

# CIRCUITOS ALTERNATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN DE LECHE CRUDA: LECHE SPOT Y CANALES DE INFORMACION DE PRECIOS

Desenvolvimento do Coopertavismo Lácteo Gallego. Integración  
AGACA

6 de novembro de 2018  
Santiago de Compostela



cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro



# CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LA CONSULTA A COOPERATIVAS LÁCTEAS -2018-

2

- > Promotor de la consulta: CAE
- > Período total de realización del trabajo: Mayo a Septiembre 2018 (CINCO MESES)
- > Metodología de la consulta: Cuestionario
- > Ámbito de aplicación: Leche de vaca, oveja y cabra
- > Envío y recepción del cuestionario: CAE
- > Asistencia técnica: PRODESCON, S.A.
- > Fecha de envío del cuestionario: 18 de Junio de 2018 (1ª oleada); 9 de Julio de 2018 (2ª oleada)
- > Destinatarios del cuestionario: El 100% del colectivo de cooperativas lácteas de CAE
- > Fecha límite de recepción de cuestionarios: 31 de Julio de 2018
- > Integración automática y anónima de respuestas: CAE
- > Informe de resultados: CAE y asistencia técnica de PRODESCON, S.A.
- > Número de cuestionarios válidos recibidos: 33
- > Representatividad de la muestra: El 28,7% de todas las cooperativas lácteas de CAE; el 65,2% de la recogida total de leche cruda (v+o+c); y el 71% de la facturación total de las cooperativas lácteas de CAE
- > Contraste de información: Mediante entrevista directa telefónica a 16 cooperativas y/o agentes sectoriales.



# REPRESENTATIVIDAD DE LA MUESTRA

MAGNITUDES DEL COOPERATIVISMO LACTEO DE ESPAÑA	COOPERATIVAS LACTEAS DE LA MUESTRA DE LA ENCUESTA	COOPERATIVAS LACTEAS DE CAE	% DE LA MUESTRA S/ TOTAL CAE
Nº de cooperativas lácteas (v+o+c)	33	115	28,7%
Recogida total de leche (v+o+c)- millones toneladas-	1,48	2,27	65,2%
Facturación total (millones de euros/año)	1.050	1.480	70,95%

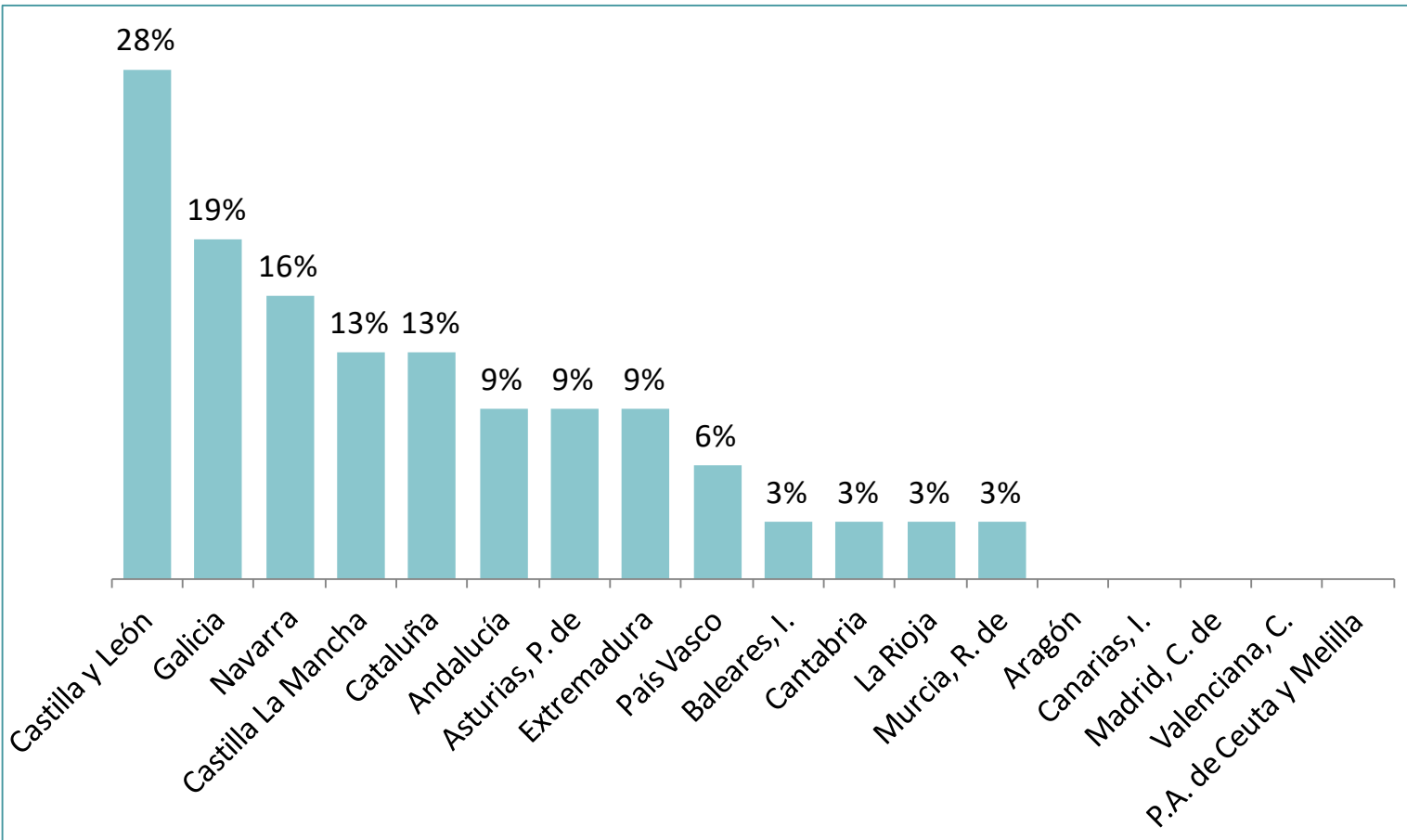


# OBJETIVOS DE LA CONSULTA

- > IDENTIFICAR Y EVALUAR EL IMPACTO DE LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA SPOT DE LECHE EN EL FUNCIONAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS COOPERATIVAS LÁCTEAS.
- > IDENTIFICAR Y RECOGER LAS OPINIONES Y PROPUESTAS DE LAS COOPERATIVAS RESPECTO A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE QUE DISPONEN.
- > CONOCER EL “GRADO DE SATISFACCIÓN/CONFIANZA” DE LAS COOPERATIVAS LÁCTEAS RESPECTO AL COMPORTAMIENTO ACTUAL Y PROYECCIÓN FUTURA DEL SECTOR LÁCTEO ESPAÑOL, EN GENERAL, Y DEL SISTEMA COOPERATIVO LÁCTEO EN PARTICULAR.



