



Observatorio
de Precios de los
Alimentos
MARM

ESTUDIO DE LA CADENA DE VALOR Y FORMACIÓN DE PRECIOS DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA

Enero de 2009



Realizado por



En colaboración con



CONTENIDOS

1. Introducción

1.1. Descripción de los productos analizados

1.2. Metodología de trabajo

2. Cadena de valor

2.1. Estructura general y descripción de la cadena de valor

2.2. Descripción de actividades y agentes intervinientes

3. Estructura de costes y precios

3.1. Esquema de la estructura de costes y precios

3.2. Análisis de la estructura de costes y precios

1.- INTRODUCCIÓN

1.1.- Descripción de los productos analizados



- Se han analizado los **siguientes productos**:
 - **Leche pasteurizada.**
 - **Leche de larga vida** (normal).
 - UHT (entera, desnatada y semidesnatada).
 - Estéril plástico (entera, desnatada y semidesnatada).
 - **Leches mejoradas o enriquecidas** (calcio, dietéticas, cardiosaludables, vitaminadas, digestivas, infantiles, etc.).
 - **Batidos lácteos básicos.**
- Por otra parte, en la investigación se han tenido en cuenta las **diferencias** entre:
 - Productos con **marca de fabricante.**
 - Productos con **marca del distribuidor y/o marca blanca.**
- Y, en lo que se refiere a presentaciones, también **se han tenido en cuenta todos los tipos de formatos y envases**, en las diferentes líneas de productos señalados (cartón, plástico, vidrio u otros).

1.- INTRODUCCIÓN

1.2.- Metodología de trabajo



En la elaboración del estudio se han utilizado diferentes **vías de investigación**:

- Revisión de una amplia **DOCUMENTACIÓN SECTORIAL** referida a Producción, Industria, Logística y Distribución de productos lácteos (especialmente Leche Líquida Envasada); así como referida a **Mercados y Consumo** de dichos productos. (A continuación se aporta una relación de las principales Bases Documentales disponibles utilizadas).
- Realización de una investigación de **precios de venta de la leche líquida** al consumidor, a través de la revisión de publicaciones existentes (MARM y otras) y mediante un detallado **store-check** realizado en el período 1/20 de Noviembre de 2008.
- Realización de un análisis del **comercio exterior** de productos lácteos en general y de leche líquida (envasada y a granel) en particular con valoración de volúmenes, valores, precios unitarios y mercados origen/destino.
- Realización de **entrevistas directas** con diferentes agentes sectoriales. (En total 40 entrevistas o consultas, incluyendo la repetición de alguna de ellas)

