, es decir, del conjunto de todos los canales de distribución. El desglose de los establecimientos corresponde a la distribución organizada: Hipermercados, Supermercados+autoservicios y Tiendas descuento, que en conjunto suman más del 90 % del volumen de ventas de leche líquida.

**ANEXOS**
**ANEXO C: DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA.**
**HISTOGRAMA 2018**

**Conclusiones:**

• En el mes de diciembre de 2018, el rango de precios con mayor volumen de compras para la leche líquida es el de 0,55-0,60 €-l, donde se acumula el 36,1% del total de las compras. El supermercado es el canal que más contribuye a dicha concentración con el 39,1% de los litros. Discount e hipermercado también acumulan la mayor parte de sus ventas en este tramo, sin embargo no superan la proporción del total España (34,3% y 32,8% respectivamente).

El siguiente tramo con mayor proporción de compras es el que va desde los 0,75-0,80 €-l siendo la proporción de 16,3 del total de las compras. Es el discount el responsable de dicha acumulación pues concentra en dicho tramo el 22,1% de sus compras. Hiper y super acumulan algo más del 15% de sus compras en dicho tramo.

• El tipo de leche entera acumula el 38,5% de las compras en el intervalo de precios de 0,55-0,60 €-litro. De nuevo, es el canal supermercado que más aporta a esta concentración con una cuota del 43,9%, aunque también es el intervalo de mayor porcentaje de ventas para discount e hipermercado, si bien para estos dos, la cuota no es tan significativa como a nivel total España.

Asimismo, resulta relevante la concentración de compras en el tramo que oscila entre los 0,75-0,80 €-litro con el 18,2% de las mismas. En este caso, es el canal discount el que más aporta con una cuota del 29,6%, hiper también concentra un 19,1% de su volumen en este tramo.

• La leche desnatada también acumula el mayor volumen de compras en el tramo que oscila entre los 0,55-0,60 €-litro, que ya alcanza el 37,1%. Si bien los tres canales registran sus mayores porcentajes de venta en este tramo, el discount es que el que más aporta de todos con una cuota de del 48,3%.

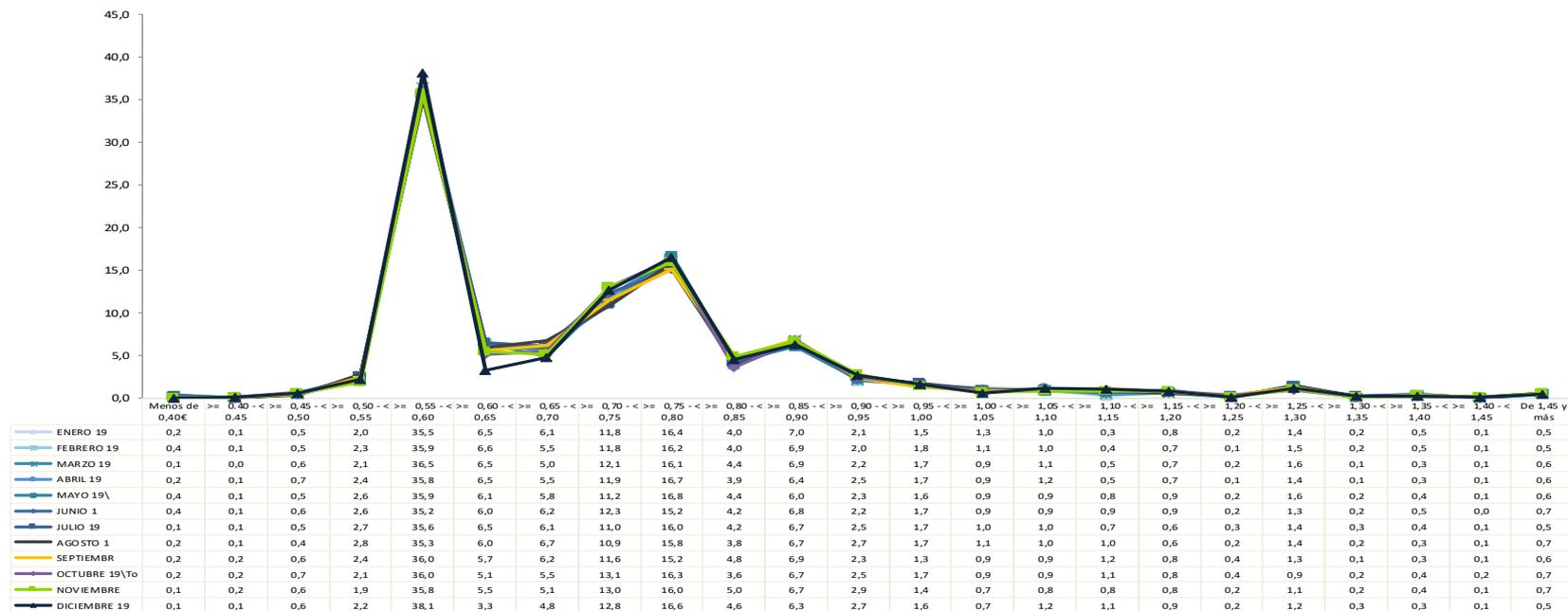
El segundo intervalo con mayor concentración de compras es el que oscila entre los 0,70-0,75 €-litro con un 22,0%. En esta ocasión es el supermercado el que registra una mayor cuota de ventas (24,7%) muy seguido del discount (23,9%).

