

IDENTIFICACIÓN DE POLÍTICAS DE APOYO AL DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA EN EL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL



MADRID, 2016



Aviso Legal: los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha, en su caso, de la última actualización.

Autoría del estudio:  PRODESCON, S.A. PRODESCON S.A. C.I.F.: CIF: A 80328719

Estudio encargado por la Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica.



MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE.

Edita:

©Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Secretaría General Técnica

Centro de Publicaciones

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:

<http://publicacionesoficiales.boe.es/>

NIPO: 280-16--017-8

IDENTIFICACIÓN DE POLÍTICAS DE APOYO AL DESARROLLO DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA EN EL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL

ÍNDICE	Pág.
I. INTRODUCCIÓN	
I.1. Antecedentes	5
I.2. Objetivos	6
I.3. Metodología y trabajo realizado	7
II. CARACTERIZACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN LÁCTEA ECOLÓGICA ESPAÑOLA	
II.1. Marco general sectorial	9
II.2. La estructura de la producción láctea ecológica en España	14
II.3. La estructura industrial de elaboración de productos lácteos ecológicos en España	22
II.4. Valor de la producción ecológica láctea en origen	26
II.5. Caracterización y valoración del mercado de productos lácteos ecológicos	28
II.6. Cadenas de valor en el sector lácteo ecológico	31
II.7. Posicionamiento estratégico del sector lácteo ecológico español	32
III. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS LÁCTEOS ECOLÓGICOS.	
III.1. Hábitos y tendencias de consumo, generales y de producto ecológico.	41
III.2. Actitudes de consumo del comprador de producto lácteo ecológico	43
III.3. Segmentación de la oferta de producto ecológico en relación con la de convencional.	45
III.4. Identidad e imagen al consumidor. Estructura y posicionamiento del producto ecológico en distintos canales de venta.	51
III.5. Posicionamiento y estructura de precios de venta en distintos tipos de canal.	52
ANEXO: Cuadros, tablas y gráficos referidos a la producción ecológica en España, por Comunidades Autónomas y por sectores.	59

I. INTRODUCCIÓN

I.1. Antecedentes

I.2. Objetivos

I.3. Metodología y trabajo realizado

I. INTRODUCCIÓN

I.1. Antecedentes

El sector lácteo español se enfrenta a importantes cambios en su entorno externo (supresión del régimen de cuotas lácteas, mayor competencia exterior, nuevas oportunidades en mercados emergentes, etc.) y en su propio entorno interno (redimensionamiento de las explotaciones, descenso del consumo de leche líquida, concentración de la distribución, crecimiento de las importaciones de productos lácteos, crisis cíclicas de los precios pagados a ganaderos, etc.)

Las incertidumbres derivadas de estas perspectivas de cambio se agravan si los eslabones de la cadena alimentaria sectorial no disponen de suficiente capacidad de diferenciación, diversificación o autorregulación (almacenamiento, exportación, trasvase a productos de mayor valor añadido, flexibilidad en los acopios de materias primas, etc.)

Desde determinados ámbitos sectoriales se solicita de las Administraciones Públicas la aplicación de políticas que favorezcan e impulsen dicho potencial de autorregulación, especialmente en aquellos eslabones sectoriales más condicionados por esas incertidumbres que tanto preocupan al sector.

Entre otras numerosas opciones posibles, la producción ecológica puede jugar un significativo papel como alternativa productiva capaz de ofrecer al sector lácteo español una vía de diferenciación, diversificación y/o autorregulación sectorial; o bien una opción de innovación y/o diversificación de las gamas de productos lácteos ofertados al mercado interior y exterior; y especialmente de aquellas que generan un mayor valor añadido.

Sin embargo, la realidad actual es que la producción láctea ecológica ha tenido hasta ahora muy escasa implantación en España; y no parecen detectarse señales de cambios significativos de esta situación y trayectoria. Ello contrasta con el fuerte desarrollo que ha alcanzado en otros importantes mercados tales como Francia, UK, Alemania, EEUU, etc.

Durante los últimos años el MAGRAMA viene prestando una gran atención y un máximo apoyo al sector lácteo español, desde todo tipo de vertientes, y a todos los eslabones de la cadena sectorial. En consecuencia, y dentro de esta misma filosofía de apoyo, el MAGRAMA desea analizar las posibilidades de potenciación de dicha producción láctea ecológica; así como identificar qué políticas e iniciativas administrativas habría que implantar para ello.

Por otra parte, el MAGRAMA también viene prestando un importante apoyo al desarrollo de la producción ecológica en España, lo cual ha permitido la creación de una potente estructura productiva que, hasta ahora, se ha orientado básicamente a productos de origen vegetal, mientras que ha sido escaso el desarrollo de los productos ecológicos de origen animal, entre ellos los lácteos. Son muchos los factores que explican ese escaso grado de implantación de la producción ecológica en el sector lácteo español; muchos de ellos se refieren a problemas relacionados con la falta de suelo agrícola, a la escasez y carestía de los piensos ecológicos, a la mínima estructura de compradores de leche cruda ecológica, etc; y otros factores se relacionan con el desinterés de buena parte de los operadores industriales y/o la distribución por los productos ecológicos en general y los lácteos ecológicos en particular, entre otros numerosos factores que podrían enumerarse.

En definitiva, se puede concluir afirmando que, si bien la producción ecológica podría significar una importante e interesante alternativa de contribución a la solución de algunos de los problemas que afectan

crónicamente al sector lácteo español, la realidad pone de relieve que hay numerosos factores o aspectos condicionantes y limitantes que actúan como barrera e impedimento de la aplicación o utilización de dicha alternativa de mejora sectorial; es decir, la mayor implantación y desarrollo de la producción ecológica en el sector lácteo español.

En consecuencia es muy importante conocer cómo actúan esos factores limitantes y cómo suprimir esas barreras que dificultan la implantación de la producción ecológica en el sector lácteo español. Y es igualmente importante identificar qué políticas y estrategias contribuirían a impulsar y potenciar dicha implantación. A estos propósitos generales responde el trabajo realizado.

I.2. Objetivos

Mediante la realización del trabajo propuesto se buscan los siguientes objetivos:

- Caracterizar y valorar la **situación actual** de la producción láctea ecológica española.
 - En lo relativo a la producción ganadera de leche ecológica.
 - En lo relativo a la transformación industrial de dicha producción ganadera.
 - En lo relativo al mercado de los productos obtenidos.
- Analizar el **desarrollo alcanzado** por la producción láctea ecológica en España y establecer las causas de la aparente insuficiencia del mismo.
- Identificar posibles **políticas y estrategias** que puedan contribuir a un mayor desarrollo de la producción láctea ecológica en España.
 - Definición de posibles escenarios de futuro condicionantes de dicho desarrollo.
 - Proyección de alternativas de producción en un horizonte 2024.
 - Definición de los soportes necesarios para alcanzar dicho desarrollo.

I.3. Metodología y trabajo realizado

En el trabajo realizado se han integrado diferentes líneas de investigación y/o análisis:

- Identificación, selección, revisión e integración de información y documentación disponible:
 - Del MAGRAMA.
 - De publicaciones IFOAM/FIBL.
 - Otras bases documentales nacionales y extranjeras.
 - Webs sectoriales y empresariales.
- Consulta directa a instituciones o entidades:
 - MAGRAMA.
 - Organismos de certificación y control.
 - Asociaciones de apoyo a la producción ecológica.
- Consulta directa a operadores y agentes sectoriales cualificados (25 entrevistas).
 - Operadores y agentes de la cadena sectorial: vaca, oveja y cabra (15 entrevistas).
 - Asociaciones y organizaciones (10 entrevistas)
- Trabajo de gabinete para revisar, contrastar e integrar información y documentación; y elaboración del consiguiente avance de Informe Provisional.
- Presentación del informe provisional y recogida de sugerencias de revisión, cambio o mejora.
- Elaboración y aportación del Informe final definitivo, complementado con el correspondiente informe ejecutivo.
- El trabajo se ha realizado durante un período de cinco meses, entre julio y noviembre de 2015; y el contenido del informe final presentado incluye los capítulos siguientes:
 - I. Introducción (presente capítulo).
 - II. Caracterización y diagnóstico de la producción láctea ecológica en España.
 - III. Caracterización y diagnóstico del mercado español de productos lácteos ecológicos.

Anexo: Cuadros, tablas y gráficos referidos a la producción ecológica en España, por Comunidades Autónomas y por sectores.

II. CARACTERIZACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN LÁCTEA ECOLÓGICA ESPAÑOLA

II.1. Marco general sectorial

II.2. La estructura de la producción láctea ecológica en España

II.3. La estructura industrial de elaboración de productos lácteos ecológicos en España

II.4. Valor de la producción ecológica láctea en origen

II.5. Caracterización y valoración del mercado de productos lácteos ecológicos

II.6. Cadenas de valor en el sector lácteo ecológico

II.7. Posicionamiento estratégico del sector lácteo ecológico español

II. CARACTERIZACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN LÁCTEA ECOLÓGICA EN ESPAÑA

II.1. Marco general sectorial

El sector de la producción ecológica ha logrado generar una importante y sólida estructura productiva y exportadora en España:

- Una superficie agraria ecológica inscrita de 1.663.190 hectáreas (cerca del 6% de la SAU española)
- Un colectivo de 34.891 operadores ecológicos, en el que se integran 30.602 productores agrarios ecológicos y otros 4.289 operadores (3.082 industrias ecológicas y otros 1.207 operadores, principalmente mayoristas y distribuidores)
- Un valor global de la producción ecológica en origen superior a los 1.200 millones de euros.
- Unas exportaciones en torno a los 724 millones de euros y unas importaciones de 365 millones de euros.
- Un valor de mercado interior próximo a los 1.203 millones de euros (un 1,2% del gasto alimentario de los españoles)

No cabe duda, por tanto, de que se trata de un sector agroalimentario de relevante importancia económica y social, especializado, consolidado, internacionalizado y en crecimiento; aunque también podría destacarse que se trata de un sector que todavía no ha conseguido el suficiente grado de desarrollo de su mercado interior.

Además, también es obligado destacar que se trata, posiblemente, de una estructura productiva bastante desequilibrada por cuanto un 82,4% del valor de dicha producción ecológica en origen correspondería a producciones de origen vegetal, mientras que las de origen animal solo representarían el 17,6% de dicho valor en origen. Este desequilibrio estructural tiene un importante impacto en el comportamiento general del sector y, en especial, en la configuración del mercado interior de productos ecológicos.

Y en lo que se refiere al marco general de la producción y del mercado de los productos ecológicos en el mundo, es importante destacar sobre todo los elevados ritmos de crecimiento de las estructuras y de las producciones ecológicas en numerosos países (tradicionalmente productores de alimentos ecológicos y nuevos emergentes incorporados a esta actividad); así como el crecimiento de los mercados de los productos ecológicos y de los intercambios internacionales de estos productos.

Efectivamente, en el contexto mundial el sector de la producción ecológica ya ha alcanzado significativos niveles de implantación y desarrollo:

- 43,1 millones de hectáreas ecológicas en el mundo.
- 2,0 millones de productores ecológicos.
- 51.000 industrias elaboradoras de productos ecológicos.
- 54.200 millones de euros de gasto mundial en productos ecológicos.

- Cerca de 9.000 millones de euros de intercambios internacionales con más de 60 países exportadores.

Y es especialmente potente el grado de implantación y desarrollo de la producción ecológica en la UE-28.

- 11,5 millones de hectáreas ecológicas en la UE-28.
- 258.777 productores ecológicos.
- 41.638 elaboradores ecológicos.
- 22.200 millones de euros de gasto de los consumidores de la UE-28 en productos ecológicos.
- 4.625 millones de euros de exportaciones UE-28 de productos ecológicos.

Es, por tanto, innegable que el sector de la producción ecológica ha arraigado sólidamente en el contexto de la producción agroalimentaria mundial, configurándose como una alternativa agraria y alimentaria con evidente potencial de alcanzar cada vez mayor desarrollo en el futuro. Además, en el contexto mundial y europeo, a diferencia de lo que ocurre en el caso concreto del sector ecológico español, la producción ecológica de origen animal sí cuenta con similar grado de implantación y desarrollo que la de origen vegetal, tanto en producción como en consumo, de forma que la leche y la carne ocupan posiciones prioritarias en el consumo de productos ecológicos en la mayoría e los principales mercados mundiales desarrollados.

Dentro de la descripción del “**marco general sectorial**”, además de la referencia genérica al **sector de la producción ecológica** como conjunto, también es obligado hacer una breve referencia al propio **sector lácteo español** en general.

En España en la campaña 2014/2015 se declararon unas entregas de leche de vaca (a 323 primeros compradores) de unos **6,64 millones de toneladas**, según información facilitada por FEGA/MAGRAMA (para entregas de leche de vaca sin ajustar en materia grasa. Por su parte, en el caso de la **leche de oveja y cabra**, la producción en 2014/2015 ascendió a 1.015.000 toneladas, con unas entregas a industrias de 701.000 toneladas.

Es necesario destacar la amplitud del colectivo de explotaciones de leche (cerca de **17.700 en vaca**; y más de **35.700 en oveja y cabra**); incluso a pesar del largo y prolongado proceso de reconversión de explotaciones que se ha vivido en el sector en los últimos 20 años; es evidente que dicho proceso no puede darse por finalizado, especialmente en los sectores ovino y caprino; de forma que es de esperar que en el horizonte 2024/2025 esa estructura de explotaciones se haya simplificado notablemente.

En definitiva, las Industrias Lácteas Españolas disponen de un aprovisionamiento de materia prima producida en España, de unos 7,34 millones de toneladas, que unidos a unas importaciones de leche cruda de unos 0,20 millones de toneladas, permite a dichas industrias transformar **7,54 millones de toneladas de materia prima**.

La estructura productiva de leche cruda se soporta en España en unas **53.400 explotaciones** (17.700 de vaca y 35.700 de oveja o cabra); es una cifra de evidente envergadura que pone de relieve la extraordinaria **responsabilidad social** que asume en su conjunto el sector lácteo español; y, en especial, el conjunto de **Industrias lácteas como instrumentos de sostenibilidad** de dicho colectivo productor primario.

Persisten en el sector explotaciones (unas 4.720) de muy reducida dimensión y difícil sostenibilidad en el actual contexto sectorial dada su dimensión y mínima capacidad de facturación (entre 7.000 y 26.000 euros/año)

Otro grupo de unas 7.100 explotaciones tienen una mejor dimensión por lo que su sostenibilidad no depende tanto de la dimensión como de la eficiencia en costes y en diversificación de ingresos, estas explotaciones ya conseguirían facturaciones comprendidas entre 65.000 y 110.000 euros/año, lo cual aseguraría unas rentas mínimamente aceptables para el ganadero, más altas mientras más eficientes en costes y en diversificación de los ingresos de la explotación.

Y habría un tercer grupo (con cerca de 6.000 explotaciones) del que ya forman parte explotaciones ganaderas muy intensificadas y con una gestión profesional y empresarial. El riesgo de estas explotaciones reside en la volatilidad de los precios de las materias primas importadas que utilizan en la explotación, en posibles desviaciones en costes y en bajadas de precios percibidos. Son explotaciones que presentan facturaciones promedio cercanas a los 300.000 euros/año y que en circunstancias normales de precios y costes pueden alcanzar altas cotas de rentabilidad..

Es decir, buena parte de las necesidades de reordenación y mejora del sector vacuno de leche se centran en **esas 4.720 explotaciones difícilmente sostenibles en el futuro** a menos que reenfoquen su filosofía de producción y su modelo de explotación ganadera. Estas explotaciones solo aportan el 5% de la leche entregada a industria, pero representan cerca del 27% del total de explotaciones ganaderas de vacuno; por lo que si bien no tienen gran capacidad de influencia como proveedores de leche cruda, sí concentran un importante interés social como soportes y portavoces del medio rural y de la sostenibilidad de éste.

Esa circunstancia adquiere máxima relevancia en el caso del **sector lácteo gallego**. En Galicia se ubican más del 70% de todas las explotaciones de vacuno de leche con **producciones inferiores a 75.000 litros/año**:

Precisamente la elección de los **modelos de “ubicación - alimentación - genética - manejo - intensificación - grado de especialización lechera”** más adaptados a la realidad agraria y climatológica de España (y de sus diferentes regiones) y que garanticen su sostenibilidad y competitividad en los nuevos escenarios de futuro, es una de las asignaturas pendientes de debate y decisión en el seno del sector lácteo español. Y en este contexto debe incluirse también, como es lógico, el análisis de los modelos de producción de leche de oveja y leche de cabra. En España hay 18.488 explotaciones de leche de ovino (incluyendo las de carácter mixto) y 17.252 de leche de cabra (incluyendo también las de carácter mixto)

Según los diferentes estudios de Caracterización y Diagnóstico del Sector Lácteo y de las Industrias Lácteas, cabría plantear estos **posibles escenarios de futuro**:

- Se podría esperar la continuidad del proceso de simplificación de la estructura productiva (menor número de explotaciones y algo menor número de vacas) aunque sin reducción de la producción global de leche de vaca, sino todo lo contrario:

Es decir, se podría esperar la desaparición de más explotaciones; y, al mismo tiempo, un importante incremento de la dimensión promedio de éstas; si ello fuera unido a un esfuerzo en mejoras de la eficiencia productiva, tecnológica, comercializadora y de gestión, se podría proyectar un escenario de futuro de explotaciones muy competitivas; condicionado, claro está, a la incorporación de esas múltiples mejoras necesarias, complementarias de los incrementos de productividad proyectadas en explotaciones y en vacas lecheras.

- No parece que vaya a tener lugar, por tanto, una rápida y significativa evolución del actual modelo de producción hacia otros modelos menos intensivos, sino todo lo contrario; además, la falta de base territorial favorecerá posiblemente una mayor intensificación de la producción; y con ello

podría impulsarse, en cierta manera, la deslocalización de una parte de la producción, desplazándose hacia áreas de consumo; modificándose, aunque en pequeña proporción, el actual mapa de producción/ industrialización.

- En los sectores de ovino y caprino de leche también se observará, posiblemente, un lento proceso de reducción del número de explotaciones, una mayor especialización de las mismas (leche o carne), una mayor productividad del ganado y una mayor intensificación de los modelos de producción, incrementándose por tanto la dependencia de materias primas importadas, con los consiguientes riesgos de volatilidad en los precios de los alimentos del ganado.
- Según las propias previsiones de OCDE-FAO y de la propia UE-28, en el período 2014-2024 no se esperan incrementos sustanciales en los precios pagados al ganadero ni en los precios de las commodities lácteas, salvo circunstancias excepcionales climatológicas, productivas o socioeconómicas en países productores y/o compradores. Sin embargo, sí son previsibles posibles oscilaciones en dichos precios que, si se superponen a tales circunstancias excepcionales o coinciden con cambios sustanciales en los precios de la alimentación del ganado u otros inputs, podrían conllevar alteraciones sensibles en los precios; y ello podría inducir nuevas crisis sectoriales.
- Aunque no se esperan grandes cambios estructurales en el conjunto global de las industrias lácteas operativas en España, sí se plantean posibles iniciativas de concentración de industrias, especialmente en el sector quesero y, en menor medida, en el sector de leche líquida.
- El nivel de implantación en España de las grandes multinacionales lácteas ya es muy elevado, por lo que no parecen probables nuevas implantaciones relevantes, salvo casos excepcionales orientados a la comercialización de productos de importación; o bien orientados a inversiones en productos innovadores, de avanzada tecnología y alto valor añadido.
- No parece que se modifique drásticamente la trayectoria seguida por las inversiones en activos que se vienen realizando en los últimos años por las industrias lácteas españolas; manteniéndose por tanto un relativamente bajo nivel inversor, en contraste con las importantes inversiones previstas en otros países productores.
- La persistencia en el retroceso del consumo de leche clásica UHT posiblemente conllevará ligeros ajustes sucesivos en la elaboración de esta gama de productos, con la consiguiente reducción de una pequeña parte de la capacidad instalada; dichos ajustes probablemente serán más significativos en las marcas de distribuidor (MDD) que en las de fabricante.
- A corto plazo es previsible la consolidación y/o creación de plataformas o alianzas entre empresas para concentración de ofertas de leche líquida o bien para tratamiento de excedentes; al igual que podría ocurrir con el modelo de interproveedores. Sin embargo a medio o largo plazo, al reducirse poco a poco la demanda de MDD en leche UHT, posiblemente estas figuras de más o menos reciente creación verían mermado su interés comercial, por lo que posiblemente tratarían de evolucionar hacia otros modelos.
- La distribución organizada seguirá representando el principal canal de distribución minorista de leche y derivados lácteos; sin embargo, a medio y largo plazo se podría esperar un significativo desarrollo de los canales cortos (venta directa, grupos de consumo, plataformas virtuales de compradores/vendedores, plataformas gourmet, redes low cost, vending, street food, etc.), de los mercados locales y del canal Horeca de base local/ regional; soportado todo ello en las nuevas tecnologías de la información (especialmente en el comercio electrónico y en las redes sociales); y soportado también en un continuo cambio en la caracterización de los consumidores y en sus

actitudes ante la compra de alimentos. Por consiguiente, a medio o largo plazo podría proyectarse una ligera pérdida de cuota de mercado en la distribución organizada, en beneficio de esos nuevos modelos o canales de distribución minorista. Todo lo cual podría conllevar, además, a una intensificación del proceso de concentración que desde hace años y de forma ininterrumpida viene siguiendo la distribución organizada.