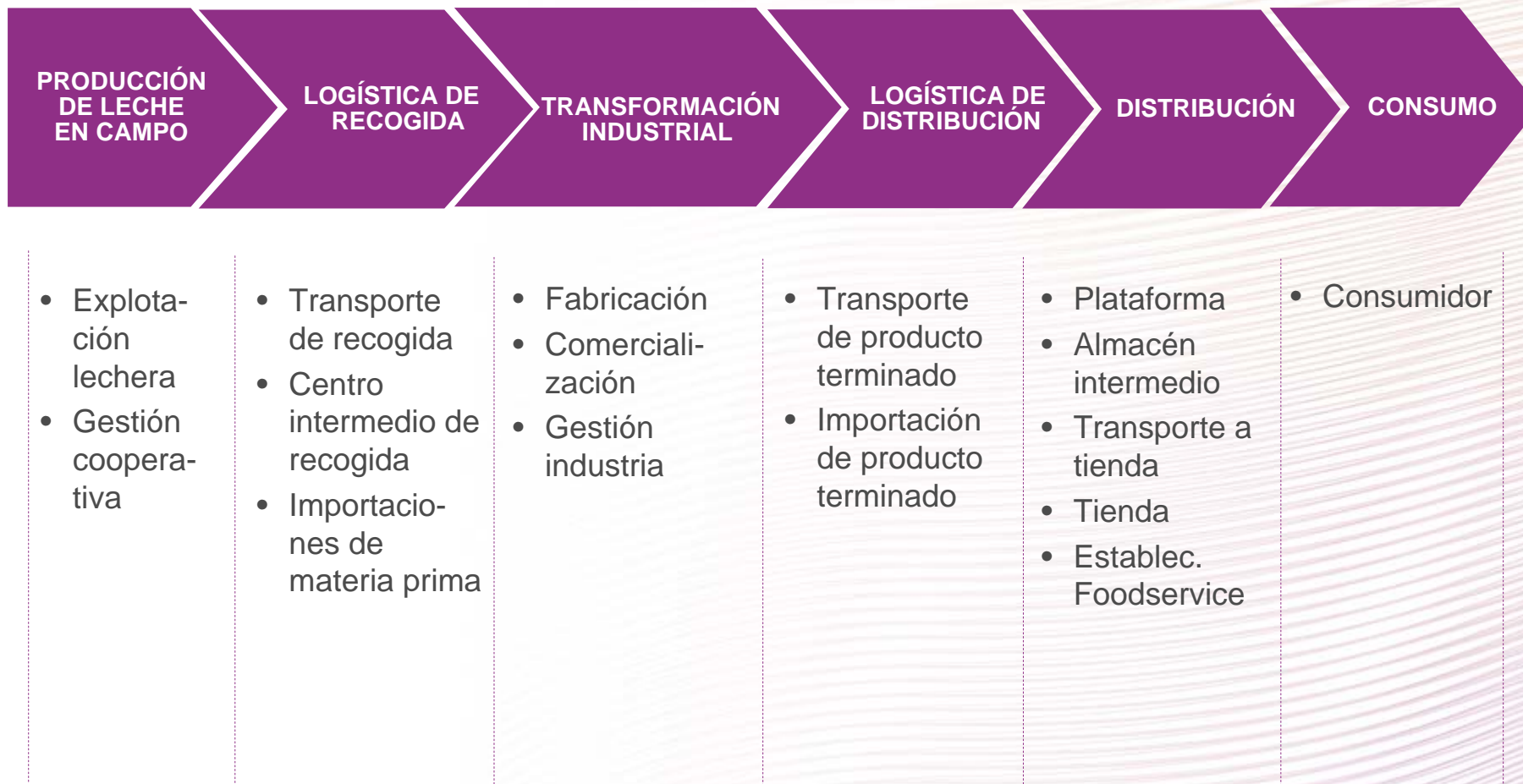
El **período de referencia** de los datos es el correspondiente al **último cuatrimestre de 2008**, salvo indicación expresa en contra.

2.- CADENA DE VALOR

2.1.- Estructura general y descripción de la cadena de valor



ESTRUCTURA GENERAL DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA



2.- CADENA DE VALOR

2.1.- Estructura general y descripción de la cadena de valor

MÁS DE 160 OPCIONES DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN LA LÍNEA DE LECHE LÍQUIDA ENVASADA



TIPOLOGÍA DE PRODUCTO	TIPOLOGÍA DE ENVASE	TIPOLOGÍA DE MARCA
<ul style="list-style-type: none">• Tipo de tratamiento/Contenido<ul style="list-style-type: none">- L. Costa Vida- L. Larga Vida- L. Enriquecidas<ul style="list-style-type: none">• Cardiosaludable• Digestiva• Dietéticas• Otras- Batidos y bebidas de base leche- Leche infantil	<ul style="list-style-type: none">• Cartón (UHT/otros)• Plástico estéril• Bolsa de plástico• Vidrio• Otros envases	<ul style="list-style-type: none">• Marcas del Fabricante (primera y segundas marcas)• Marca de la Distribución
<ul style="list-style-type: none">• Contenido graso<ul style="list-style-type: none">- Entera- Semidesnatada- Desnatada		
<ul style="list-style-type: none">• Volumen<ul style="list-style-type: none">- 1.5 ó 2 l.- 1 l.- 0.5 ó 2.5 l.		