# ¿En qué CCAA recoge leche la cooperativa?



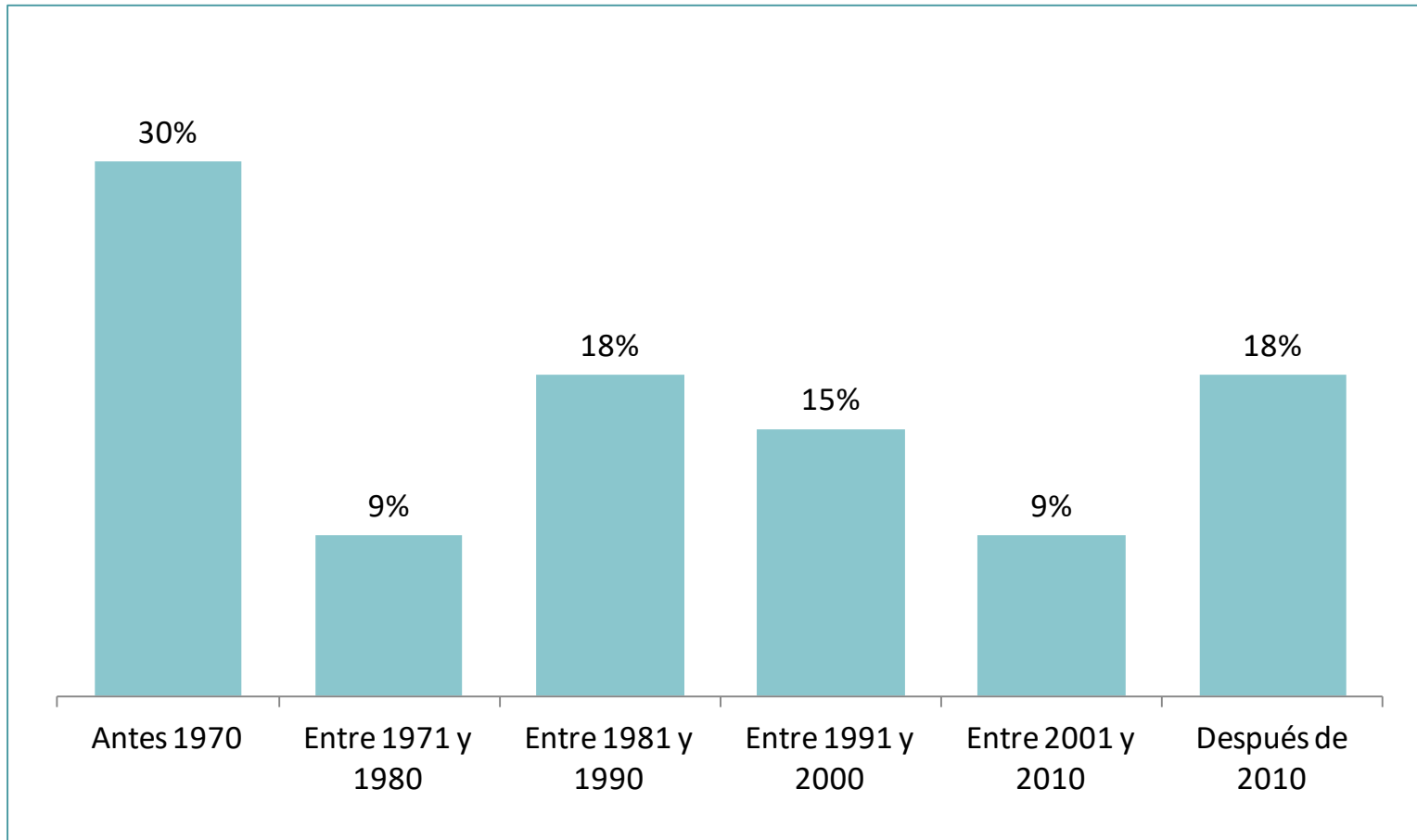
Respuestas recogidas 32



cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro

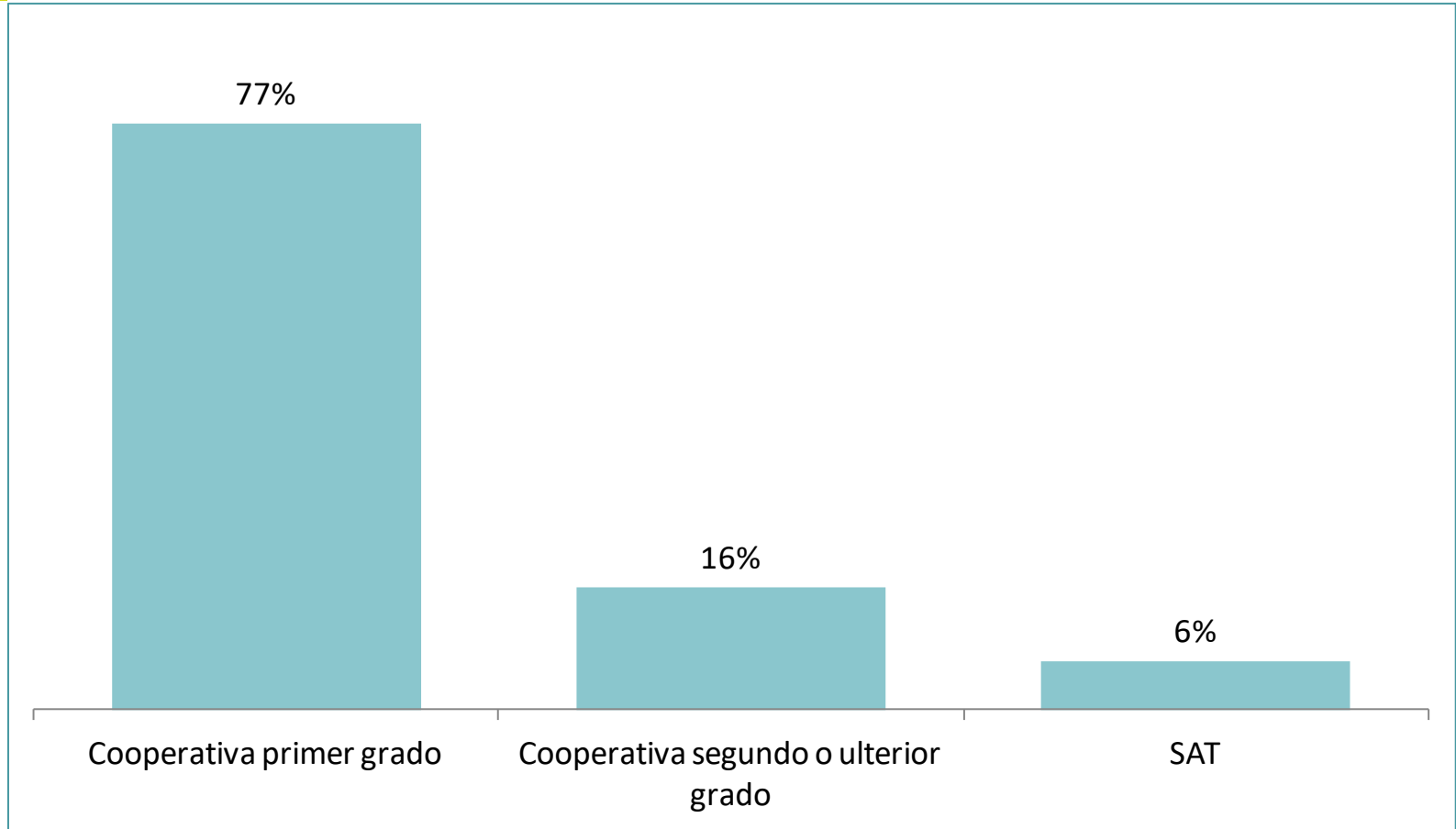
# Fecha de creación



Respuestas recogidas: 33



# Tipología jurídica

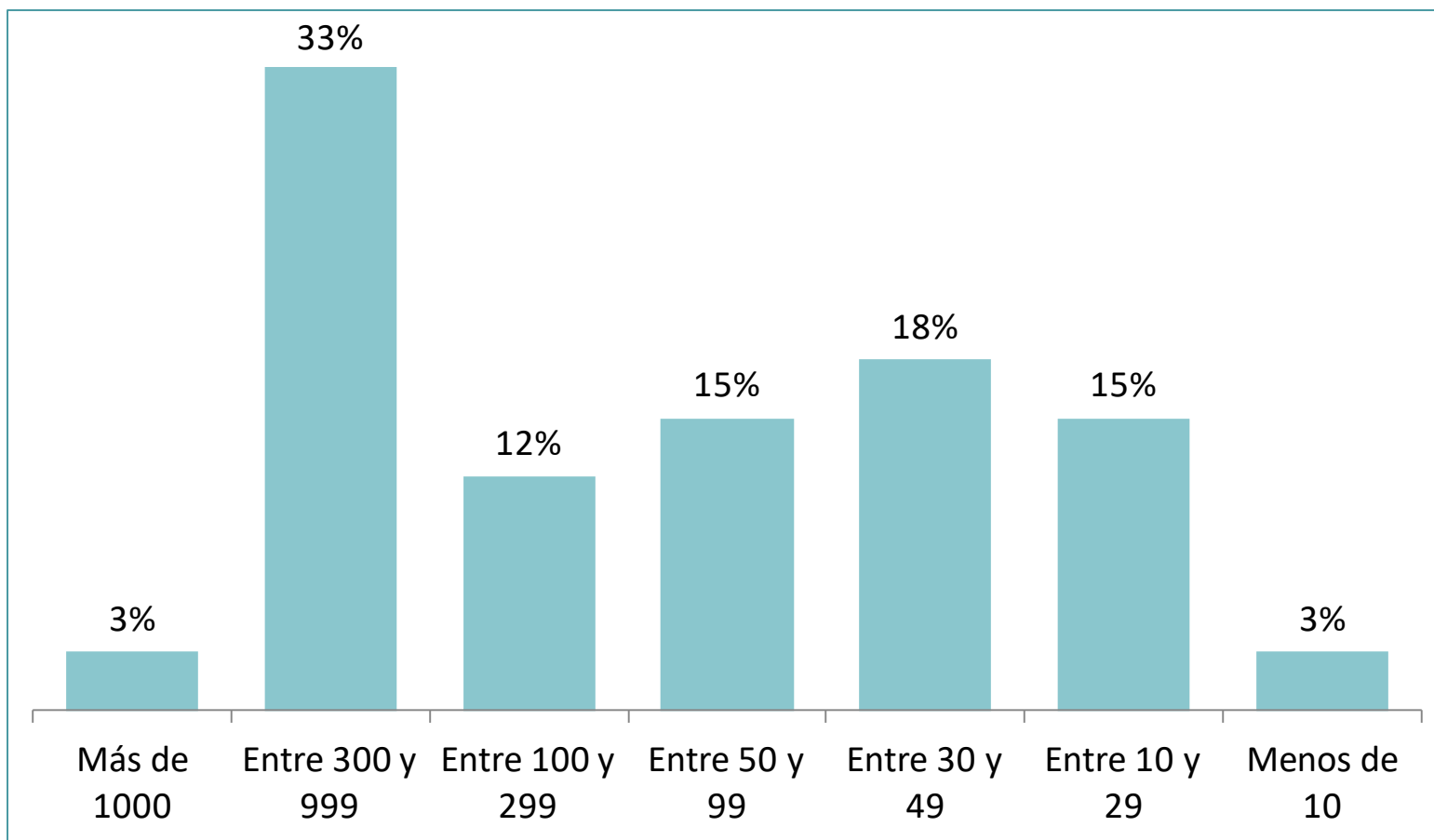


Respuestas recogidas: 31





# Número total de socios ganaderos que entregan leche cruda a la cooperativa



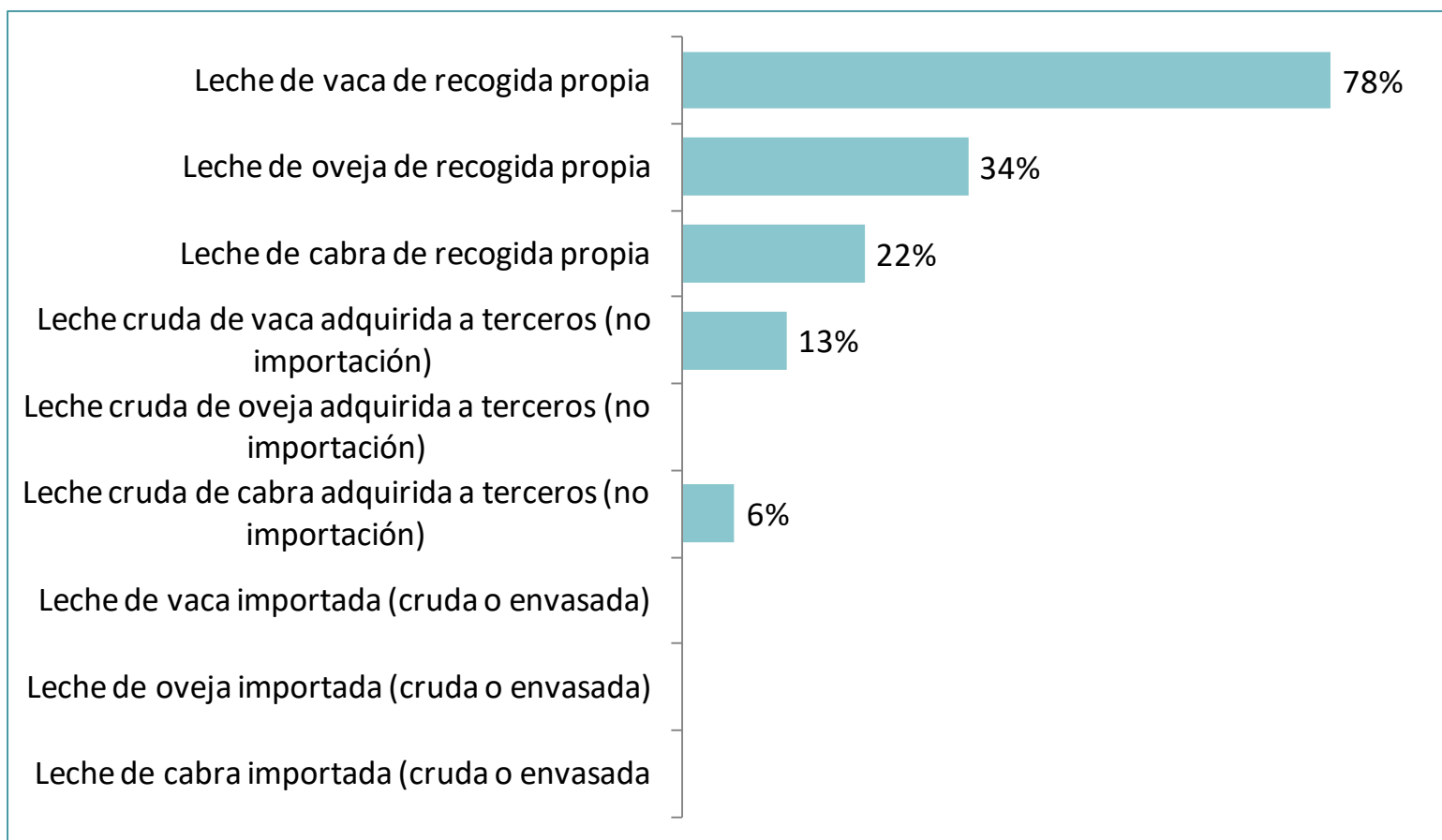
Respuestas recogidas: 33







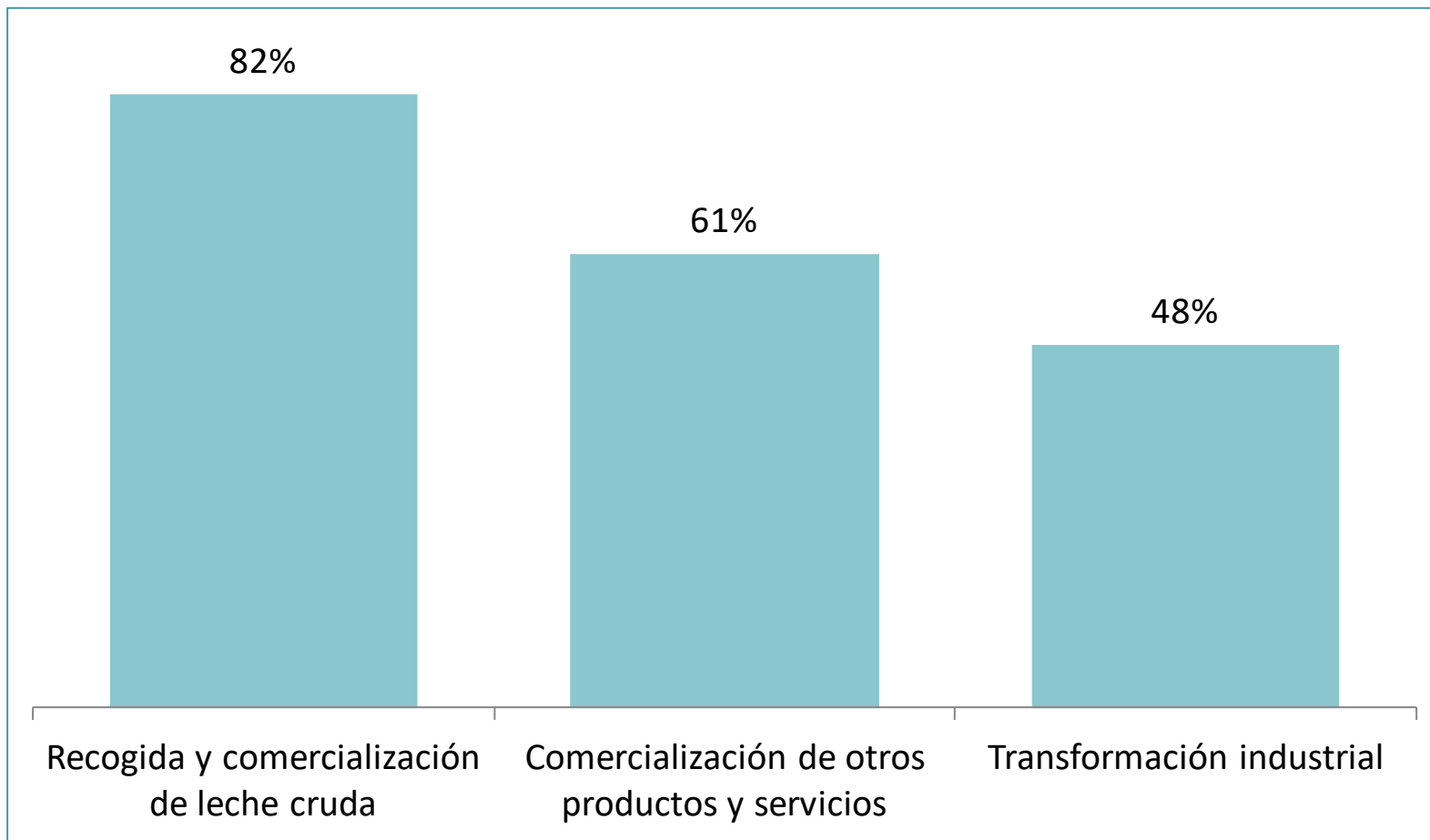
# Tipología de materia prima utilizada y/o comercializada



Respuestas recogidas: 32



# Tipología de actividad de la cooperativa



Respuestas recogidas: 33

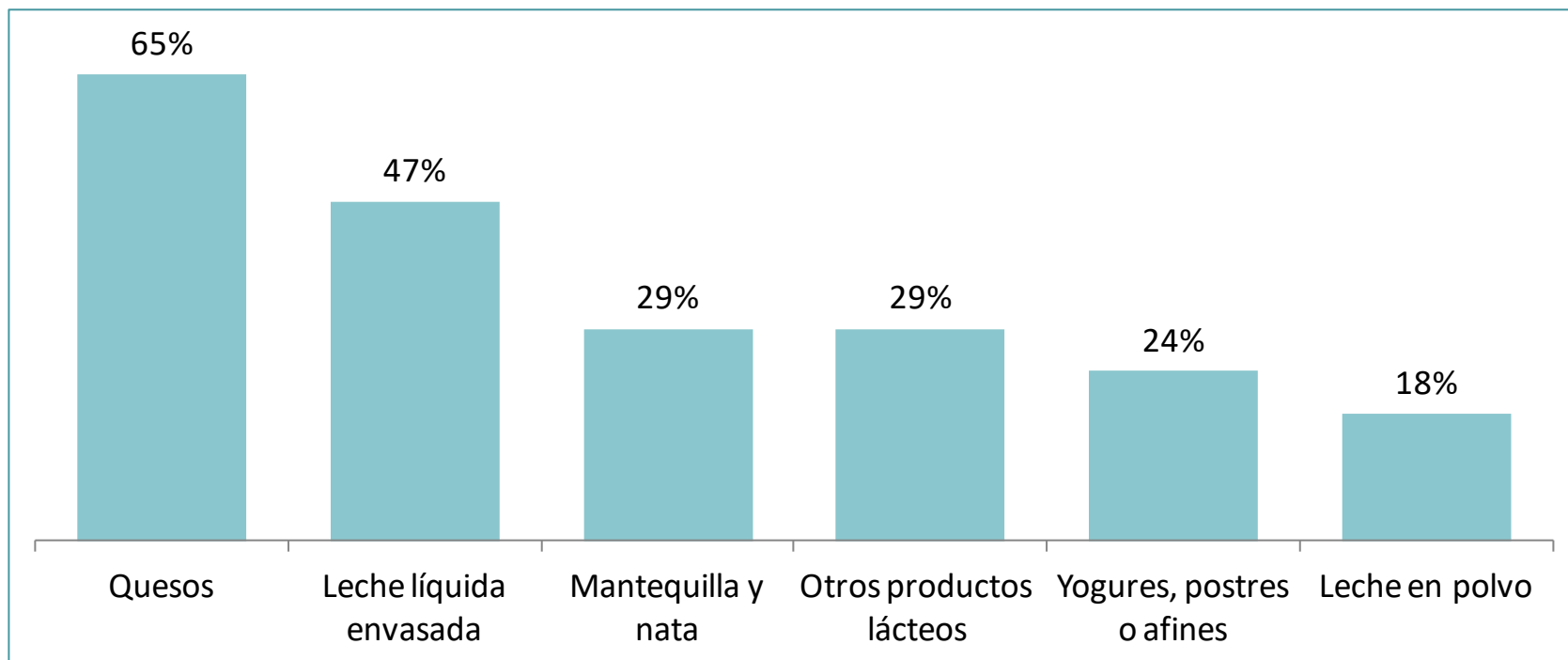


cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro



# En el caso de realizar actividades de transformación industrial ¿qué productos elabora o vende?



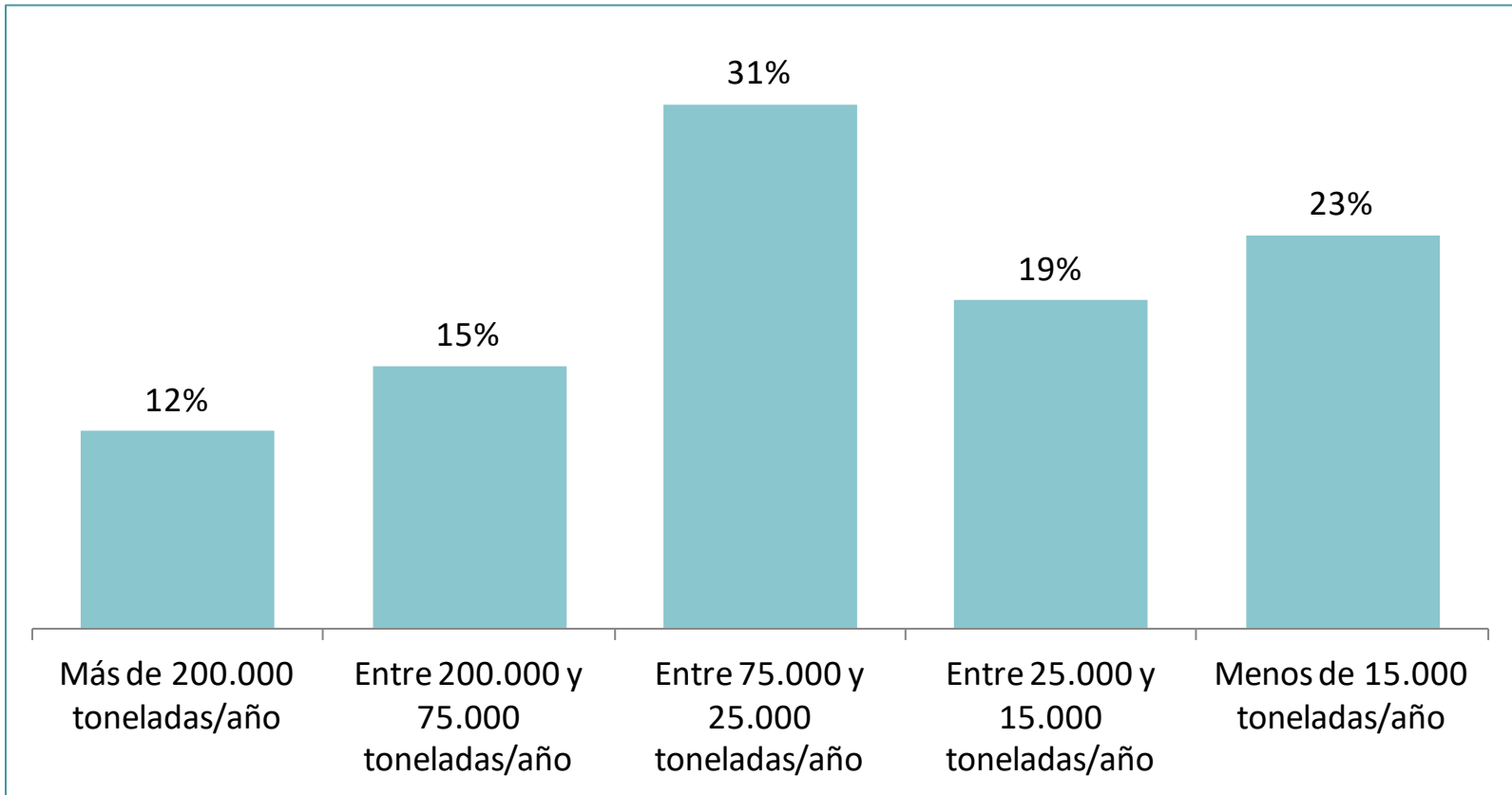
Respuestas recogidas: 17

## OTROS PRODUCTOS LÁTEOS INDICADOS

Cuajada lactica	Leche en polvo a maquila
Queso	Lactosa
Leches fermentadas	Requesón
<b>29%</b>	



# Volumen de leche cruda de **VACA** recogida anualmente a los socios de la cooperativa, en total (valor promedio de los 3 últimos años)



Respuestas recogidas: 26

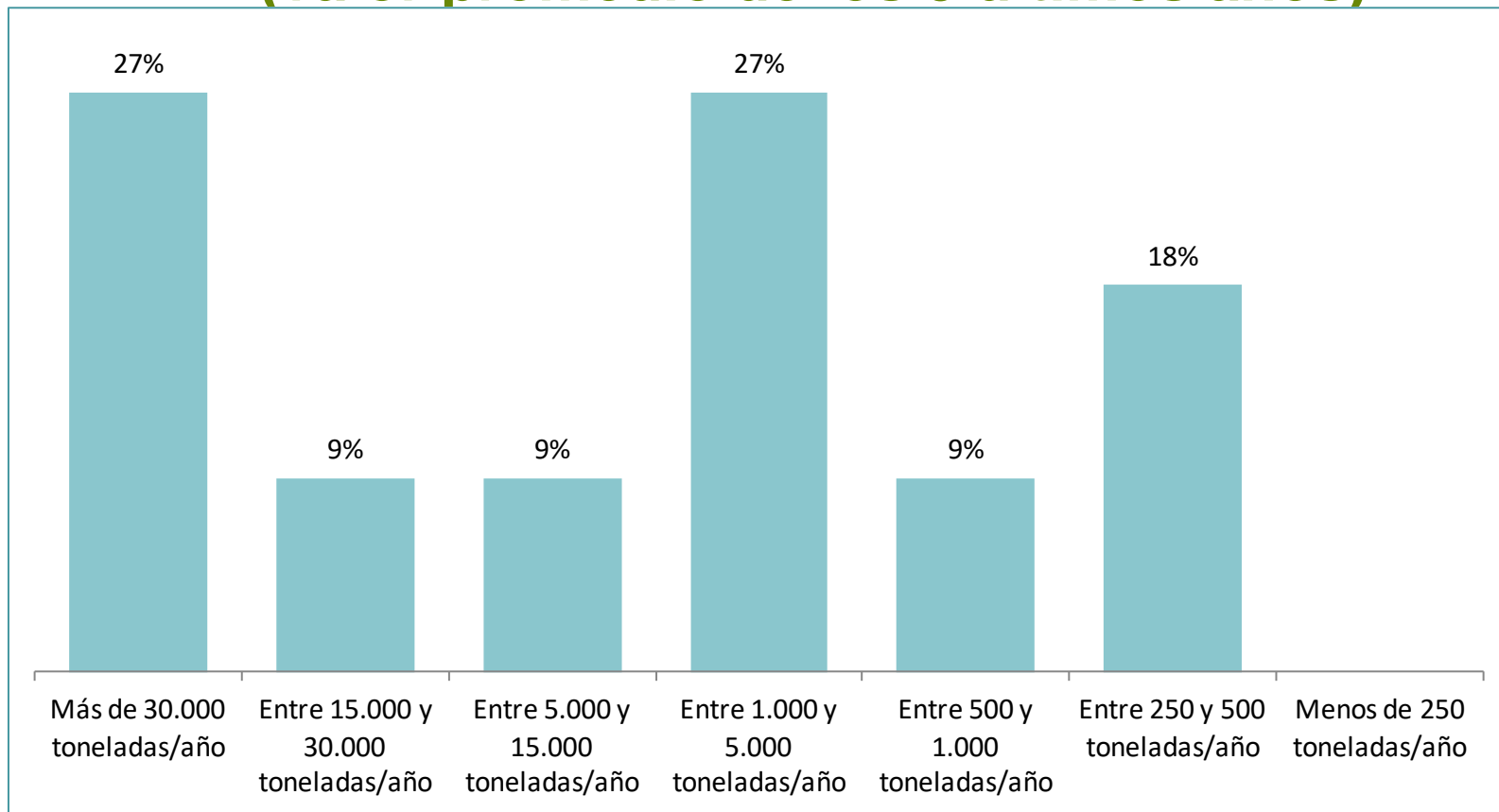


cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro



## Volumen de leche cruda de **OVEJA** recogida anualmente a los socios de la cooperativa, en total (valor promedio de los 3 últimos años)



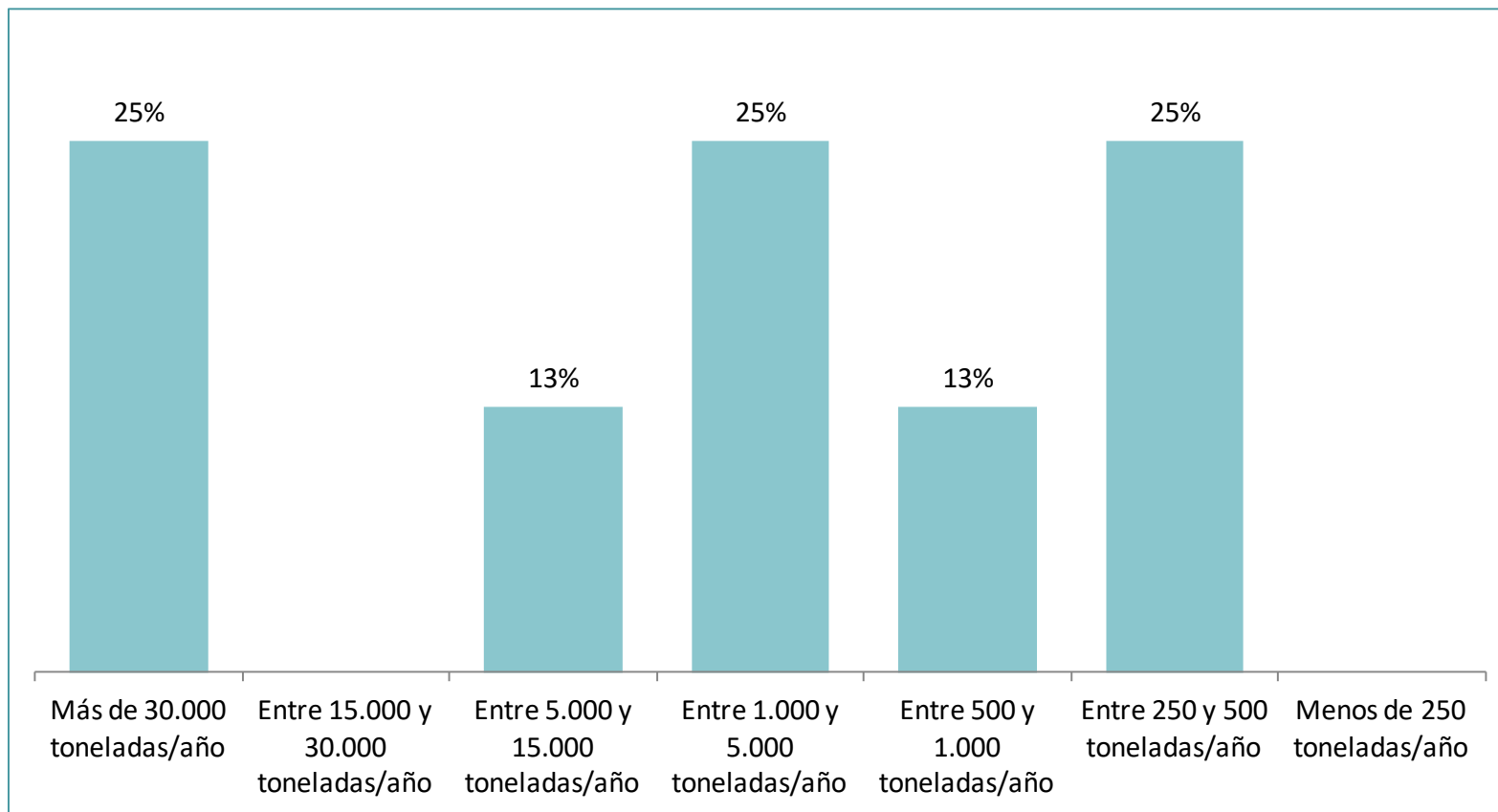
Respuestas recogidas: 11





# Volumen de leche cruda de **CABRA** recogida anualmente a los socios de la cooperativa, en total (valor promedio de los 3 últimos años)