- Parece probable que se vayan confirmando e intensificando algunas de las tendencias observadas en los últimos años en el consumo de productos lácteos: creciente implantación de productos vegetales alternativos de los productos lácteos; lento desarrollo de la producción láctea ecológica; expansión de los productos lácteos para alimentación infantil y/o geriátrica; implantación y expansión de los ingredientes lácteos y derivados del suero, destinados a diferentes tipologías de industrias lácteas, alimentarias u otras; recuperación y reequilibrio de los productos lácteos funcionales y/o nutroceúticos; expansión de las bebidas lácteas, tanto tradicionales como con formatos innovadores; etc, etc. Estas tendencias sobre reorientación del consumo de productos lácteos podrían utilizarse por las industrias lácteas españolas para mejorar su capacidad de diversificación y/o generación de valor añadido; pero también podría ocurrir que fuese más rápida e intensa la absorción de esas nuevas oportunidades por parte de las grandes multinacionales lácteas, reduciendo sensiblemente el ámbito operativo, en esta área, al colectivo de industrias lácteas de capital español.
- Aunque la UE-28 seguirá siendo el mayor exportador mundial de productos lácteos, no parece probable que eso sea suficiente para impulsar una mayor y mejor internacionalización del sector lácteo español; de forma que aunque se espera un continuado aunque ligero proceso de crecimiento de las exportaciones, ello por sí solo y sin otros tipos de apoyos, no bastará para hacer frente a las crecientes exigencias de autorregulación del sector.
- Y sin embargo, todo parece indicar que se mantendrán y ampliarán las importaciones de leche y productos lácteos en España; y muy especialmente las importaciones de quesos y derivados lácteos de alto valor añadido y de óptimas expectativas de crecientes desarrollos del consumo interior. Y de confirmarse estas proyecciones se estaría ante la necesidad de valorar la mayor o menor exigencia e intensidad de reorientación del sector lácteo español.
- Tiene especial relevancia la proyección futura del subsector quesero por cuanto éste representa una de las principales expectativas de desarrollo y sostenibilidad a medio y largo plazo del sector lácteo español. Y todo ello incluso a pesar de las previsiones de mantenimiento y/o intensificación de las importaciones de quesos que se vienen realizando en cantidades ingentes y crecientes, y en condiciones de precios extraordinariamente competitivas frente a los precios practicados por el sector quesero español. Pero, incluso a pesar de todo ello, siguen siendo muy favorables las perspectivas de potenciación del sector quesero español basadas en la mejora del consumo interior y en la expansión de las exportaciones; todo ello en gran medida a partir de las ventajas competitivas y de diferenciación que supone el alto potencial productivo de España en leches de oveja y cabra.

II.2. La estructura de la producción láctea ecológica en España

Al igual que ocurre con el resto de producciones ecológicas de origen animal, la producción de leche ecológica en España se soporta en una estructura productiva escasamente desarrollada (datos correspondientes a 2014):

- 255 explotaciones (vaca, oveja y cabra)
- 47.611 cabezas de ganado (vaca, oveja y cabra)
- 20.047,6 toneladas de leche cruda producida.

Es indudable que se trata de una estructura productiva muy limitada y que no se corresponde con la importancia global adquirida en España por la producción ecológica, en su conjunto; ni se corresponde tampoco con la gran cantidad de superficie ecológica inscrita dedicada a prados y pastos permanentes (820.325 Has)

Y, desde luego, dicha estructura productiva lácteo-ecológica es irrelevante en el contexto general del sector lácteo español por cuanto su presencia o implantación en el mismo es, por el momento, extraordinariamente reducida, si se exceptúa, en alguna manera, la algo mayor implantación de la leche de cabra ecológica y su positiva evolución. De hecho, **la producción total de leche cruda ecológica en España sólo representa el 0,27% de toda la leche cruda producida.**

Cuadro 1. ESTRUCTURAS PRODUCTIVAS S. LÁCTEO ECOLÓGICO/S. LÁCTEO GLOBAL (2014)

Magnitudes Básicas	Sector Lácteo Ecológico	Sector Lácteo Convencional	% S.L. Ecológico/S.L. Convencional
Nº Explotaciones (entregas)	255	27.130	0,94%
Vaca	76	17.678	0,43%
Oveja	41	4.060	1,01%
Cabra	138	5.392	2,56%
Nº Cabezas de ganado	47.611	5.389.402	0,88%
Vaca	4.521	873.239	0,52%
Oveja	17.936	2.463.250	0,73%
Cabra	25.154	2.052.913	1,23%
Producción leche cruda (entregas) (Tm)	20.048	7.340.569	0,27%
Vaca	11.883	6.639.569	0,18%
Oveja	1.268	365.000	0,35%
Cabra	6.896	336.000	2,05%

Fuente: MAGRAMA

Las cifras recogidas en este cuadro ponen de relieve que la producción ecológica solamente ha logrado una implantación mínimamente significativa en el caso de la leche de cabra; pero en el caso de la leche de oveja y, menos aún, en la de vaca dicha implantación podría definirse casi como de anecdótica.

En los últimos cinco años no se han producido cambios significativos en la estructura productiva del sector lácteo ecológico; ni en cuanto a número de explotaciones, ni en cuanto a número de cabezas ganaderas, ni en cuanto a producción de leche; solamente en el caso del caprino de leche sí se aprecia un importante crecimiento de la estructura productiva y de la producción.

Cuadro 2. EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL SECTOR LÁCTEO ECOLÓGICO

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
VACUNO						
Nº Explotaciones	83	74	85	91	80	76
Nº Cabezas de ganado	3.978	4.426	3.756	4.802	4.240	4.521
Producción (toneladas)	10.980	11.250	11.183	12.330	12.199	11.883
OVINO						
Nº Explotaciones	40	44	51	48	52	41
Nº Cabezas de ganado	17.310	16.305	20.602	19.279	16.183	17.936
Producción (toneladas)	995	898	1.128	1.056	970	1.268
CAPRINO						
Nº Explotaciones	42	64	48	129	125	138
Nº Cabezas de ganado	12.404	14.332	12.612	24.398	22.310	25.154
Producción (toneladas)	2.493	2.880	2.535	6.838	4.220	6.896

Fuente: MAGRAMA

La producción de leche ecológica está bastante concentrada, desde el punto de vista de ubicación geográfica; de forma que en unas pocas CCAA se agrupa una buena parte de la estructura productiva y de la producción de leche ecológica; no obstante dicha ubicación geográfica es muy diferente según tipo de ganadería ecológica:

- En **vacuno ecológico de leche** la producción se ubica básicamente en cuatro CCAA que ya aportan conjuntamente el 83% de la producción (un 37,7% en Galicia, un 18,7% en la Comunidad de Madrid, un 15,6% en Asturias y un 11,0% en Cantabria).
- En **ovino ecológico de leche** la producción se ubica principalmente en cuatro CCAA que aportan casi el 77% de la producción (Castilla La Mancha: 41,3%; Castilla y León: 15,9%; Canarias: 10,5% y Navarra: 9,5%).
- En **caprino ecológico de leche** también son 4 CCAA las que concentran cerca del 82% de la producción (Andalucía: 30,6%; Castilla La Mancha: 26,6%; Región de Murcia: 13,3% y Comunidad de Madrid: 11,1%).

Entre 2013 y 2014 se ha mantenido el mismo reparto de explotaciones lecheras ecológicas por CCAA, pudiéndose destacar, en todo caso, la importancia que tienen Galicia en leche de vaca ecológica, Castilla La Mancha en leche de oveja ecológica y Andalucía en leche de cabra ecológica.

Cuadro 3. LECHE DE VACA ECOLÓGICA/UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Vacuno de leche	2014		2013	
	Nº de Explotaciones	Nº de Cabezas de Ganado	Nº de Explotaciones	Nº de Cabezas de Ganado
1. Galicia	32	2.058	35	1.667
2. Asturias	14	666	14	661
3. Cantabria	7	439	7	461
4. Cataluña	6	252	6	255
5. País Vasco	5	169	5	177
6. Baleares	6	73	5	76
7. Navarra	2	74	2	74
8. Madrid	2	682	2	667
8. Canarias	0	0	2	105
10. Castilla La Mancha	1	78	1	62
11. Castilla y León	1	30	1	35
TOTAL	76	4.521	80	4.240

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

Cuadro 4. LECHE DE OVEJA ECOLÓGICA/UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Ovino de leche	2014		2013	
	Nº de Explotaciones	Nº de Cabezas de Ganado	Nº de Explotaciones	Nº de Cabezas de Ganado
1. Castilla La Mancha	12	8.829	11	6.534
2. País Vasco	8	1.479	7	1.268
3. Castilla y León	5	3.648	4	2.639
4. Navarra	5	1.565	4	1.458
5. Baleares	4	488	3	458
6. Andalucía	3	1.230	2	1.280
7. Cataluña	2	697	2	712
8. Otros	2	0	19	1.834
TOTAL	41	17.936	52	16.183

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

Cuadro 5. LECHE DE CABRA ECOLÓGICA/UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Caprino de leche	2014		2013	
	Nº de Explotaciones	Nº de Cabezas de Ganado	Nº de Explotaciones	Nº de Cabezas de Ganado
1. Andalucía	96	16.455	85	14.445
2. Cataluña	10	941	5	880
3. Castilla La Mancha	7	1.980	8	2.038
4. Castilla y León	6	2.074	4	1.550
5. Canarias	5	219	10	390
6. Baleares	3	88	3	67
7. Murcia	2	1.850	2	1.409
8. Madrid	1	1.060	1	816
9. Galicia	5	1	1	112
10. País Vasco	1	80	1	78
11. C. Valenciana	1	371	1	496
12. Otras	1	35	4	29
TOTAL	138	25.154	125	22.310

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

Cuadro 6. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE ECOLÓGICA

CCAA	Producción Total (Toneladas)	
	2014	2013
1. Galicia	5.614,7	6.788,3
2. Andalucía	5.510,4	1.359,0
3. Madrid	2.287,6	2.539,2
4. Asturias	1.977,2	1.752,8
5. Castilla La Mancha	1.308,7	1.552,7
6. Cantabria	1.125,4	944,1
7. País Vasco	457,9	443,6
8. Murcia	445,0	560,0
9. Baleares	367,6	70,0
10. Castilla y León	334,4	482,5
11. Cataluña	233,0	307,0
12. Navarra	211,8	236,5
13. C. Valenciana	105,6	122,9
14. Canarias	68,0	230,0
TOTAL ESPAÑA	20.047,3	17.388,6

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

Cuadro 7. PRODUCCIÓN DE LECHE ECOLÓGICA DE VACA

CCAA	2014 (Tm)	2013 (Tm)	Δ 2014/2013 (%)
1. Galicia	5.614,7	6.748,3	-16,8%
2. Asturias	1.977,2	1.752,8	12,8%
3. Comunidad de Madrid	1.953,1	2.069,2	-5,6%
4. Cantabria	1.125,4	944,1	19,2%
5. País Vasco	380,4	313,2	21,5%
6. Cataluña	230,5	82,0	181,1%
7. Navarra	149,8	128,5	16,6%
8. Castilla La Mancha	135,0	80,0	68,8%
9. I. Baleares	130,7	20,0	553,5%
10. Castilla y León	96,4	30,5	216,1%
11 Otras CCAA	90,0	25,0	260,0%
TOTAL ESPAÑA	11.883,2	12.193,6	-2,5%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

En 2014 se redujo en un 2,55% la producción de leche ecológica de vaca en España, debido a la importante reducción de dicha producción en Galicia (-16,8%) y en la Comunidad de Madrid (-5,6%) que en 2013 habían sido las principales productoras.

Sin embargo en el resto de CCAA sí se ha asistido a importantes crecimientos de la producción de leche ecológica de vaca, si bien, al ser bastante menores los respectivos volúmenes de producción, han conseguido reducir el descenso conjunto de esta producción, pero no evitarlo. En definitiva, la **producción de leche de vaca ecológica solo representa el 0,18% del total de leche de vaca producida en España.**

Cuadro 8. PRODUCCIÓN DE LECHE ECOLÓGICA DE OVEJA

CCAA	2014 (Tm)	2013 (Tm)	Δ 2014/2013 (%)
1. Castilla La Mancha	845,4	350,0	141,5%
2. Castilla y León	168,1	142,0	18,4%
3. Navarra	62,0	108,0	-42,6%
4. País Vasco	60,0	98,0	-38,8%
5. Islas Baleares	31,7	35,0	-9,4%
6. Cataluña	0,7	45,0	-98,4%
7. Otras (Andalucía y Canarias)	100,0	192,0	-47,9%
TOTAL ESPAÑA	1.267,9	970,0	30,7%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

La producción de leche ecológica de oveja ha crecido cerca de un 31% en 2014 respecto a 2013, debido básicamente al fuerte crecimiento de esta producción en Castilla La Mancha y también, aunque en mucha menor medida, en Castilla y León (incluso sorprende que en esta comunidad autónoma que aporta el 30% de la leche de oveja convencional de España, tenga tan reducida implantación el ovino de leche ecológico); sin embargo en Navarra y País Vasco han sido importantes los descensos en esta línea de producción. En definitiva, **la producción de leche de oveja ecológica solo representa el 0,35% de toda la leche de oveja producida en España.**

Cuadro 9. PRODUCCIÓN DE LECHE ECOLÓGICA DE CABRA

CCAA	2014 (Tm)	2013 (Tm)	Δ 2014/2013 (%)
1. Andalucía	5.510,4	1.289,0	327,5%
2. R. de Murcia	445,0	560,0	-20,5%
3. C. de Madrid	330,0	470,0	-29,8%
4. Castilla La Mancha	328,4	1.122,7	-70,7%
5. C. Valenciana	105,6	122,9	-14,1%
6. Castilla y León	70,0	310,0	-77,4%
7. I. Canarias	68,0	78,0	-12,8%
8. I. Baleares	19,6	15,0	30,7%
9. País Vasco	17,5	32,4	-46,0%
10. Cataluña	1,8	180,0	-99,0%
11. Otras (Galicia)		40,0	-100,0%
TOTAL ESPAÑA	6.896,3	4.220,0	63,4%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

La producción de leche ecológica de cabra está muy concentrada en Andalucía; y a cierta distancia la Región de Murcia, Comunidad de Madrid y Castilla La Mancha. Lo más importante a destacar es el fuerte crecimiento de la producción de leche de cabra ecológica en Andalucía que en 2014 ya representa el 80% de toda la producción nacional de esta leche ecológica. Y también hay que destacar que en las demás CCAA se registran sin embargo, significativos descensos de esta producción. En cualquier caso, en el conjunto nacional **la producción de leche de cabra ecológica ha subido un 63,4% en 2014 respecto a 2013**, siguiendo una prolongada trayectoria de crecimiento desde 2009.

Con independencia de las variaciones de la producción en una u otra comunidad autónoma, la realidad es que, en su conjunto, entre 2014 y 2013 se ha registrado un significativo incremento de la producción de leche ecológica en el conjunto global de las explotaciones ganaderas dedicadas a esta forma de producción.

Cuadro 10. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE ECOLÓGICA

Tipo de leche (Tm)	2014 (Tm)	2013 (Tm)	Δ 2014/2013 (%)
Leche de vaca	11.883,3	12.193,6	-2,5%
Leche de oveja	1.268,0	970,0	30,7%
Leche de cabra	6.896,3	4.220,0	63,4%
TOTAL	20.047,6	17.383,6	15,3%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

También se puede deducir, a la vista de los cuadros anteriores, que seis CCAA productoras de leche ecológica, de uno u otro tipo, están por encima de las mil toneladas y ya representan cerca del 90% de toda la producción nacional.

Cuadro 11. IMPLANTACIÓN Y PESO ESPECÍFICO DE CADA CCAA

CCAA	% s/Total Producción	Orientación productora
1. Galicia	28,0%	Vaca
2. Andalucía	27,5%	Cabra
3. C. de Madrid	11,4%	Vaca y cabra
4. Asturias	9,9%	Vaca
5. Castilla La Mancha	6,5%	Oveja y cabra
6. Cantabria	5,6%	Vaca
TOTAL 6 CCAA	88,9%	

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

Las cifras del cuadro 11 ponen de relieve la existencia de dos posibles modelos de producción muy diferentes entre sí: el modelo de producción de CCAA como Comunidad de Madrid o Andalucía, muy próximo a grandes centros de consumo; y el modelo de producción de Galicia, Asturias y Cantabria, muy alejados de los grandes centros de consumo. El equilibrio geológico en uno u otro caso es muy diferente y ello tiene un indudable impacto en los costes.

Otro aspecto a destacar es la aparente incoherencia entre el número de cabezas de ganado inscritas como ecológicas y la producción final que, aparentemente, aportaría ese ganado; así, se podrían citar algunos casos destacados:

- **En vacuno de leche:**

Cuadro 12. MODELO DE PRODUCCIÓN DE VACUNO ECOLÓGICO DE LECHE

	2014 (Tm)	2013 (Tm)	Δ 2014/2013 (%)
Nº Cabezas de ganado	4.521,0	4.240,0	6,6%
Producción (Tm)	11.883,3	12.199,0	-2,6%
Ratio de aparente producción/ vaca ecológica (Lts/año)	2.268,5	2.877,5	-21,2%
Ratio real de producción/vaca convencional (Lts/año)	7.602,9	7.595,6	0,1%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

En el caso de la producción de leche ecológica de vaca solo se entenderían los cambios entre 2014 y 2013, así como los excesivamente bajos rendimientos promedio de las vacas ecológicas, en el supuesto de que una parte importante de la producción de dichas vacas ecológicas se tuviera que

comercializar como leche convencional, incorporándose a los circuitos normales de comercialización de esta leche convencional y asumiendo las crisis de precios propias de ésta. En cualquier caso, es posible que la productividad de las vacas ecológicas sea menor que en las vacas convencionales; pero no en forma tan acusada como se deduciría del análisis del cuadro anterior.

- **En ovino de leche:**

Cuadro 13. MODELO DE PRODUCCIÓN DE OVINO ECOLÓGICO DE LECHE

	2014 (Tm)	2013 (Tm)	Δ 2014/2013 (%)
Nº Cabezas de ganado	17.936,0	16.183,0	10,8%
Producción (Tm)	1.263,0	970,0	30,2%
Ratio de aparente producción/ oveja ecológica (Lts/año)	70,4	59,9	17,5%
Ratio real de producción/ oveja convencional (Lts/año)	203,0	199,0	2,0%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

En el caso de la producción de leche de oveja, los datos recogidos ponen de relieve las mismas incoherencias que en el caso de la leche ecológica de vaca; y la explicación de estas incoherencias es la misma que en el caso de la leche de vaca.

- **En caprino de leche:**

Cuadro 14. MODELO DE PRODUCCIÓN DE CAPRINO ECOLÓGICO DE LECHE

	2014 (Tm)	2013 (Tm)	Δ 2014/2013 (%)
Nº Cabezas de ganado	25.154,0	22.310,0	12,7%
Producción (Tm)	6.896,0	4.220,0	63,4%
Ratio de aparente producción/ cabra ecológica (Lts/año)	274,2	189,2	44,9%
Ratio real de producción/ cabra convencional (Lts/año)	253,3	248,6	1,9%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA

En el caso de la producción de leche ecológica de cabra, al contrario de lo que ocurre en vaca y oveja, los rendimientos productivos en 2014 han mejorado tanto que incluso ya han superado los bajos niveles promedio de la producción de leche de cabra convencional; y todo ello en un contexto de fuerte incremento de la producción: en 2009 era de 2.493 toneladas y en 2014 6.896 toneladas.

Con independencia de las consideraciones y valoraciones anteriores es evidente, como ya se ha comentado en capítulos precedentes, que la producción de leche ecológica en España es muy limitada, hasta el punto de que **solo representa el 0,27% de toda la leche cruda producida**. Hay muchas razones que explican este escaso desarrollo de la producción láctea en campo:

- Ante todo, muy limitado número de compradores de este tipo de materia prima, puesto que las industrias lácteas no suelen incluir entre sus líneas de actividad los lácteos ecológicos.