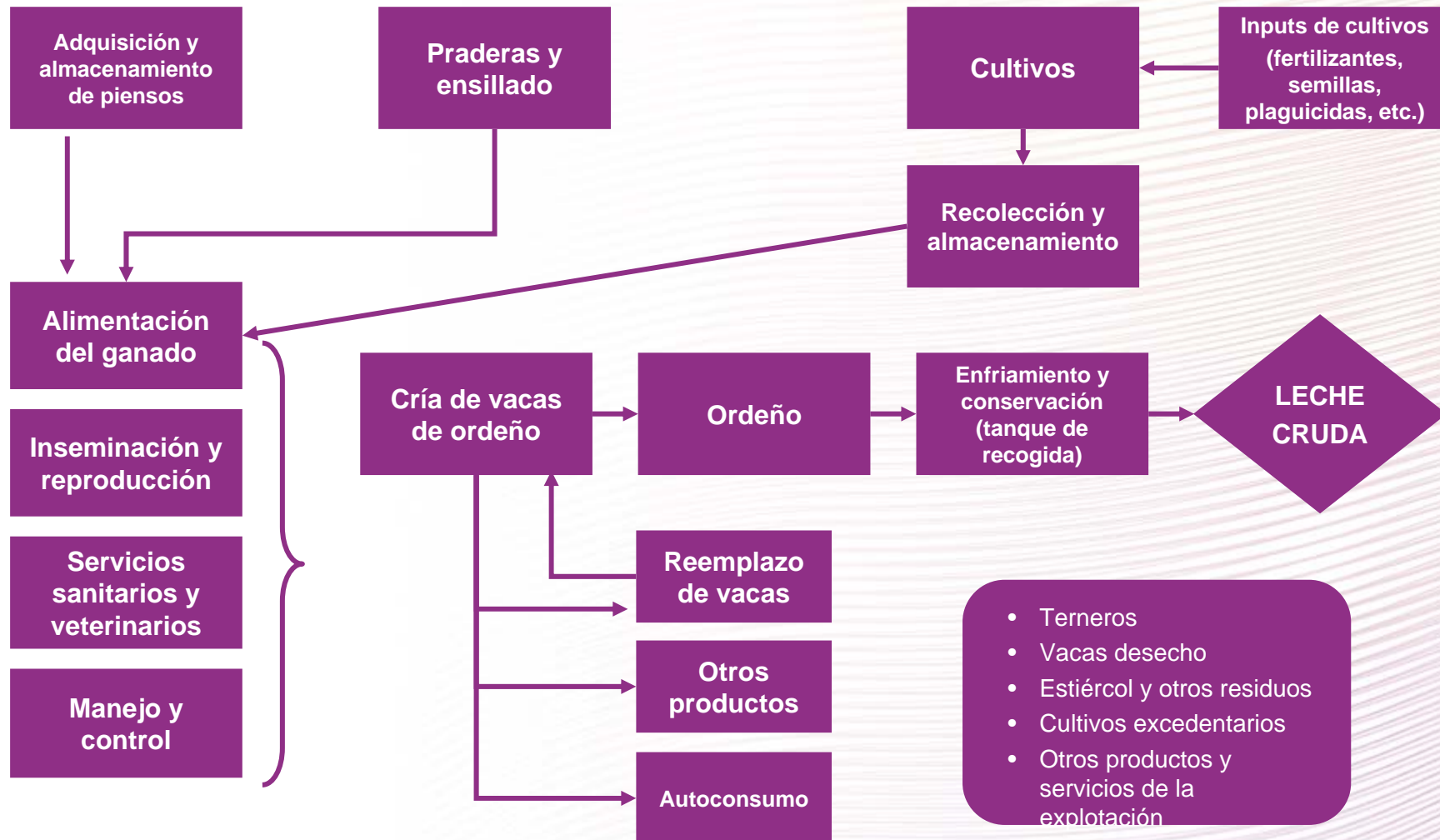
2.- CADENA DE VALOR

2.2.- Descripción de actividades y agentes intervinientes



ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE EN CAMPO

- En la producción de leche de vaca se sigue un complejo proceso de “alimentación/cría/manejo/ordeño/enfriamiento y conservación” generador de los **diferentes tipos de costes específicos de esta fase**.