14

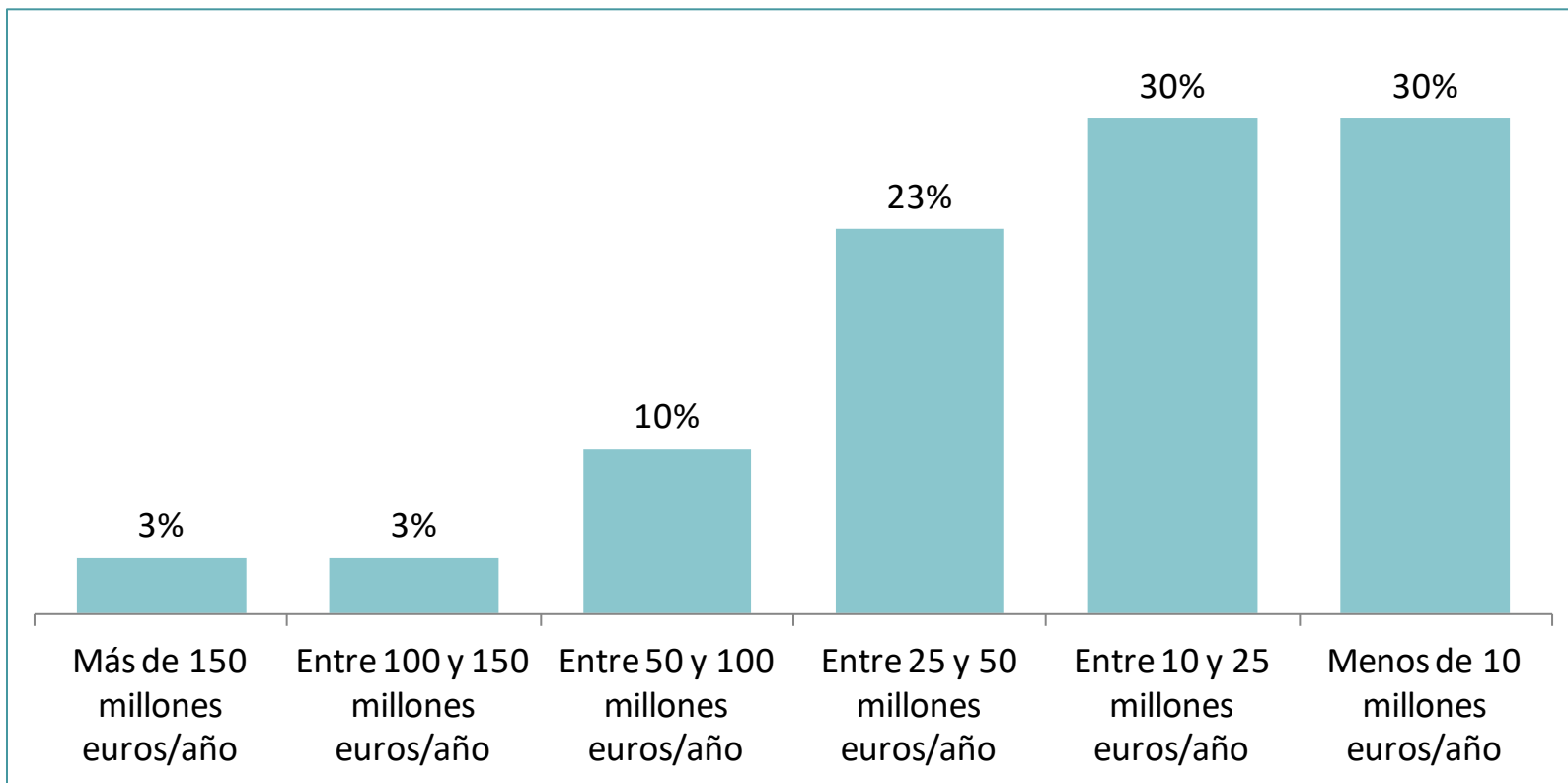


Respuestas recogidas: 8





## Facturación total anual de la cooperativa por venta de leche cruda y/o productos lácteos (valor promedio de los 3 últimos años)



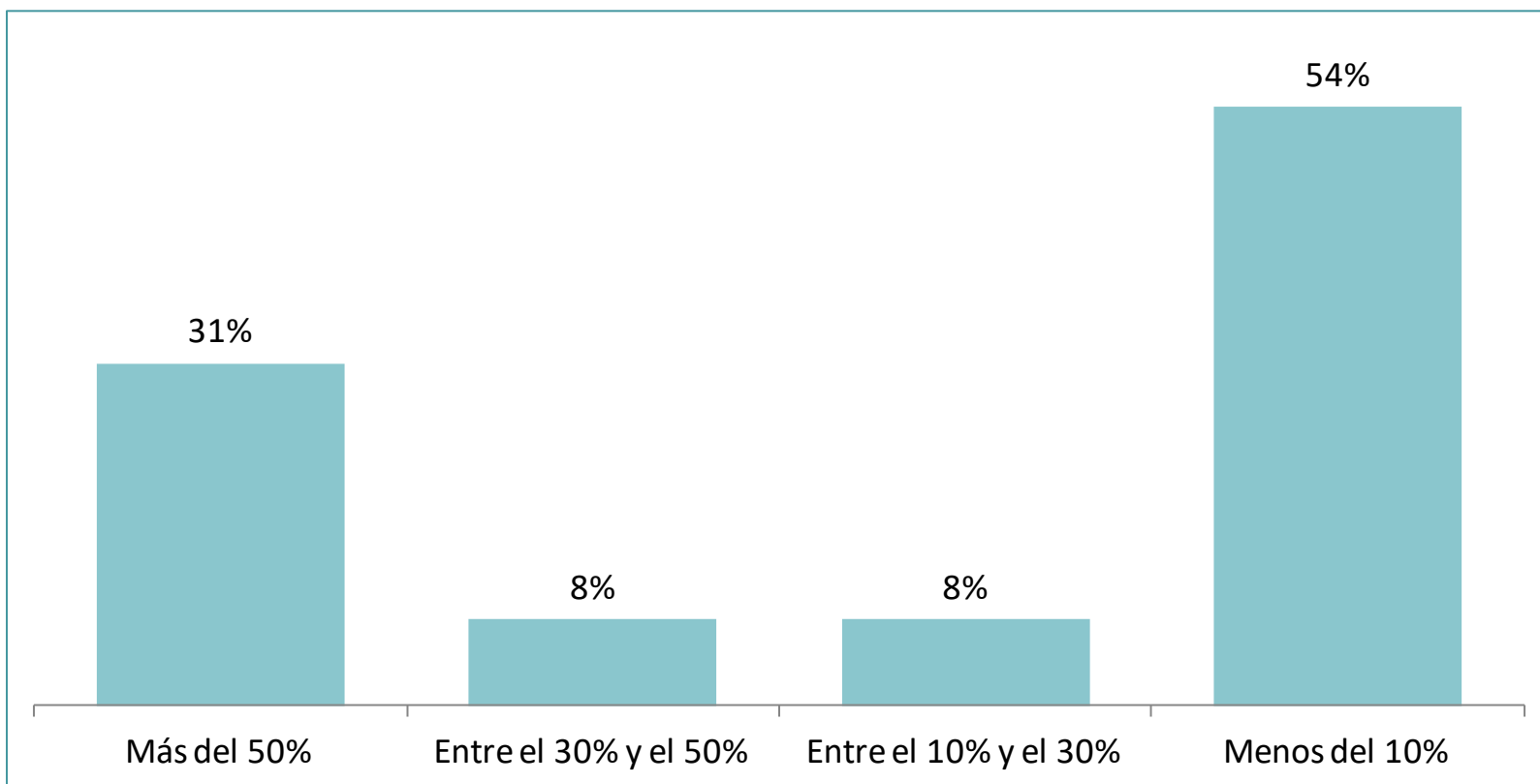
Respuestas recogidas: 30



cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro

En el caso de que transforme y comercialice elaborados lácteos ¿qué porcentaje representa sobre la facturación total? (% promedio de los 3 últimos años)

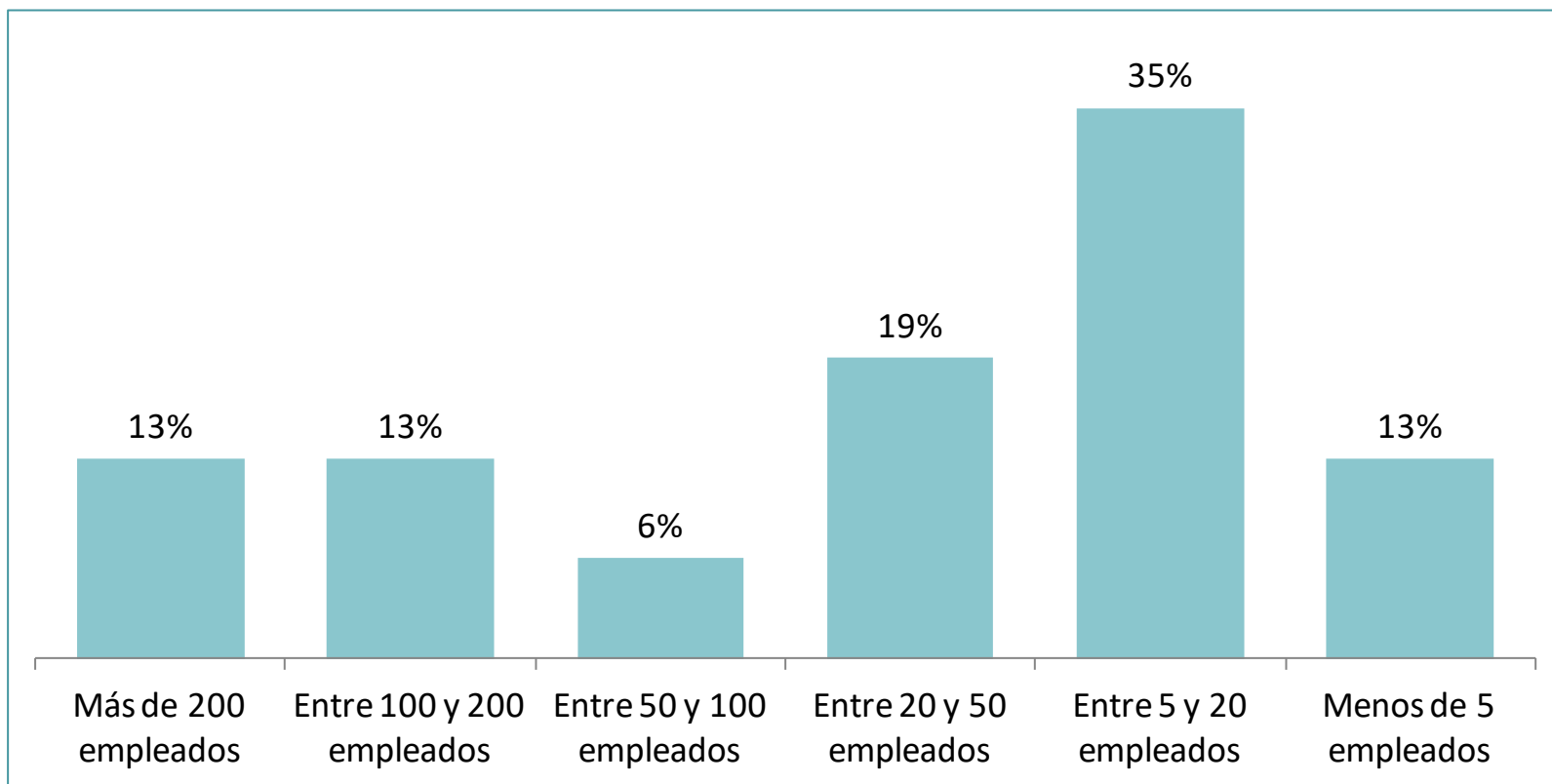


Respuestas recogidas: 13





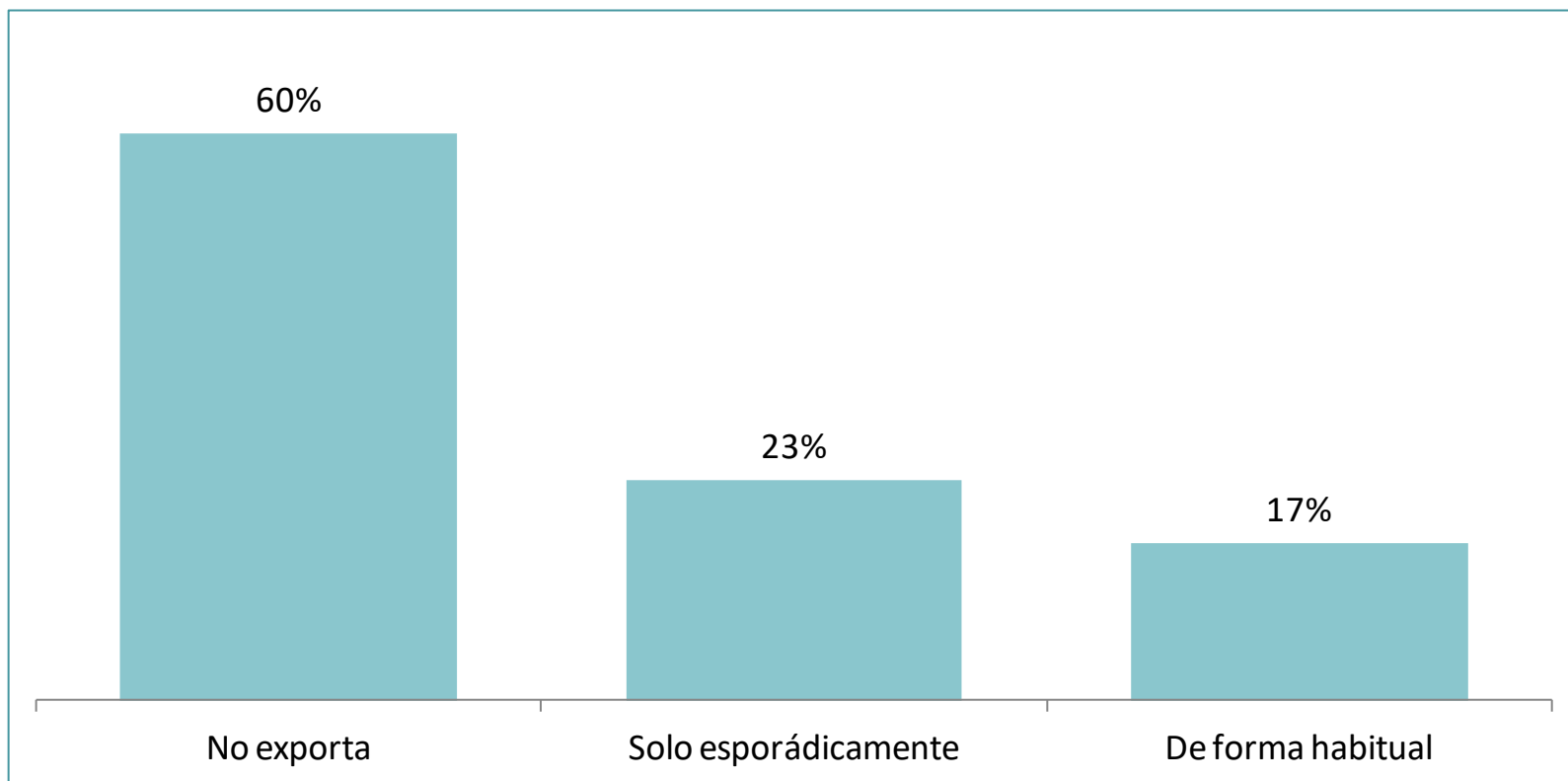
# Empleo total propio de la cooperativa (fijos más eventuales equivalentes a fijos)



Respuestas recogidas: 31



# ¿Realiza la cooperativa exportaciones de leche cruda y/o productos lácteos?



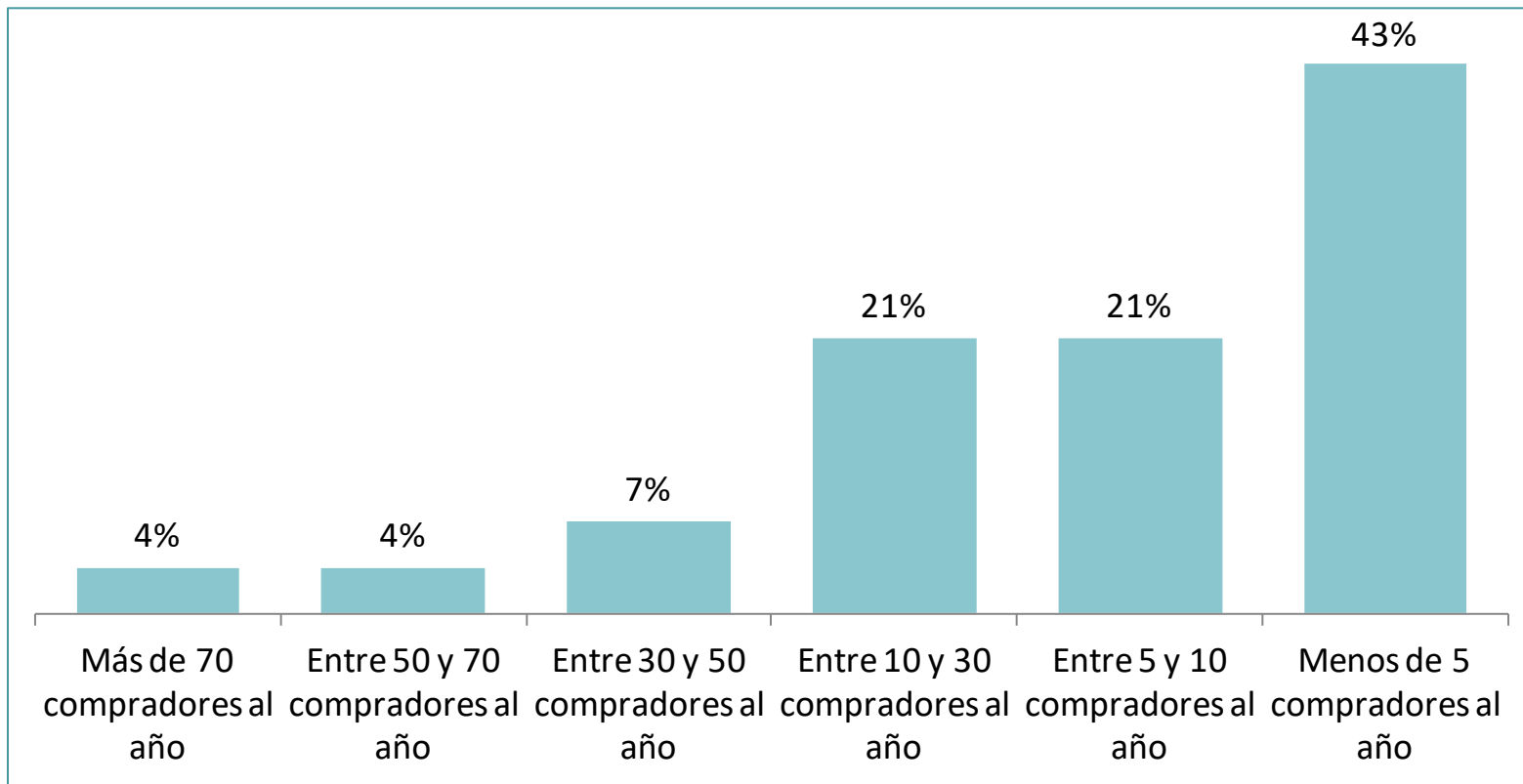
Respuestas recogidas: 30



cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro

## Cartera de clientes compradores de leche cruda de la cooperativa en el mercado interior (valor promedio de los 3 últimos años)