- Escasez de base territorial a disposición de las explotaciones ganaderas lácteas (la producción ecológica exige mucha base territorial); habiéndose implantado ampliamente los modelos de producción superintensiva.
- Menor rendimiento económico por hectárea debido a menor densidad de la cabaña.
- Poca disponibilidad de piensos y forrajes ecológicos; bien muy caros o difícilmente accesibles para los ganaderos ecológicos.
- Menor índice de conversión de los piensos por animal.
- Normativa, regulaciones y burocracia que acompaña a la producción ecológica (certificaciones, controles, etc.) y que representa costes adicionales significativos, o bien conllevan restricciones en prácticas o manejo o, directamente, disuade a muchos ganaderos.
- Menor rendimiento productivo del animal y necesidad de un manejo y gestión más exigentes, complejos, personales y continuados que en las explotaciones convencionales, para alcanzar niveles de productividad próximos a los que se consiguen en ganadería convencional, hecho que hace aumentar los costes, especialmente por incidencia sobre la producción de los costes fijos.
- Sistema de producción de leche muy exigente en cuanto a nivel de especialización; de forma que cerca del 95% de los ingresos de la explotación proceden de la venta de leche, frente a niveles del 85% promedio en la producción convencional. Ello es debido al escaso valor comercial de las vacas de desvieje y de los terneros en la explotación de leche ecológica.
- Sistema de producción muy exigente en cuanto a genética, alimentación, sanidad y manejo que se traduce en muchos casos en altos costes de producción; de forma que en ciclos de precios en campo bajos, difícilmente se cubren dichos costes.
- Aparición en los últimos años de nuevos modelos de producción ganadera (producción natural, producción de pasto natural, producción autóctona, etc.) que actúa como alternativa de la producción láctea ecológica.
- Necesidad de técnicas y tecnologías muy diferentes a las usuales en la producción convencional; de acceso muy costoso para el ganadero y cuya ausencia impide alcanzar adecuados niveles de eficiencia en la gestión.

Merece especial mención la ya comentada dificultad de acceso a piensos aptos para alimentación de ganadería ecológica de vacuno de leche, de forma que en muchos casos estos piensos o sus materias primas tienen que ser importados. Y sin embargo en España hay registradas (al menos teóricamente inscritas como industrias ecológicas) un total de 51 industrias fabricantes de piensos ecológicos; la mayoría de ellas están ubicadas en Cataluña (16), Andalucía (14), Comunidad de Madrid (4), Castilla La Mancha (4) y Cantabria (4); mientras que en la mayor productora de leche ecológica (Galicia) solo está registrada 1 industria de piensos ecológicos.

Por todas estas razones y principalmente porque, después de tan complejo proceso productivo, resulta que el ganadero ecológico no siempre encuentra comprador de toda la leche ecológica que ha producido; no quedándole otra opción que comercializarla como convencional y al precio de la leche convencional. Esto explicaría la incoherencia entre:

- Gran implantación ecológica en prados y praderas pero escaso número de cabezas de ganado ecológico.

- Producción de leche ecológica por debajo de las posibilidades productivas de su cabaña ecológica.

Es evidente, por tanto, que la potenciación de la producción láctea ecológica estaría condicionada a la incorporación de profundos cambios en las propias estructuras productivas, así como en las relaciones entre explotaciones ganaderas e industrias compradoras.

II.3. La estructura industrial de elaboración de productos lácteos ecológicos en España

En 2014 estaban registrados en España 121 establecimientos industriales lácteos ecológicos (uno menos que en 2013, en el que se contabilizan 122 establecimientos). El mayor número de establecimientos se encuentra en Andalucía, Cataluña, Galicia y País Vasco:

Cuadro 15. ESTRUCTURA INDUSTRIAL ECOLÓGICA POR CCAA

Nº Establecimientos por CCAA	2014	2013
1. Andalucía	27	26
2. Cataluña	20	13
3. Galicia	14	18
4. País Vasco	13	12
5. Castilla La Mancha	8	7
6. Castilla y León	8	7
7. I. Baleares	7	5
8. I. Canarias	6	10
9. Asturias	4	4
10. Cantabria	4	4
11. C. Valenciana	4	4
12. C. de Madrid	3	3
13. R. de Murcia	2	2
14. Otras (Navarra, Aragón, Extremadura)	1	7
TOTAL ESPAÑA	121	122

Fuente: MAGRAMA

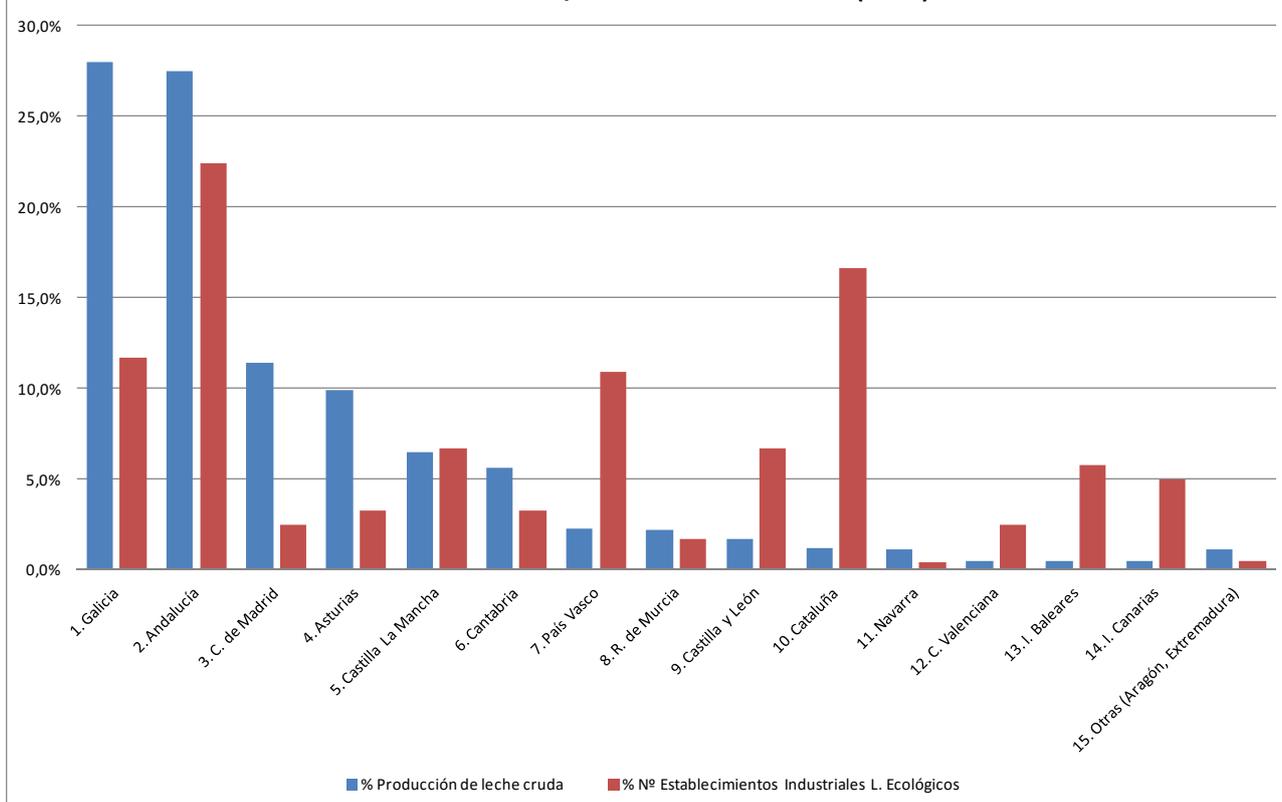
El 75% de los establecimientos industriales lácteos ecológicos de España se ubican en seis CCAA: Andalucía (22,4%), Cataluña (16,6%), Galicia (11,7%), País Vasco (10,9%), Castilla La Mancha (6,7%) y Castilla y León (6,7%); mientras que las demás CCAA se reparten el 25% restante. Este reparto de ubicaciones geográficas podría conllevar un cierto desequilibrio geológico de la producción ecológica en España; aunque dicho desequilibrio no siempre sería tal en determinadas CCAA que cuentan con industrias de mayor dimensión.

Cuadro 16. EQUILIBRIO GEOLOGÍSTICO DE LOS ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES (2014)

CCAA	% Producción de leche cruda	% Nº Establecimientos Industriales L. Ecológicos
1. Galicia	28,0%	11,7%
2. Andalucía	27,5%	22,4%
3. C. de Madrid	11,4%	2,5%
4. Asturias	9,9%	3,3%
5. Castilla La Mancha	6,5%	6,7%
6. Cantabria	5,6%	3,3%
7. País Vasco	2,3%	10,9%
8. R. de Murcia	2,2%	1,7%
9. Castilla y León	1,7%	6,7%
10. Cataluña	1,2%	16,6%
11. Navarra	1,1%	0,4%
12. C. Valenciana	0,5%	2,5%
13. I. Baleares	0,5%	5,8%
14. I. Canarias	0,5%	5,0%
15. Otras (Aragón, Extremadura)	1,1%	0,5%
TOTAL ESPAÑA	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. (a partir de MAGRAMA)

Cuadro 16.A. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL GRADO DE DESEQUILIBRIO GEOLOGÍSTICO EN PRODUCCIÓN/ Nº ESTABLECIMIENTOS (2014)



En general, la dimensión de los establecimientos industriales lácteos ecológicos es muy reducida:

Cuadro 17. DIMENSIÓN APARENTE O TEÓRICA DE LOS ESTABLECIMIENTOS LÁCTEOS ECOLÓGICOS

CCAA (2014)	Nº Establecimientos	Leche cruda recogida (Tm)	Producción/ Establecimiento (Tm)
1. Galicia	14	5.614,7	401,1
2. Andalucía	27	5.510,4	204,1
3. C. de Madrid	3	2.287,6	762,5
4. Asturias	4	1.977,2	494,3
5. Castilla La Mancha	8	1.308,7	163,6
6. Cantabria	4	1.125,4	281,4
7. País Vasco	13	457,9	35,2
8. R. de Murcia	2	445,0	222,5
9. Castilla y León	8	334,4	41,8
10. Cataluña	20	233,0	11,7
11. Navarra	0	211,8	(ns)
12. C. Valenciana	4	105,6	26,4
13. I. Baleares	7	76,5	10,9
14. I. Canarias	6	68,0	11,3
15. Resto CCAA	1	291,4	291,4
TOTAL ESPAÑA	121	20.047,6	165,7

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. (a partir de MAGRAMA)

El ratio teórico “leche cruda producida en las CCAA/ nº industrias lácteas en la CCAA” pone de relieve, en general, la escasa dimensión de la mayoría de los establecimientos industriales lácteos ecológicos (incluso aunque en numerosos casos algunos de estos establecimientos industriales transformadores de leche ecológica adquirida en otras CCAA).

Es evidente, por tanto, que la estructura industrializadora de leche ecológica está constituida por pequeños operadores que, en muchos casos, abordan integralmente producción, transformación y comercialización, lo cual puede significar una indudable ventaja competitiva como cadena sectorial integrada; pero cabe pensar también que tan reducida dimensión estructural puede impedir, en la mayoría de los casos, una comercialización más allá del ámbito local o regional, salvo casos excepcionales. Y, desde luego, desde el punto de vista de dimensión, existe un enorme abismo entre la estructura industrial láctea ecológica y la convencional:

Cuadro 18.

	Industria láctea ecológica (Tm)	Industria láctea convencional (Tm)	% I.L.Ecológica / I.L. Total
Volumen de leche tratada (v+o+c)	20.047,6	7.500.000,0	0,27%
Nº de establecimientos industriales (*)	121,0	689,0	17,56%
Volumen tratado por establecimiento	165,7	10.885,3	1,52%

(*) Se recoge como número de establecimientos industriales lácteos convencionales el señalado en la Encuesta Estructural de las Industrias Lácteas

Además, no solo se trataría de un problema de muy reducida dimensión, sino también de una posible inactividad periódica o discontinuidad operativa de determinados establecimientos industriales ecológicos. En realidad, aunque estén registrados 121 establecimientos ecológicos, lo más probable es que tan solo 35-45 podrían considerarse como industrias lácteas propiamente dichas y/o mínimamente relevantes por su actividad industrial láctea ecológica.

Cuadro 19.

	Nº Establecimientos
En la producción de leche líquida	5 - 10
En la producción de quesos	20 - 25
En la elaboración de otros productos lácteos ecológicos	5 - 10
TOTAL	30 - 55

En definitiva, se podría decir que la estructura de la industria láctea ecológica que opera en el sector lácteo español está bastante concentrada al repartirse toda la actividad entre una o dos grandes operadoras lácteas (LECHE CELTA y LACTALIS), unas pocas PYMES lácteas ecológicas y varios micro-operadores de actividad intermitente o coyuntural. (En total, en torno a 40 establecimientos industriales significativos)

Cuadro 20. ESTRUCTURA DE LAS INDUSTRIAS ECOLÓGICAS DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL

Tipología de operadores	Empresas	% de leche ecológica recogida	Principales productos ecológicos elaborados
Grandes grupos lácteos (2)	LACTALIS	50% - 55%	Leche larga vida y/o fresca
	LECHE CELTA		
Pymes lácteas ecológicas (15-20) (Facturación entre 0,5 y 5 Millones euros/año)	EL BUEN PASTOR (Cantabria)	40% - 50%	Leche fresca ecológica Quesos ecológicos Yogures ecológicos Postres ecológicos Helados ecológicos Nata ecológica UHT ecológica Mantequilla ecológica Ingredientes ecológicos para pastelería y otras industrias agroalimentarias
	SUERTE AMPANERA (Madrid)		
	YOSU (Madrid)		
	QUESOS ARTESANOS DE LETUR (Albacete)		
	IND. LÁCTEAS CERRON (Albacete)		
	CASERÍA LA MADERA (Asturias)		
	LIASA (KEN) (Guadalajara)		
	SELVATANA (Cataluña)		
	NADOLC (Cataluña)		
	NATURALE (Cataluña)		
	CORTES DE MUAR (Galicia)		
	LOUREIRO (Galicia)		
	CASA GRANDE DE XANCEDA (Galicia)		
L'ARQUEIXAL (Galicia)			
INNOLACT (Galicia)			
LAXURTAL (Galicia)			
AVEGA (Galicia)			
Micro-operadores industriales lácteos ecológicos	Entre 15 y 20 microempresas locales (facturación ≤ 0,5 M.€) (Actividad intermitente)	5% -10%	Principalmente leche fresca ecológica y quesos (mercado local)

Exceptuando la implantación de la producción ecológica en una o dos grandes industrias lácteas (como LECHE CELTA y LACTALIS; la leche ecológica representa menos del 2% de toda la recogida de leche de estas empresas), el resto de grandes empresas lácteas españolas no se han orientado hacia esta línea de productos diferenciados.

Sin embargo si ha venido desarrollándose una cada vez más amplia estructura de PYMES lácteas especializadas en productos lácteos ecológicos (principalmente leche fresca, yogures y quesos ecológicos) generalmente orientadas al mercado local (en el caso de la leche fresca) aunque también hay algunas de ellas que han sabido incorporarse, con altos precios, en los lineales de algunas enseñas de distribución; e, incluso, han logrado iniciarse como exportadores.

II.4. Valor de la producción ecológica láctea en origen

Según las estadísticas de MAGRAMA sobre producción ecológica, en 2014 el valor en origen de la producción de leche ecológica se habría situado en torno a los **18,57 millones de euros**, suponiendo un incremento de más del 52% respecto a 2013 (el valor de la producción en origen de leche ecológica había sido 12,13 millones de euros)

En la configuración del valor de la producción en origen de leche ecológica entregada a industria destaca el creciente e importante peso específico de la **leche ecológica de cabra**:

Cuadro 21. CONFIGURACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN ORIGEN DE LECHE ECOLÓGICA

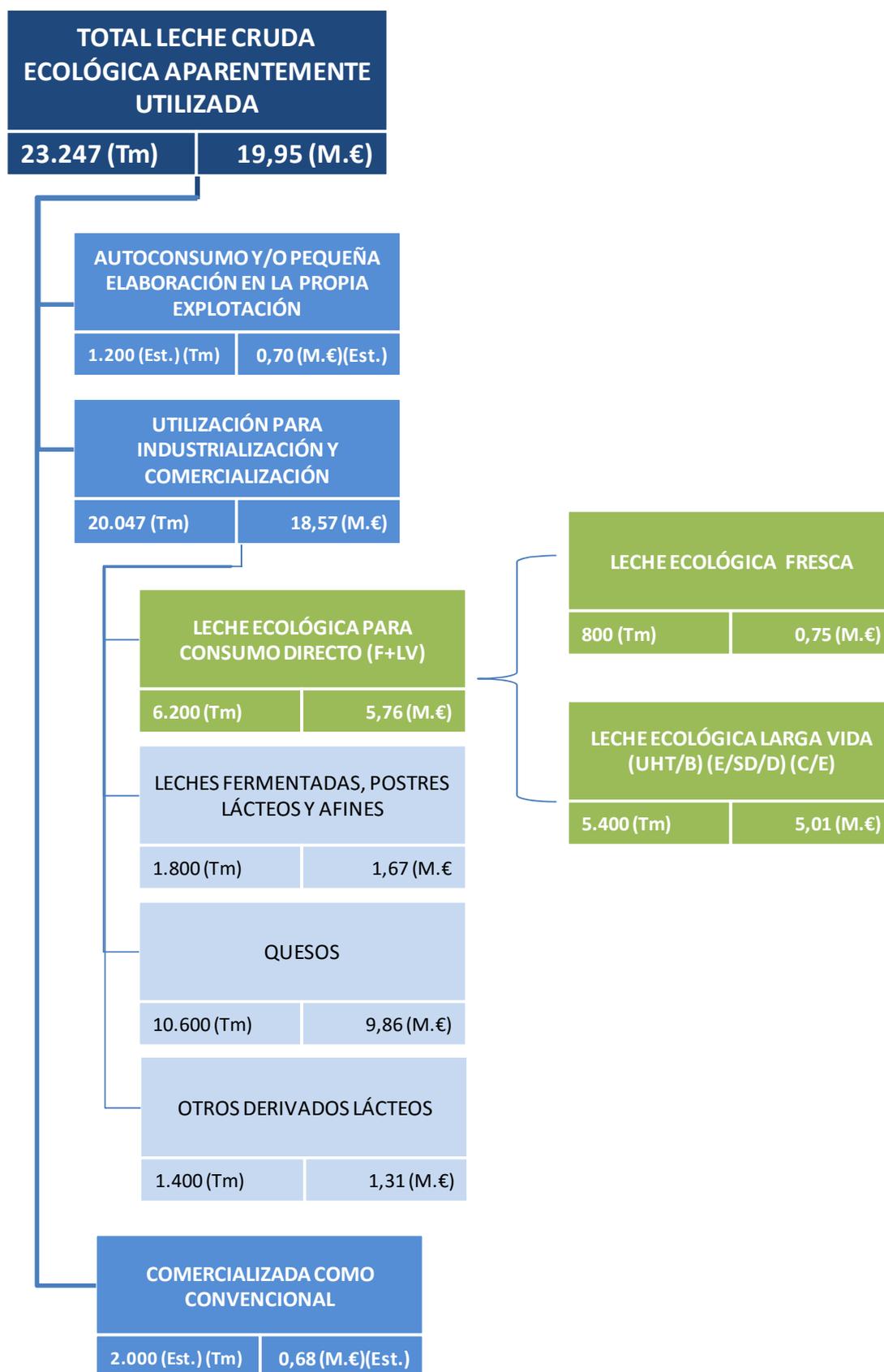
Tipos de leche (Año 2014)	Valor en origen (Miles Euros)	Producción (Tm)	Precio promedio teórico (€/kg)
Leche de vaca	6.535,80	11.883,3	0,55
Leche de oveja	2.307,80	1.268,0	1,82
Leche de cabra	9.723,80	6.896,3	1,41
TOTAL	18.567,40	20.047,6	0,93

También cabría destacar la amplia diferencia existente entre precios de materia prima ecológica y convencional; lo cual estaría poniendo de relieve, por una parte, la posible existencia de costes de producción muy altos en la producción ecológica; o bien, las dificultades para hacer competitivos los productos lácteos elaborados con esas materias primas de alto coste.

Por otra parte, es posible que a ese valor en origen de la leche ecológica producida y comercializada como tal (es decir, adquirida por industrias de uno u otro tipo para elaborar y comercializar derivados lácteos ecológicos) deberá agregarse el valor en origen de algunos productos lácteos ecológicos elaborados directamente por el ganadero ecológico y comercializados por éste directamente en el ámbito local; o incluso autoconsumidos en la propia explotación; se trataría principalmente de productos como queso, cuajadas o mantequilla, cuyo valor en origen sería muy variable, pero que podría estimarse en torno a los 700.000 de euros. Y también debería agregarse el valor en origen de la leche cruda ecológica comercializada como convencional, que podría estimarse en torno a los 680.000 de euros.

En definitiva, se estaría hablando de un valor real en origen del orden de los 19,95 millones de euros en 2014 (**equivalente al 0,65% del valor de toda la leche cruda recogida en España, ecológica más convencional**). En el gráfico recogido en el cuadro 22 se esquematizan los flujos de utilización de la leche cruda producida y los correspondientes valores en origen.