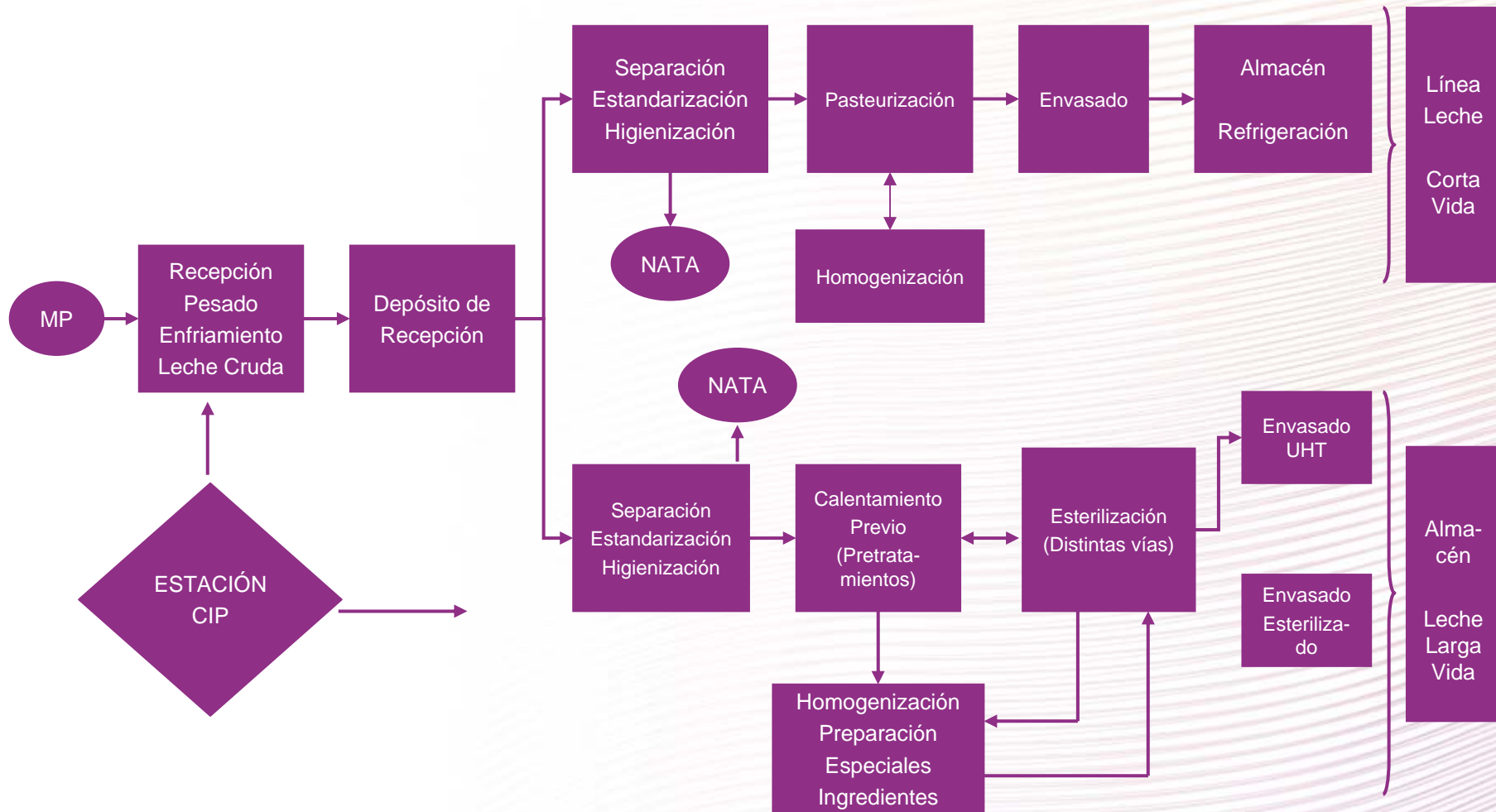


2.- CADENA DE VALOR

2.2.- Descripción de actividades y agentes intervinientes