• Finalmente, el mismo patrón se repite en el caso del tipo de leche semidesnatada, que concentra la mayor parte de las compras entre los 0,55 y los 0,60 €-litro. No obstante, en este caso se trata de la cuota más baja de todas con un 34,2%. El porcentaje de ventas en este tramo es mayor en el caso del supermercado (37,5%), aunque el hipermercado también contribuye de manera notable, su concentración es del 33,8%.

El siguiente intervalo con mayor concentración de volumen es el que oscila entre los 0,75-0,80 €-litro con una cuota de 18,8%. En este tramo, discount y super son los canales con mayor participación (20,9% y 19,4% respectivamente).

**ANEXOS**
**ANEXO C: DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA.**

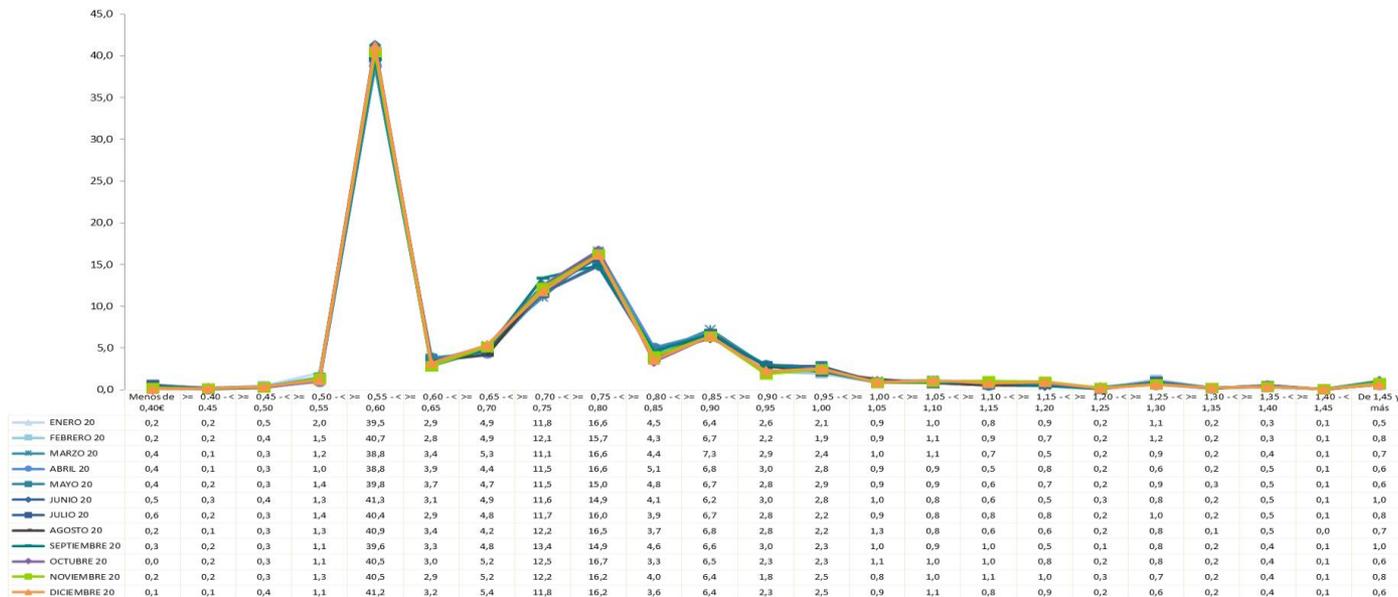
# HISTOGRAMA 2019


**Conclusiones:**

- El tramo con mayor concentración de compras de leche líquida en diciembre 2019 oscila entre los 0,55 y los 0,60 €/litro, cuenta con una proporción del 38,1%. Discount así como el supermercado y autoservicio son los canales que más contribuyen a dicha concentración, inclusive superando el total España con una cuota del 47,8% para el discount y del 39,3% para los segundos. Por su parte, el hipermercado también concentra la mayor parte de sus ventas en este tramo (27,3%). El intervalo de precio de los 0,75-0,80 €/litro, acumula un 16,6% y es el segundo por orden de importancia y acumulación de compras. Discount es el responsable directo, tiene una concentración del 23,5% de las compras en dicho tramo. Hipermercado y supermercado por su parte, tienen el 16,8% y 14,7% de sus compras concentradas en dicho tramo.
- Leche entera reúne el 41,4% de sus ventas en el intervalo de precios de 0,55-0,60 €/litro. Los tres canales acumulan la mayor proporción de compras en dicho tramo, sin embargo, es el discount quien contribuye en mayor medida, acumula el 48,0% de sus compras en dicho tramo, superando la cifra total de España al igual que supermercado (45,0%). El hipermercado acumula el 27,9% de sus litros en dicho tramo. Destaca con el 15,7% de proporción de compras de leche entera el tramo que oscila entre los 0,75-0,80 €/litro. En este caso es el discount el canal que más aporta a esta concentración con un 30,2%, mientras que para hipermercado y supermercado representa el segundo tramo más importante (17,0% y 11,9% respectivamente).
- La leche desnatada acumula el mayor volumen de compras en el rango de los 0,55-0,60 €/litro, alcanzando el 34,7%. Los tres canales registran sus mayores cuotas en este intervalo de precio. Ordenadas de menor a mayor, encontramos la del hipermercado con un 20,8%, la del supermercado con un 34,5%, y el discount con un 49,6%, siendo esta última como tal responsable de la concentración a nivel total España.
- El segundo intervalo con mayor concentración de compras es el que oscila entre los 0,70-0,75 €/litro con un 24,6%. Es el supermercado el canal que más contribuye pues su participación en dicho tramo es del 29,3%, quedando los demás con cuotas también muy altas es decir este tramo es el segundo para ambas plataformas pero con una participación por debajo del 24,6% del total España.
- Respecto al tipo de leche semidesnatada, la mayor parte de las compras se mantienen entre los 0,55 y los 0,60 €/litro, la cuota alcanzada es del 38,2%. Es el canal discount quien contribuye en mayor medida, acumula el 46,9% de sus litros en este intervalo de precios. El hipermercado y el supermercado también concentran su mayor proporción de compras en dicho intervalo de precio (30,2% y 38,6% respectivamente).