Cuadro 22. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL REPARTO DE LA UTILIZACIÓN DE LA LECHE ECOLÓGICA 8EN TONELADAS DE LECHE CRUDA EQUIVALENTE (2014)



En los cuadros 22 y 23 también se aprecia el modelo de reparto y utilización de la leche cruda ecológica producida en España:

Cuadro 23. MODELO DE REPARTO Y UTILIZACIÓN DE LA LECHE CRUDA ECOLÓGICA PRODUCIDA EN ESPAÑA (2014)

Destino de la leche cruda ecológica	% de la leche utilizada para industrialización y comercialización como ecológica (20.047 Tm)
Para elaborar leche de consumo directo	31%
Leche fresca 3%	
Leche larga vida 27%	
Para elaborar yogures, cuajadas y postres	9%
Para elaborar quesos	53%
Para elaborar otros derivados lácteos (nata, mantequilla, helados, al. Infantil, etc.)	7%
TOTAL ESPAÑA	100%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. (a partir de MAGRAMA)

Más de la mitad de la leche cruda ecológica recogida se destina a la fabricación de quesos ecológicos; y más de un 25% se destina a leche de larga vida (principalmente UHT en formatos E/SD/D, y en gran medida formatos estéril clásica, con mínima presencia de las gamas de leches ecológicas enriquecidas); sin embargo, y a pesar de que ya están posicionadas en los lineales de ventas diferentes marcas de leches fermentadas ecológicas, con alto prestigio (y altos precios), lo cierto es que la presencia de estas gamas todavía no ha alcanzado el desarrollo deseable; y todavía es menos favorable la situación en lo que se refiere a otros derivados lácteos como leche fresca, alimentación infantil, nata, mantequilla, helados, ingredientes lácteos, bebidas lacteadas, etc.

Todo indica que la producción ecológica láctea está principalmente orientada a la elaboración de leche UHT ecológica y a la de quesos; y destacando que, en todo caso, incluso en estas gamas de mayor relevancia, la realidad es que su peso específico en los lineales de venta es muy reducido. Podría deducirse, por tanto, que desde un punto de vista teórico, deberían existir claras oportunidades de desarrollo de estas líneas de productos lácteos ecológicos; lo cual se podría corroborar señalando que en estas líneas se están produciendo cada vez mayores importaciones (desde Francia, Alemania y Países Bajos principalmente)

II.5. Caracterización y valoración del mercado de los productos lácteos ecológicos

El **valor teórico de mercado de la producción en origen ecológica láctea** se situaría por encima de los 30 millones de euros (según se detalla en los cuadros 24 y 25); si se agrega además el valor de las importaciones (en torno a un 16% del mercado interior) y en cambio se resta el valor de las exportaciones (no superior al 5% del valor del mercado de la producción en origen), se dispondría del **valor final aparente del mercado interior** de los productos lácteos ecológicos en España, que se situaría por encima de los 34 millones de euros. A esta cifra se llega calculando el valor final (VFM) que alcanza en los lineales de venta (más Horeca) el conjunto global de productos lácteos ecológicos comprados por los consumidores españoles; dicho valor final resulta de sumar al valor teórico de mercado (VTMP) de la producción en origen (después de deducir las exportaciones –VE-) el valor de las importaciones (VI):

$$\text{VFM} = [\text{VTMP} - \text{VE}] + \text{VI}$$

$$(34,16) = [30,09 - 1,50] + [5,57]$$

El valor teórico de mercado de la producción en origen (VTMP) se calcula a partir del valor real de la producción en origen (18.567,4 millones de euros, según se detalla en el apartado II.4); y también a partir de la estructura de utilización de dicha producción en origen en función de los productos lácteos ecológicos elaborados a partir de la misma. Con uno y otro planteamiento de partida, y teniendo en cuenta las respectivas configuraciones de cadenas de valor (agregación de costes/precios) de cada línea de producto, se llega a establecer el valor global teórico de mercado del conjunto de los productos lácteos ecológicos elaborados.

Por su parte, el cálculo del valor de las importaciones y exportaciones es aproximado y orientativo puesto que no existe información oficial o de otra índole, que recoja o indique estos valores; por lo que solo es posible establecer estimaciones sobre tales valores a partir de consultas directas a operadores sectoriales; o bien por comparación con el comportamiento de la exportación del sector lácteo convencional; o bien a partir de observaciones directas de los lineales de venta; por estos procedimientos es como se han planteado, como valores aproximados y orientativos, que las importaciones ya llegan a representar en torno al 16% del mercado interior; y que las exportaciones pueden alcanzar en torno al 5% del valor de la producción en origen.

Cuadro 24.

Millones de euros	
Valor de mercado de la producción interna	30,09
Importaciones	5,57
Exportaciones	1,50
Valor del mercado interno	34,16

Cuadro 25. VALOR DEL MERCADO DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS ECOLÓGICOS

Líneas de productos	Valor (Millones Euros)	Volumen (Millones Kgs)	Precio teórico promedio aparente (€/Kg)
Leche de consumo (fresca + larga vida)	6,08	6,20	0,98
Yogures, cuajadas, postres y afines	3,38	1,75	1,93
Quesos	17,21	1,12	15,37
Otros derivados lácteos (nata, mantequilla, bebidas lacteadas, helados, etc.)	1,27	0,65	1,95
TOTAL COMERCIALIZADO	27,94	9,72	2,87
Autoconsumo y productos de las explotaciones	2,15	0,75	2,87
TOTAL	30,09	10,47	2,87

El valor final de los productos lácteos ecológicos tiene muy escaso impacto en la configuración del valor total del conjunto del mercado interior lácteo español (convencional y ecológico); de hecho solo representa el 0,40% del valor total del mercado global español de productos lácteos (**34,16 millones de euros frente a 8.580 millones de euros del mercado total**)

Cuadro 26. COMPARACIÓN MERCADO ECOLÓGICO/ MERCADO TOTAL

	Leche de Consumo	Derivados Lácteos	Total Lácteo
Producción Ecológica			
Volúmen (000 Tm)	6,50	3,69	10,19
Valor (Millones €)	7,48	26,68	34,16
Precio teórico aparente (€/Kg)	1,15	7,23	3,35
Producción Convencional			
Volúmen (000 Tm)	3.690	1.800	5.490
Valor (Millones €)	2.670	5.910	8.580
Precio teórico aparente (€/Kg)	0,72	3,28	1,56
% P. Ecológica / P. Convencional			
Volúmen (000 Tm)	0,18%	0,21%	0,19%
Valor (Millones €)	0,28%	0,45%	0,40%

Además del escaso peso específico de los productos lácteos ecológicos en el mercado total de productos lácteos, también se aprecia en el cuadro 26 un aspecto fundamental de los productos ecológicos, como es la gran diferencia entre sus precios teóricos promedio y los correspondientes en el mercado lácteo convencional. Este diferencial de precios puede ser un factor absolutamente decisivo en el comportamiento del mercado de los productos lácteos ecológicos en España.

Incluso dentro del propio mercado ecológico y de su ya de por sí reducidas dimensiones, el sector lácteo tiene una escasa relevancia (en torno al **2,8% de todo el consumo de productos ecológicos**); y esto contrasta fuertemente con lo que ocurre en la mayor parte de los países desarrollados, en los que los productos lácteos ecológicos sí ocupan una elevada posición en el ranking de componentes de la cesta de la compra ecológica en tales países, representando entre el 10% y 20% de la misma.

Cuadro 27. PESO ESPECÍFICO DE LOS LÁCTEOS ECOLÓGICOS EN LA CESTA DE LA COMPRA

Principales líneas de productos	% de la cesta de la compra de ecológicos		% de la cesta de la compra convencional (2013/2014)
	2014	2013	
Hortalizas, legumbres y sus elaborados	14,5%	14,0%	11,29%
Frutas, frutos secos y sus elaborados	18,4%	18,6%	11,03%
Aceites vegetales	7,5%	7,9%	1,82%
Vinos y bebidas alcohólicas	7,6%	7,4%	3,46%
Cereales, proteaginosas y sus derivados	9,5%	9,9%	10,61%
Otros alimentos de origen vegetal	4,1%	3,9%	3,30%
Carnes y derivados cárnicos	14,5%	13,9%	22,12%
Pescados, mariscos y sus conservas	1,0%	1,0%	13,12%
Leche y derivados lácteos	2,8%	6,2%	12,67%
Otros alimentos de origen animal (huevo, miel, etc.)	3,2%	4,6%	2,59%
Otros alimentos y bebidas no incluidos en capítulos anteriores (o.v. + o.a.) (11,5+1,2)/(10,5+2,1)	16,9%	12,6%	7,99%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,00%

Fuente: MAGRAMA / Nota: Los porcentajes están referidos a valor económico

Las exportaciones de productos lácteos ecológicos son prácticamente inexistentes, limitándose a pequeñas operaciones coyunturales, principalmente de quesos ecológicos; así, no parece que dichas exportaciones superasen el valor de 1,5 millones de euros, según las opiniones aportadas por los operadores sectoriales consultados (como es sabido, no existen estadísticas oficiales sobre comercio exterior de productos ecológicos). Sin embargo, y también según la opinión de los operadores y mayoristas del sector, las importaciones de productos lácteos ecológicos estarían creciendo en los últimos dos o tres años (especialmente en 2014), consistiendo principalmente en alimentación infantil, leche UHT, yogures, postres, quesos y mantequilla; por el momento no parecen demasiado relevantes (no más de 5,6 millones de euros) pero sí parece aportar una cierta tendencia al crecimiento de tales importaciones, lo cual podría tener un preocupante impacto en las proyecciones futuras del propio sector lácteo ecológico español. Todo lo contrario de lo que ocurre con las exportaciones de productos lácteos ecológicos que no han sabido incorporarse al proceso de expansión de las exportaciones de productos ecológicos en España.

Cuadro 28.

Estructura aproximada de las importaciones de productos ecológicos	% s/Total Importaciones (aprox.)
Derivados de cereales y soja (bebidas, pasta, harina, salsas, arroz, caldos, condimentos, semillas, especias, etc.	25 - 30%
Frutas y verduras de temporada, tropicales, exóticas (y sus conservas y mermeladas)	5 - 10%
Alimentos infantiles; productos dietéticos y nutroceúticas; y bebidas energéticas	15 - 20%
Lácteos y bebidas lácteas	1 - 2%
Platos preparados y conservas especiales; snacks, etc.	5 - 8%
Café y té, infusiones; derivados del cacao; confitería y edulcorantes	10 - 15%
Otros productos ecológicos de origen animal o vegetal	1 - 5%
Piensos, productos para alimentación animal y demás graneles y/o materias primas para explotaciones o industrias ecológicas	20 - 25%
TOTAL	100%

Fuente: Consulta sectorial

Cuadro 29.

Exportaciones por grandes grupos de productos (Millones de Euros)	2014	2013	2012	2011	Δ 2014/2013	Δ 2013/2012	Δ 2012/2011
Frutas, hortalizas y legumbres (incluidos graneles)	450,0	405,3	353,0	338,0	11,03%	14,82%	4,44%
Aceites y vinos (incluidos graneles)	218,0	199,1	199,7	142,0	9,49%	-0,30%	40,63%
Otros de origen vegetal (incluidos graneles)	30,0	39,9	12,2	14,0	-24,81%	227,05%	-12,86%
Carnes y elaborados cárnicos	21,5	20,2	19,0	15,0	6,44%	6,32%	26,67%
Leche y derivados lácteos	1,5	1,7	0,8	0,5	-11,76%	112,50%	60,00%
Otros de origen animal	3,0	5,4	5,0	5,0	-44,44%	8,00%	0,00%
TOTAL	724,0	671,6	589,7	514,5	7,80%	13,89%	14,62%

Fuente: Consulta sectorial y MAGRAMA

II.6. Cadenas de valor en el sector lácteo ecológico

El sector lácteo ecológico se caracteriza por el aparente desequilibrio de las cadenas de valor correspondientes a los distintos subsectores sectoriales; en muchos casos dicho desequilibrio se traduce en la concatenación de costes, ingresos y precios muy elevados; y, sobre todo, muy alejados de los que se pueden observar en las cadenas de valor de los subsectores lácteos convencionales:

- **Leche para consumo (1 litro)**



	Precio pagado a ganadero	Precio cesión en muelle fabricante	PVP en punto de venta
L. Ecológica	0,40	0,65	0,98
L. Convencional	0,30	0,45	0,63
	Δ {	0,25	0,33
		0,15	0,18

- **Yogures y cuajadas de vaca (1 Kg)**



	Precio pagado a ganadero	Precio cesión en muelle fabricante	PVP en punto de venta
L. Ecológica	0,50 (0,40+0,10)	2,10	3,21
L. Convencional	0,33 (0,30+0,03)	1,25	2,10
	Δ {	1,60	1,11
		0,92	0,85

- **Quesos de vaca (1 Kg)**



	Precio pagado a ganadero	Precio cesión en muelle fabricante	PVP en punto de venta
L. Ecológica	0,40x9=3,6	9,6	14,0
L. Convencional	0,30x8=2,4	6,2	9,0
	Δ {	6,0	4,4
		3,8	2,8

II.7. Posicionamiento estratégico del sector lácteo ecológico español

El sector lácteo ecológico español, como se ha venido reiterando en apartados anteriores, tiene una muy limitada envergadura y, por consiguiente, su posicionamiento estratégico en el conjunto global del mercado lácteo ecológico europeo y mundial es prácticamente indetectable al no ser exportador, aunque vaya siendo cada vez más importador; mientras que los grandes productores lácteos convencionales europeos están cada vez más interesados en el desarrollo de la producción láctea ecológica; especialmente en Francia, máximo exportador de productos lácteos a España y uno de los grandes productores lácteos mundiales.

Efectivamente, para formular posibles escenarios futuros referidos al posicionamiento estratégico del sector lácteo ecológico español, es obligado analizar la posición estratégica que ocupa en estos momentos el sector lácteo ecológico de Francia y su tendencia futura, por su gran impacto potencial en la capacidad de desarrollo del sector lácteo ecológico español.

II.7.1. El sector lácteo ecológico francés

Francia es uno de los principales actores mundiales en la producción ecológica en general: cuenta con una creciente estructura productiva en esta actividad; con un consumo importante y en continuo crecimiento,

además es una significativa exportadora de productos ecológicos; y, sobre todo, tiene un potente sector ecológico de origen animal. Todo lo cual se puede apreciar en los cuadros 30, 31 y 32.

Cuadro 30.

Estructura del Sector de Producción Ecológica de Francia	2014	2013	2012	2011
Superficie ecológica (Millones Has)	1.118,2	1.060,8	980,9	850,6
Número de productores	26.466	26.500	24.430	23.140
Número de transformadores	12.919	9.297	8.957	8.785

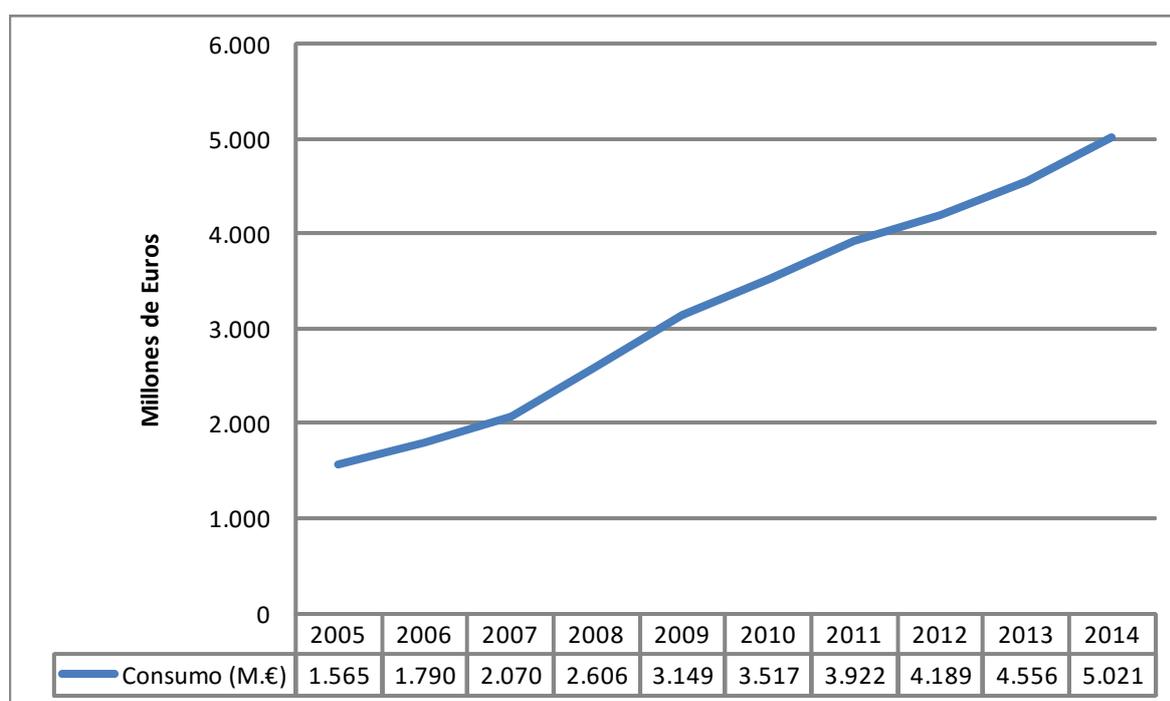
Fuente: BIOFRANCE

Cuadro 31. IMPLANTACIÓN DE LA GANADERÍA ECOLÓGICA, EN GENERAL, EN FRANCIA

Tipos de ganadería	Nº Explotaciones		Nº Cabezas Ganado		% s/Nº total Cabezas	
	2.014	2013	2014	2013	2014	2013
VACUNO (TOTAL)	6.159	5.901	244.848	232.422	3,1%	3,0%
Leche	2.654	2.601	125.473	121.443	3,4%	3,3%
Carne	3.505	3.300	119.375	110.979	2,9%	2,7%
OVINO (TOTAL)	1.701	1.616	220.762	205.543	4,5%	4,2%
Leche	359	309	72.172	65.579	5,8%	5,3%
Carne	1.342	1.307	148.590	139.964	4,1%	3,9%
CAPRINO (TOTAL)	822	782	46.731	49.180	5,3%	5,0%

Fuente: Agence Bio

Cuadro 32. EL CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EN FRANCIA



Los datos ofrecidos en los cuadros anteriores permiten apreciar la importancia que la producción ecológica, en general, está adquiriendo en Francia; y muy especialmente la de origen animal; lo cual contrasta con lo que ha venido ocurriendo en el caso de la producción ecológica en España.

Se ha elegido Francia como país de comparación, por su fuerte capacidad de producción láctea, en general, y por su gran presencia industrial y comercial en el mercado español de productos lácteos; pero dicha comparación, también podría realizarse con otros países donde la producción láctea ecológica es muy importante. Así, frente a las **20.047 toneladas** de leche cruda ecológica que se producen en España, en Francia se producen **526.000 toneladas**; en Alemania **680.000 toneladas**; en Dinamarca **500.000 toneladas**; en Reino Unido **410.000 toneladas**; en Suecia **375.000 toneladas**; y en los Países Bajos **160.000 toneladas**; por citar algunos de los principales.

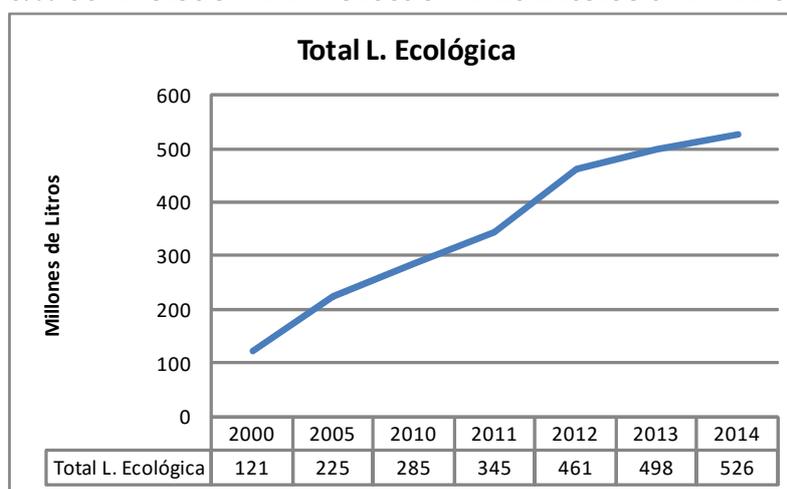
Entre los años 2000 y 2014 la producción de leche cruda ecológica en Francia casi se ha multiplicado por cinco; además dicha producción procede en su gran mayoría de las explotaciones de vacuno de leche, siendo mucho menos relevantes las producciones de leches ecológicas de oveja y cabra; según se puede apreciar en los cuadros 33 y 34.

Cuadro 33.

Millones de Lt	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Total L. Ecológica	121	225	285	345	461	498	526
L. Vaca	117	219	277	334	447	482	510
L. Oveja	3	4,5	7	9,5	11	12	12
L. cabra	1	1,5	1	1,5	3	4	4

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de Agence Bio

Cuadro 34. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE ECOLÓGICA EN FRANCIA



Así pues, en el sector lácteo francés la producción ecológica ha alcanzado en 2014 un notable desarrollo, especialmente en leche ecológica de vaca:

- La producción de leche ecológica ha alcanzado las 526.000 toneladas:

Cuadro 35.

	Producción en Tm/año
Leche de vaca ecológica	510.000
Leche de oveja ecológica	12.000
Leche de cabra ecológica	4.000
TOTAL LECHE ECOLÓGICA	526.000

- El número de cabezas de ganado productoras de leche ecológica es de más de 244.380 cabezas en 2014:

Cuadro 36.