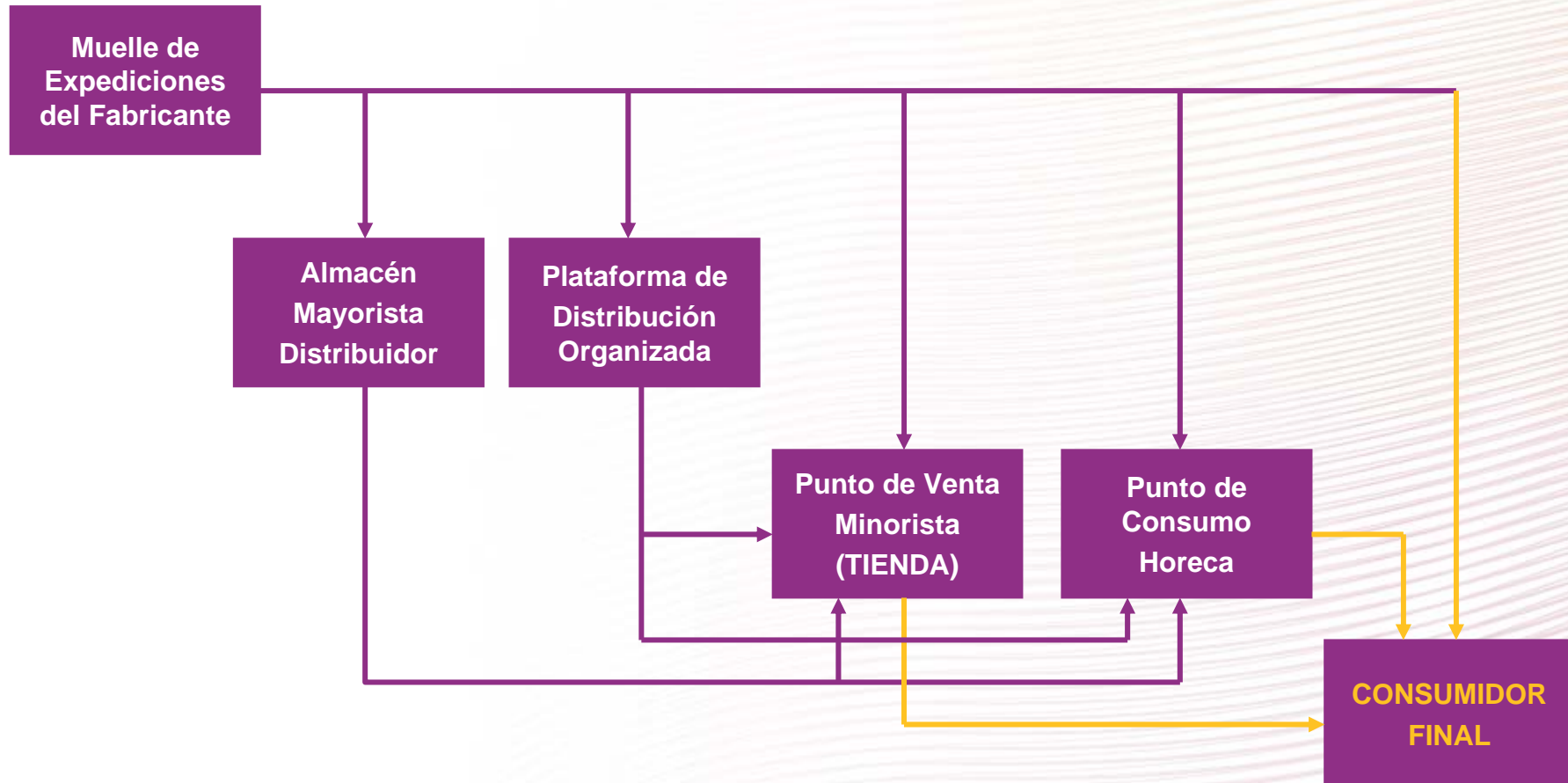
CIRCUITO DE LA LECHE LÍQUIDA EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN



