

Precios de la leche: cambio de ciclo, no de tendencia

Por Luis Calabozo, director general de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (Fenil)

En las últimas semanas hemos apreciado variaciones en el ciclo de la leche: a la estacionalidad lógica de la producción lechera en Europa -las vacas producen más leche en invierno y primavera- se añaden una mayor disponibilidad de vacas en EEUU e incrementos de producción en Australia y Nueva Zelanda. Por lo tanto, es obvio que a un incremento de la oferta le siga una bajada de precios, como lo anticipan desde hace meses las cotizaciones de los productos lácteos industriales (leche en polvo, mantequilla, etc...), es decir, la leche destinada a cubrir las necesidades de los mercados mundiales. Sin embargo **y con la información actual, esto no quiere decir necesariamente que los precios vayan a volver a los niveles anteriores a abril de 2007.**

Para entender cómo pueden evolucionar los precios, hay que analizar lo que ha sucedido en estos últimos meses. Entre abril y octubre del año pasado, los precios de la leche en origen aumentaron de media en España desde los 31 céntimos/litro a los 46,7 céntimos/litro, esto es, en torno a un 52%, subida sin precedentes en la historia, lo que daba a entender no solo un repunte coyuntural, sino un cambio de escala en la evolución de los ciclos.

Aunque la subida de la leche en origen se inició en abril, no se trasladó al consumidor hasta los meses de septiembre, octubre y noviembre, generando vivas reacciones por parte del consumidor y de las autoridades, que veían estos incrementos como una amenaza para la evolución del IPC. Esto se debe a que el ciclo de transformación de la leche y de puesta en el mercado experimenta un retardo con respecto a la evolución de la disponibilidad de la materia prima, lo que explica que las variaciones en los precios en origen no se puedan reflejar inmediatamente en el precio al consumidor.

Hay que tener en cuenta, además, que **la subida del precio en origen se trasladó sólo parcialmente en el precio de cesión**, aunque el precio final al consumidor se viera finalmente incrementado en mayor proporción porque la distribución ha retomado la práctica lógica -que nunca debió abandonar- de establecer un margen para los productos lácteos, en lugar de utilizarlos como reclamo.

Aun así, en estos meses, el precio de venta al público de la leche ha crecido, en porcentaje, menos que el aumento del coste de la leche como materia prima (52% *contra* 30%. *Ver Gráfico3*), y mucho menos aún los precios de otros productos lácteos. En este caso, la industria ha actuado como colchón, ajustando no sólo márgenes, sino asumiendo pérdidas a corto plazo para proteger el consumo futuro.

Un ejemplo muy clarificador de esta situación surgió en el reciente debate en televisión entre los dos principales candidatos a la presidencia del Gobierno,

cuando uno de ellos citó que en España la leche cuesta menos que en Alemania. En efecto, en los supermercados alemanes, la leche es más cara que en España, sin embargo, en origen, el precio de la materia prima en Alemania es más bajo que en España (*Ver Gráfico 1*). ¿Dónde está el truco? En Alemania la industria se queda con más margen, mientras que en España, con un precio en origen más alto, el precio final es más bajo porque el coste de transformación es más competitivo y porque la industria española está asumiendo la responsabilidad de proteger el consumo del futuro -incluso en algunos casos con resultados negativos a corto plazo-, con el fin de evitar que, por un aumento de precios excesivamente rápido, el consumidor se aleje de un producto esencial en la dieta, como la leche y los productos lácteos.

¿Cómo nos enfrentamos al futuro inmediato? Parece haber consenso a nivel internacional sobre que la demanda mundial seguirá creciendo en torno a un 2,5% - 3% anual en los próximos años, por lo tanto, **no es de esperar que los precios de la materia prima caigan sin red**, pero sí que tendrán que reflejar bajadas como consecuencia de los picos de oferta, como parece que comienzan a producirse en este momento.

El diferencial creciente con el mercado mundial y con nuestros principales suministradores europeos no puede mantenerse por más tiempo a los niveles alcanzados (*Ver gráfico2*). Incluso si fueran ciertas las últimas noticias sobre disminuciones de entre 3 y 6 céntimos en febrero, supondrían un nivel superior en un 30% a los precios recibidos por el ganadero en el mismo mes de 2007, lo que supone todavía diferencial con Francia de 10 céntimos, donde se prevé que los precios aún sigan bajando.

Debemos ser conscientes de que **el déficit de cuota láctea en España nos lleva irremediamente a la importación** para cubrir nuestras necesidades de consumo. Podemos hacerlo de dos formas: o bien, como hasta ahora, importando leche como materia prima, transformándola y aportándole valor añadido en nuestro país, lo que supone crear empleo y garantizar la compra al ganadero español; o bien, atrayendo, vía pérdida de competitividad, importaciones directamente de producto transformado, lo que supondría el fin de la industria y, como consecuencia, de la producción nacional.

Lógicamente la primera opción es la más razonable y la que garantizará el futuro del sector. Pero para que funcione, hay que evitar poner barreras al mercado con acciones ilegales, asumiendo la necesidad de reformar el actual sistema de cuotas para evitar la dependencia de la leche foránea. Mientras no tengamos una cuota adaptada a nuestras necesidades de consumo, no nos queda más remedio que buscar la senda de la competitividad, aceptando la estacionalidad de la leche y reduciendo el diferencial de precios con Europa, de cuya leche dependemos.

En definitiva, nuestros retos de futuro pasan por recuperar una competitividad que permita incentivar la producción a precios rentables ante la nueva estructura de

costes de producción de leche; proteger el consumo a un nivel de precios estable que represente el nuevo valor real del producto, sin espirales inflacionistas; y permitir el desarrollo de un modelo de transformación español que, por tamaño y rentabilidad, pueda mantener y ampliar su posición en el mercado nacional y, si es posible, en el internacional, para garantizar la transformación, a precios rentables, de toda la producción nacional necesaria para cubrir nuestro consumo.

Sólo así garantizaremos la permanencia y el crecimiento de todo el sector lácteo en España.