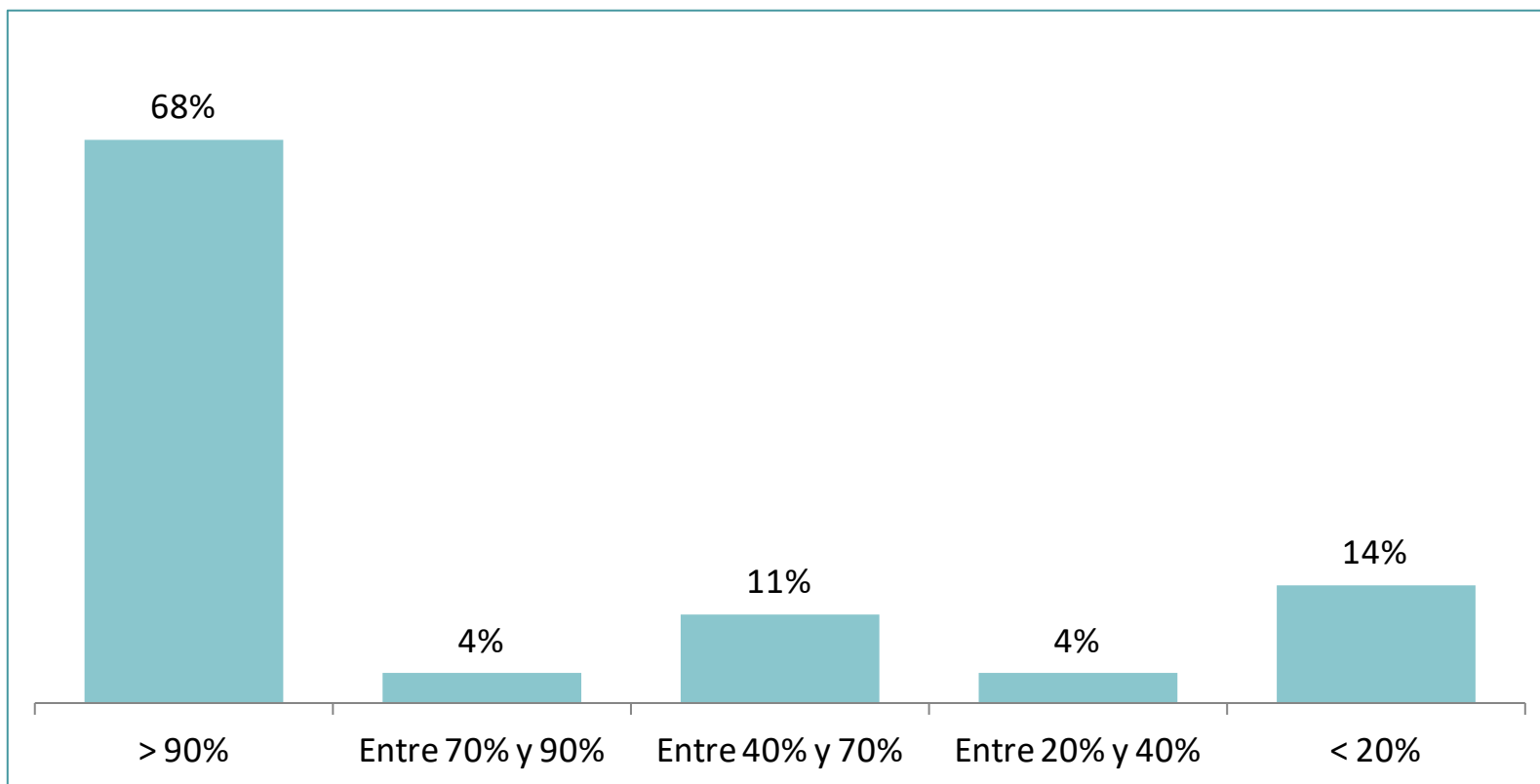
Respuestas recogidas: 28



cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro

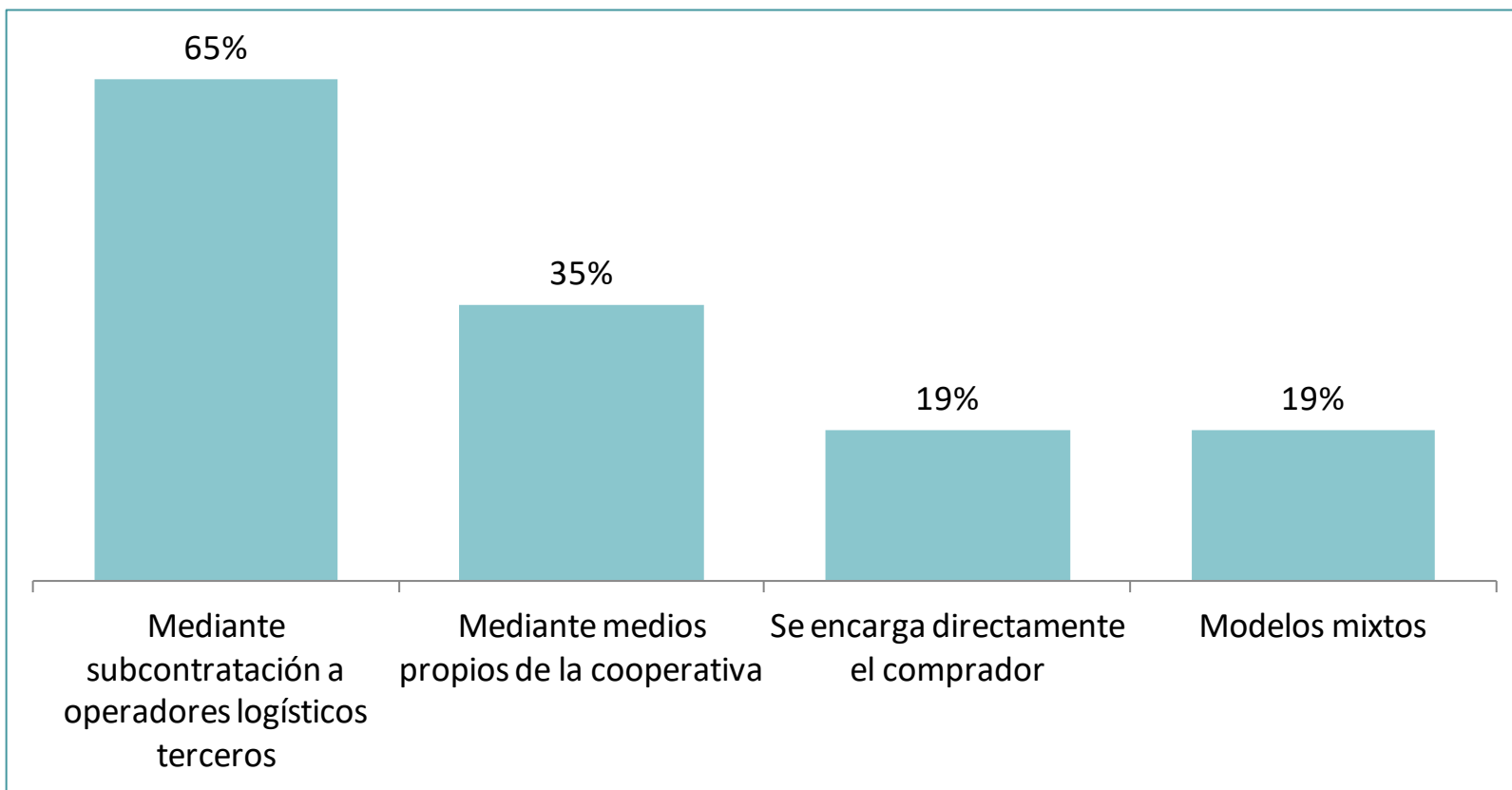
¿Qué porcentaje, en número, del total de clientes compradores de leche cruda de la cooperativa corresponde a industrias transformadoras?  
(% sobre nº total de clientes)  
(valor promedio de los 3 últimos años)



Respuestas recogidas: 28



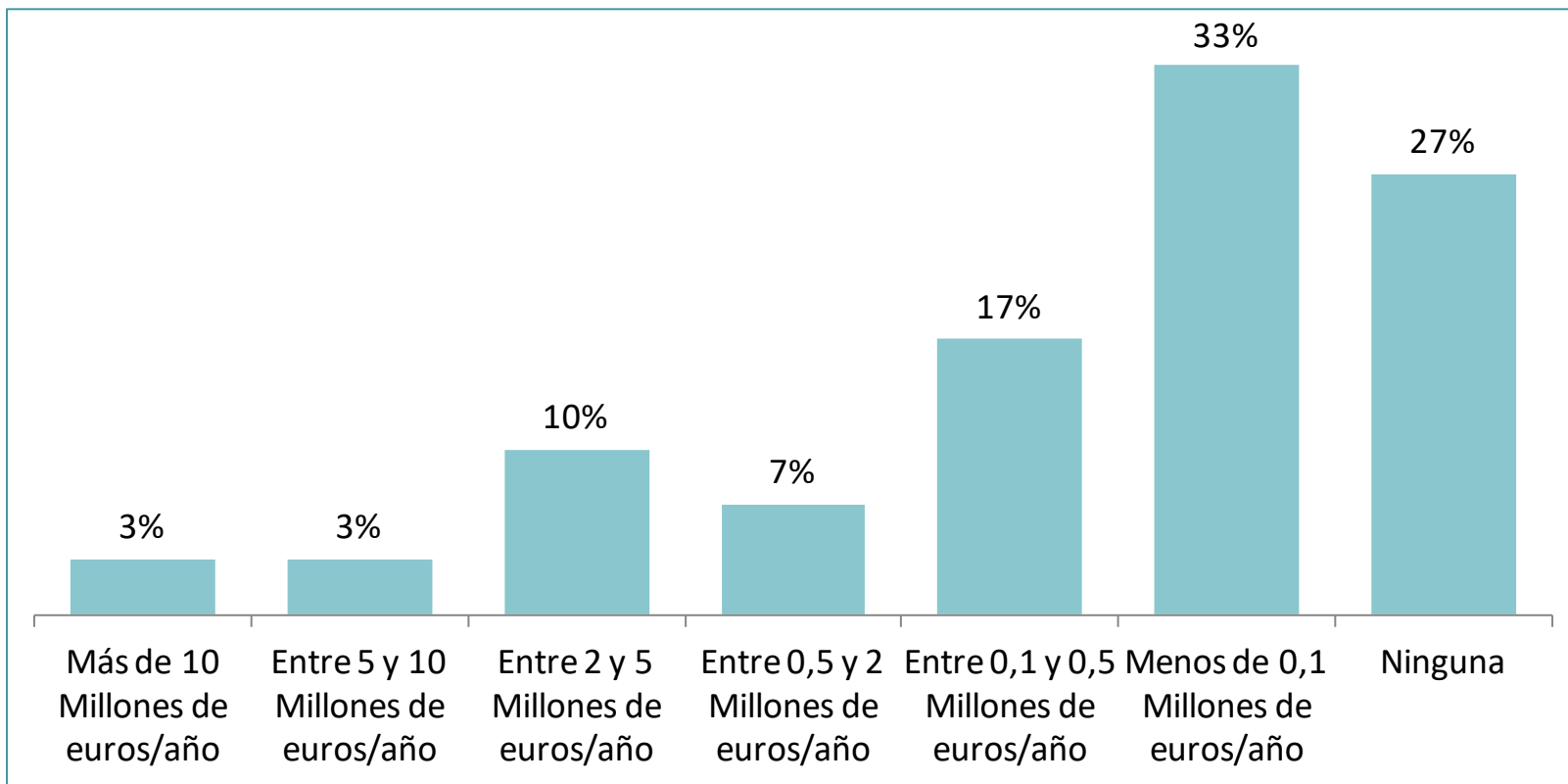
# ¿Cómo se realiza la recogida de leche cruda a los socios de la cooperativa?



Respuestas recogidas: 31



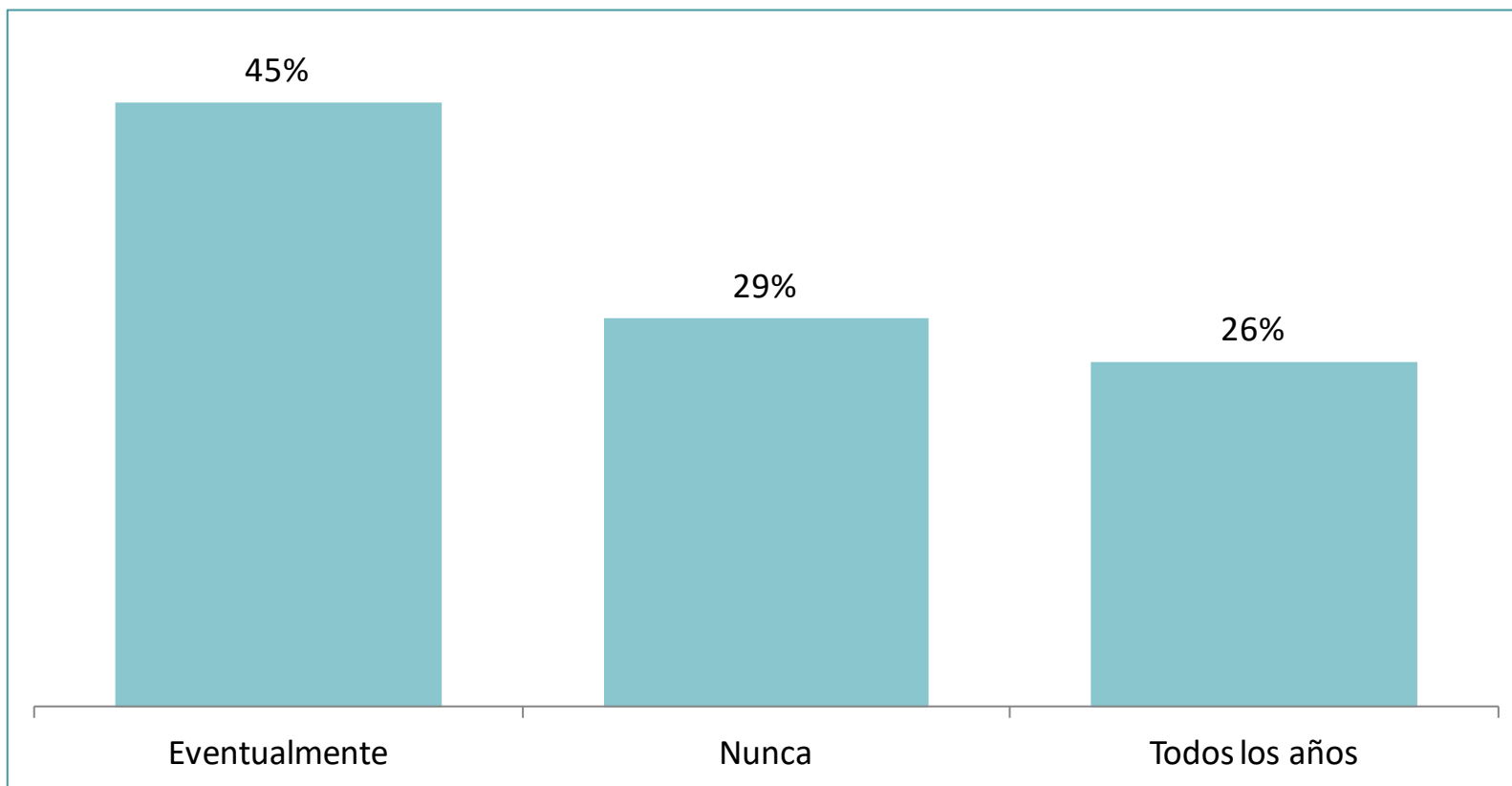
## Inversiones anuales en activos lácteos de la cooperativa (valor promedio de los 3 últimos años)



Respuestas recogidas: 30



# ¿Realiza la cooperativa inversiones en I+D+I?



Respuestas recogidas: 31





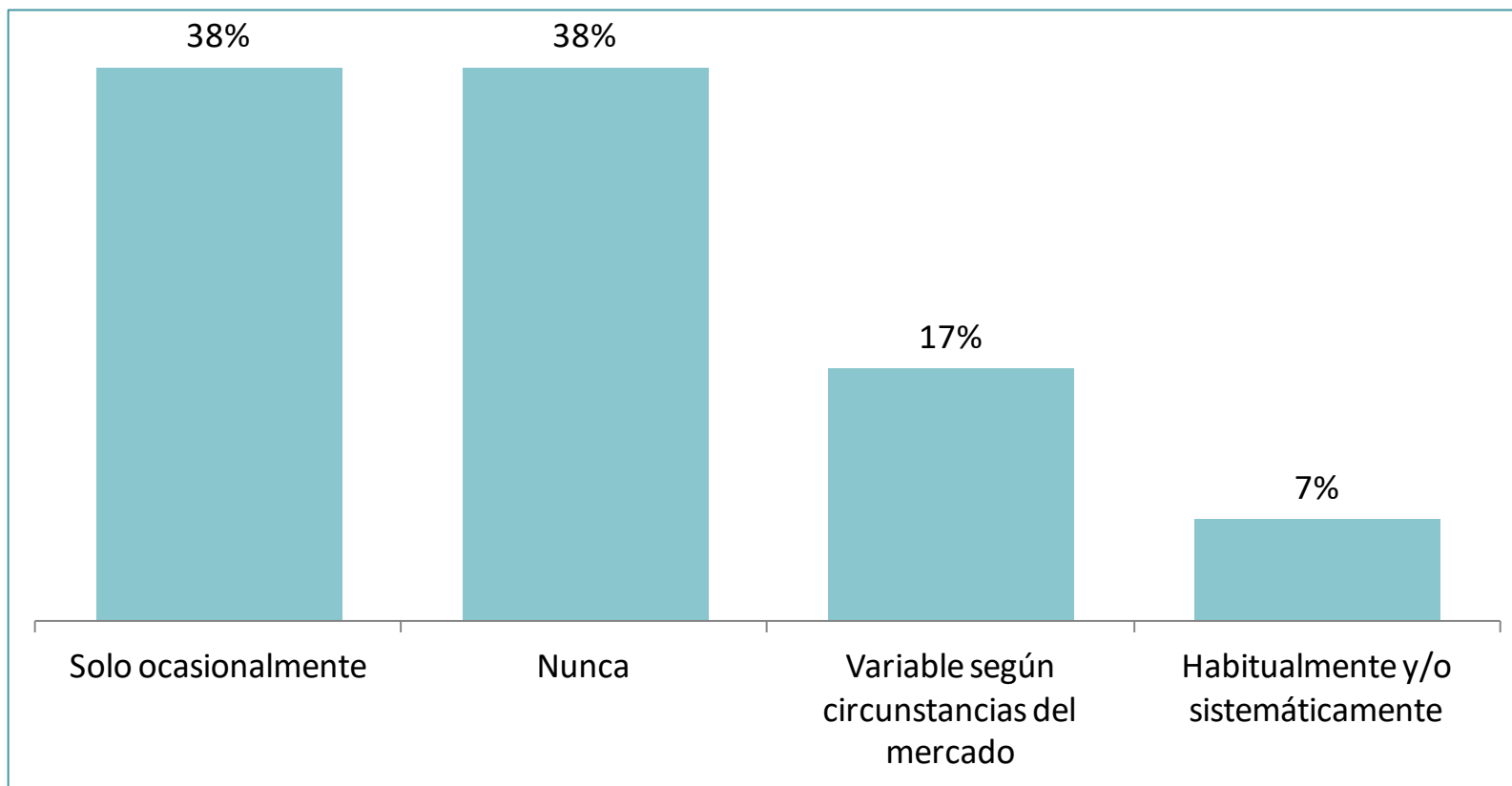
## Definición de leche spot

- > Se está de acuerdo en **definir las “operaciones de compra-venta spot de leche”** como aquéllas que se realizan fuera de contrato normalizado o regulado; que resultan de un acuerdo puntual de compra-venta no previsto ni programado en la actividad normal del vendedor/comprador; que surgen en un momento concreto en el que es preciso dar solución urgente a una situación de excedente/déficit no suficientemente prevista, acotada y programada por el vendedor/comprador; y que se llevan a cabo aplicando precios que unilateralmente fija una de las partes; precios que por lo general son inferiores/superiores a los referenciados por el FEGA/INLAC, según se trate de vender para liberar excedentes, o de comprar para cubrir déficits.
- > Pueden haber **“operaciones de compra-venta spot de leche”**, con precios por debajo o por encima de los normales de mercado o contrato y que se realizan ante situaciones o circunstancias de excedentes/déficits.
- > Se realizan “operaciones de compra-venta spot de leche” **tanto en vaca, como en oveja, como en cabra.**





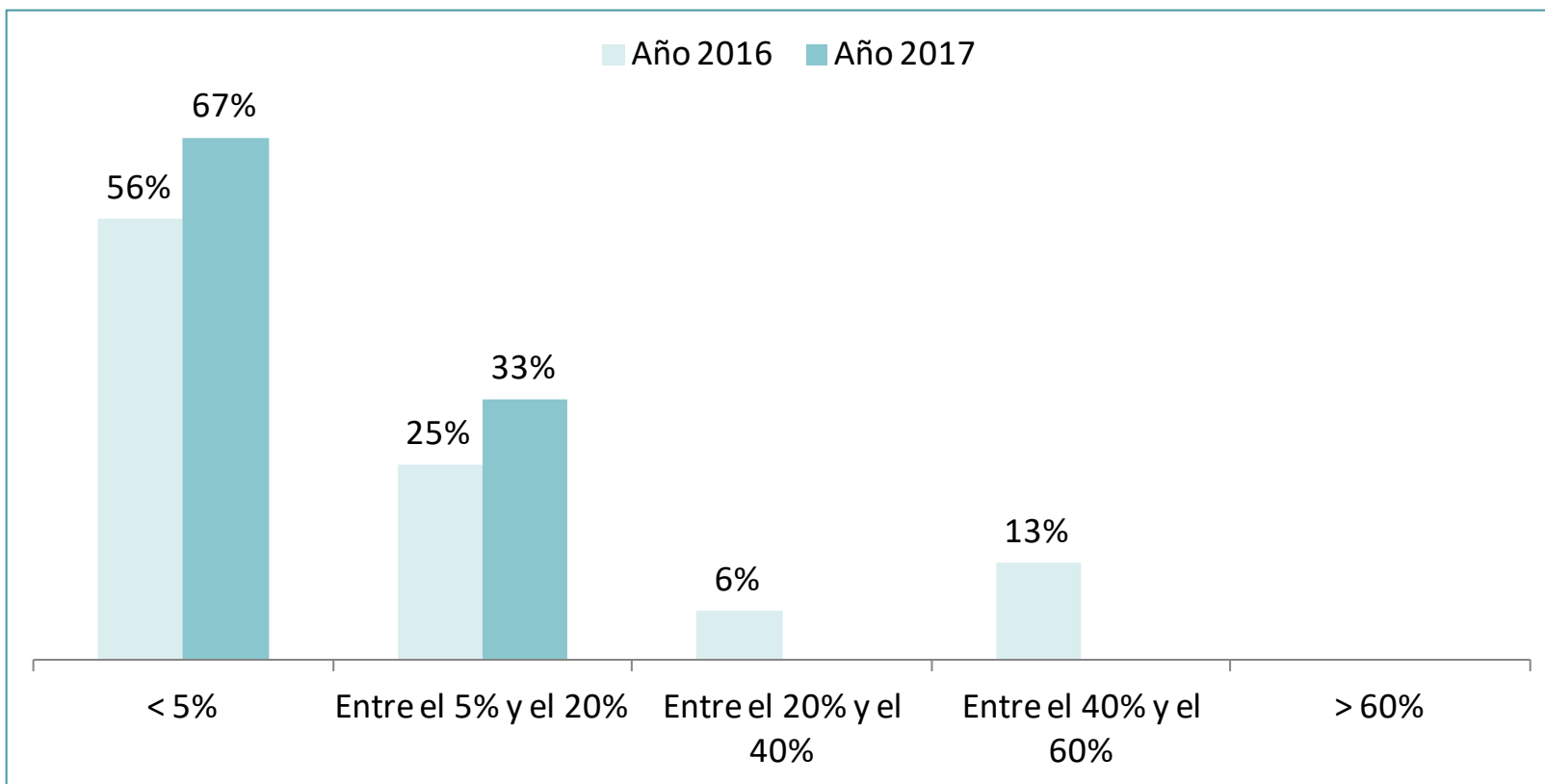
# ¿Realiza la cooperativa ventas spot de leche cruda?