2.- CADENA DE VALOR

2.2.- Descripción de actividades y agentes intervinientes

CIRCUITO DE DISTRIBUCIÓN A CONSUMIDOR FINAL

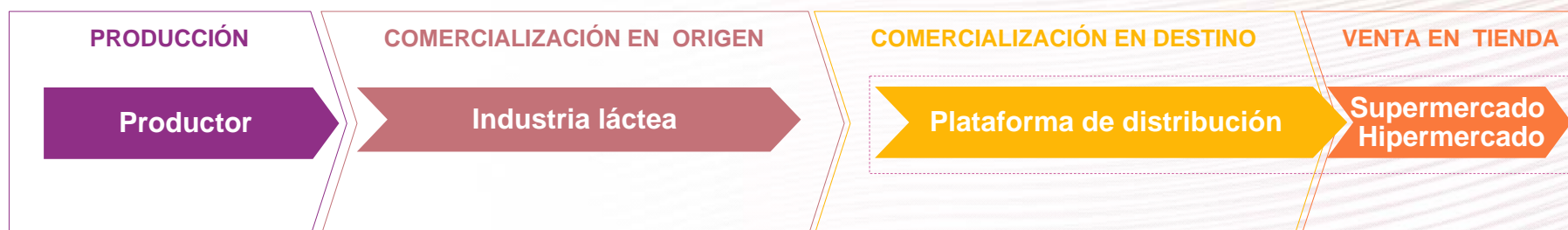
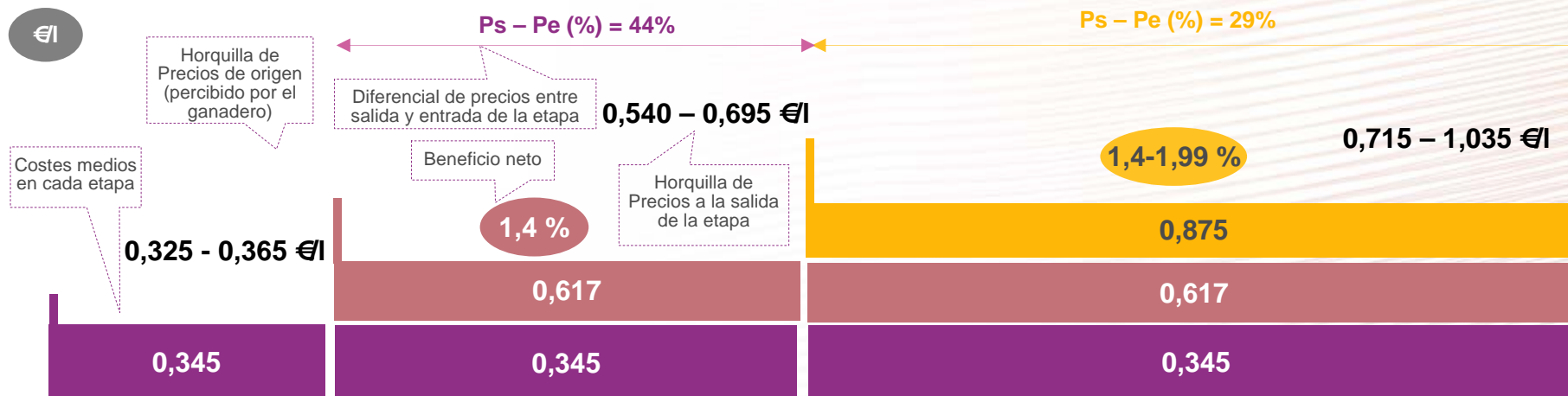


Nota: Es todos estos circuitos se generan importantes flujos de transporte, larga distancia o capilar.

