



**ABRIL 2009**



## **ACTUACIONES DEL MARM**

en la **CADENA ALIMENTARIA**



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos**  
**MARM**

# “TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA”. ACTUACIONES DEL MARM

1. UNA CADENA DE VALOR COMPLEJA
2. LA SOCIEDAD Y EL SECTOR DEMANDAN ACTUACIONES
3. LAS ADMINISTRACIONES MUESTRAN PREOCUPACIÓN
4. LA ADMINISTRACIÓN RESPONDE: TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN
5. UNA COYUNTURA ACTUAL
6. BÚSQUEDA DE SOLUCIONES



## “UNA CADENA DE VALOR COMPLEJA”



Las **cadenas de valor son complejas y necesarias** para poder suministrar al consumidor en tiempo y forma los alimentos.

CADENAS DE VALOR  
SUPERVIVIENTES



NOTABLEMENTE EFICIENTES

- La **Cadena de valor de los alimentos presenta asimetrías en el poder de negociación.** Más concentrada en la distribución y más atomizada con empresas de menor dimensión en la producción.

La relación entre el **precio en origen y el precio en destino es compleja.**

PRECIO EN ORIGEN



OPERACIONES  
EN LA CADENA



PRECIO EN DESTINO

- El precio en origen es uno de los **múltiples factores que influyen en el precio en destino.**



## “LA SOCIEDAD Y EL SECTOR DEMANDA **ACTUACIONES**”



Diferencia entre los precios percibidos por los agricultores y los precios pagados por los consumidores.

- Incremento de los costes de producción, motivada por el incremento de precios de los insumos, y bajada de precios en origen. **Riesgo de abandono de la actividad.**
- La bajada de precios en origen **no se traslada a la cadena.**

**PRODUCTORES**



Garantizar a los agricultores unos **ingresos estables** mediante unos precios que cubran los **costes de producción** y una **remuneración justa** de su trabajo

**CONSUMIDORES**



Mantener un **adecuado nivel de precios** y proporcionar **información** sobre la cadena de valor



# “LAS ADMINISTRACIONES MUESTRAN PREOCUPACIÓN”



**TENEMOS UN COMPROMISO CON LA SOCIEDAD Y EL SECTOR AGROALIMENTARIO”**

“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA”  
ACTUACIONES DEL MARM

1. Gran sensibilidad del Gobierno español



Comparecencia Ministra en el Congreso de los diputados

FOMENTAR LA TRANSPARENCIA

2. Sensibilidad del Parlamento español



Aprobación Proposición No de Ley en el Congreso de los Diputados

POLÍTICAS ORIENTADAS A QUE LOS AGRICULTORES RECIBAN UNA CONTRAPRESTACIÓN SUFICIENTE

3. Sensibilidad a nivel europeo:

1. Comunicación de la Comisión Europea



Mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria y reducir los precios al consumo

2. Informe del Parlamento Europeo  
INFORME BATZELI



Control sobre los márgenes de los precios alimentarios

3. Informe del Grupo de Alto Nivel de la UE



Control sobre los márgenes de los precios alimentarios



## ” EL GOBIERNO RESPONDE”



- Buscar la **mejora de la cadena** a través del conocimiento de la misma, con la **colaboración de todos los actores**.
- Se ha **potenciado el Observatorio de Precios de los Alimentos del MARM**, que se adscribe a la DGIMA.



“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA.”  
ACTUACIONES DEL MARM



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos  
MARM**

## IMPULSO DE LA TRANSPARENCIA: LOS ESTUDIOS DE FORMACIÓN/TRAZABILIDAD DE LOS PRECIOS



El Ministerio, a través del OP Alimentos y con el respaldo del Pleno, ha **asumido el compromiso de estudiar las cadenas de valor y el proceso de formación de precios** de los 35 productos analizados más el aceite de oliva, el pan y la leche

EN ESTA 1ª FASE:



ESTUDIOS DE  
CADENA DE VALOR

- o Estudios descriptivos.
- o No pretenden ser estudios estadísticos.
- o Persiguen fundamentalmente **fomentar la colaboración del sector**,
- o El **compromiso del MARM es actualizarlos periódicamente** (cada campaña).