Respuestas recogidas: 29



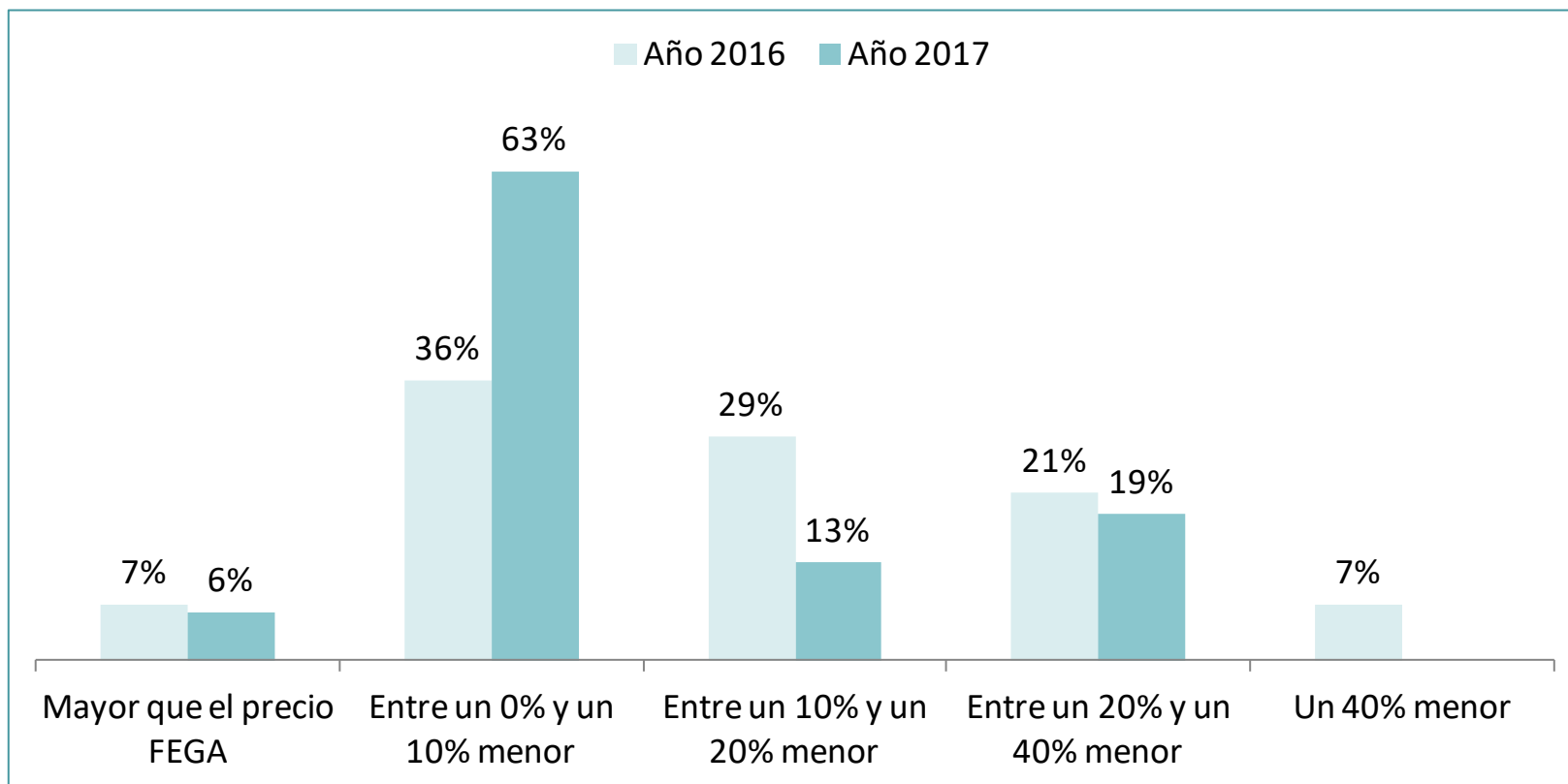
En el caso de que hayan realizado ventas spot ¿qué porcentaje han representado, en los años 2016 y 2017, respecto al total de leche comercializada por la cooperativa en cada uno de dichos años?



Respuestas recogidas: Año 2016 = 16; Año 2017 = 18



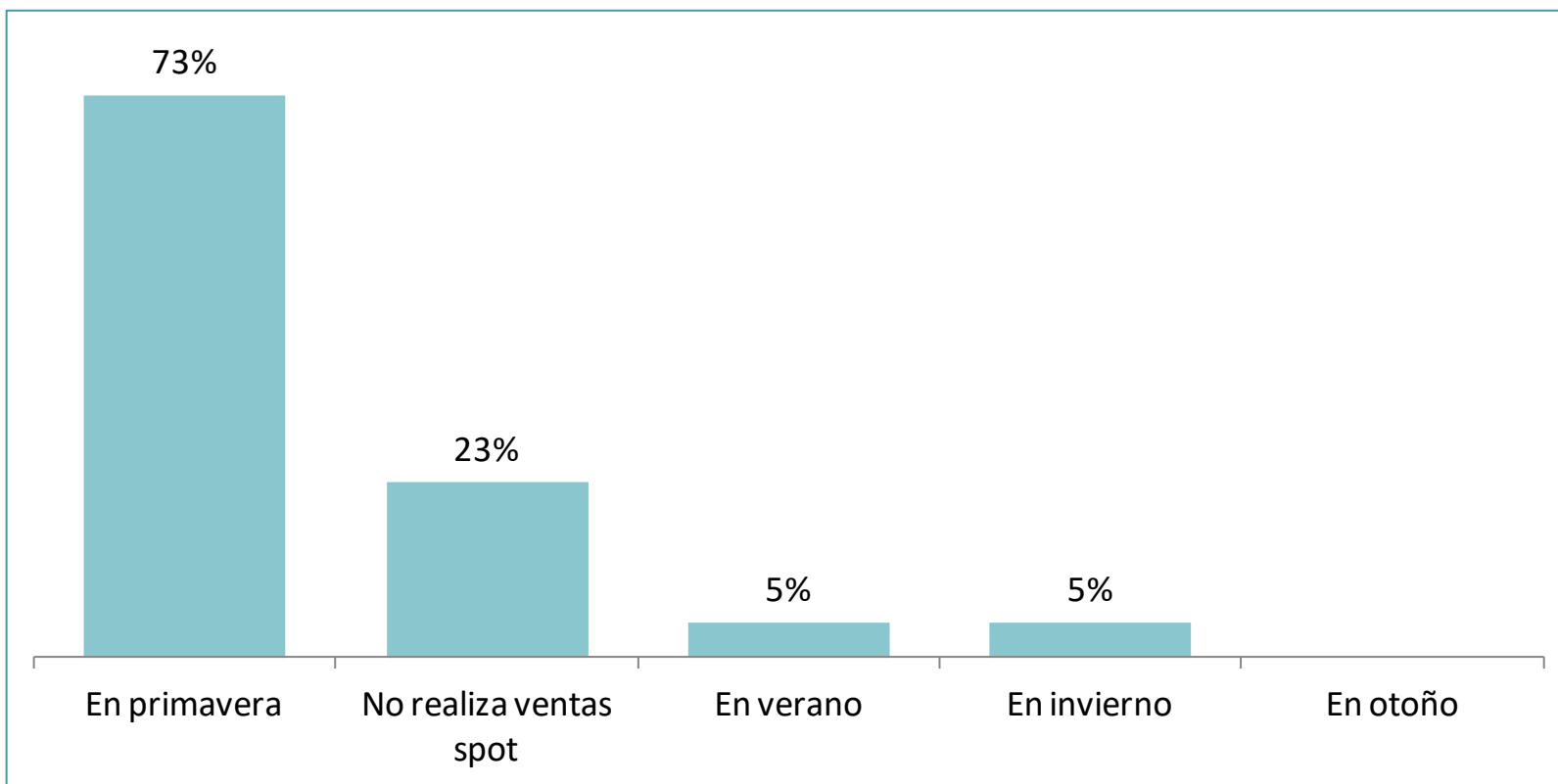
En el caso de que hayan realizado ventas spot ¿cuál ha sido el precio promedio pagado por éstas, en comparación con el precio promedio FEGA, en los años 2016 y 2017?



Respuestas recogidas: Año 2016 = 14; Año 2017 = 16



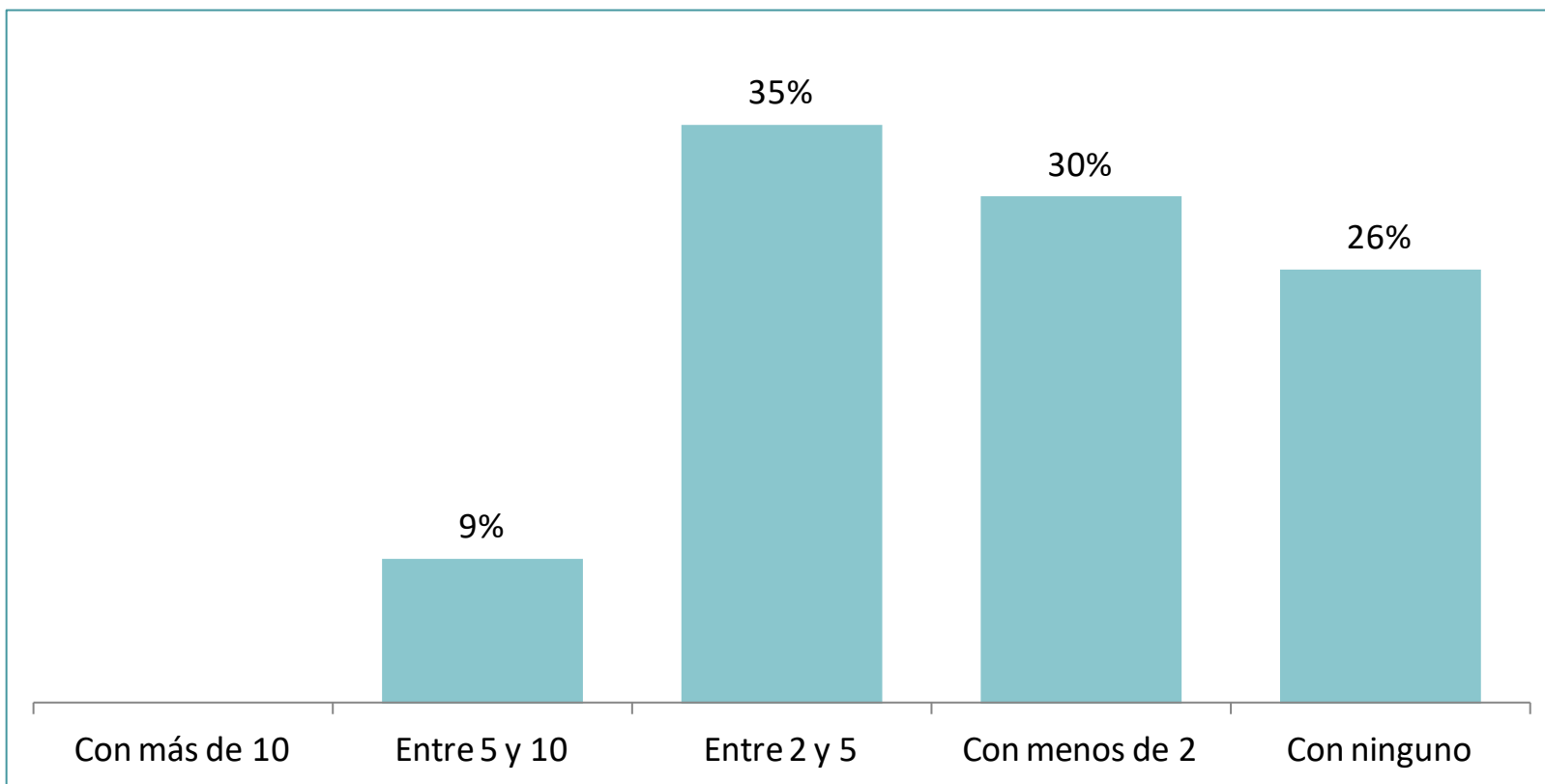
# ¿En qué época son más abundantes las ventas spot de la cooperativa?



Respuestas recogidas: 22



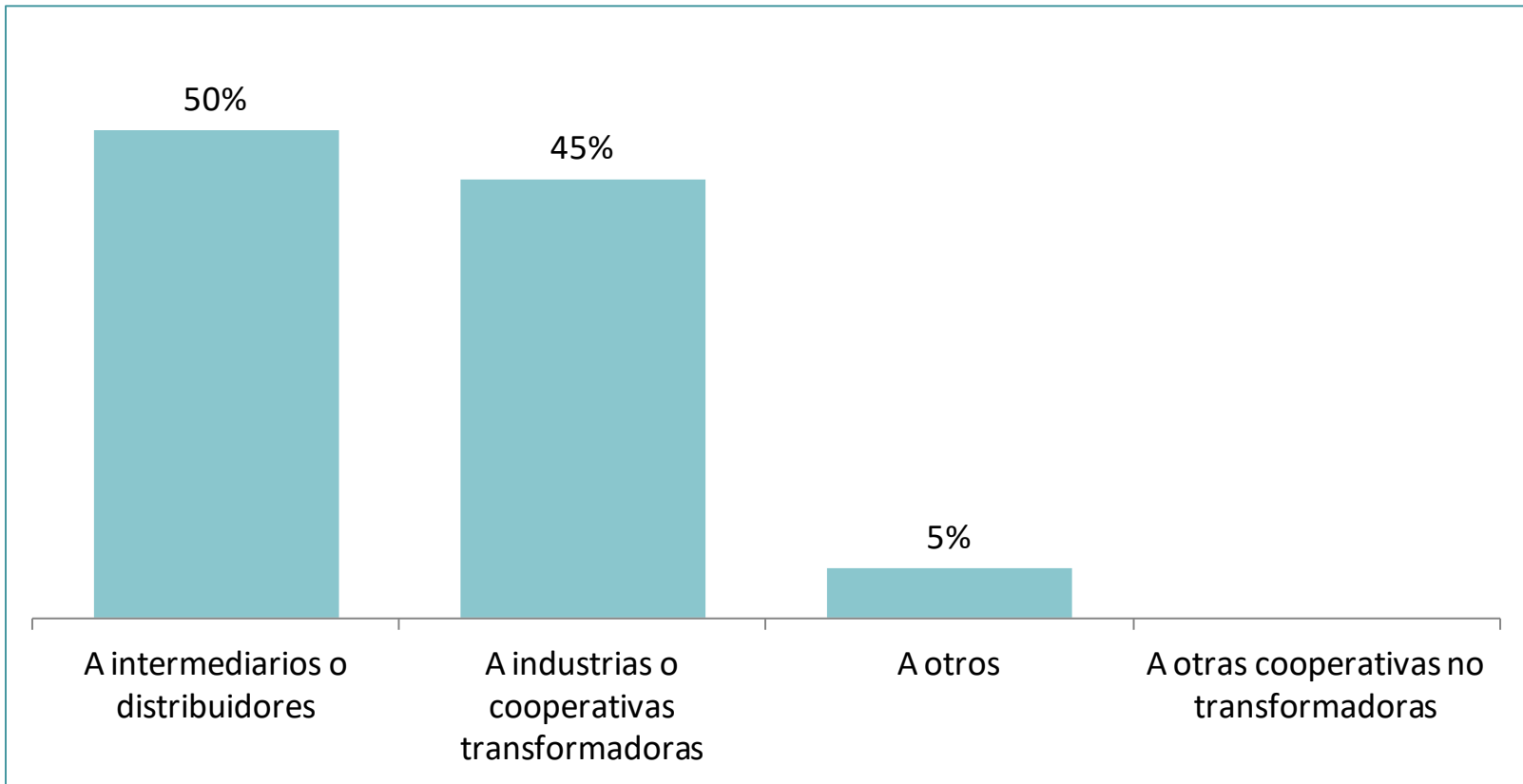
## ¿Con cuántos operadores intermediarios dedicados a la comercialización de leche cruda bajo el formato de “cisterna spot” opera la cooperativa a lo largo del año?



Respuestas recogidas: 23



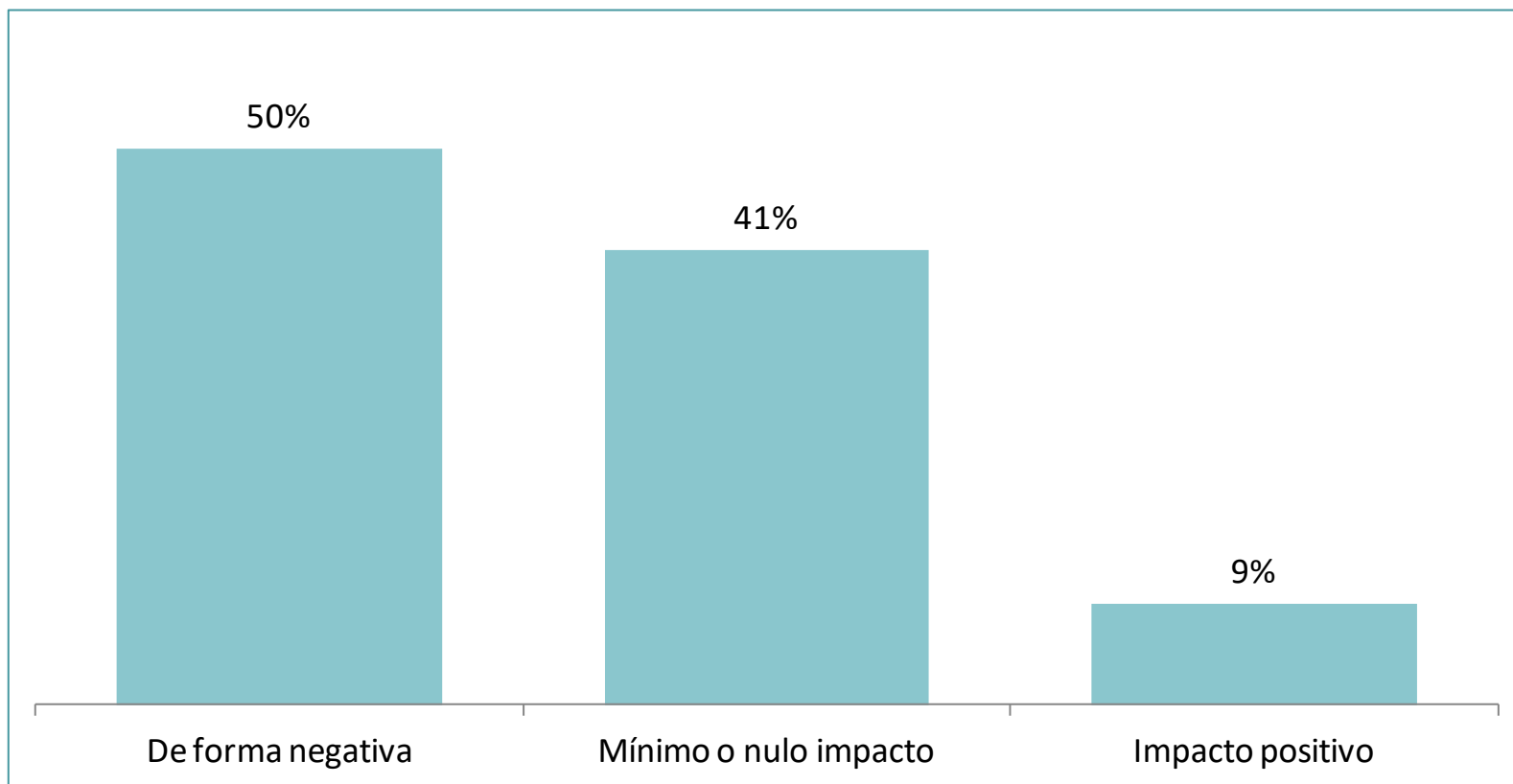
# ¿A qué tipos de compradores vende leche cruda bajo el formato de “cisternas spot”?