3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

3.1.- Esquema de la estructura de costes y precios

Campaña 2008 (2º semestre)



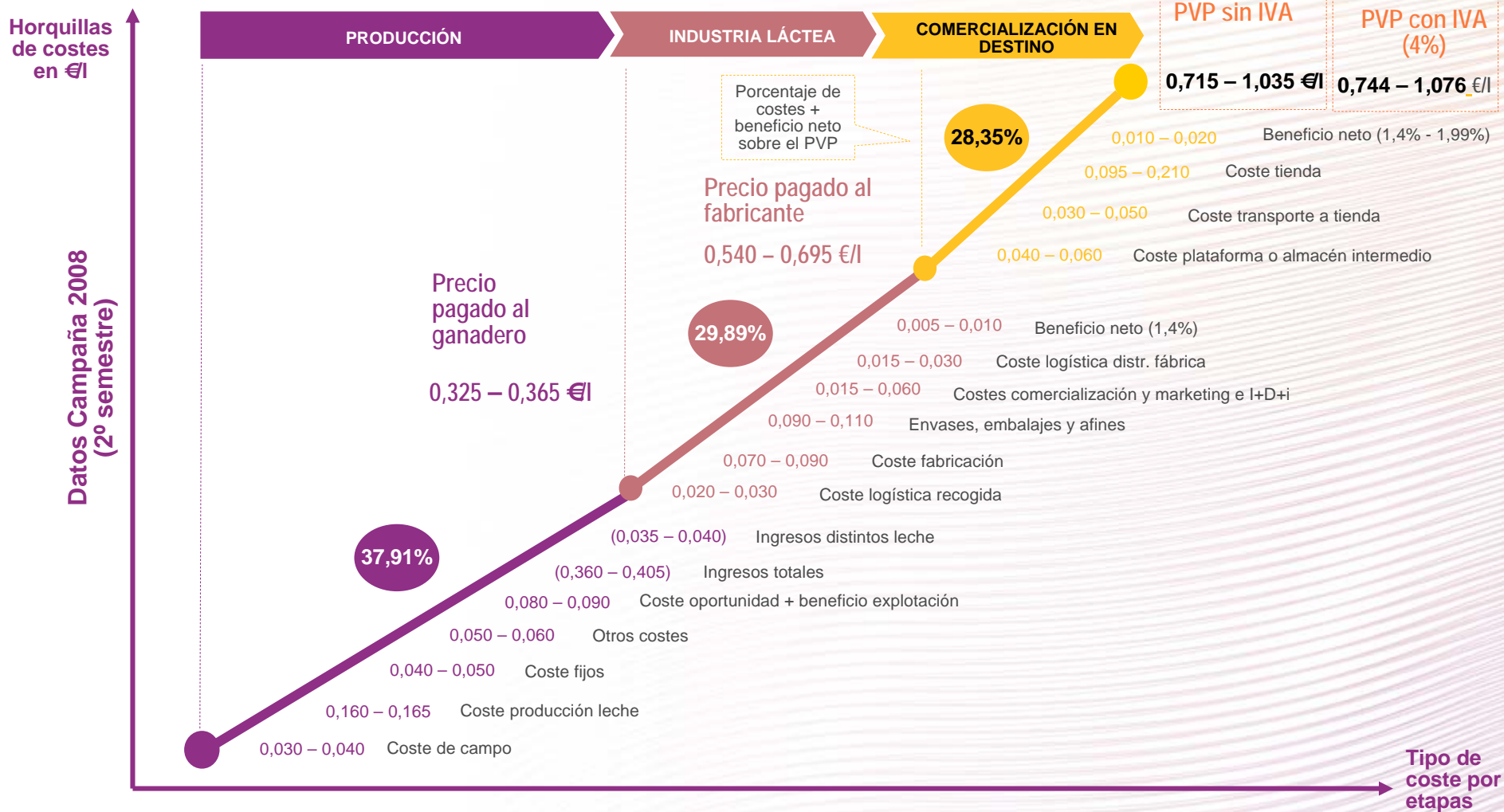
• Coste de campo	0,030 – 0,040
• Coste prod. leche	0,160 – 0,165
• Coste fijos	0,040 – 0,050
• Otros costes	0,050 – 0,060
• Coste oportunidad + beneficio explotación	0,080 – 0,090
• Ingresos totales	(0,360 – 0,405)
• Ingr. distintos leche	(0,035 – 0,040)
• Precio pagado al ganadero	0,325 – 0,365