	Nº Cabezas de ganado (miles)
Leche de vaca ecológica	125,47
Leche de oveja ecológica	72,18
Leche de cabra ecológica	46,73
TOTAL LECHE ECOLÓGICA	244,38

- El número de explotaciones ganaderas productoras de leche ecológica en Francia en 2014 era de 3.835 explotaciones:

Cuadro 37.

	Nº Explotaciones leche ecológica
Leche de vaca ecológica	2.654
Leche de oveja ecológica	359
Leche de cabra ecológica	822
TOTAL LECHE ECOLÓGICA	3.835

- La producción de leche ecológica en Francia tiene un significativo peso específico en el conjunto global de la producción láctea francesa:
 - En cuanto a número de cabezas de ganado:
 - El 3,4% de las vacas lecheras.
 - El 5,8% de las ovejas de leche.
 - El 5,3% de las cabras.
 - En cuanto a producción de leche:
 - El 2,3% de la leche de vaca producida.
 - El 4,1% de la leche de oveja producida.
 - El 3,7% de la leche de cabra producida.
- En el sector lácteo ecológico francés estaban operativas en 2014 cerca de 250 industrias lácteas ecológicas, con un actividad productiva preferencialmente orientada a la leche de consumo, a diferencia de lo que ocurre en la producción láctea convencional total:

Cuadro 38.

	% de la producción total de lácteos ecológicos (en volúmen)	% de la producción total de lácteos (en volúmen final)
Leche de consumo	75%	28%
Productos lácteos frescos	14%	12%
Quesos	7%	40%
Otros productos lácteos (nata, mantequilla, etc.)	4%	20%
TOTAL	100%	100%

Fuente: Agence Bio

- El consumo en los hogares de leche y productos lácteos ecológicos en Francia en 2014 ascendió a 654 millones de euros, siguiendo una continuada trayectoria de crecimiento en los últimos años:

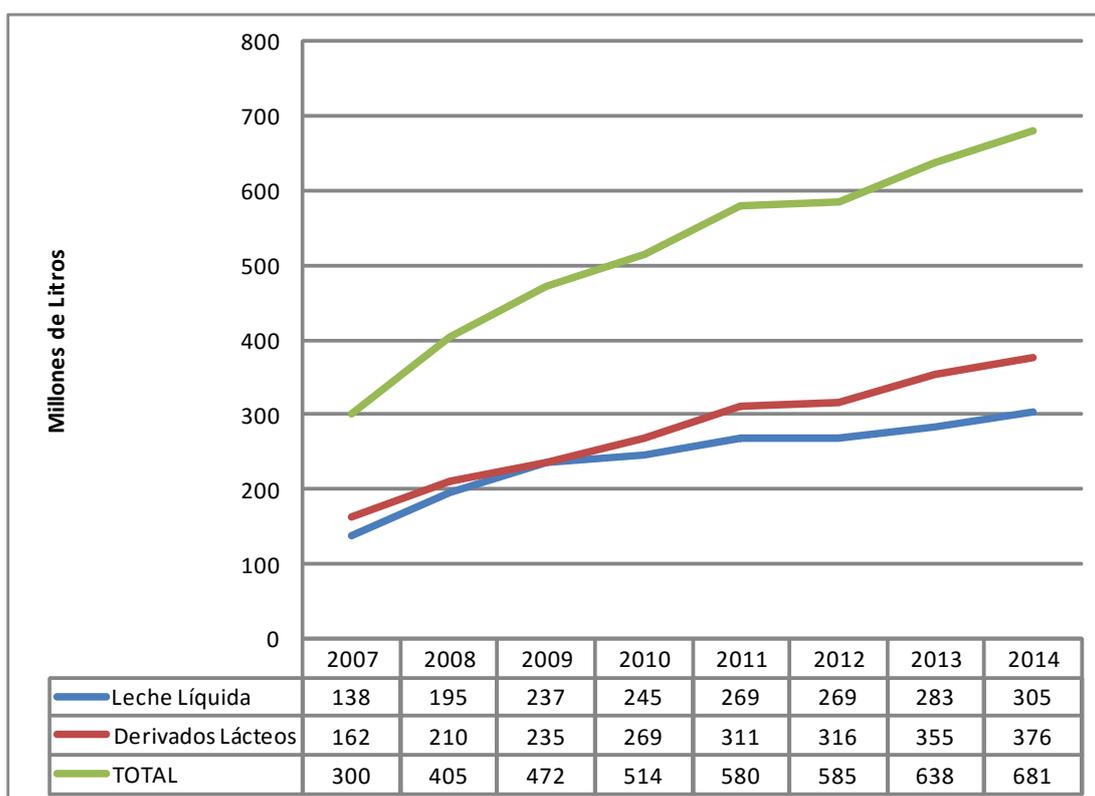
Cuadro 39.

	2012	2013	2014
Leche de consumo	269	273	290
Derivados lácteos	316	333	364
TOTAL	585	606	654

Fuente: Agence Bio

- Si se agrega un 4% de gasto en el canal horeca (unos 27 millones de euros), se establecería un valor global del mercado lácteo ecológico francés en torno a los 681 millones de euros (el 13,6% de todo el consumo de productos ecológicos en Francia)

Cuadro 40. EVOLUCIÓN DEL MERCADO LÁCTEO ECOLÓGICO EN FRANCIA



Fuente: Agence Bio

- Los productos lácteos ecológicos tienen una posición muy relevante en la composición de la cesta de productos ecológicos en Francia.

Cuadro 41. ESTRUCTURA DE LA CESTA DE LA COMPRA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS (COMPRAS HOGAR SOLAMENTE)

Principales familias de productos	% de las compras totales (2013)
1. Frutas, verduras y legumbres (de todo tipo)	16,5%
2. Leche y productos lácteos	14,6%
3. Vinos y bebidas alcohólicas	11,5%
4. Carne y productos cárnicos	11,4%
5. Pastelería, bollería y confitería	11,2%
6. Aceites, arroz, pastas, sopas, condimentos, salsas, etc.	9,8%
7. Pan y harina	8,3%
8. Huevos	5,8%
9. Bebidas vegetales y zumos	5,2%
10. Otros alimentos y bebidas ecológicas	5,8%
TOTAL	100,0%

Fuente: Agence Bio

II.7.2. Comparación Sector Lácteo Ecológico Francés / Sector Lácteo Ecológico Español

En definitiva, el rápido análisis realizado referido al sector lácteo ecológico francés sirve para compararlo con el sector lácteo ecológico español; y ello permite identificar el posicionamiento estratégico de éste frente a la amenaza de la expansión del sector lácteo ecológico francés en el mercado español de los productos lácteos ecológicos; en el cuadro 42 se ofrece ese análisis comparativo; y los resultados de dicha comparación son realmente relevantes y preocupantes; más aún si se tiene en cuenta que el mayor grupo lácteo francés (y mundial) es LACTALIS que también es el mayor grupo lácteo español (y parece ser el más interesado por la producción ecológica en España); y si se tiene en cuenta además la propiedad francesa de algunas de las principales queserías de la gran distribución implantadas en España (lo cual indicaría la existencia de un cómodo circuito de implantación de los productos lácteos ecológicos franceses)

Cuadro 42. COMPARACIÓN ENTRE LOS SECTORES LÁCTEOS ECOLÓGICOS DE ESPAÑA Y FRANCIA

(AÑO 2014)	Sector Lácteo Ecológico de España	Sector Lácteo Ecológico de Francia
I. SECTOR ECOLÓGICO EN GENERAL		
1. Superficie ecológica (miles Has)	1.663,2	1.118,2
2. Número de productores ecológicos	30.602	26.466
3. Número de industrias ecológicas	3.082	12.919
4. Valor total del mercado ecológico (Millones €)	1.202,8	5.021
5. Exportaciones de productos ecológicos (Millones €)	724	595
6. Importaciones de productos ecológicos (Millones €)	365	1.360
7. % Gasto ecológico sobre gasto total alimentario	1,2%	3,8%
II. SECTOR LÁCTEO ECOLÓGICO EN CONCRETO		
8. Número de explotaciones lecheras ecológicas		
Vacuno de leche	76	2.654
Ovino de leche	41	359
Caprino de Leche	138	822
9. Cabezas de ganado de leche ecológica		
Vacuno de leche	4.521	125.470
Ovino de leche	17.936	72.180
Caprino de Leche	25.154	46.730
10. Producción de leche ecológica TOTAL (Millones Lt)	20,05	526
Vacuno	11,88	510
Ovino	1,27	12
Caprino	6,90	4
11. % s/Total recogida	0,27%	2,8%
12. Número de industrias lácteas ecológicas	121	250
13. Valor total del mercado lácteo ecológico (Millones €)	34,2	681
14. % del valor de los productos ecológicos s/Total mercado ecológico	2,9%	13,6%
15. % del valor de la leche ecológica s/Total productos lácteos ecológicos	21,3%	44,5%
16. % del valor de los derivados lácteos ecológicos s/Total lácteos ecológicos	78,8%	55,5%
17. Exportaciones de productos lácteos ecológicos (Millones €) (Año 2014)	1,5	170
18. Importaciones de productos lácteos ecológicos (Millones €) (Año 2014)	5,6	2,5
<i>Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A. a partir de MAGRAMA, CNIEL, Agence Bio y FIBL/OFOAM</i>		

A destacar, sobre todo, el elevado volumen de producción de leche ecológica alcanzado en Francia en muy pocos años (entre 2000 y 2014 ha pasado de 121.000 toneladas a 526.000 toneladas); de hecho esta última cifra ya sería equivalente al 7,5% de toda la leche cruda convencional recogida en España (sumando vaca, oveja y cabra). Se trata de una producción muy importante y en continuado proceso de crecimiento; hasta tal punto que según algunos expertos consultados, dicha producción podría acercarse a 900.000 ó 1.000.000 de toneladas en el horizonte 2024.

Esta posible tendencia futura del sector lácteo ecológico francés supondrá, sin lugar a dudas, un importante condicionante del desarrollo futuro del sector lácteo ecológico español:

- Porque el sector lácteo ecológico español está muy poco desarrollado en cuanto se refiere a estructuras productivas.
- Porque el mercado interior de productos ecológicos está prácticamente en período de iniciación o creación.
- Porque la implantación de la industria láctea francesa es muy importante y decisiva en el funcionamiento y orientación del sector lácteo español, en general y en su conjunto.
- Porque es igualmente decisiva la implantación en España de las grandes enseñas de la distribución organizada, lo que supone una vía rápida y consolidada de expansión del producto francés en el mercado interno español; algo que ya se está notando con la presencia creciente de lácteos MDD en los lineales.
- Porque el sector lácteo francés viene concediendo una máxima importancia a la producción láctea ecológica.
- Porque el sector lácteo francés viene concediendo una creciente importancia y atención a la exportación de productos lácteos ecológicos, bajo formatos y/o tipologías de productos cada vez más innovadores y diversificados.

III. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS LÁCTEOS ECOLÓGICOS

- III.1. Hábitos y tendencias de consumo, generales y de producto ecológico**
- III.2. Actitudes de consumo del comprador de producto lácteo ecológico**
- III.3. Segmentación de la oferta de producto ecológico en relación con la de convencional.**
- III.4. Identidad e imagen al consumidor. Estructura y posicionamiento del producto lácteo ecológico en distintos canales de venta.**
- III.5. Posicionamiento y estructura de precios de venta en distintos tipos de canal.**

III. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS LÁCTEOS ECOLÓGICOS

III.1. Hábitos y tendencias de consumo, generales y de producto ecológico

Según datos del MAGRAMA obtenidos de trabajos de estudios de cliente, el consumidor español presenta motivaciones de compra y prioridades similares en el tiempo, salvo en el caso de la motivación precio, que ha pasado a ser un factor clave en las decisiones de compra.

Cuadro 43. MOTIVACIONES DE COMPRA DEL CONSUMIDOR CONVENCIONAL

	2007	2011	2012	2013	2014
Calidad de producto	56	66,7	51,9	64,1	59,9
Buenos precios	34,1	59,3	62,7	55,3	52,9
Proximidad	52,2	40,4	50,9	47,8	54,5
Atención	22,1	25,3	34,9	25,1	25,7
Variedad	24,2	28	21,9	19,4	21,7
Ofertas	20,4	14,6	17,5	13,7	14,5

Fuente: MAGRAMA. Informe del consumo de alimentación en España 2014

Otros estudios de cliente también apuntan a que el precio se ha convertido en un elemento fundamental, influyendo incluso en el comportamiento de compra del cliente:

- El consumidor busca el mejor precio de un determinado producto o marca entre distintos establecimientos, ayudado por las tecnologías de la información (web, redes sociales, etc.). A su vez, disminuye el radio de acción de compra, aumentando la compra de proximidad, la frecuencia de visitas al establecimiento, y reduciendo el gasto medio por visita.
- El consumidor aumenta su fidelidad a la marca, variando de lugar de compra en función del mejor precio.
- Por tanto, crece el número de supermercados de proximidad y la compra en éstos, favorecido aún más por la estrategia de este tipo de canal de venta de introducir o potenciar la oferta de producto fresco.

Pero no sólo es el precio el factor determinante de la elección de compra. Los criterios de elección citados arriba se complementan con ciertas motivaciones o tendencias que comienzan a influir, incipiente pero crecientemente, en la decisión de compra, alcanzado relevancia en ciertas categorías de producto.

- **Salud:** La alimentación como factor de ayuda al mantenimiento o mejora del bienestar físico y la salud propia y de la familia.
- **Medio ambiente:** preocupación por el impacto de la actividad humana sobre el entorno y los recursos, y su proyección sobre el consumo y la compra de alimentación.
- **Redes de consumo:** canales alternativos a los convencionales basados en cadenas de distribución cortas, basadas en el conocimiento mutuo y la confianza productor-consumidor.

- **Origen o procedencia.** Elemento creciente de toma de decisión: productos de mi entorno, mi país, producto local, Km “0”, etc.
- **Compra y seguimiento on line de marcas y fabricantes.** Factores de elección ya no sólo presentes en la mente del consumidor, sino en las redes sociales en forma de prescriptores.

La categoría de leche y productos lácteos es, desde hace varios años, una de las más dinámicas del mercado. Las motivaciones de compra tradicionales, basadas en el precio, salud, calidad o comodidad, y las tendencias de consumo descritas en el párrafo anterior han evolucionado muy rápido y de forma compleja, impulsadas por la innovación, los avances tecnológicos y la necesidad de los fabricantes de distinguirse de la competencia de los demás elaboradores y de la propia distribución organizada.

Hoy día los lineales de los puntos de venta acogen una enorme variedad de productos lácteos que cubren una amplia lista de motivaciones de compra, en ocasiones impulsadas por las estrategias de diferenciación de las empresas más que por auténticas necesidades de cliente.

Cuadro 44. PRINCIPALES TENDENCIAS DE COMPRA Y LÍNEAS DE PRODUCTO PARA CUBRIRLAS

MOTIVACIONES	TENDENCIAS	LINEAS DE PRODUCTO
Placer	Tradición.	<ul style="list-style-type: none"> • Quesos y postres tradicionales o elaborados con métodos tradicionales o artesanos.
	Nuevos sabores y texturas	<ul style="list-style-type: none"> • Leches saborizadas o con golosinas • Quesos con frutas. • Yogures con texturas esponjosas o cremosas.
	Origen	<ul style="list-style-type: none"> • Quesos con denominación de origen . • Productos de orígenes exóticos: kefir, leben . • Leche y productos lácteos de especies distintas a la vaca.
Conveniencia	Facilidad de uso	<ul style="list-style-type: none"> • Quesos precortados, loncheados o porcionados. • Yogures para confeccionar en casa con ingredientes aparte. • Envases más cómodos de transportar, manejar o utilizar. • Formatos de distinta capacidad adaptado al consumidor: familiar, individual.
	Autonomía de consumo para niños.	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño de envase adaptado a la mano del niño. • Diseños divertidos. • Texturas adaptadas al uso: no gotea, no se cae de la cuchara.
	Listo para consumir	<ul style="list-style-type: none"> • Desayunos completos para beber. • Envases ambiente para llevar y tomar al momento. • Chocolate a la taza para beber.
Salud	Bienestar y salud general	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionales: Probióticos, bifidus, reguladores del tránsito, digestivos, sistema inmunitario, saciantes para control de peso. • Enriquecidos: calcio, vitaminas, energizantes, ácido fólico, fibra, etc. • Reconstituidos: sin lactosa, con grasas vegetales. • Nutracéuticos: colesterol, tensión, calcio + vitamina D, cuidado de la piel.
	Para niños	<ul style="list-style-type: none"> • Con ingredientes favorecedores del desarrollo intelectual. • Con ingredientes potenciadores del crecimiento.
	Para deportistas	<ul style="list-style-type: none"> • Enriquecidos en proteínas.
	Para seniors	<ul style="list-style-type: none"> • Con ingredientes protectores de huesos y articulaciones. • Con ingredientes para paliar el síndrome menopáusico.

III.2. Actitudes de consumo del comprador de producto lácteo ecológico

Para desarrollar el mercado de producto ecológico es necesario que la oferta de producto satisfaga las necesidades y motivaciones de compra del comprador de producto ecológico.

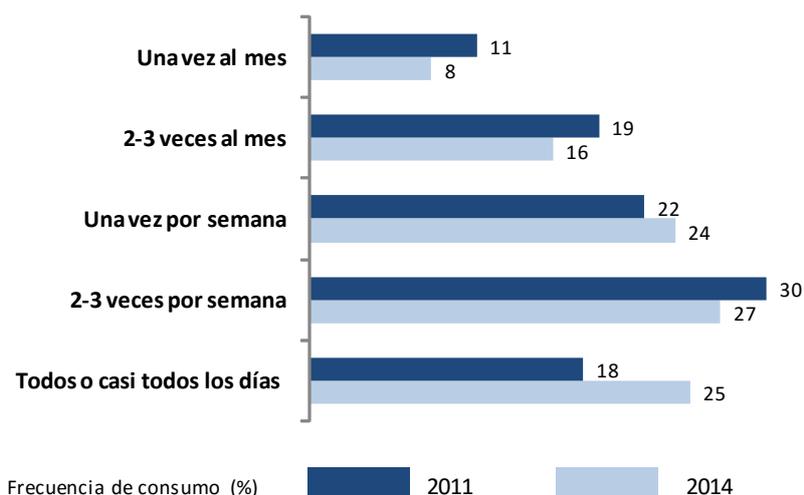
Por tanto, es fundamental conocer cuáles son los criterios que rigen el comportamiento del comprador de producto ecológico y ver si difieren de los hábitos y actitudes de compra del consumidor convencional para, en todo caso, aplicar las medidas correspondientes de adaptación a las necesidades de dicho cliente.

En el estudio del MAGRAMA sobre caracterización de la tipología y perfil del consumidor de alimentos ecológicos en España de 2014 se pone de manifiesto el perfil, actitud y motivaciones de compra del comprador de productos ecológicos.

Si bien el ratio ha mejorado, en cuanto a conocimiento de la producción ecológica y el producto ecológico y sus valores, continúa siendo escaso y algo confuso:

- Un 58,9% de los encuestados no sabe identificar el producto ecológico en punto de venta.
- Un 62,6% no sabe dar una definición correcta de lo que es el producto ecológico.
- Un 70,7% no compra nunca productos ecológicos.
- Del restante 29,3% de consumidores que dice comprar al menos una vez al mes productos ecológicos, la frecuencia de compra ha aumentado, siendo mayoritariamente de al menos tres veces por semana (51%). Pero tan sólo un 25% de éstos hace un consumo diario, lo que se traduce en un escaso 7% del total de consumidores. Este 7% se reduce aún más en el caso de los lácteos ecológicos, gama de productos cuyo peso relativo en la cesta de la compra ecológica es particularmente bajo, en consonancia con el resto de productos de origen animal.

Cuadro 45. FRECUENCIA DE COMPRA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS



Fuente: MAGRAMA. Tipología y perfil sociodemográfico del consumidor de producto ecológico en España. 2014

La mayoría de los consumidores de producto ecológico da como razones principales para su consumo la búsqueda de la salud a través de la alimentación y el rechazo a sustancias químicas de síntesis, tanto en su producción como en su elaboración (pesticidas y fertilizantes / conservantes y colorantes).

Cuadro 46. RAZONES DE COMPRA DE PRODUCTO ECOLÓGICO (%). RESPUESTAS MÚLTIPLES



Fuente: MAGRAMA. *Tipología y perfil sociodemográfico del consumidor de producto ecológico en España. 2014*

Sin embargo, el precio ha entrado con fuerza entre los elementos de decisión de compra, en el sentido de que la mayoría declara que ha disminuido el consumo de productos ecológicos o no consume más por razones de precio, seguidas por razones de dificultad para encontrar el producto.

En cuanto a las tendencias de consumo citadas al principio de este capítulo y que se han desarrollado de forma tan llamativa en la categoría de lácteos convencionales, las mismas líneas generales descritas podrían aplicarse para el comprador de producto ecológico, pero con un nivel de complejidad mucho menos marcado.