Respuestas recogidas: 20



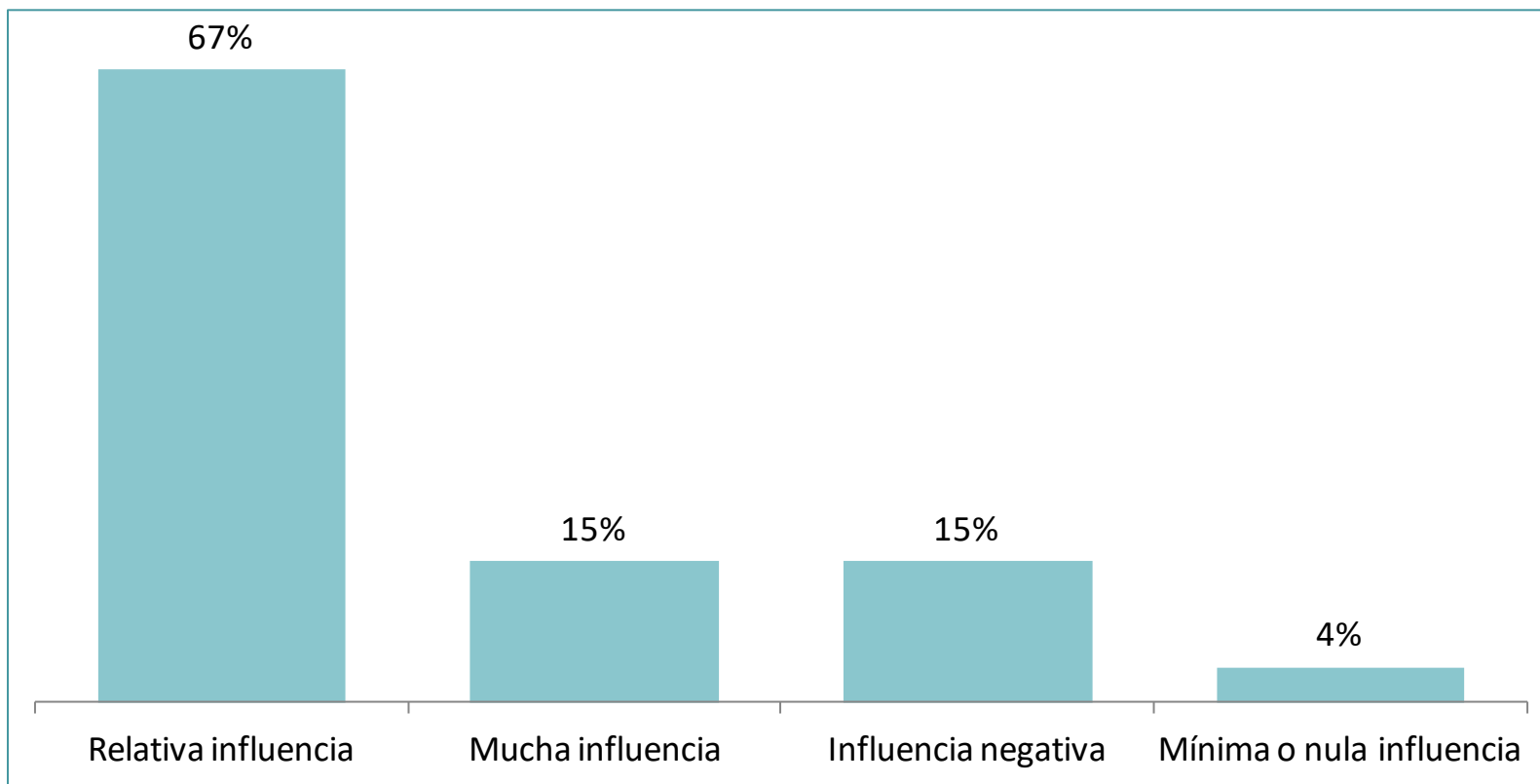
# ¿Cómo impactan las ventas spot en la capacidad de programación de la producción de la cooperativa y de planificación de las actividades de ésta?



Respuestas recogidas: 22



¿Considera que la existencia de circuitos de compraventa spot de leche cruda puede influir en las posibilidades de crecimiento y expansión de la producción de leche cruda en España?



Respuestas recogidas: 27

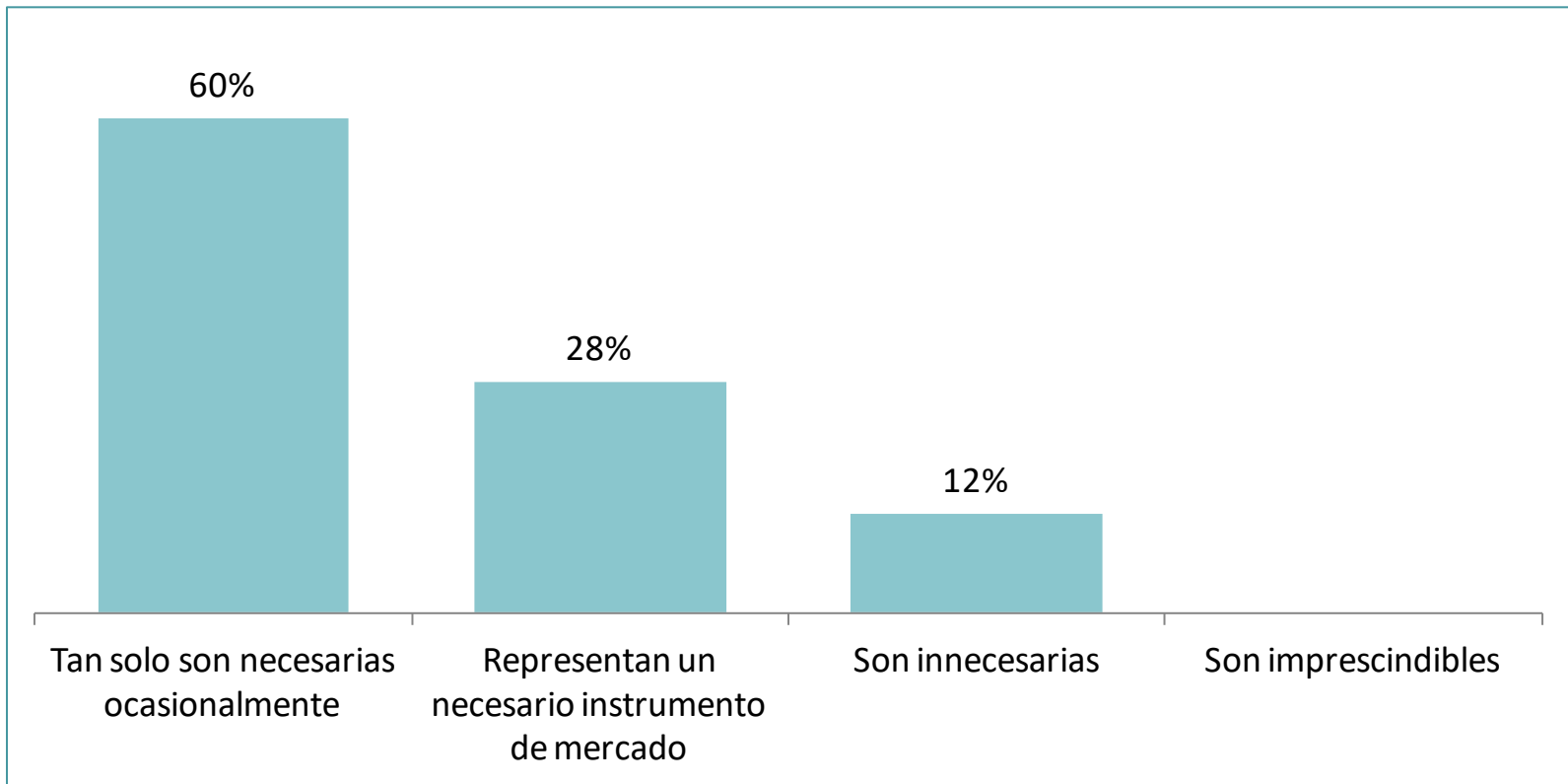


cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro



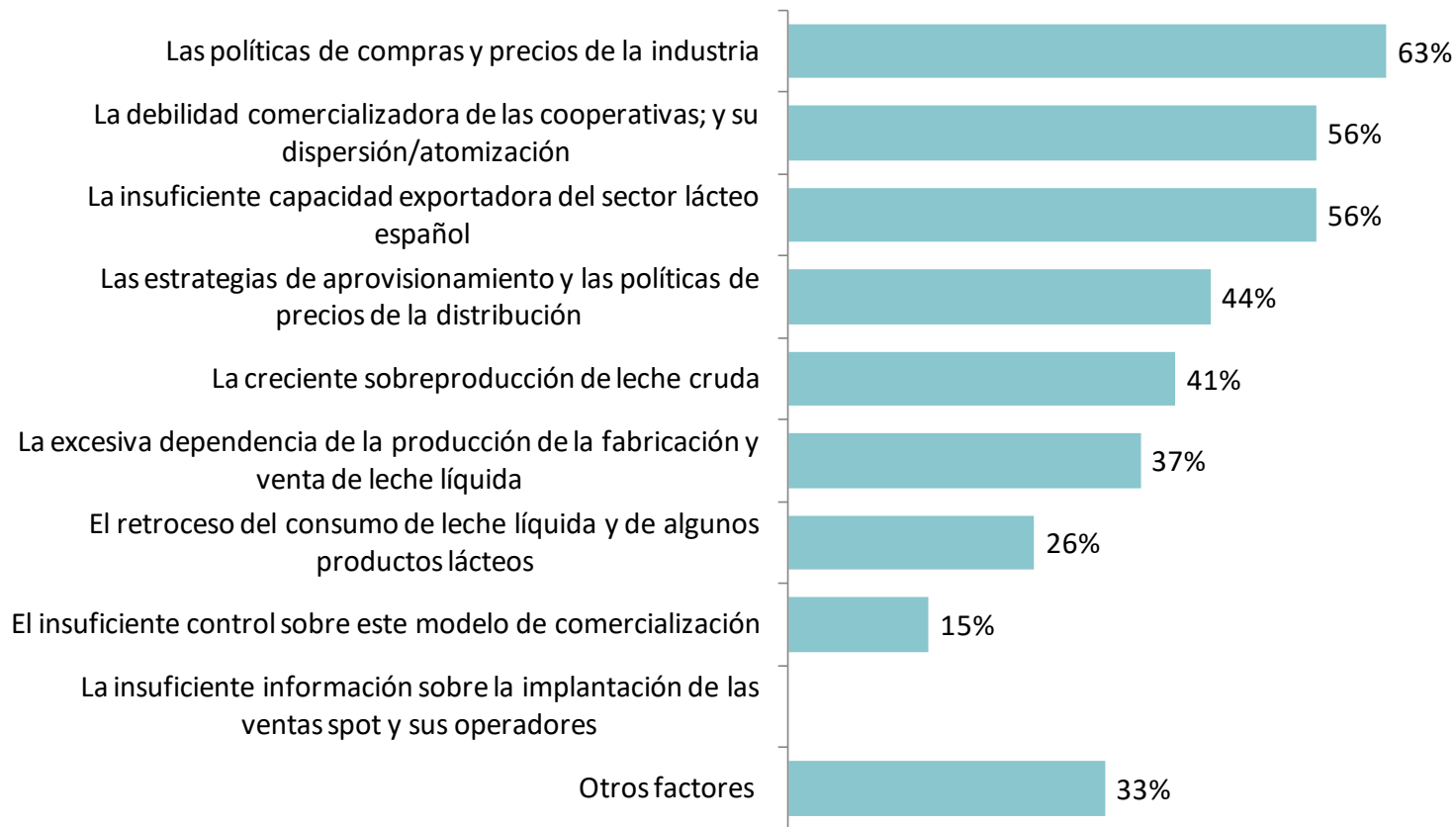
## ¿Cómo valora la necesidad de las ventas spot para el buen funcionamiento del sector y el equilibrio de la cadena sectorial?



Respuestas recogidas: 25



## ¿Qué factores o actuaciones son los que más favorecen o impulsan las ventas spot? (1)



Respuestas recogidas: 27



cooperativas  
agro-alimentarias

>somos futuro

## ¿Qué factores o actuaciones son los que más favorecen o impulsan las ventas spot? (2)

### OTROS FACTORES INDICADOS

El aumento estacional de la producción y los excedentes puntuales de la industria láctea que saturan el mercado, ocupan clientes por intercambios y corporativismo y fuerzan a venta spot a las cooperativas

Desequilibrio oferta-demanda

La estacionalidad primaveral

La estacionalidad de la producción

La estacionalidad productiva desacompenada con el consumo

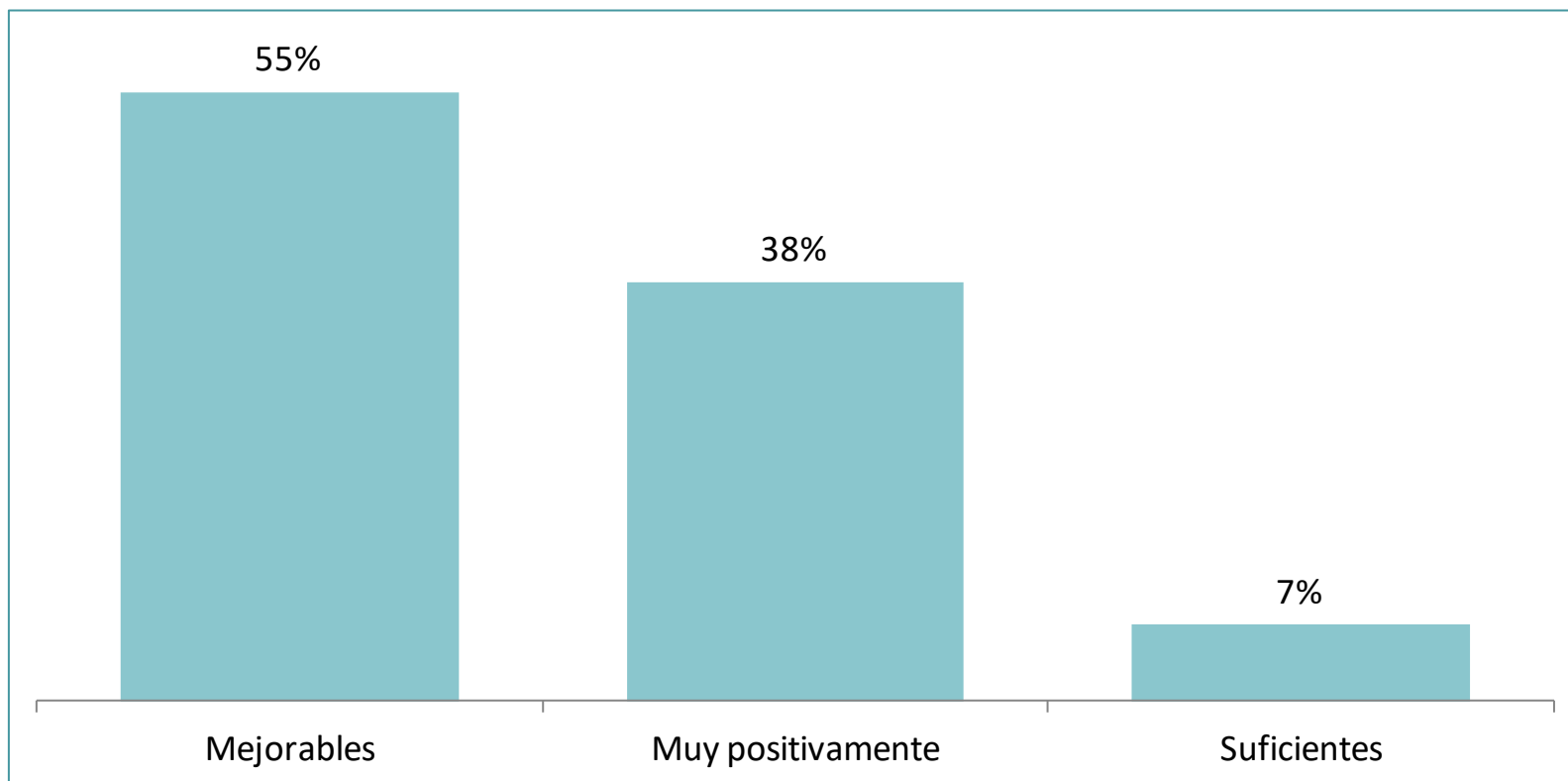
La carencia de modelos predictivos de la demanda

la falta de capacidad industrial dirigida a productos de valor del mercado español.

**33%**



## ¿Cómo valora, en general, las relaciones de comunicación entre la cooperativa y sus socios ganaderos?



Respuestas recogidas: 29



## ¿En qué aspectos considera que deberían potenciarse las relaciones entre la cooperativa y sus socios?



Respuestas recogidas: 27

### OTROS ASPECTOS INDICADOS

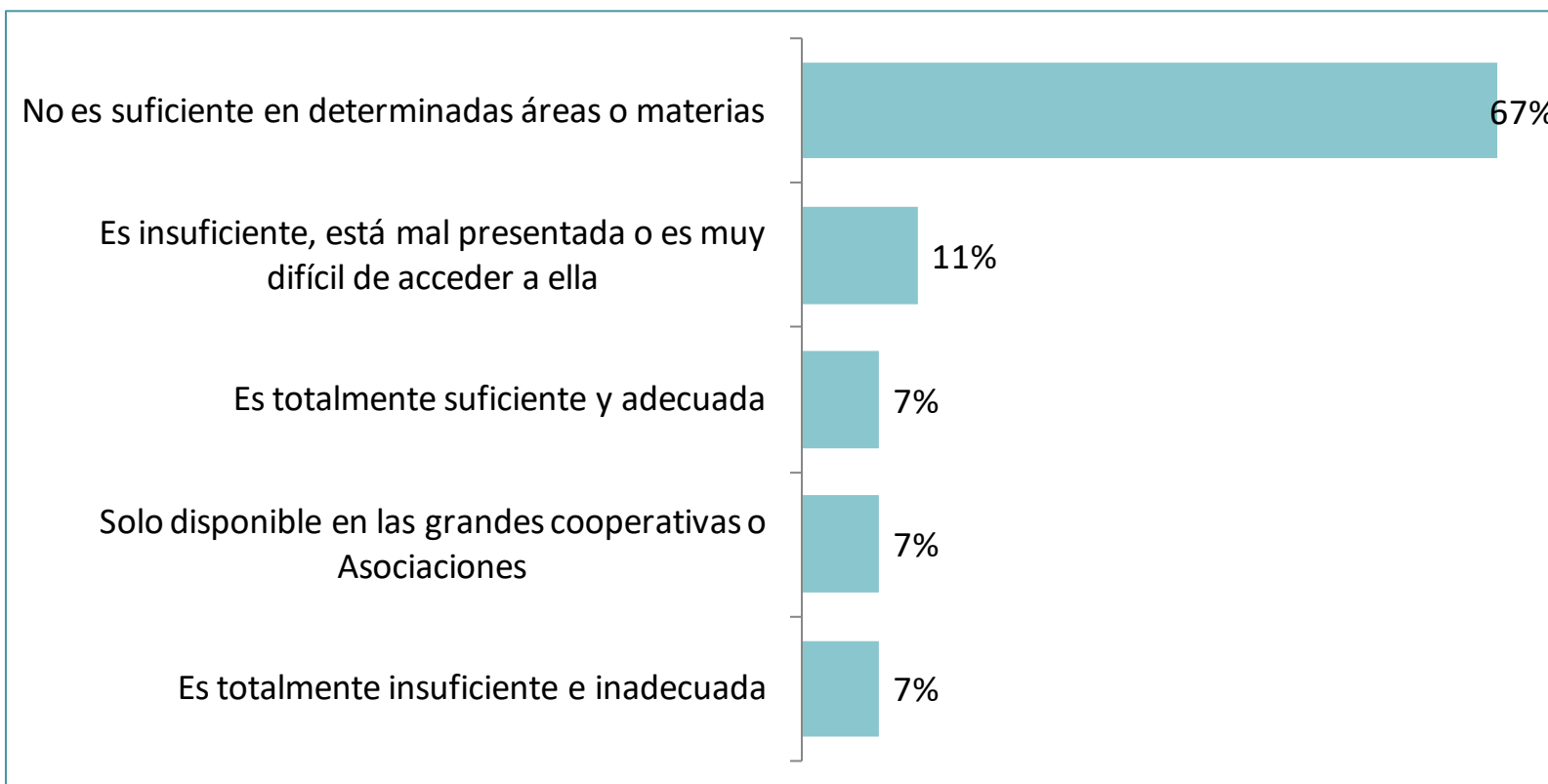
Anticipar evolución del precio y la previsión de ingresos del ganadero para que tomen decisiones en base a los resultados que esperan tener

Actividades integradas comunes (agricultura, gestión medioambiental)

7%



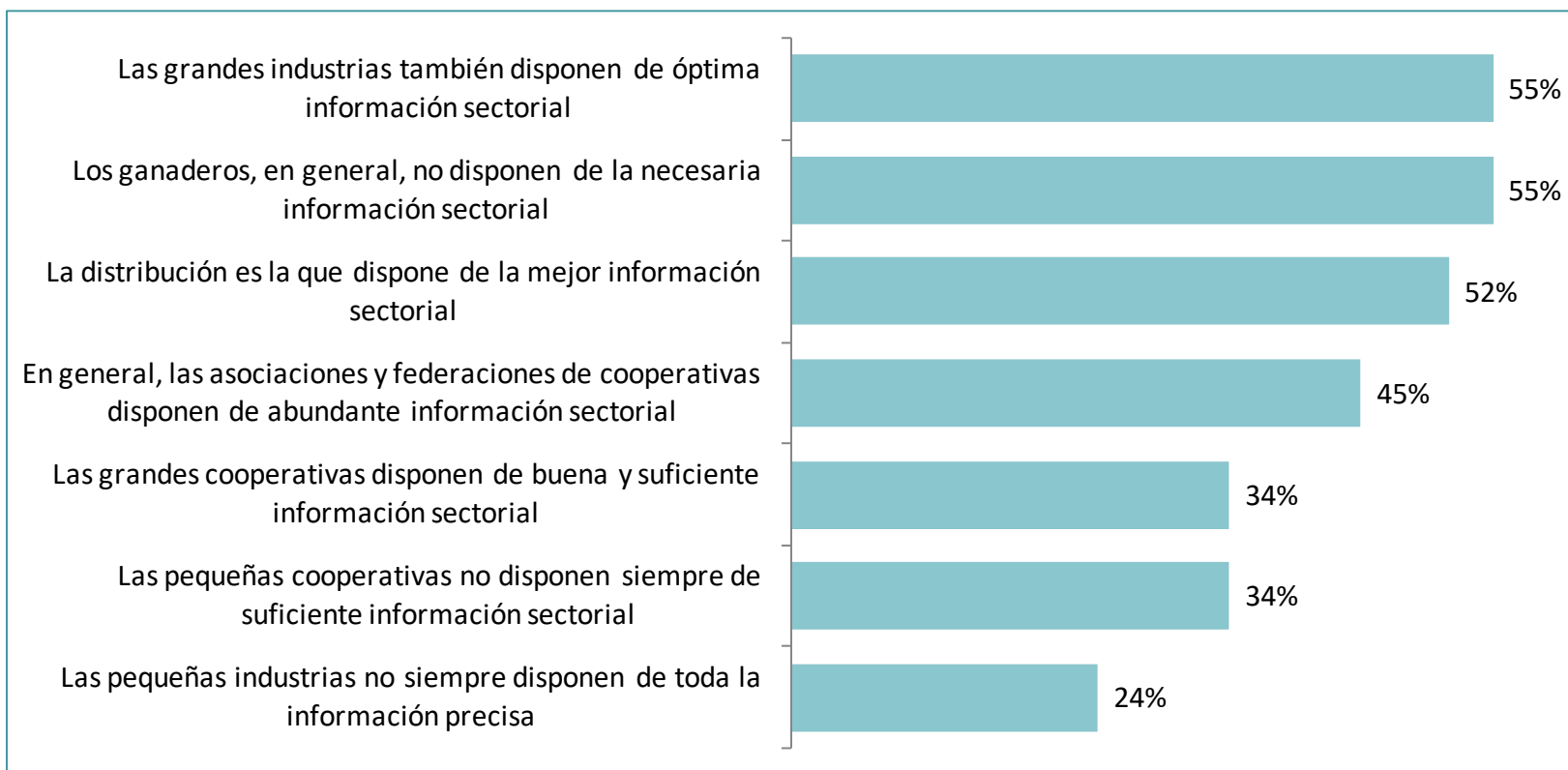
## ¿Disponen realmente todas las cooperativas y sus socios ganaderos de la información que realmente necesitan para tomar decisiones, plantear sus estrategias o llevar a cabo sus negociaciones?