- El siguiente rango de precio que tiene mayor concentración de volumen es el que oscila entre los 0,75-0,80 €/litro con un porcentaje del 20,3% sobre el total. En este tramo el discount acumula 1 de cada 5 litros vendidos (22,1%), también es muy significativo el peso que tienen los supermercados con una concentración del 20,6% de su volumen. El hipermercado cuentan con una cuota algo menor (16,5%).

**ANEXOS**
**ANEXO C: DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA.**

# HISTOGRAMA 2020


**Conclusiones:**

• A cierre de mes diciembre de 2020 el tramo con mayor proporción de compras acumuladas con el 41,2 % de las mismas, es el que se sitúa entre los 0,55 y los 0,60 €/litro. Es una tendencia constante a lo largo de los meses analizados, es además un hecho que se repite en los tres tipos de leche por materia grasa.

Esta concentración es consecuencia directa de la acumulación de litros que tienen las plataformas de distribución. El discount, así como supermercados/autoservicios, pues ambos concentran la mayor parte de sus litros en el tramo anteriormente mencionado, superan el total España (54,1% y 40,8% respectivamente).

El segundo tramo más importante y que acumula mayor concentración de compras con el 16,2% de las mismas es el que oscila entre los 0,75-0,80 €/litro. El canal discount es responsable de dicha acumulación, pues, concentra el 21,8% de las compras en dicho intervalo.

• El tipo de leche entera reúne el 41,8% de sus litros en el intervalo de precios de 0,55-0,60 €/litro. Las tres plataformas analizadas registran la mayor acumulación de compras en el tramo mencionado, son supermercados y autoservicios, así como el discount los canales responsables de que esto suceda en mayor medida. Acumulan respectivamente el 42,6% y el 53,9% de sus litros, superando la cifra media del total España. El tramo que se sitúa entre los 0,75-0,80 €/litros, es el segundo tramo con mayor proporción de compras, a cierre de diciembre 2020 acumula el 18,5% de los mismos, el discount es el único canal que supera esta cifra (27,5%).

• El tipo de leche desnatada también concentra el mayor volumen de compras en el rango de precio que oscila entre los 0,55-0,60 €/litro, su cuota asciende al 40,2%. Nuevamente es el discount el responsable directo de dicha concentración, pues acumula el 55,5% de sus litros en dicho tramo. El resto de las plataformas pese a que mantienen su proporción más alta en este tramo, no superan el promedio de total España. El segundo tramo con mayor concentración de las compras es el que oscila entre los 0,70-0,75 €/litro, con el 20,1% de los mismos. Es el canal supermercado/autoservicio el responsable directo de dicha acumulación, a mes de noviembre mantiene el 24,8% de litros en dicho intervalo.

• Diciembre de 2020 cierra con la mayor parte de las compras para el tipo de leche semidesnatada en el rango de precio que oscila entre los 0,55 y los 0,60 €/litro, siendo su cuota del 41,5%. Por su parte, los canales responsables son el canal discount y el supermercado/autoservicio, pues contribuyen con el 53,4% y el 41,0% de sus litros en este intervalo, en ambos casos superando el promedio del total España. Es el rango de precios oscilante entre los 0,75-0,80€/litro el segundo más importante para este tipo con el 18,7% de los litros. Contribuye especialmente el canal discount con uno de cada cinco litros concentrados en dicho tramo (22,8%).