Es decir, que las tradicionales motivaciones de compra -calidad, precio, comodidad y variedad-, así como las tendencias de salud, medio ambiente, etc. descritas para el consumidor convencional, pueden ser aplicadas al consumidor ecológico. En todo caso, es la priorización de esos criterios lo que marcaría la diferencia entre actitudes “ecológicas” y “convencionales” de compra.

Y teniendo en cuenta que el consumidor, cualquiera, puede variar su orden de prioridades influido por la coyuntura social o económica, como refleja el hecho -constatado en el estudio de tipología y perfil del consumidor de alimentos ecológicos en España realizado por el MAGRAMA en 2014- del surgimiento del factor precio como un nuevo elemento que influye poderosamente en el consumidor no sólo convencional, sino también ecológico.

III.3. Segmentación de la oferta de producto ecológico en relación con la de convencional

La importancia relativa y proyección a futuro de las tendencias de consumo descritas en cuadro 44 se puede ver reflejada en las cifras en que se reparte el consumo de leche y productos lácteos de España, según datos MAGRAMA de consumo de alimentación en España 2014, y datos IRI.

III.3.1. Leche líquida

- En volumen, la gran mayoría de la leche consumida en España es de larga duración (96%) frente a leche fresca o de corta duración (4%).
- En cuanto a presentación, la leche semidesnatada es la más demandada (45,2%) frente a la desnatada (28,8%) y entera (26,6%).
- La categoría de leche más consumida sigue siendo la clásica, con más de un 70%. A mucha distancia, la leche con calcio (menos de un 12%), sin lactosa, (menos de un 8%), y la leches funcionales (algo más de un 5%). Aparecen en esta categoría nuevas subcategorías como las leches saborizadas.
- El lugar preferido de compra es el supermercado grande, que acapara cerca de la mitad de la venta, seguido del supermercado mediano, con una cuarta parte. Y por marcas, continúa la hegemonía de la marca de distribuidor (MDD) con más de un 50% de cuota de mercado tanto en leche como en derivados lácteos, si bien con un leve retroceso respecto al año anterior.

III.3.2. Yogures y leches fermentadas, postres y quesos

Las principales categorías de derivados lácteos presentan el siguiente reparto de consumo en volumen:

Cuadro 47.

Reparto en volumen de las principales categorías, Datos 2014.					
Yogures y leches fermentadas	Bifidus	Funcionales	Sabores	Desnatados	Naturales
	19,70%	15,90%	15,80%	14,50%	11,90%
Postres	Natillas	Flanes	Copas	Arroz c/leche	Cuajada
	37,10%	29,70%	10,10%	5,50%	5,40%
Quesos	Frescos	Semicurados	Fundidos	Tiernos	Oveja
	28,90%	22,60%	12%	5,60%	5,10%

Fuente: elaboración propia a partir de datos IRI

Fuente: MAGRAMA: Consumo alimentario en España 2014

En ambos casos, se observa que en los primeros puestos del reparto del consumo siempre aparecen categorías relacionadas con la comodidad, la salud, el placer, la conveniencia e incluso el precio.

Según datos MAGRAMA de 2013, los grandes supermercados son líderes en venta de producto lácteo convencional. Es probable que este liderazgo se deba a que se adaptan mejor que otros canales a las necesidades y motivaciones de compra cliente: precio, surtido, variedad, etc.

Cuadro 48. REPARTO DE VENTA (EN VOLUMEN) DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN DISTINTOS CANALES DE VENTA

	% ventas (vol.) de leche y productos lácteos en distintos canales de venta. 2013							
	LECHE		POSTRES		QUESOS		YOGURES	
	Ecológico	Convenc.	Ecológico	Convenc.	Ecológico	Convenc.	Ecológico	Convenc.
Hiper	48,6	16,6	18,1	12,1	16,4	15	19,4	12,4
Super grande	16,7	43,5	41,1	45,3	29,9	48,3	31,8	46,4
Super med.	16,2	23,2	18	24,5	16,7	22,2	26,3	23,6
Super peq.	18,5	16,7	22,1	18,1	7,4	14,5	22,5	17,6

Fuente: MAGRAMA. Caracterización de las ventas de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos en la distribución organizada de base alimentari en España (1º semestre 2013)

Es de esperar que en estos canales líderes de venta, la oferta y variedad de producto en la superficie de venta estén óptimamente en el lineal, con más espacio para aquellas categorías más demandadas por su capacidad de cobertura de necesidades, por estar de moda o por su proyección.

Por tanto, la observación del espacio dedicado a distintas categorías y subcategorías puede complementar la información sobre las ventas relativas de que se dispone para concluir qué categorías de producto son más importantes y en qué medida deben estar representadas.

En el cuadro siguiente, se expone el resultado del análisis en algunos de éstos grandes supermercados, del espacio medio dedicado a la venta de las categorías más importantes por espacio ocupado en yogures y leches fermentadas, postres y quesos.

Cuadro 49. REPARTO DE ESPACIO DE LAS PRINCIPALES CATEGORÍAS DE YOGUR, POSTRES Y QUESOS EN PUNTO DE VENTA

Yogures y leches fermentadas		Postres		Quesos	
Yogures funcionales	19%	Flanes	26%	Frescos y mozarellas	12%
Bifidus	19%	Mousses y tartitas	26%	Lonchas y sabanas	12%
Yogur sabores	14%	Natillas	17%	Tiernos y c/frutas	10%
Yogur natural	10%	Copas	10%	Oveja	10%
Yogur especial y c/fruta	10%	Arroz con leche	7%	Rallados	8%
Yogur líquido y batido	7%	Cafés preparados	4%	Curado mezcla	8%
Resto	21%	Resto	10%	Resto	41%

Resulta evidente que las categorías a las que más atención prestan los canales de venta líderes son aquellas más relacionadas con la salud en yogures, con el precio y el sabor en postres y –menos evidente en la categoría de quesos por una mayor diversidad- con la salud y la conveniencia (listo para usar).

III.3.3. Comparación con la segmentación de los lácteos ecológicos.

Al comparar la presencia de producto ecológico respecto al convencional en puntos de venta, el mismo **cuadro 49 de reparto** de venta en volumen mostrado anteriormente pone en evidencia desajustes de ventas entre uno y otro tipo de producto, especialmente en ciertas categorías, síntoma que puede indicar:

- Falta de presencia de producto ecológico en determinado canal de venta, cuando en la relación eco/convencional pesa mucho más este último.

- Exceso de producto ecológico en relación a otro producto de la misma categoría, cuando la relación eco/convencional es favorable al primero.
- En cualquiera de los dos casos, significa una distorsión de la oferta si se compara con la de producto convencional, a priori más estandarizada y ajustada a necesidades cliente.

Cuadro 50. REPARTO DE VENTAS (EN VOLUMEN) DE DISTINTAS CATEGORÍAS EN CONVENCIONAL Y ECOLÓGICO

	% ventas (vol.) de leche y productos lácteos en distintos canales de venta. 2013							
	LECHE		POSTRES		QUESOS		YOGURES	
	Ecológico	Convenc.	Ecológico	Convenc.	Ecológico	Convenc.	Ecológico	Convenc.
Hiper	48,6	16,6	18,1	12,1	16,4	15	19,4	12,4
Super grande	16,7	43,5	41,1	45,3	29,9	48,3	31,8	46,4
Super med.	16,2	23,2	18	24,5	16,7	22,2	26,3	23,6
Super peq.	18,5	16,7	22,1	18,1	7,4	14,5	22,5	17,6

Fuente: MAGRAMA. Caracterización de las ventas de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos en la distribución organizada de base alimentari en España (1º semestre 2013)

YOGUR Y LECHE FERMENTADA. % ventas (vol.) Ecológico vs. Convencional. 2013				
	Especiales	Leche fermentada	Yogur natural	Sabores / con frutas
Ecológico	42,6	45,6	9,5	2,3
Convencional	28,2	14,6	19	38,2

LECHE. % ventas (vol.) de leche. Ecológico vs. Convencional. 2013			
	Corta vida	Larga vida	Sustitutivos
Ecológico	21,5	68,7	9,7
Convencional	1	93,2	5,7

POSTRES LÁCTEOS. % ventas (vol.) Ecológico vs. Convencional. 2013				
	Arroz con leche	Flanes	Natillas	Otros
Ecológico	4,4	75,5	3,4	16,7
Convencional	4,5	28,6	37	29,9

QUESOS. % ventas (vol.) Ecológico vs. Convencional. 2013				
	Frescos / tiernos	Puros + mezclas	Otras presentaciones	Otros quesos
Ecológico	16,4	5,2	60,1	18,3
Convencional	37,9	26,5	19,1	16,4

Fuente: MAGRAMA. Caracterización de las ventas de alimentos ecológicos, biológicos u orgánicos en la distribución organizada de base alimentari en España (1º semestre 2013)

Los datos comparativos marcados en rojo evidencian las diferencias más notables entre presencia de producto lácteo ecológico y convencional, si aceptamos como indicador del grado de presencia del producto sus ventas relativas respecto al total de la categoría.

Es fácil llegar a la conclusión de que si un producto ecológico tiene un ratio de venta sobre el resto de productos ecológicos de la categoría mucho menor que su homólogo en convencional, es sobre todo porque el producto ecológico no está presente en el punto de venta en la medida en que lo demanda el cliente. En estas condiciones, es difícil que un producto pueda alcanzar todo su potencial de venta.

III.3.4. Adecuación de la oferta al mercado interior.

La observación directa de presencia de surtidos de productos lácteos ecológicos en canales de venta evidencia parecidos desajustes en la oferta de ciertas categorías de lácteos ecológicos:

- Escasa presencia de quesos en general.
- Falta de oferta en determinados postres líderes, como las natillas.
- Fuerte presencia de leche de corta vida y/o surtido escaso en leches de larga duración.
- Amplia representación de yogures especiales y otras leches fermentadas (yogures de cabra, oveja, kéfires, leben) respecto a otros productos de la categoría, menos representados en el lineal pero con una demanda superior a los primeros como, por ejemplo, los yogures de sabores y yogures con frutas.

En definitiva, sin necesidad de bajar hasta el nivel de especialización que presenta el mercado lácteo en convencional -con surtidos altamente diversificados que incorporan continuamente novedades, como consecuencia de una estrategia de diferenciación muy agresiva- el mercado de los productos lácteos ecológico estaría, en varias categorías, en el otro extremo de falta de desarrollo, hasta el punto de no satisfacer correctamente la demanda de productos considerados habituales en la cesta de la compra.

Además, estas distorsiones en la disponibilidad de surtidos se producen con asiduidad en los canales de venta que, hoy por hoy, más cuota de mercado y crecimiento acaparan, en concreto el supermercado grande y la tienda de descuento.

En estas condiciones, el mercado de lácteos ecológicos no es capaz de desarrollarse con la fluidez de que sería capaz, precisamente por falta de equilibrio en la oferta de producto en determinadas categorías importantes por su venta o por su proyección.

Hay que preguntarse si este desfase es el reflejo en tienda de un perfil de compra del consumidor ecológico muy exclusivo, que le lleva a consumir ciertas gamas y otras no; o se debe a dificultades de los canales de venta para disponer y aprovisionarse de ciertos surtidos en cantidad, variedad y regularidad adecuados, lo que afectaría a la capacidad del establecimiento de adaptarse a la demanda real del cliente.

Para conocer la opinión del sector, se han celebrado entrevistas directas con representantes de toda la cadena de comercialización de producto ecológico. La mayoría de las veces se ha citado la hipótesis de la dificultad de abastecimiento como la causa principal de este desfase ente oferta y demanda. A esta hipótesis contribuye el panorama de la ganadería e industria láctea española que se ha mostrado en los capítulos II.2 y II.3.

Varios factores estarían implicados en la dificultad para abastecer con continuidad al mercado ecológico de surtidos adecuados y en cantidad suficiente.

a) Capacidad de producción y transformación.

La capacidad industrial del sector elaborador de productos lácteos y el nivel de diversificación de productos que puede poner en el mercado mejora año tras año, pero aún no tiene el desarrollo suficiente – especialmente si se compara con otros países de nuestro entorno- para que un punto de venta estándar pueda disponer de surtidos adecuados, equilibrados y servidos con regularidad, especialmente en determinadas categorías.

Cuadro 51. PROPORCIÓN DE INDUSTRIALES EN RELACIÓN A PRODUCTORES EN ESPAÑA Y EUROPA

España. Nº de plantas elaboradoras 2014			
Hortofrutícolas	1.439	Cárnicas	356
Vino	857	Lácteas	121
Pan y derivados	634	Piensos	51
Aceite	621	Conservas	38
Cereales	81		
TOTAL	3.632		566
OTRAS	850		

Fuente: Datos MAGRAMA

Ratio de industrias/productores 2014			
	Productores	Industrias	Ratio
Gran Bretaña	3.918	2.322	59,3%
Francia	25.467	9.297	36,5%
Alemania	23.271	8.293	35,6%
Italia	45.964	10.618	23,1%
Austria	21.810	4.180	19,2%
España	30.602	3.082	10,1%

Fuente: elaboración propia a partir de datos IFOAM

Para confirmar este desequilibrio entre oferta y demanda, en estas categorías deficitarias se observa una mayor presencia de producto importado, claro indicativo de que la necesidad existe, pero que el mercado interior no es capaz de satisfacerla.

b) Capacidad de distribución.

El sistema de aprovisionamiento de producto lácteo ecológico es más largo y complejo que el convencional, un problema al que contribuye el hecho de que las plantas elaboradoras están concentradas y mal repartidas en unas pocas comunidades autónomas, lo que provoca que muchos de los centros de consumo estén muy alejados de los principales centros de elaboración.

Como en el reparto de industrias por el territorio nacional, la red de distribuidores también está irregularmente repartida y concentrada en unas pocas comunidades autónomas, lo que dificulta la llegada del producto a una red de puntos de venta, que, como veremos a continuación, es muy heterogénea y también atomizada. Así, es frecuente la necesidad de recurrir a más de un intermediario para hacer llegar el producto desde origen a punto de venta.

c) Estructura del canal de venta.

EL CANAL ESPECIALISTA.

España presenta una estructura de venta de producto ecológico de modelo mediterráneo, frente al modelo anglosajón de países del centro y norte de Europa. La diferencia entre ambos está en el tipo de lugar habitual de venta del producto ecológico:

- Modelo mediterráneo: venta mayoritaria en canal especialista (supermercado ecológico, tienda ecológica, herbolario, parafarmacia).
- Modelo anglosajón: venta mayoritaria en canal convencional (gran distribución, supermercado, tienda tradicional).

En el mercado interior de producto ecológico predomina la venta en establecimientos especialistas, que aún supone cerca del 50%. De este 50%, más de la mitad de cuota corresponde a pequeñas tiendas y herbolarios, modelo de establecimiento que se enfrenta a barreras adicionales a las citadas en producción, elaboración y logística, debidas a su pequeño tamaño:

- Dependencia casi absoluta de mayoristas para su abastecimiento, e incluso necesidad de complementar el suministro a través de mayoristas locales, lo que conduce a una oferta de surtidos cargados en precio por la complejidad y longitud de la cadena de distribución.
- Esta misma dependencia genera surtidos más bien reflejo del distribuidor y sus existencias, no tanto diseñados para cubrir las necesidades del cliente.
- Dificultad para gestionar el stock de productos frescos por sus necesidades especiales de rotación y tratamiento en almacén y tienda, con una capacidad de exposición en frío claramente insuficiente e inadecuada en muchos casos.
- Dificultad para desarrollar políticas comerciales que ayuden a mejorar el resultado del negocio, debido a la escasez de medios materiales, humanos y, en ocasiones, a falta de formación en gestión comercial.
- Dimensiones reducidas de las salas de venta, que dificultan la presentación de producto con el espacio, colocación y atractivo necesarios para facilitar la compra en autoservicio, modalidad a la que se recurre con más frecuencia por la escasez de medios humanos necesarios para hacer una venta asistida y asesorada.

EL CANAL CONVENCIONAL.

Constituye el canal más dinámico y el que acapara mayor cuota de mercado. En los últimos años está inmerso en un proceso de concentración, con un crecimiento constante de los formatos de supermercado de proximidad – y concretamente las tiendas de descuento- a lo que se añade una pérdida continua de comercios tradicionales.

Cuadro 52. CENSO DE PUNTOS DE VENTA MINORISTA EN GENERAL

PUNTOS DE VENTA	2014	2013	2012	2011	2010
Hiper	422	444	448	448	443
Super 1.000-2.500 m2	3.383	3.448	3.338	3.219	3.124
Super 400-1.000 m2	5.008	5.233	5.134	5.103	4.998
Super de 100-400 m2	8.740	9.432	9.192	9.158	9.121
Super < 100 m2		9.078	9.150	9.260	9.465
Tradicional	33.109*	23.214	23.515	23.505	24.600
Droguería Perfumería (Tradic. y libre servicio)	10.433	10.727	11.182	11.740	12.501
TOTAL	60.095	61.576	61.964	62.833	64.252

(*) Suma de "super < 100m2" y "Tradicional"

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Nielsen.

Cuadro 53. CUOTAS DE MERCADO DE LOS DISTINTOS CANALES DE VENTA EN GENERAL

VENTAS POR CANAL Y EVOLUCIÓN 2014/2013	TOTAL		PRODUCTOS		RESTO	
	ALIMENTACION		FRESCOS		ALIMENTACIÓN	
	CUOTA	EVOLUCION	CUOTA	EVOLUCION	CUOTA	EVOLUCION
SUPERMERCADO + AUTOSERVICIO	43,0%	-2,0%	31,0%	-1,8%	51,8%	-2,1%
COMERCIO TRADICIONAL	17,1%	-9,2%	36,4%	-9,1%	2,9%	-10,9%
TIENDAS DESCUENTO	15,6%	1,8%	9,0%	15,7%	20,4%	-2,0%
HIPERMERCADO	14,2%	-0,7%	8,2%	-2,4%	18,6%	-0,1%
RESTO CANALES	10,1%	0,0%	15,4%	1,7%	6,2%	3,2%
TOTAL ESPAÑA	100,0%	-2,4%	100,0%	-3,3%	100,0%	-1,8%

Fuente: MAGRAMA. Informe del consumo de alimentación en España 2014

En el caso de los lácteos ecológicos, la presencia de producto ecológico tiene cierta relevancia sólo en el canal hiper y en ciertas enseñas de tiendas de descuento. Estos formatos incluyen en su surtido ecológico cada vez con más frecuencia productos MDD. En el canal supermercado, la presencia de lácteos ecológicos es anecdótica o nula y en el comercio tradicional se circunscribe a tiendas delikatesen y de alta gama.

III.4. Identidad e imagen al consumidor. Estructura y posicionamiento del producto lácteo ecológico en distintos canales de venta

Los canales especialista y convencional mantienen actitudes diferentes frente al producto ecológico, en general, que se reflejan igualmente en la oferta de lácteos ecológicos en particular.

- En el **canal especialista**, la producción y el producto ecológico son considerados como un modelo de alimentación alternativo al convencional. Por tanto, ambos se perciben y se comunican como valores en sí mismos, y en la gestión de su venta se prioriza este criterio sobre otros como el precio, la comodidad, disponibilidad y variedad de surtidos, la presentación, etc.
- Sin embargo, para el **canal convencional**, el ecológico es una categoría más, obligada a portar y transmitir atributos “convencionales” –precio, comodidad, variedad, presentación, satisfacción de necesidades cliente- además de “ecológicos”. Su nivel estratégico por ahora es bajo, ya que responde a una demanda de sus clientes todavía incipiente y la actitud es la de posicionarse frente a otros competidores y esperar acontecimientos. En esta situación, se hace una apuesta a la baja por construir y gestionar una oferta de productos realmente atractiva, competitiva y adaptada.
- Esta situación se refleja claramente en el caso de la categoría de los productos lácteos, en la que el desarrollo espectacular de la oferta de lácteos convencionales en el lineal no se asemeja, ni de lejos, al desarrollo de la oferta de lácteos ecológicos.
- Estas dos visiones del producto ecológico se van aproximando cada vez más, pero persisten hoy día, generando un conflicto en el consumidor, que no acaba de ver una única imagen y tratamiento del producto ecológico según a qué canal de venta se dirija. Si a ello se une la falta de un conocimiento profundo de lo que es la producción y el producto ecológico, el resultado son dudas y confusión en el consumidor, lo cual va claramente en contra del desarrollo armónico del mercado de producto ecológico en España.

- En lugar de existir una imagen clara y un mensaje común sobre lo que es el producto lácteo ecológico, el propio sector reconoce, constatado a través de consulta directa, que existen distintas sensibilidades y puntos de vista sobre lo que es más destacable y, por tanto, más importante comunicar:
 - Bien la componente ambiental por encima de criterios como la presencia, calidad organoléptica, cobertura de tendencias de consumo o precio.
 - Bien la calidad y seguridad de los lácteos ecológicos.
 - Bien el criterio salud por encima del resto.

Lo que sí es cierto es que el desarrollo fluido de un mercado exige que la identidad del producto (*“qué es”*), sus características y prestaciones (*“para qué sirve”*) y sus atributos (*“qué lo hace distinto al resto”*) lleguen de forma clara y nítida a los posibles destinatarios del mismo.