↓  
**Estudios dinámicos y parametrizables.**

- o **No obstante, somos conscientes de las limitaciones** de estos primeros estudios y estamos dispuestos a debatir sus conclusiones en todos los ámbitos donde se crea conveniente, con el fin de mejorarlos.

NOVEDAD DEL  
OBSERVATORIO

“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA”  
ACTUACIONES DEL MARM



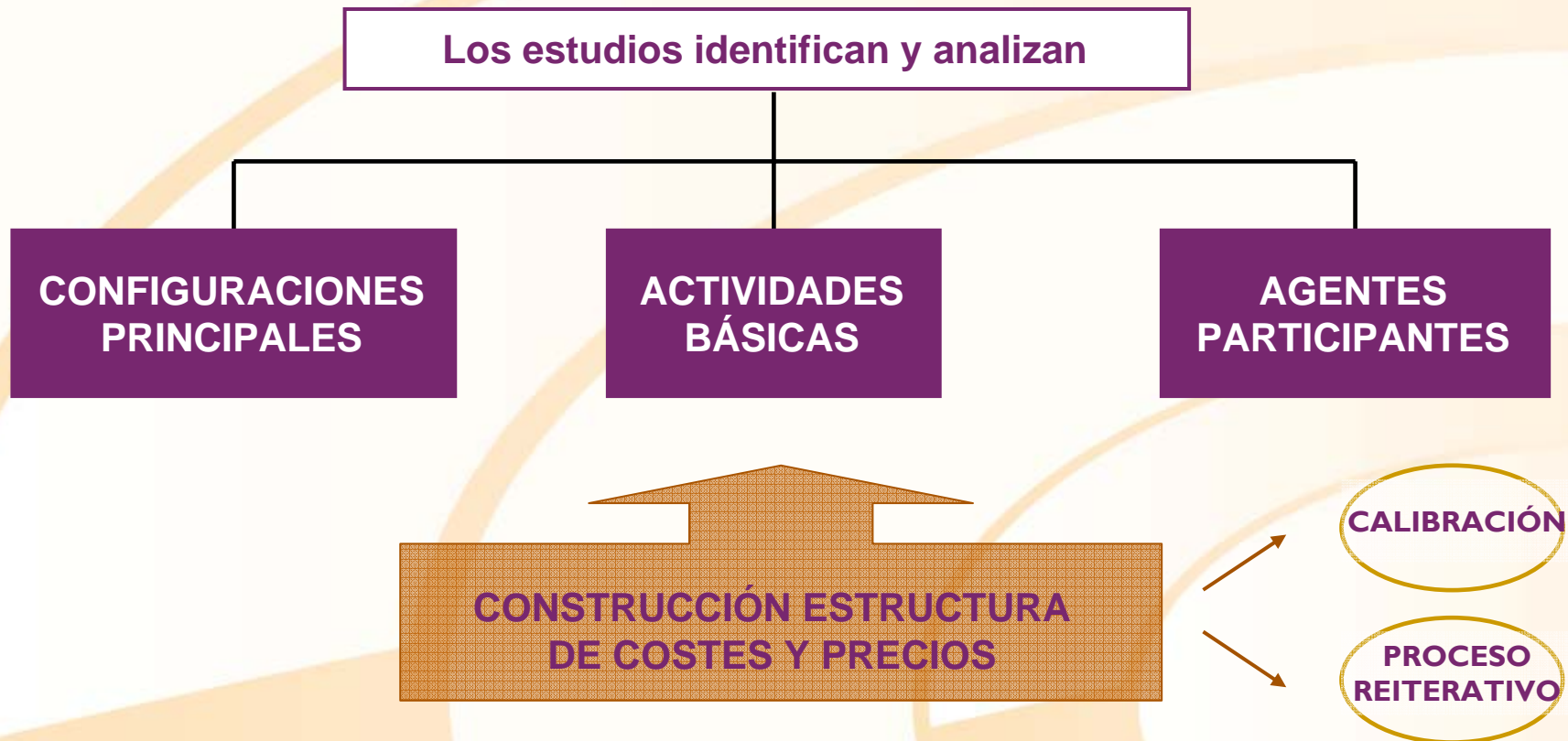
CREEMOS QUE SON PIONEROS EN LA UNIÓN EUROPEA



## IMPULSO DE LA TRANSPARENCIA: LOS ESTUDIOS DE FORMACIÓN/TRAZABILIDAD DE LOS PRECIOS



“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA”  
ACTUACIONES DEL MARM



- A la hora de extraer conclusiones sobre el sector es importante tener en cuenta que, **la información se refiere exclusivamente a los productos, variedades y al periodo analizado.**



## IMPULSO DE LA VERTEBRACIÓN SECTORIAL: CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES



Propiciando el encuentro y la cooperación entre las partes de la cadena, mejorando el flujo de información entre los diferentes eslabones.