Respuestas recogidas: 27



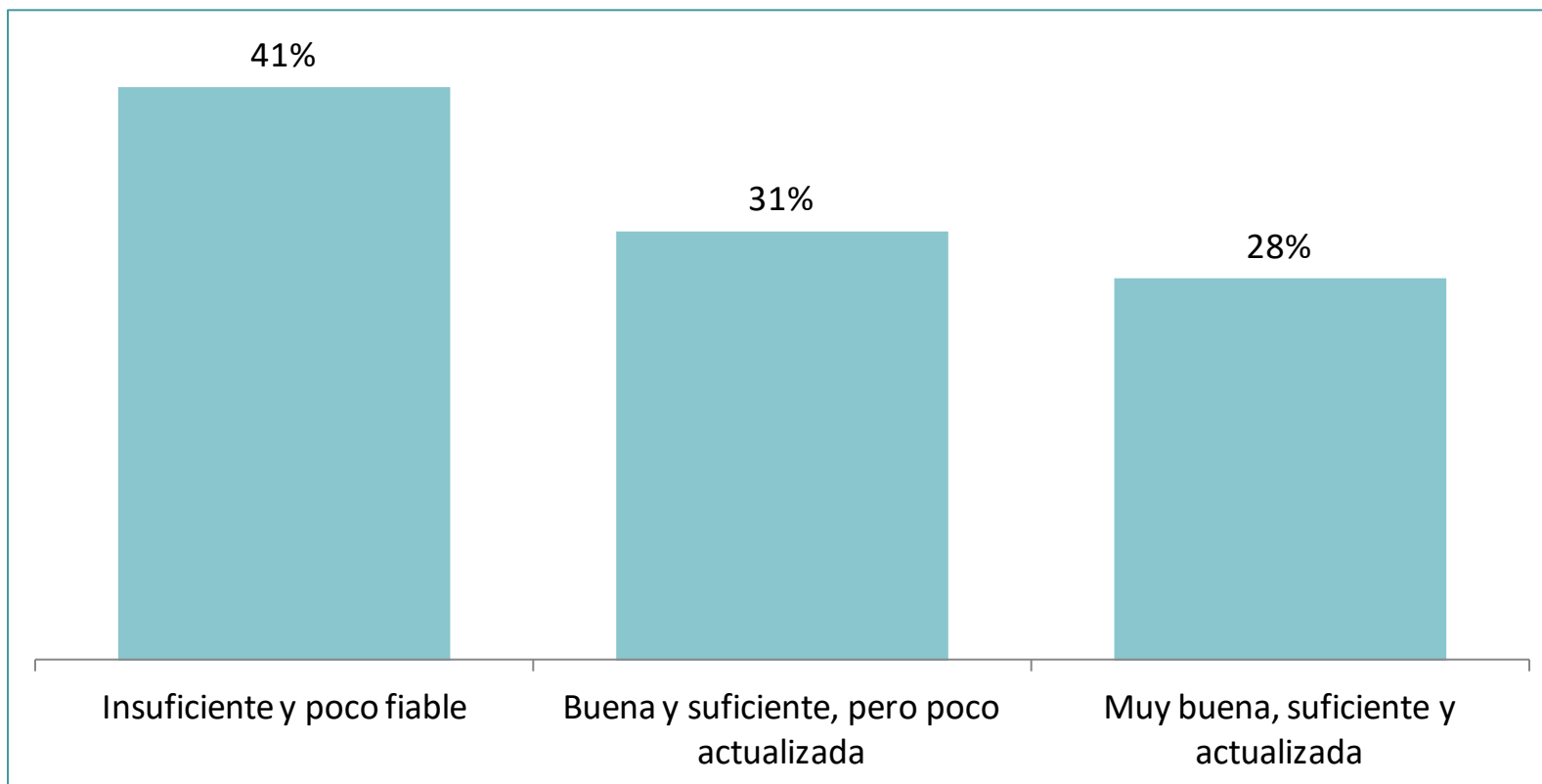
## ¿Considera que la información sectorial está disponible y es utilizada por igual en toda la cadena sectorial?



Respuestas recogidas: 29



## ¿Cómo valora, en general, la información actualmente disponible sobre los precios de la leche en campo?



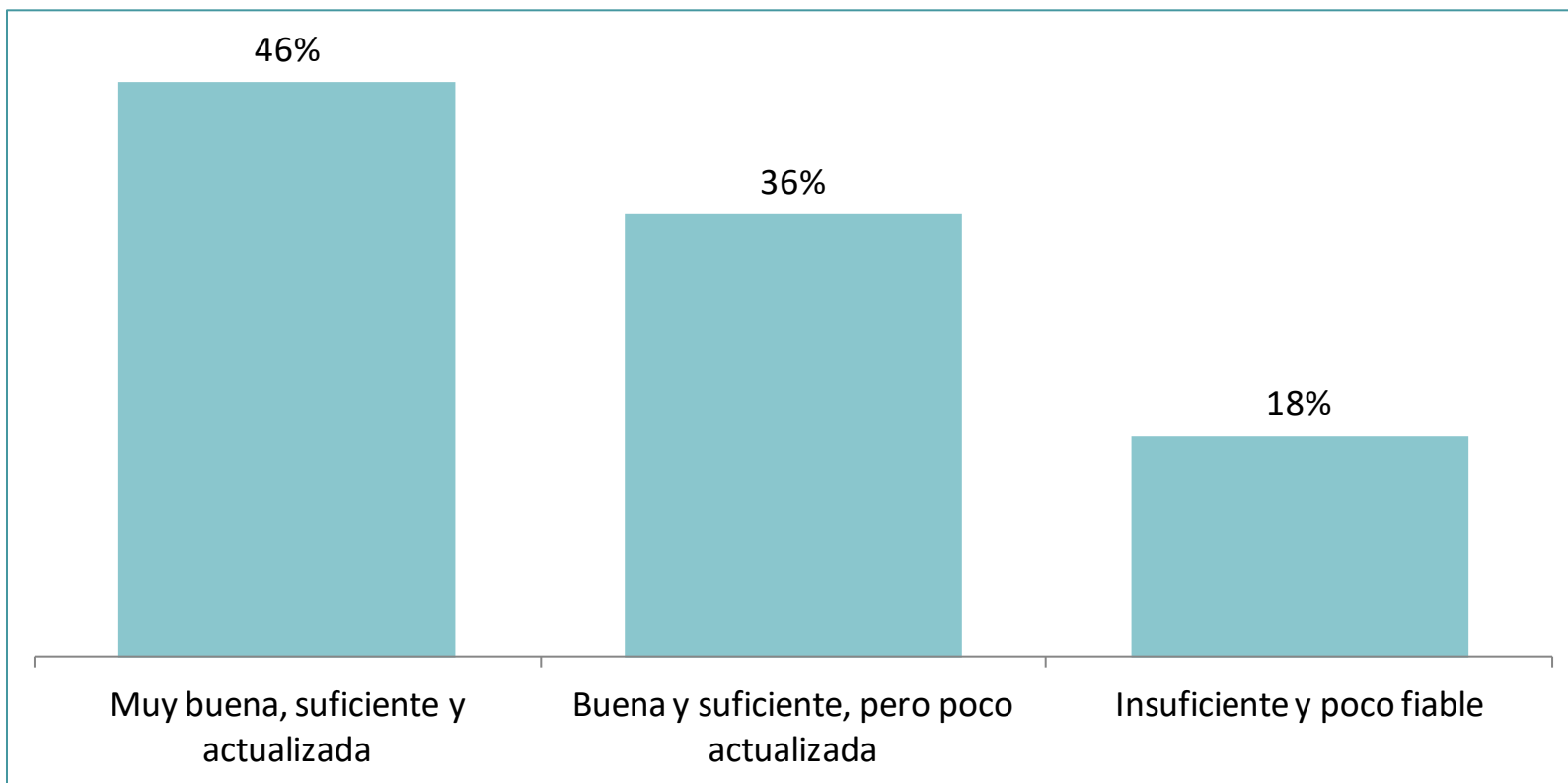
Respuestas recogidas: 29







## ¿Cómo valora, en general, la información disponible sobre la producción de leche cruda en campo?

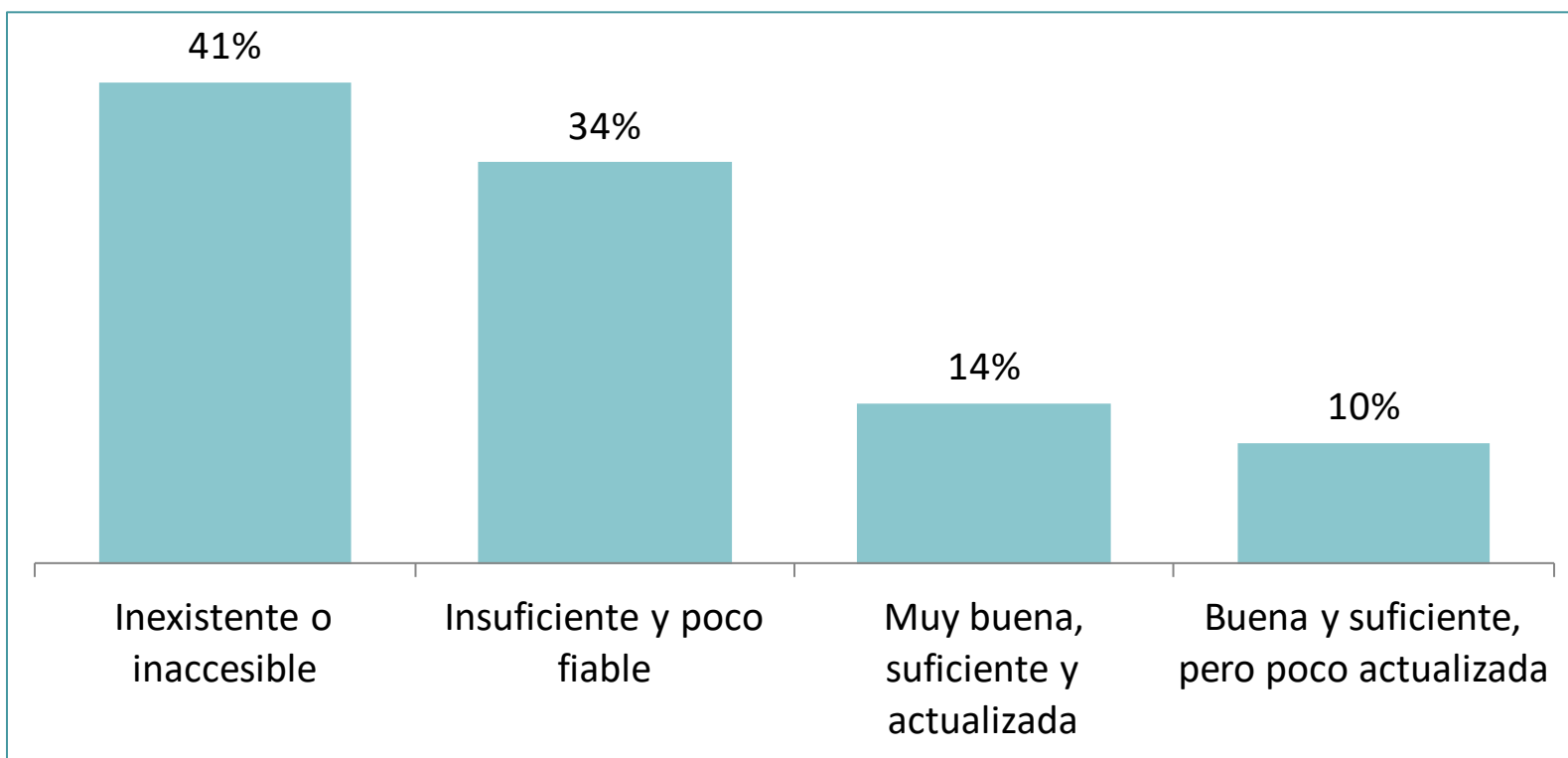


Respuestas recogidas: 28





## ¿Cómo valora, en general, la información disponible sobre la actividad industrial y los precios de los productos lácteos en muelle de fabricante?

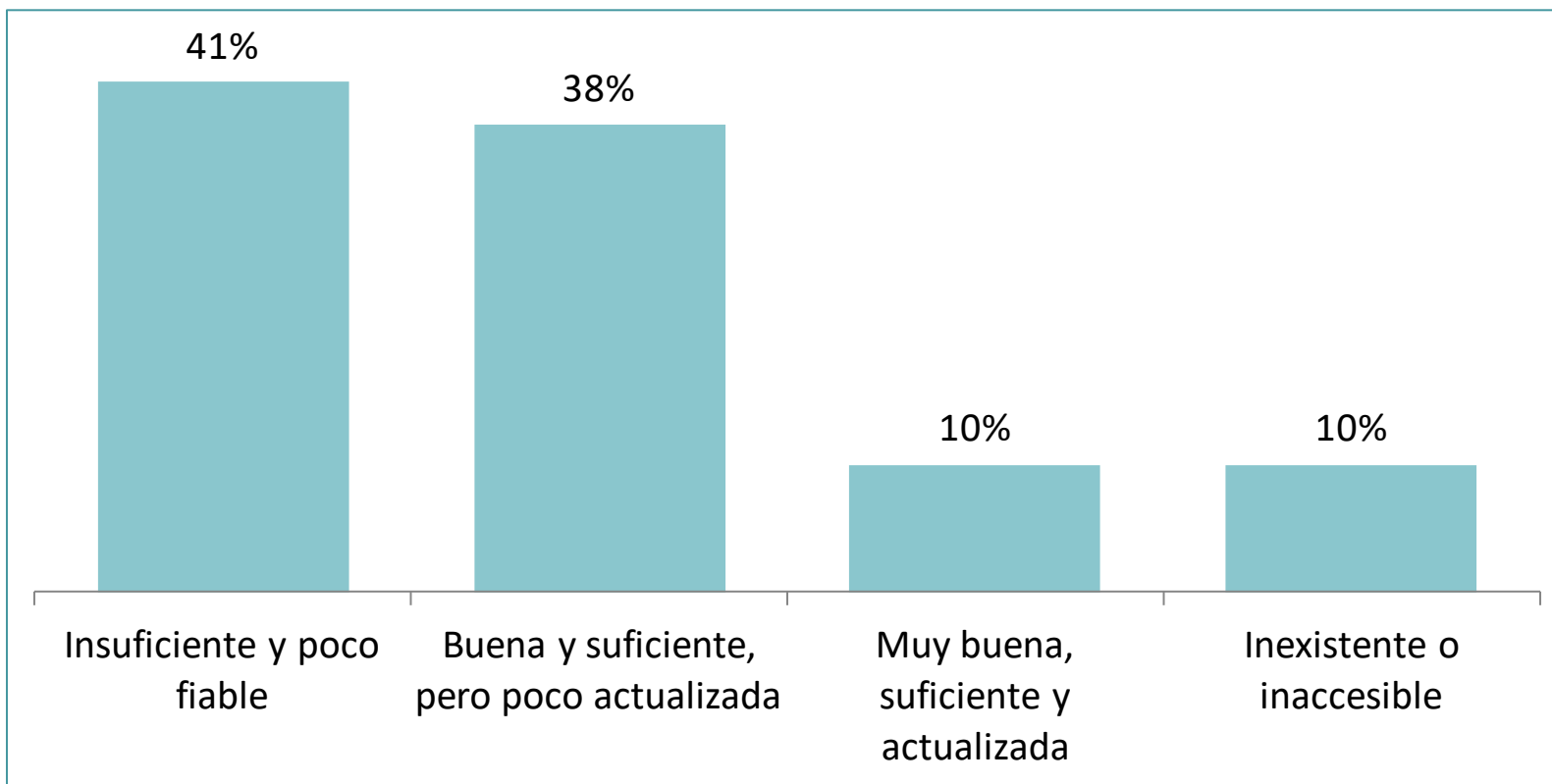


Respuestas recogidas: 29





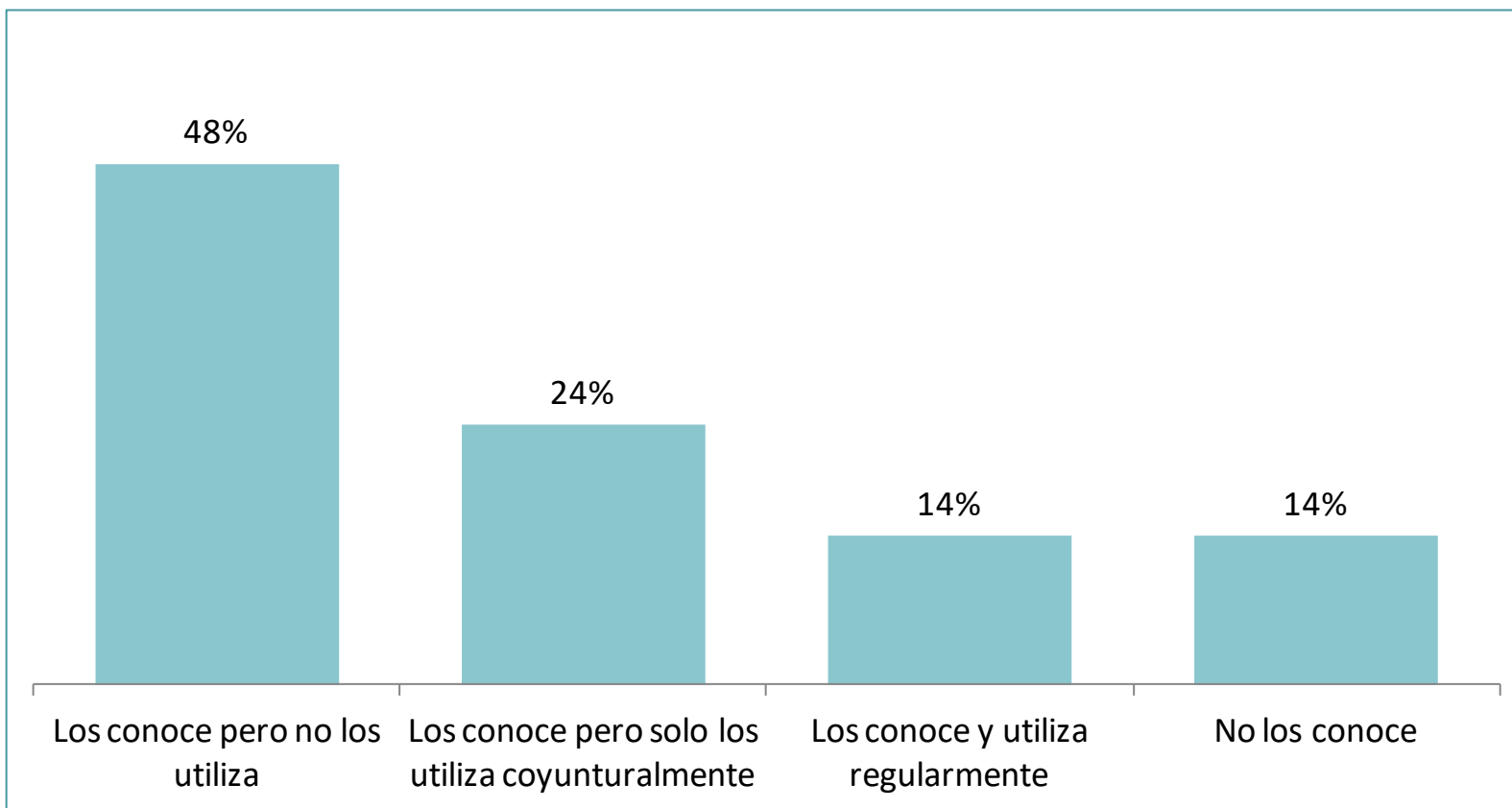
## ¿Cómo valora, en general, la información disponible sobre consumo y consumidores en el mercado interior?