III.5. Posicionamiento y estructura de precios de venta en distintos tipos de canal

En el punto III.2 se ha citado el precio de venta como uno de los factores más importantes en la decisión de compra de productos alimentarios, convencionales y ecológicos.

Una de las percepciones del producto ecológico más extendidas entre los consumidores en general es su elevado precio. Así, éste se cita como una de las razones principales entre los consumidores convencionales para no comprar, y entre los consumidores ecológicos para no aumentar su consumo.

En el propio sistema de producción y estructura de la cadena de comercialización del lácteo ecológico existen factores que influyen en su precio final y que hacen que éste sea significativamente mayor que el convencional.

III.5.1. Costes de producción

Producir en ecológico generalmente es más caro que en convencional.

- Menor rendimiento por hectárea y menor índice de conversión por animal.
- Mayor coste de mano de obra en el manejo de las explotaciones por necesidad de mayor número de tareas y carga de trabajo por tarea.
- Volúmenes de producción generalmente más bajos por menor tamaño de las explotaciones generan una mayor incidencia de los costes fijos sobre los rendimientos por unidad productiva.
- Materias primas e insumos más caros, especialmente en el caso de la ganadería.
- Costes de certificación y control de la producción ecológica que no existen en convencional.

En el caso de la ganadería de leche, la densidad de la cabaña por unidad de superficie, las operaciones de manejo, las restricciones sobre uso de medicamentos, un índice de productividad más bajo, y el coste superior de insumos, hace que la ganadería ecológica ponga en mercado materia prima a un precio superior a la convencional, precio que irá aumentando a lo largo de las distintas etapas de la cadena de valor del producto, ya de por sí más complicada que la convencional.

III.5.2. Costes de distribución

Las cadenas de distribución del producto ecológico son largas y complejas. Están formadas por eslabones atomizados y se necesitan más intermediarios que en convencional para hacer llegar el producto al consumidor, especialmente en determinadas áreas geográficas. Por otro lado, deben abastecer a una extensa red de puntos de venta muy heterogéneos y de pequeño tamaño. Todo ello hace que el trasiego de un producto ecológico por dichas cadenas se vaya encareciendo a cada paso hasta llegar al consumidor final.

- Por un lado, la escasez, dispersión y atomización de la industria láctea ecológica hace que los centros de elaboración queden lejos de los grandes centros de consumo, provocando largas y complicadas cadenas de abastecimiento. La propia escasa dimensión de las industrias hace que sea difícil el suministro directo de éstas a los puntos de venta.
- El hecho de tener que trabajar con un producto perecedero y de cierta delicadeza, hace que el censo de mayoristas especializados en la distribución de lácteos ecológicos sea menor de lo deseable.

III.5.3. Costes de venta

- **Dimensionamiento de los puntos de venta:** la escasa dimensión en general del canal de venta especialista, mayoritario en venta ecológica y con el 50% de sus establecimientos por debajo de 100 m², genera un menor volumen de negocio que hace que los costes fijos tengan mayor repercusión sobre la rentabilidad del negocio, obligando a trabajar márgenes más altos. Además, este limitado tamaño suele dificultar la correcta presentación de los productos, que en el caso de los lácteos ecológicos, por su especial presentación y por su variedad requieren de unos medios y un espacio no siempre al alcance del punto de venta.
- **Dotación de medios humanos y materiales:** la sencillez de los organigramas y las estructuras cortas de personal dificultan el desarrollo de una gestión de venta eficaz y una política comercial y de ventas que ayuden a aumentar la facturación y rentabilidad del negocio.
- **Formación y capacitación empresarial.** El propio sector cita como frecuente la existencia de carencias de formación en gestión empresarial y comercial de los responsables de los establecimientos de venta, especialmente de los más pequeños. La falta de competencias técnicas y profesionales frena la capacidad del negocio de alcanzar su rendimiento óptimo en cuanto a volumen de ventas y rentabilidad de la actividad, repercutiendo en un aumento extra de los márgenes comerciales para compensar estas carencias. Esta circunstancia negativa se acentúa en el caso de los lácteos ecológicos, categoría que, como hemos visto, tiene un grado de complejidad que requiere más conocimiento del producto que otras.
- **Gestión comercial y del punto de venta:** todas las categorías de productos requieren de una correcta gestión de precios y márgenes comerciales, de rotación de existencias, de gestión de suministros y proveedores y de presentación del producto.

- En el caso de los lácteos ecológicos, la gestión incluso debe ser más fina que en otras por la complejidad del producto, su vida útil y una mayor fragilidad.
- La falta de una gestión rigurosa en estas categorías lleva a pérdidas de eficiencia y de producto que repercuten en su rentabilidad final, predisponiendo a un aumento de los precios de venta para compensar estos desequilibrios.

Con el fin de profundizar en el factor precio, se ha realizado un análisis comparativo de precios de venta al público de los lácteos ecológicos en distintos establecimientos, tanto del canal de venta convencional como del canal especialista en distintas ciudades de España.

En este análisis, realizado en el mismo periodo de tiempo para todos los puntos de venta, el mes de septiembre de 2015, se han comparado diversos productos de diferentes categorías y familias, buscando la máxima homogeneidad posible:

- Comparación de producto envasado con producto envasado, y formatos de similar capacidad o tamaño.
- Cálculo del precio de venta al kilo a partir del precio de la unidad de venta.

En el análisis se han incluido los siguientes parámetros:

- Precios máximos y mínimos observados para un mismo tipo de producto en canal convencional y en canal especialista.
- Precio medio en canal convencional y precio medio en canal especialista.
- Precio de venta promedio del producto ecológico, ya sea vendido en convencional o especialista.
- Cuando ha sido posible, precios de venta de productos convencionales de la marca líder de la categoría, tomados en un establecimiento convencional en la misma fecha.
- La diferencia de precio en porcentaje entre un producto convencional de marca líder y similar formato y el mismo producto en ecológico.

Los resultados obtenidos son muy dispares y las diferencias, muy llamativas en ocasiones, no pueden explicarse sólo por unos mayores costes de producción.

Cuadro 54. ANÁLISIS DE PRECIOS DE VENTA EN DISTINTOS CANALES. LECHE Y YOGURES

PRODUCTO	PVP ECOLOGICO EN CANAL CONV.			PVP ECOLOGICO EN CANAL ESPEC.			PVP ECO PROMEDIO	PVP CONVENC.	DIF (%)
	MAX	MIN	MEDIO	MAX	MIN	MEDIO			
LECHE									
Leche UHT vaca	1,40	1,15	1,28	1,92	1,45	1,69	1,48	0,84	76,2
Leche UHT vaca MDD							1,22	0,84	45,2
Leche pasteurizada	0,79	0,79	0,79	2,65	1,59	2,12	1,46	1,11	31,5
BEBIDA VEGETAL									
Bebida soja	1,94	1,94	1,94	1,77	1,69	1,73	1,84	1,20	52,9
Bebida soja MDD							1,58	1,20	31,7
Bebida avena	1,90	1,90	1,90	2,40	2,30	2,35	2,13	1,79	18,7
Bebida avena MDD							1,83	1,79	2,2
Bebida arroz	1,42	1,42	1,42	2,50	2,00	2,25	1,84	1,73	6,1
Bebida de arroz MDD							1,59		
Bebida espelta	1,92	1,39	1,66	2,50	2,50	2,50	2,08	2,30	-9,7
YOGUR VACA									
Natural MDD	2,38	1,93	2,16	7,00	3,98	5,49	3,82	1,98	92,9
Natural Fab. Eco 1	7,28	6,16	6,72	7,71	5,00	6,36	6,54	1,98	230,2
Natural Fab eco 2	6,55	2,90	4,72	5,23	4,26	4,74	4,73	1,98	139,1
Bifidus	3,30	3,05	3,18				3,18	3,56	-10,8
Bifidus MDD							3,12		
Yogur griego	7,96	7,52	7,74	7,71	7,71	7,71	7,73	4,17	85,1
Fresa MDD							3,91	2,78	40,6
Fresa Fab eco	7,20	5,80	6,50	9,06	5,93	7,50	7,00	2,78	151,8
KEFIR									
MDD							5,35	3,38	58,3
Fab. Eco	7,92	6,88	7,40	7,92	7,74	7,83	7,61	3,38	125,2
YOGUR CABRA/OVEJA									
Natural cabra MDD							5,99	7,07	-15,3
Natural cabra Fab eco 1	6,83	5,79	6,31	7,64	7,40	7,52	6,92	7,07	-2,2
Natural oveja Fab eco 2	7,74	6,17	6,95	8,80	7,12	7,96	7,46		
Griego cabra fab eco	7,96	7,96	7,96				7,96		

Fuente: elaboración propia.

Aunque las bebidas vegetales no son productos lácteos como tales, se incluyen en esta comparativa siguiendo las tendencias de implantación de la gran mayoría de canales de venta, y por ser consideradas como productos alternativos al consumo de leches líquidas.

Cuadro 55. ANÁLISIS DE PRECIOS DE VENTA EN DISTINTOS CANALES. QUESOS Y POSTRES

PRODUCTO	PVP ECOLOGICO EN CANAL CONV.			PVP ECOLOGICO EN CANAL ESPEC.			PVP ECO PROMEDIO	PVP CONVENC.	DIF (%)
	MAX	MIN	MEDIO	MAX	MIN	MEDIO			
QUESO VACA									
Queso tierno	16,63	16,63	16,63	20,50	16,10	18,30	17,74	7,96	122,9
Queso fresco	4,08	4,08	4,08	10,30	10,30	10,30	7,19	3,78	90,2
QUESO MEZCLA									
Queso lonchas MDD							9,90	10,00	-1,0
Queso lonchas				31,28	22,00	26,64	26,64	14,94	78,3
Queso semi								10,20	
QUESO CABRA									
Queso tierno	20,00	12,38	16,19	21,89	17,00	19,44		12,89	
Queso semi	14,73	12,48	13,60	24,96	21,75	23,36	18,48	16,63	11,1
Queso curado				26,00	23,50	24,75	24,75	14,36	72,4
QUESO OVEJA									
Queso semi oveja				25,80	22,00	23,90	23,90	13,88	72,2
Queso curado oveja								13,00	
POSTRES									
Postre soja	10,25	5,96	8,11				8,11	5,83	38,9
Flan	11,37	11,37	11,37					4,63	
Natillas	7,96	7,96	7,96	11,12	6,60	8,86	8,41	3,00	180,3
Arroz con leche	7,26	7,26	7,26	16,10	9,27	12,68	9,97	3,62	175,9
Yogur natural de soja	7,96	5,96	6,96	6,65	6,05	6,35	6,66	3,98	67,1
Natillas soja fab eco								3,78	
				9,56	9,56	9,56	9,56		
Mantequilla	11,80	10,36	11,08	16,40	15,92	16,16	13,62	8,56	59,1
Matequilla MDD							7,96	4,84	64,5
Nata	9,75	9,75	9,75	11,80	11,10	11,45	10,60	5,90	79,7

Fuente: elaboración propia.

El análisis de los datos del comparativo de precios evidencia varios hechos en relación con la composición de precios en general, y las políticas de precios seguidas por distintos tipos de canal de venta:

- En establecimientos convencionales, la política de precios y márgenes asignada parece ser homogénea y alineada con la de la categoría de referencia, al no haber una variabilidad excesiva de precios dentro de una misma familia de productos (presencia de productos muy caros junto a otros muy baratos). Esta circunstancia encaja con el posicionamiento que la distribución convencional asigna al producto ecológico, al que considera como una categoría más.
- En el canal especialista se observa más variabilidad de precios entre productos de una misma familia, con más proporción de productos muy caros y muy baratos, lo que es sintomático de una política de precios más heterogénea.
- En el caso de la distribución convencional, las llamativas diferencias de precio que se observan en algunos productos respecto al convencional, en opinión del propio canal de venta, obedecen a unos costes de producción mayores que generan procesos de elaboración y productos finales más caros, y a una escasez de la oferta, lo cual arrastra al establecimiento a posicionar el producto –desde el punto de vista del precio- en segmentos de precio alto, más cerca de los productos de alta gama o gamas *premium*.
- En el caso de la distribución especialista, las diferencias de precio, además, tendrían una tercera explicación: la escasa capacidad de aplicación de una correcta gestión de venta obligaría a fijar

márgenes más altos de lo necesario para compensar posibles pérdidas de de venta o costes de no venta.

- Existe una gran variación de precios entre ecológico y convencional. Se observan diferencias que van desde un 230% más caro a estar incluso por debajo del precio de un producto convencional equivalente (-10%). También hay grandes diferencias entre distintos fabricantes de un mismo producto. Pero en general, las diferencias están muy por encima de ese 40-50% que se cita habitualmente como representativo del sobreprecio del producto ecológico.
- En muchos casos, la diferencia entre el precio más alto y el más bajo observado es muy elevada, lo que sugiere que los productos comparados puedan no ser equivalentes en calidad de composición u origen, información que no figura claramente en el etiquetado. Esta práctica es relativamente frecuente, por ejemplo, en el caso del uso de leches ecológicas reconstituidas o derivados de la leche como ingredientes en la fabricación de yogures. También podría darse el caso de bajadas de precio temporales no comunicadas en la cartelería o etiquetado.
- Es llamativo el caso de la MDD ecológica (cada vez más presente en el canal de venta interior) cuando ésta está presente en el lineal, sobre todo en grandes superficies. En tal caso, el precio y el margen comercial final se ven reducidos al compararlos con los de su homólogo marca fabricante. El resultado es un producto ecológico que ha perdido la identidad de marca de su fabricante, pero a un precio en ocasiones altamente atractivo para el cliente. Las causas pueden ser varias:
 - Una ficha técnica de ingredientes ecológicos de calidad más ajustada y -por tanto- más económica, con el consiguiente ahorro en costes de elaboración.
 - Una gestión de compras basada en volúmenes grandes, que abarata los costes fijos de producción.
 - Una política de precios y márgenes comerciales acorde con el posicionamiento de la categoría para MDD, lo que tira de los precios, y también del margen comercial, hacia abajo.
- Por categorías, las mayores diferencias se dan en postres y ciertos quesos, debido sin duda a los procesos de elaboración más complejos.
- Las diferencias de precios se explican bien en ciertas categorías por los mayores costes de materias primas y menores rendimientos, que inciden sobre los procesos de fabricación en el caso de los elaborados. Sin embargo, en otros productos no hay razones aparentes para las diferencias de precio que muestran con el convencional.

III.5.4. Presencia de productos lácteos ecológicos importados en el canal de venta

A la vista de las opiniones aportadas por los operadores mayoristas y minoristas, se puede afirmar que las importaciones de producto lácteo ecológico han aumentado notablemente en el año 2014, debido a distintas razones.

- El aumento de la demanda interna en más de un 15% respecto a 2013, circunstancia que sin duda ha tirado también de la demanda de producto importado por los canales especialistas.
- La incorporación creciente de la MDD en la oferta de producto lácteo ecológico en la gran distribución. Este fenómeno ha venido de la mano de las grandes cadenas de hipermercados y de

las cadenas de tiendas de descuento, que parecen haber apostado por esta modalidad de surtido ecológico. La mayoría de las líneas de lácteos ecológicos MDD, que estas empresas multinacionales parecen estar desarrollando de forma conjunta en los países donde se implantan, tienen una procedencia común, sobre todo de países de la Unión Europea.

- El mantenimiento de la presencia, o incluso aumento, de las gamas internacionales de lácteos ecológicos en canal especialista en todas las categorías -leche líquida, yogures y postres sin frío, especialidades de queso, mantequillas y natas, alimentación infantil, etc.-, lo cual, unido a la animación del mercado en 2014, permiten deducir que la importación de lácteos ecológico ha crecido de forma importante en 2014, y a un ritmo mayor que el resto de categorías de producto ecológico importado.

ANEXO

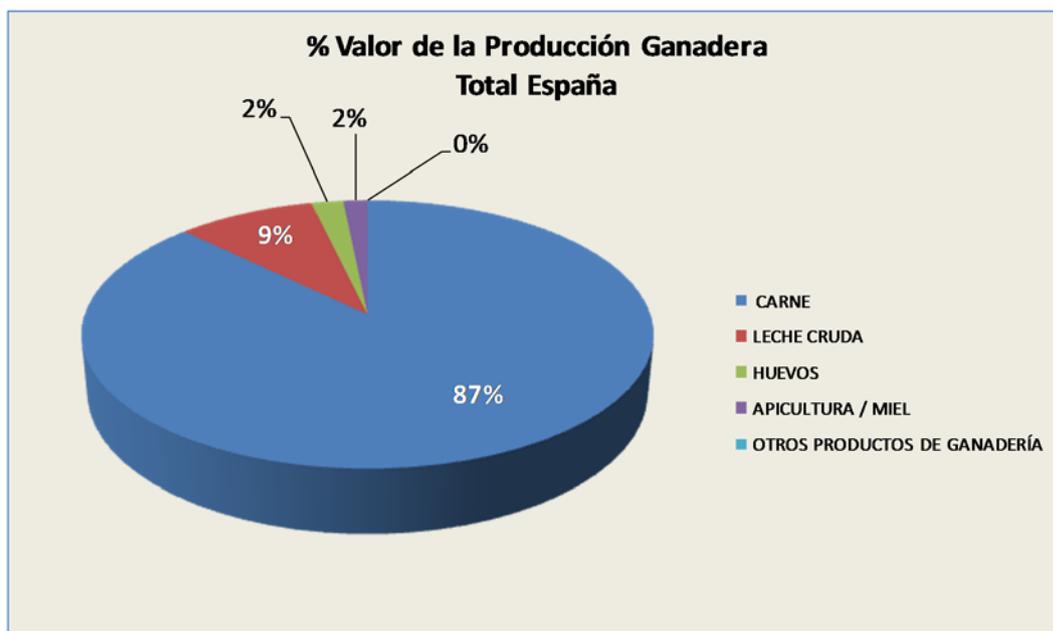
**Cuadros, tablas y gráficos referidos a la producción ecológica en España,
por Comunidades Autónomas y por sectores**

CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014

TOTAL ESPAÑA

SECTORES / PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	5.483	835.390	24.600,60	178.188.714,16
Carne de vacuno	2.798	163.693	15.090,10	78.468.520,00
Carne de porcino	132	6.790	915,71	3.113.400,40
Carne de ovino	1.680	449.543	6.760,12	84.501.500,00
Carne de caprino	509	31.312	481,31	4.811.606,46
Carne de aves	79	179.899	853,54	4.993.203,15
Carne de equidos	285	4.153	499,83	2.300.484,15
LECHE CRUDA	255	47.611	19.761,59	18.441.360,40
Leche de vaca	76	4.521	11.593,02	6.376.161,00
Leche de oveja	41	17.936	1.267,78	2.304.824,04
Leche de cabra	138	25.154	6.896,24	9.751.283,36
Otras			4,55	9.092,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO			2.150,99	2.258.539,50
NATA			4,58	10.065,00
MANTEQUILLA			4,37	15.444,42
QUESO			824,34	11.540.760,00
LECHE ACIDIFICADA			588,30	1.294.266,60
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS			26,93	67.998,25
HUEVOS	180	211.298	1.349.848,00	4.275.454,56
APICULTURA / MIEL	155	48.470	693,94	3.224.040,59
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	4	532	6,86	13.863,26
Conejos	2	32		
Caracoles terrestres	2	500		
TOTAL GANADERÍA (*)	6.077			204.143.432,97

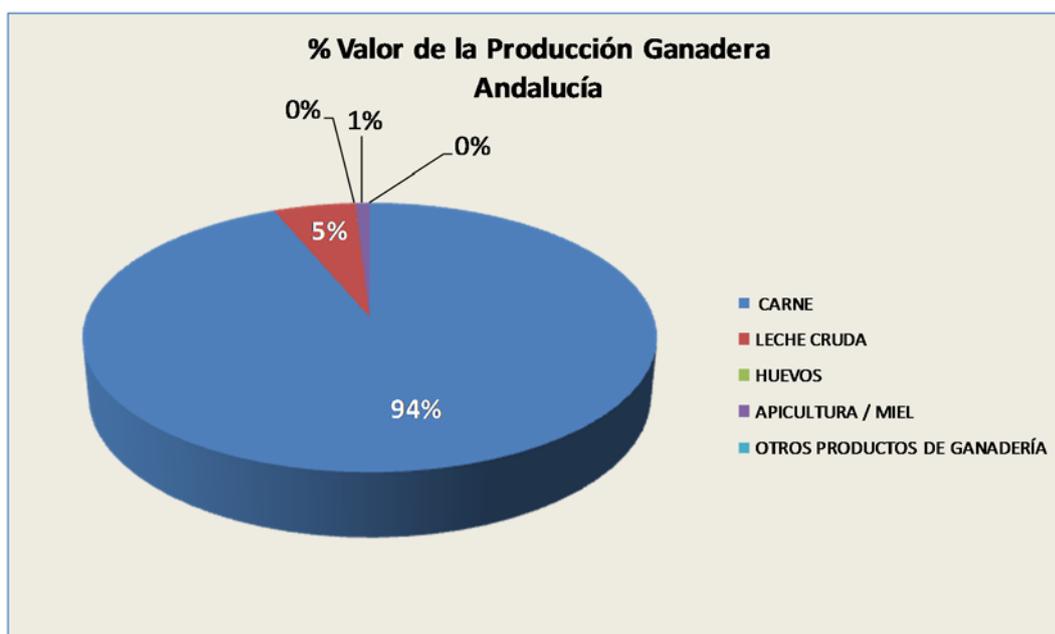
(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 ANDALUCÍA