• Coste logística recogida	0,020 – 0,030
• Coste fabricación	0,070 – 0,090
• Envases, embalajes y afines	0,090 – 0,110
• Costes comercialización y marketing e I+D+i	0,015 – 0,060
• Coste logística distr. fábrica	0,015 – 0,030
• Beneficio neto (1,4%)	0,005 – 0,010

• Coste plataforma o almacén intermedio	0,040 – 0,060
• Coste transporte a tienda	0,030 – 0,050
• Coste tienda	0,095 – 0,210
• Beneficio neto (1,4% - 1,99%)	0,010 – 0,020

3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

3.1.- Esquema de la estructura de costes y precios



3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

3.2.- Análisis de la estructura de costes y precios



- En términos generales, en la cadena de valor de la Leche Líquida Envasada (para una “cesta de productos” promedio y representativa del colectivo de productos de esta línea), entre el precio pagado por el consumidor por **1 LITRO DE LECHE ENTERA ENVASADA** y el precio pagado al ganadero por ese mismo litro de leche entera “cruda”, se habría producido un **incremento de valor del orden de 0.390 / 0.670 €/l** (sin considerar los respectivos IVAS) o bien de 0.417 / 0.716 €/l, si se consideran los IVAS:

	Valor sin IVA
Precio pagado al ganadero	0.325 / 0.365
Precio pagado por el consumidor	0.715 / 1.035
Diferencia (incremento)	0.390 / 0.670
Factor de Multiplicación	2.20 / 2.83

3.- ESTRUCTURA DE COSTES Y PRECIOS

3.2.- Análisis de la estructura de costes y precios

AGREGACIONES DE COSTES Y FACTORES CRÍTICOS EN LAS GRANDES ÁREAS DE ACTIVIDAD DE LA CADENA DE VALOR DE LA LECHE LÍQUIDA ENVASADA



AREAS DE ACTIVIDAD	INCREMENTO DE PRECIO RESPECTO A LA FASE ANTERIOR (€)	(%)	FACTORES CRÍTICOS/DE INFLUENCIA
Logística en campo	0.325 / 0.365	45.5/35.3	Costes de alimentación , amortizaciones, genética/ veterinaria, mantenimiento, coste oportunidad
Logística de recogida	0.020 / 0.030	2.8/2.9	Coste transporte , trazabilidad y control
Transformación, comercialización y gestión industrial	0.180 / 0.270	25.2/26.1	Costes envases y embalajes , costes de fábrica, costes comerciales/marketing
Logística de distribución	0.085 / 0.140	11.8/13.5	Coste de plataforma o almacén intermedio, coste transporte plataforma/almacén, costes transporte a tienda/HORECA
Tienda	0.105 / 0.230	14.7/22.2	Coste de la tienda (personal, mermas, amortizaciones, alquileres, seguros, gestión medioambiental, vigilancia, etc.)
TOTAL (SIN IVA)	0.715 / 1.035	100	
IVA (4%)	0.029 / 0.041		
TOTAL CON IVA	0.744 / 1.076		



Observatorio
de Precios de los
Alimentos
MARM



Realizado por



En colaboración con