“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA”  
ACTUACIONES DEL MARM

La Transparencia,  
El Interés mutuo,  
La Equidad,  
La Responsabilidad,  
El Compromiso y  
La Confianza.

Inspirado en los **Principios Generales**, que regirán la relación comercial entre las partes

### Aspectos del ciclo comercial:

Negociación comercial.  
Relaciones contractuales.  
Cadena de suministro, logística.  
Gestión administrativa.  
Pagos y cobros.

**CREACIÓN GRUPO DE TRABAJO**

### Partes implicadas:

Proveedores - Industria.  
Proveedores - Producción.  
Industria - Distribución.  
Producción - Distribución.  
Producción - Industria.  
Producción - Industria-  
Distribución.  
Distribución - Consumidor.

Suscripción y adscripción voluntaria

Desarrollo prácticas respetuosas con los agentes de la cadena



## IMPULSO DE LA VERTEBRACIÓN SECTORIAL: CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES



### ▪ Suscrito el Código:

- Se desarrollará una **campaña de comunicación** que explique su contenido a la sociedad.
- Se otorgará a los agentes adscritos al mismo un **marchamo** como prueba reconocible.
- Se requerirá un Procedimiento de **Auditorías** por una Empresa certificadora, para validar periódicamente la certificación.
- Existirán unos **incentivos a la suscripción del mismo**, mediante criterios de discriminación positiva por parte de la Administración, a la hora de conceder apoyo público.



## “UNA CONYUNTURA ACTUAL”



- En estos momentos, **la demanda es muy sensible al precio.**
- **Caída del consumo alimentario** en los hogares y en Hostelería y Restauración (marzo 2009).
- El consumidor visita más establecimientos y reduce la compra media.
- Compra más **marca del distribuidor (MDD).**
- Se aprecia una apetencia del consumidor por los **productos naturales (Slow Living).**
- Igualmente, se aprecia una corriente que valora los **canales de comercialización cortos.**
- El valor que se genera en la cadena debe ser **relevante para los consumidores.**
- **El modelo europeo de producción** es garantista en la seguridad alimentaria, en la trazabilidad y en el respeto al medio ambiente, aspectos que deben ser irrenunciables para ser más eficientes.

“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA”  
ACTUACIONES DEL MARM



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos  
MARM**

# “UNA CONYUNTURA ACTUAL”



“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA.”  
ACTUACIONES DEL MARM

# “BÚSQUEDA DE SOLUCIONES”



## MENSAJES A LOS AGENTES DE LA CADENA DE VALOR



OBJETIVOS



“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA.”  
ACTUACIONES DEL MARM



Observatorio  
de Precios de los  
**Alimentos  
MARM**

## DESDE EL MARM, ESTAMOS TRABAJANDO PARA...



“TRANSPARENCIA Y VERTEBRACIÓN DE LA CADENA ALIMENTARIA”  
ACTUACIONES DEL MARM

- Definir un **marco legislativo que impida abusos a los agentes de la cadena** (Ley de Morosidad, Ley de Comercio, Ley de Competencia, Ley de Competencia desleal, futura Ley Agroalimentaria).
- Lanzar mensajes al mercado para que **se valore no solo el factor precio como determinante en la elección de los alimentos**, sino que se considere lo que implica el modelo europeo de producción (la calidad, trazabilidad, respeto al Medio Ambiente, etc.).
- Intensificar la **coordinación con las CCAA** para el control de fraudes.
- **Evitar que aumenten las prácticas de abuso de posición dominante** en la cadena (entre distribución-industria, distribución-productores e industria-productores).
- **Buscar mecanismos**, sin que se intervenga en el mercado, **para proteger a los productores y a la industria alimentaria**.