SECTORES / PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	3.333,00	454.695	17.912,15	136.108.195,39
Carne de vacuno	1.740	95.255	11.547,02	60.044.504,00
Carne de porcino	62	1.499	59,10	200.953,60
Carne de ovino	1.130	324.577	5.693,95	71.174.375,00
Carne de caprino	288	18.408	346,41	3.463.043,84
Carne de aves	6	14.290	2,07	12.086,10
Carne de equidos	107	666	263,60	1.213.232,85
LECHE CRUDA	99	17.685	5.510,41	7.791.719,74
Leche de vaca				0,00
Leche de oveja	3	1.230		0,00
Leche de cabra	96	16.455	5.510,41	7.791.719,74
Otras				0,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO				0,00
NATA				0,00
MANTEQUILLA				0,00
QUESO				0,00
LECHE ACIDIFICADA				0,00
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS				0,00
HUEVOS			604,00	1.913,09
APICULTURA / MIEL	58	20.378	291,27	1.353.217,19
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	0	0		0,00
Conejos				
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA	3.490			145.255.045,41

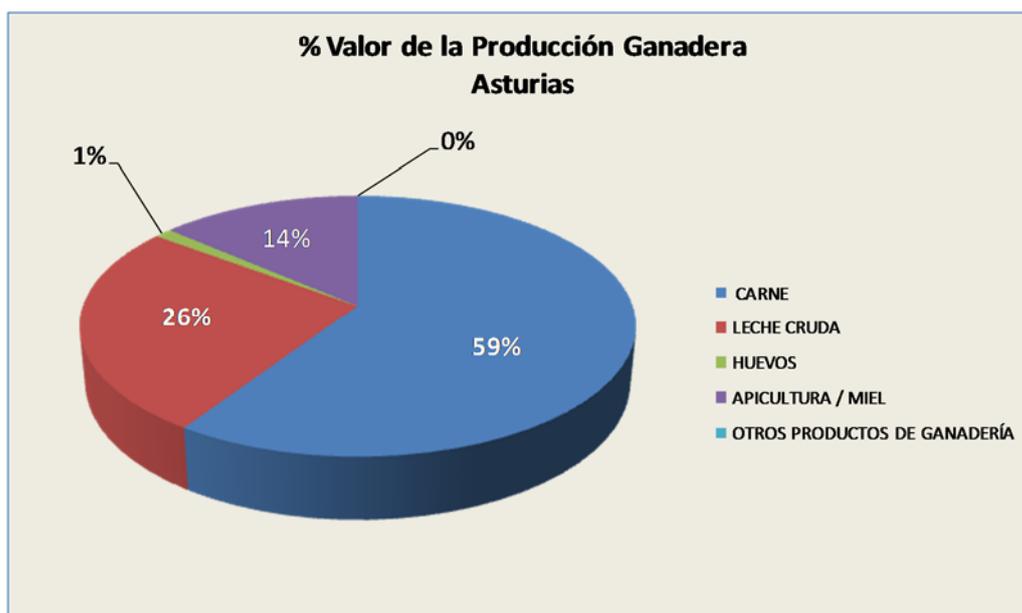
(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 ASTURIAS

SECTORES PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	258	16.154	463,13	2.481.340,52
Carne de vacuno	187	11.264,00	450,14	2.340.712,40
Carne de porcino			0,00	0,00
Carne de ovino	35	2.440	7,75	96.875,00
Carne de caprino	22	2.364	3,64	36.389,01
Carne de aves			0,00	0,00
Carne de equidos	14	86	1,60	7.364,11
LECHE CRUDA	14	666	1.977,21	1.087.465,50
Leche de vaca	14	666	1.977,21	1.087.465,50
Leche de oveja				0,00
Leche de cabra				
Otras				
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO				0,00
NATA				0,00
MANTEQUILLA				0,00
QUESO			4,11	57.470,00
LECHE ACIDIFICADA			14,57	32.054,00
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS			26,93	67.998,25
HUEVOS	2	1.144	15.425,00	48.856,53
APICULTURA / MIEL	16	4.834	122,14	567.462,44
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	0	0		0,00
Conejos				
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA (*)	290			4.185.124,99

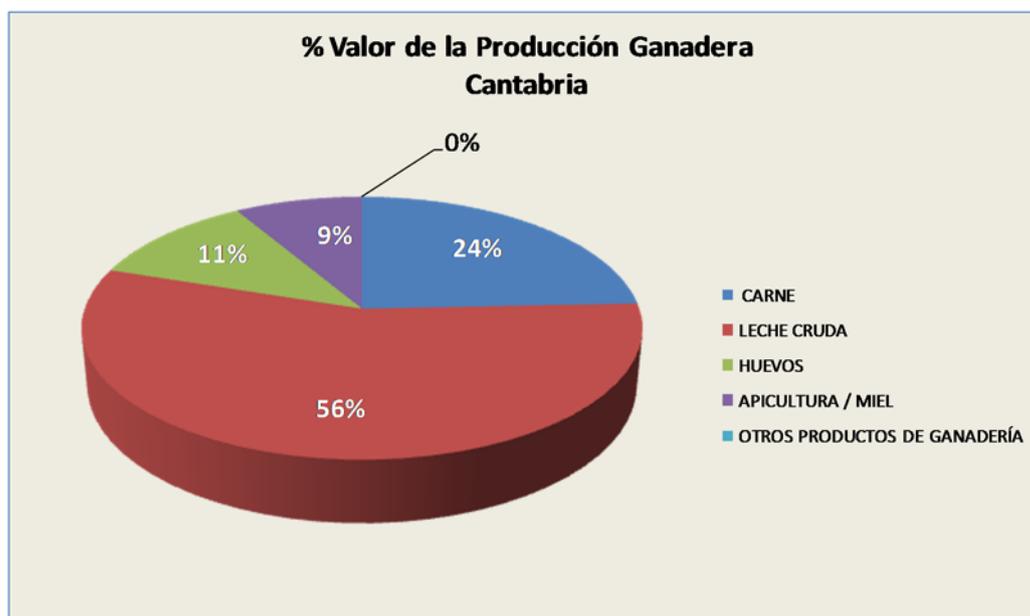
(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 CANTABRIA

SECTORES/PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	128	5.994	52,31	270.449,33
Carne de vacuno	69	3.350	45,62	237.224,00
Carne de porcino	1	9	1,30	4.420,00
Carne de ovino	15	1.061	0,11	1.375,00
Carne de caprino	3	488	0,58	5.798,25
Carne de aves				0,00
Carne de equidos	40	1.086	4,70	21.632,08
LECHE CRUDA	9	439	1.125,37	618.953,50
Leche de vaca	7	439	1.125,37	618.953,50
Leche de oveja	2			0,00
Leche de cabra				0,00
Otras				0,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO				0,00
NATA				0,00
MANTEQUILLA				0,00
QUESO			14,00	196.000,00
LECHE ACIDIFICADA			30,00	66.000,00
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS				0,00
HUEVOS			40.049,00	126.849,60
APICULTURA / MIEL	8	1.503	20,40	94.778,40
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	0	0		0,00
Conejos				
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA (*)	145			1.111.030,83

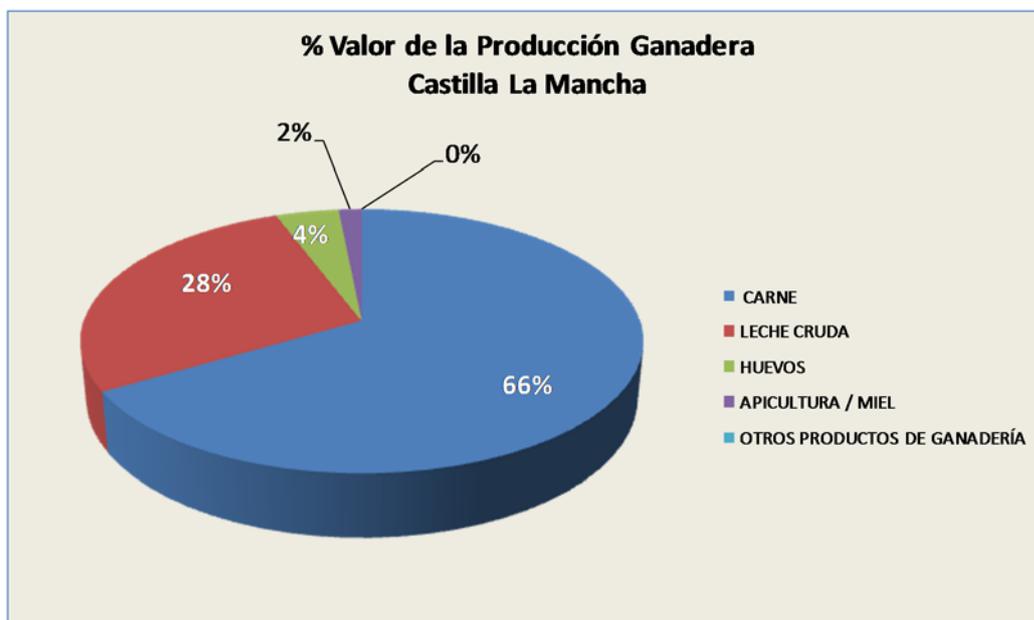
(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 CASTILLA LA MANCHA

SECTORES/ PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	272	53.175	600,45	4.971.596,69
Carne de vacuno	69	4.500	334,66	1.740.232,00
Carne de porcino	3	41		0,00
Carne de ovino	128	41.289	245,85	3.073.100,00
Carne de caprino	67	5.098	10,04	100.349,69
Carne de aves	2	2.196	9,90	57.915,00
Carne de equidos	3	51		0,00
LECHE CRUDA	20	10.887	1.308,74	2.075.444,00
Leche de vaca	1	78	135,00	74.250,00
Leche de oveja	12	8.829	845,35	1.536.846,30
Leche de cabra	7	1.980	328,39	464.347,70
Otras				0,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO			67,50	70.875,00
NATA				0,00
MANTEQUILLA				0,00
QUESO			226,94	3.177.174,00
LECHE ACIDIFICADA				0,00
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS				0,00
HUEVOS			99.070,00	313.790,36
APICULTURA / MIEL	7	2.458	24,80	115.220,80
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	0	0		0,00
Conejos				
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA (*)	299			7.476.051,84

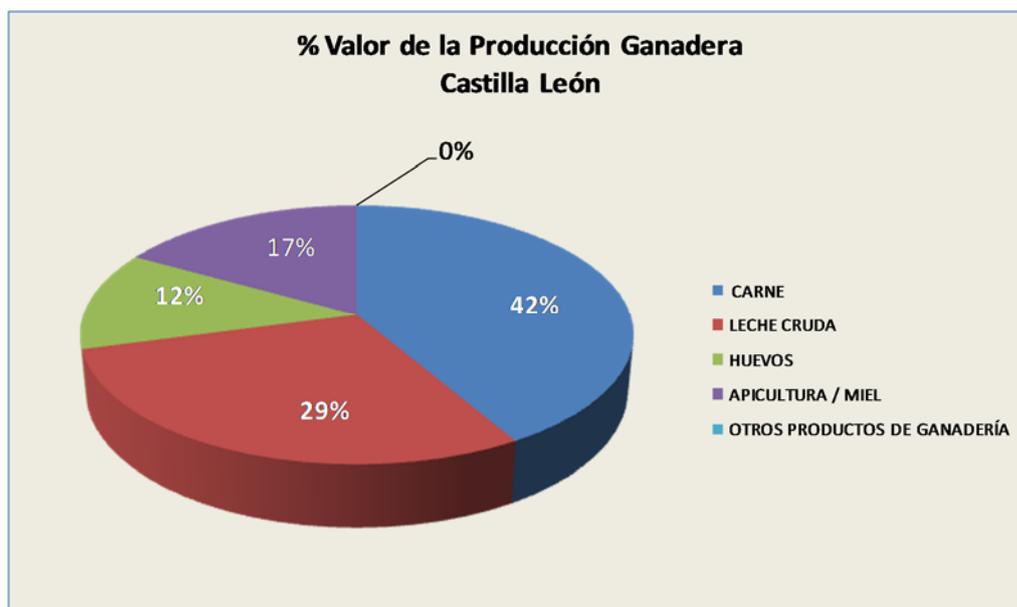
(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 CASTILLA LEÓN

SECTORES/ PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	27	6.670	121,02	652.789,45
Carne de vacuno	18	1.801	65,67	341.463,20
Carne de porcino	2	1.111	21,47	72.987,80
Carne de ovino	2	967	6,03	75.375,00
Carne de caprino				0,00
Carne de aves	5	2.791	27,86	162.963,45
Carne de equidos				0,00
LECHE CRUDA	12	5.752	334,43	457.521,01
Leche de vaca	1	30	96,36	52.999,65
Leche de oveja	5	3.648	168,06	305.525,81
Leche de cabra	6	2.074	70,01	98.995,55
Otras				0,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO				0,00
NATA				0,00
MANTEQUILLA				0,00
QUESO				0,00
LECHE ACIDIFICADA				0,00
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS				0,00
HUEVOS			61.675,00	195.346,93
APICULTURA / MIEL	10	2.821	56,68	263.321,34
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	0	0		0,00
Conejos				
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA (*)	49			1.568.978,73

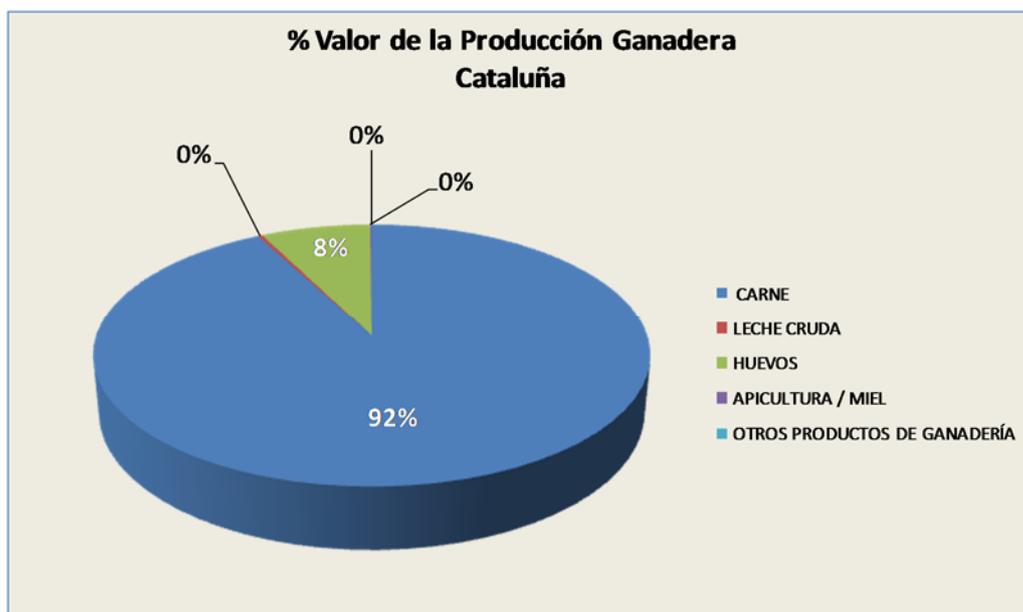
(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 CATALUÑA

SECTORES/ PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenass)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	706	68.390	1.082,06	6.167.907,71
Carne de vacuno	412	27.430	252,46	1.312.812,80
Carne de porcino	8	654	227,13	772.242,00
Carne de ovino	106	6.508	53,81	672.575,00
Carne de caprino	82	2.845	108,26	1.082.293,05
Carne de aves	30	30.016	241,33	1.411.751,25
Carne de equidos	68	937	199,07	916.233,61
LECHE CRUDA	18	1.890	32,97	20.568,22
Leche de vaca	6	252	30,47	16.758,50
Leche de oveja	2	697	0,68	1.236,24
Leche de cabra	10	941	1,82	2.573,48
Otras				0,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO				0,00
NATA				0,00
MANTEQUILLA			4,37	15.444,42
QUESO			63,23	885.220,00
LECHE ACIDIFICADA				0,00
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS				0,00
HUEVOS			155.478,00	492.454,80
APICULTURA / MIEL	8	1.235	1,54	7.154,84
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA (a)	2	32		0,00
Conejos	2	32		
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA (*)	734			6.688.085,57

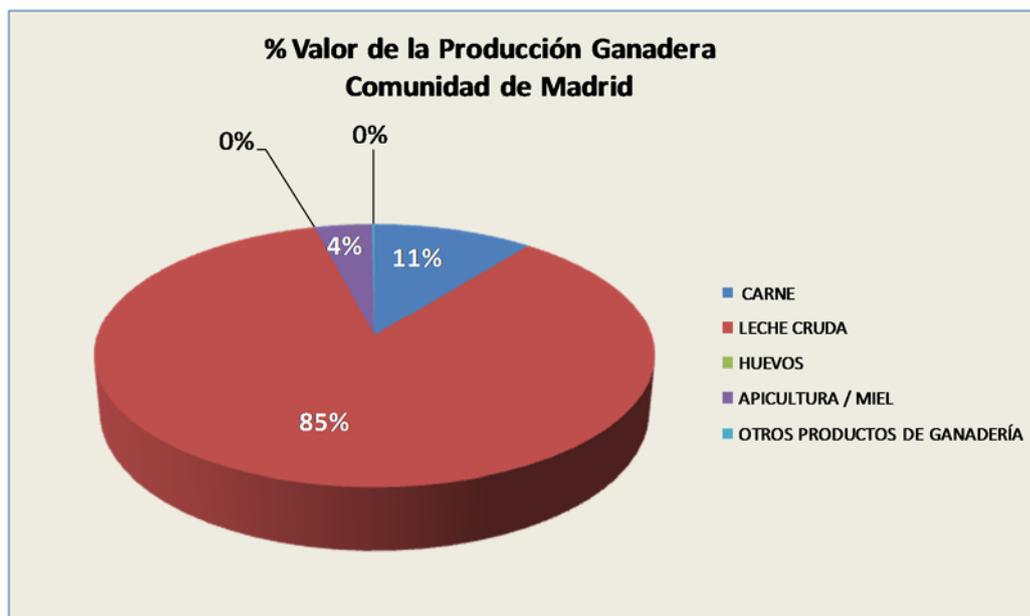
(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 COMUNIDAD DE MADRID

SECTORES/ PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	11	1.015	37,23	193.606,40
Carne de vacuno	10	985	37,23	193.606,40
Carne de porcino				0,00
Carne de ovino				0,00
Carne de caprino				0,00
Carne de aves				0,00
Carne de equidos	1	30		0,00
LECHE CRUDA	3	1.742	2.287,61	1.549.895,00
Leche de vaca	2	682	1.953,06	1.074.183,00
Leche de oveja				0,00
Leche de cabra	1	1.060	330,00	466.620,00
Otras			4,55	9.092,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO			1.927,80	2.024.190,00
NATA				0,00
MANTEQUILLA				0,00
QUESO			25,12	351.680,00
LECHE ACIDIFICADA			43,45	95.596,60
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS				0,00
HUEVOS				0,00
APICULTURA / MIEL	3	709	15,00	69.690,00
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	0	0	1,44	2.908,80
Conejos				
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA (*)	17			1.816.100,20

(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados



CARACTERIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA 2014 GALICIA

SECTORES/ PRODUCTOS (ORIGEN ANIMAL)	Número Explotaciones	Nº Cabezas Ganado (Colmenas)	Producción (Toneladas/ Docenas huevos)	Valor de la Producción (Euros)
CARNE	134	129.854	678,10	3.967.062,64
Carne de vacuno	82	4.766	131,23	682.375,20
Carne de porcino	4	27	0,69	2.349,40
Carne de ovino	22	2.364	12,56	157.000,00
Carne de caprino	7	746	0,88	8.797,34
Carne de aves	16	121.925	532,74	3.116.540,70
Carne de equidos	3	26		0,00
LECHE CRUDA	37	2.059	5.614,66	3.088.063,00
Leche de vaca	32	2.058	5.614,66	3.088.063,00
Leche de oveja				0,00
Leche de cabra	5	1		0,00
Otras				0,00
LECHE PARA CONSUMO DIRECTO				0,00
NATA			4,58	10.065,00
MANTEQUILLA				0,00
QUESO			49,90	698.600,00
LECHE ACIDIFICADA			174,19	383.222,40
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS				0,00
HUEVOS			1.817,00	5.755,09
APICULTURA / MIEL	18	8.963	51,59	239.677,85
OTROS PRODUCTOS DE GANADERÍA	0	0		0,00
Conejos				
Caracoles terrestres				
TOTAL GANADERÍA (*)	189			7.300.558,58

(*) En el valor total de la producción ganadera no se incluyen los valores correspondientes a leche para consumo directo, nata, mantequilla, queso, leche acidificada y otros productos lácteos por considerar que no son producciones en origen sino productos elaborados