Respuestas recogidas: 29



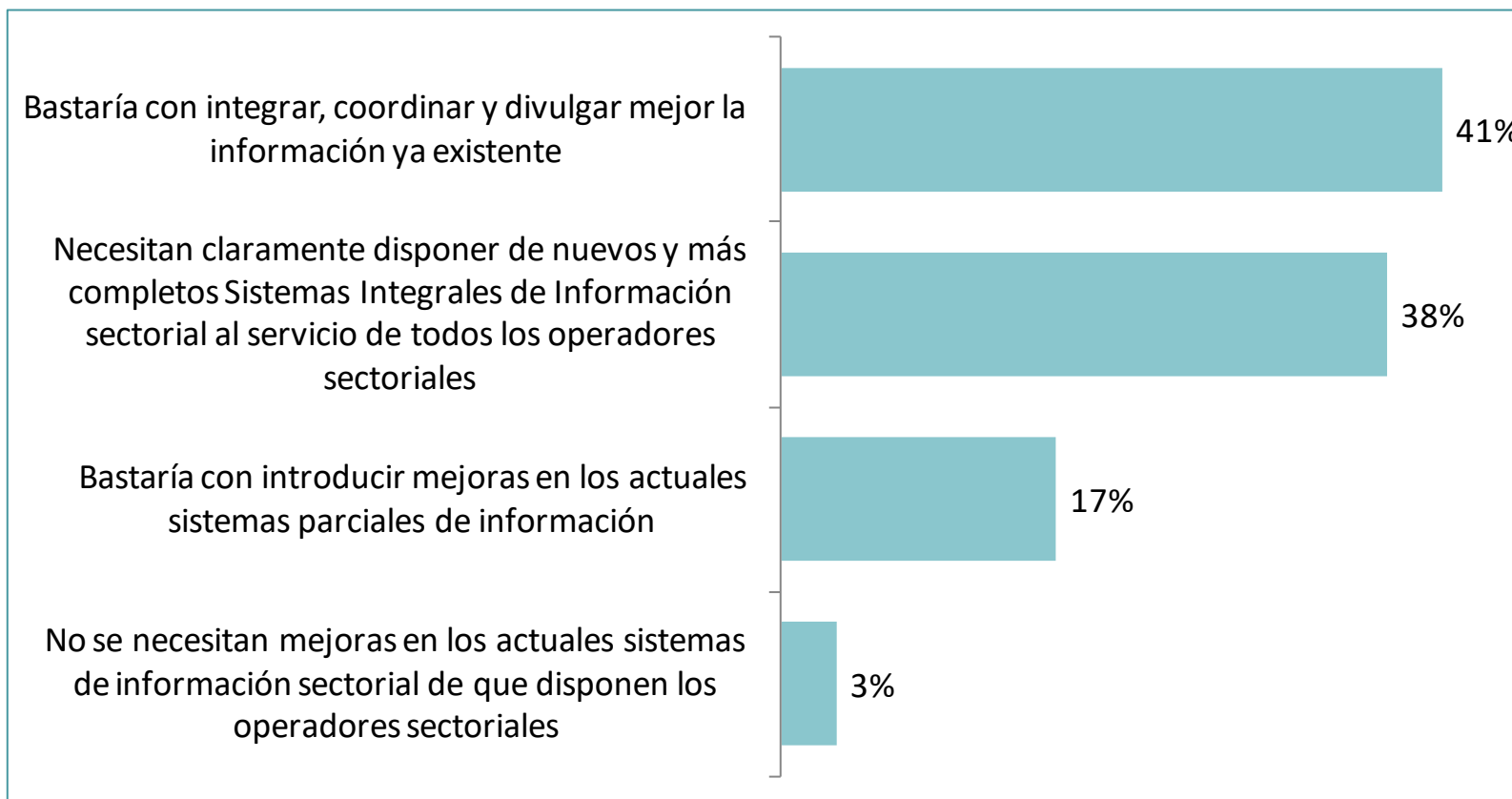
# ¿Conoce y utiliza los sistemas de información SILAC?



Respuestas recogidas: 29



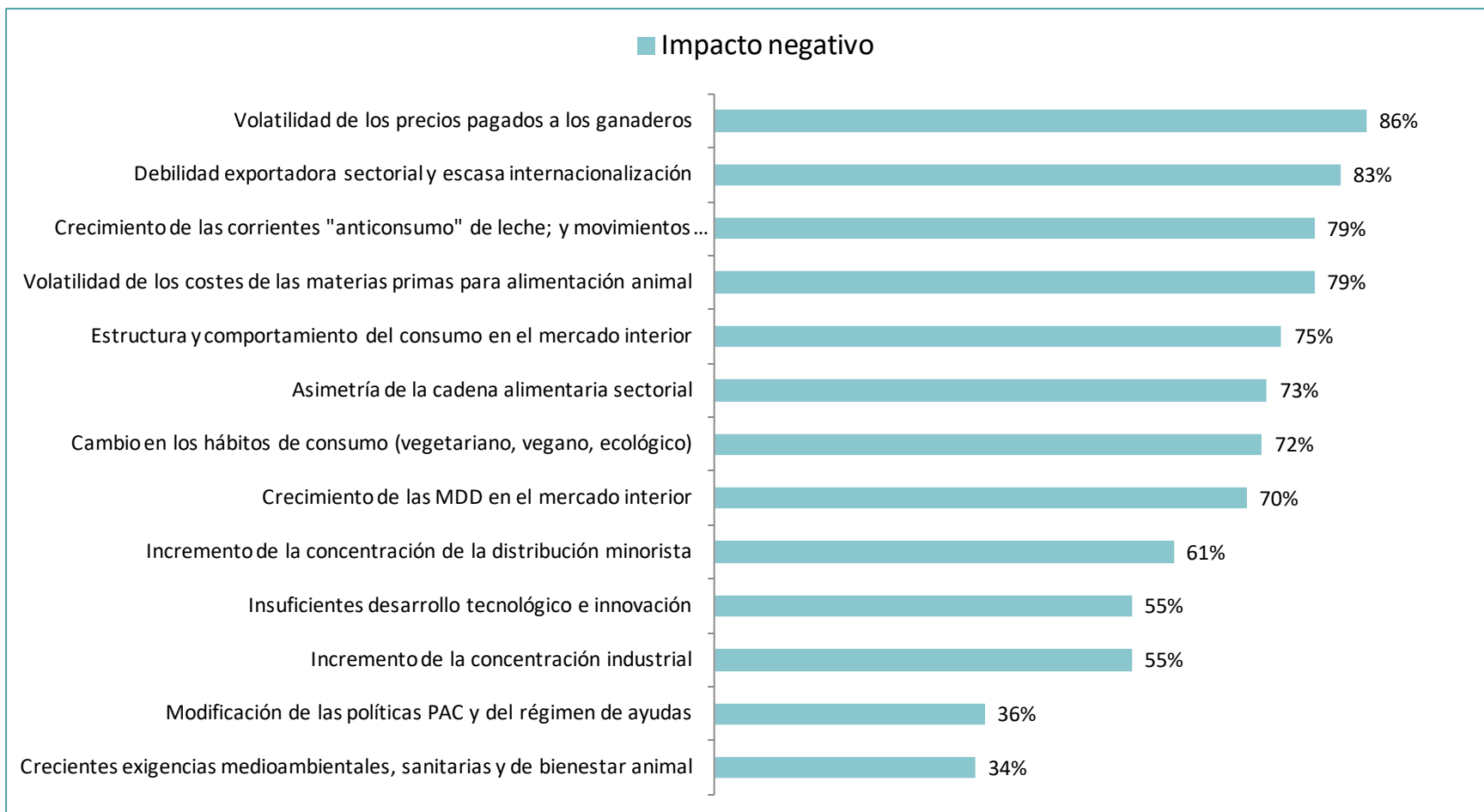
## ¿Necesitan las cooperativas lácteas españolas potenciar sus sistemas de información sectorial?



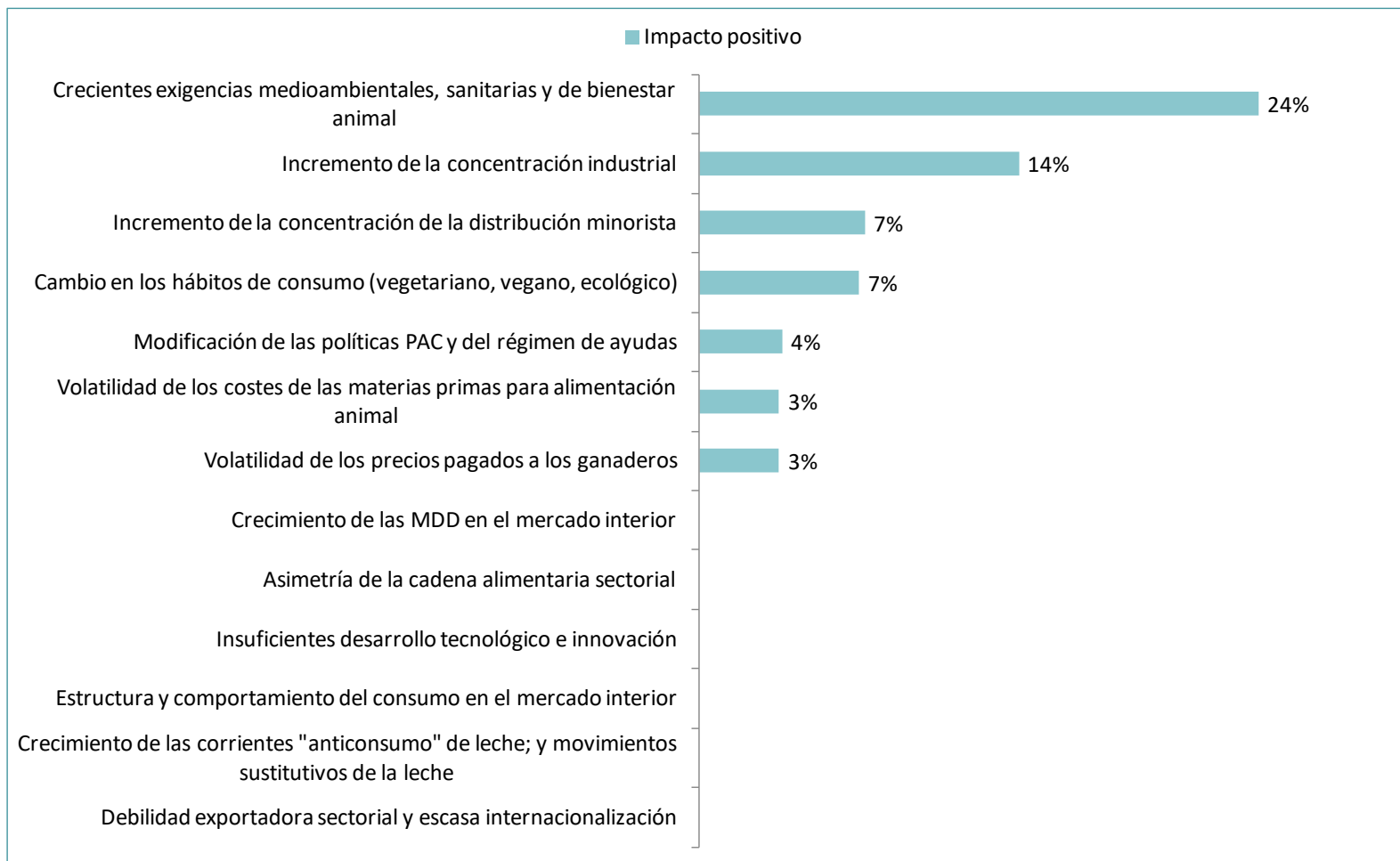
Respuestas recogidas: 29



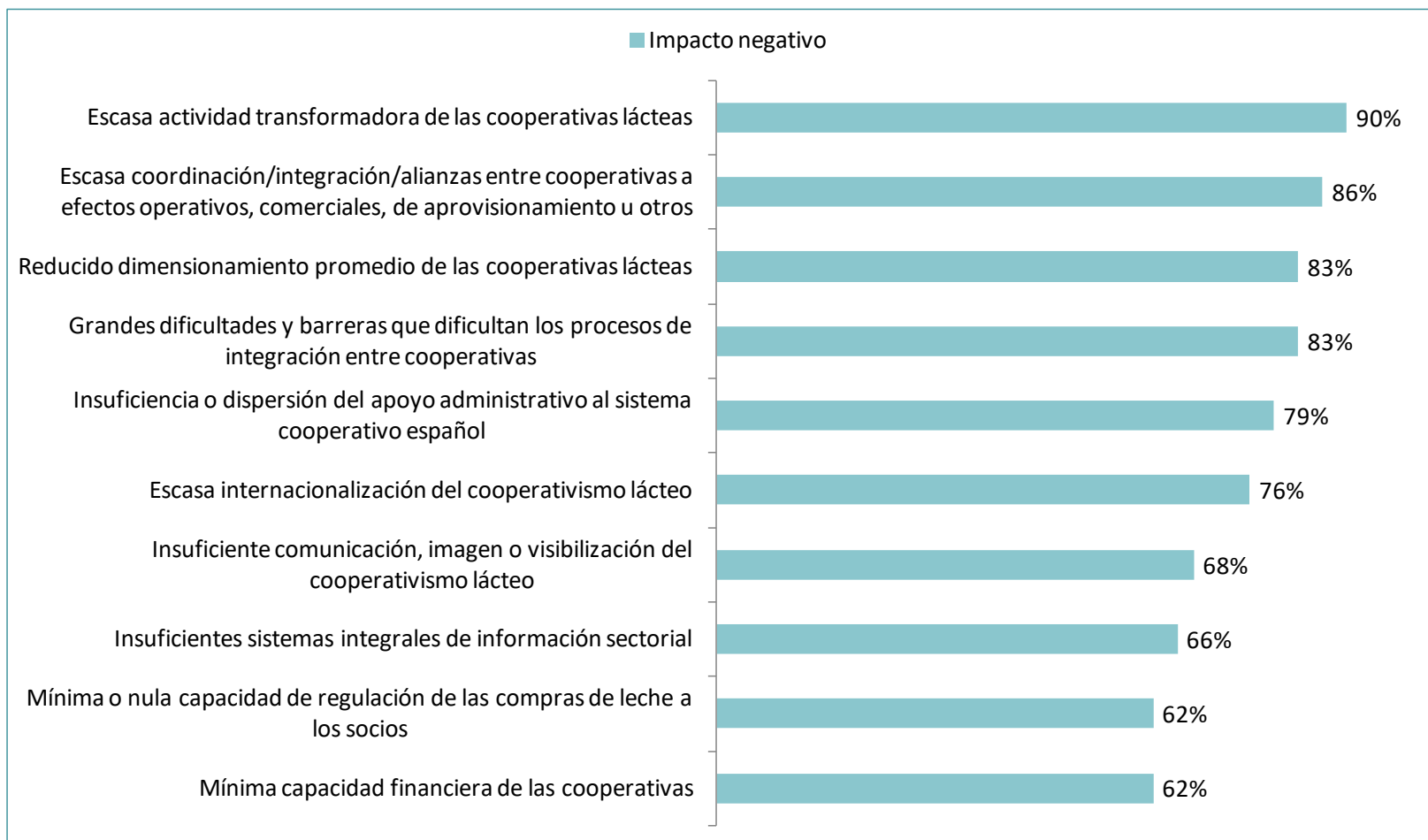
# ¿Cómo valora el impacto de determinados factores en la sostenibilidad y viabilidad futura del sector lácteo español? (1)



## ¿Cómo valora el impacto de determinados factores en la sostenibilidad y viabilidad futura del sector lácteo español? (2)

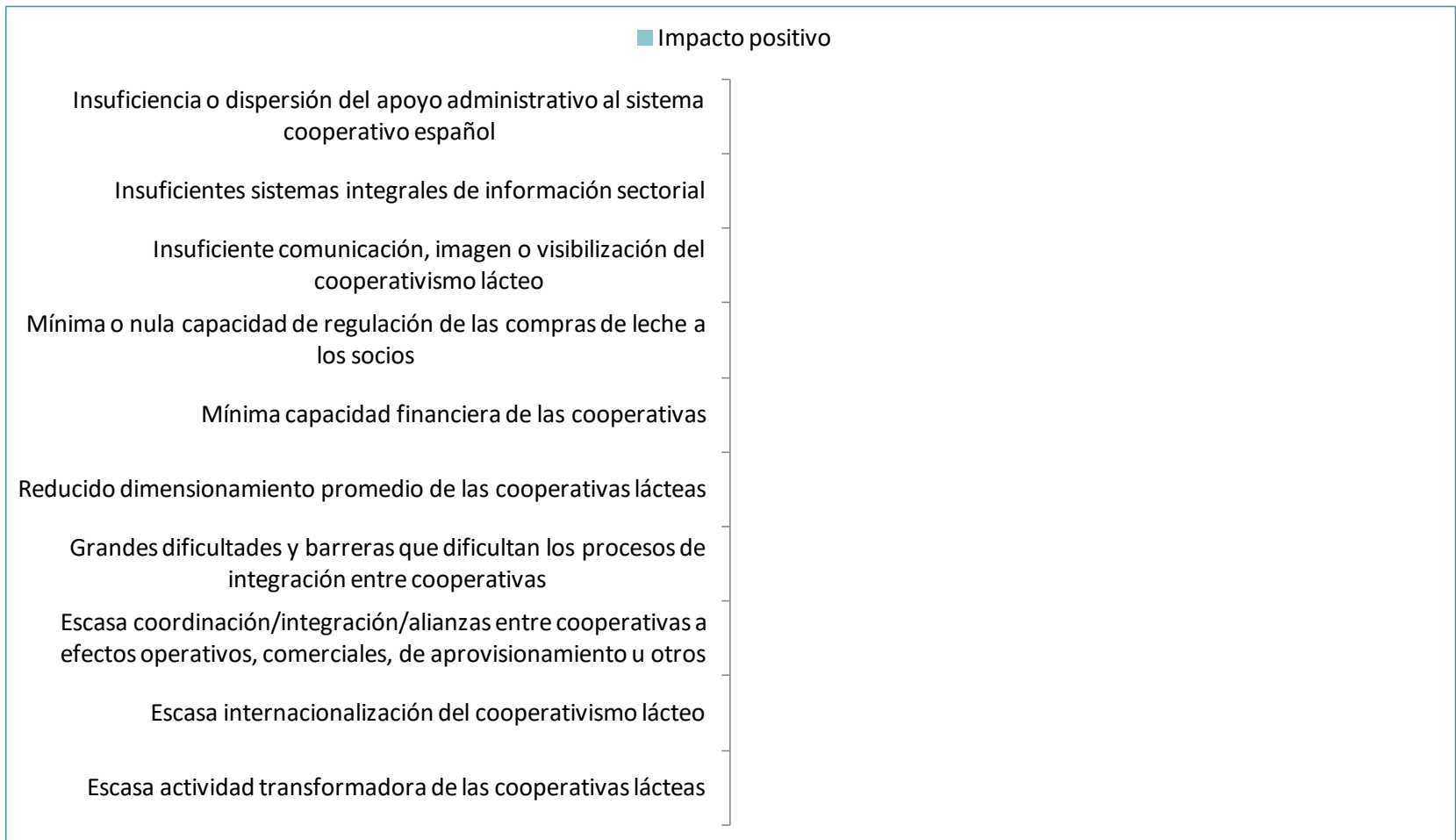


## ¿Cómo valora el impacto de determinados aspectos o factores en la sostenibilidad y viabilidad futura del sistema cooperativo lácteo español? (1)





## ¿Cómo valora el impacto de determinados aspectos o factores en la sostenibilidad y viabilidad futura del sistema cooperativo lácteo español? (2)





# CONCLUSIONES SOBRE EL IMPACTO DE LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA SPOT DE LECHE (1)

## IMPACTOS NEGATIVOS DE LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA SPOT DE LECHE

- > Por aplicar precios muy bajos a la leche cruda vendida como “cisternas spot”, inferiores a los comprometidos mediante contrato con los ganaderos socios a los que obligatoriamente deben recoger toda la leche producida, provocando pérdidas económicas en las cooperativas, en estas ventas, que difícilmente pueden trasladar a los ganaderos, salvo circunstancias excepcionales.
- > Por aplicar precios algo más altos que los referenciados en contrato cuando excepcionalmente se venden cisternas en circunstancias de déficits, lo cual puede trasladar a los ganaderos malestar por aparentes “agravios comparativos”, con la consiguiente pérdida de imagen para la cooperativa e, incluso, pérdida o abandono de ganaderos.
- > Por la repercusión general sobre los precios de la leche en su conjunto al afectarse los precios de referencia FEGA o INLAC como consecuencia de los precios spot, con el consiguiente impacto en todo el entramado productivo sectorial y en el equilibrio de la cadena sectorial.
- > Por la repercusión en las relaciones con algunos ganaderos cuando la cooperativa se ve obligada a ajustar precios como consecuencia de las ventas spot y de las posibles caídas generalizadas de precios en campo que éstas promueven.



## CONCLUSIONES SOBRE EL IMPACTO DE LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA SPOT DE LECHE (2)

### CUANTIFICACIÓN ORIENTATIVA DEL IMPACTO DE LAS COMPRA-VENTAS SPOT DE LECHE

- > Entre un 65% y un 75% de las cooperativas lácteas de la muestra indican que realizan compras y/o ventas spot de leche, con mayor o menor frecuencia y con mayor o menor intensidad.
- > Se podría estimar, en términos de aproximación, que el volumen total de leche cruda equivalente vendido por las cooperativas lácteas de la muestra a través del circuito spot supondría, como promedio representativo, entre el 5% y el 15% % de toda la leche comercializada por éstas.
- > También se podría estimar, igualmente tan solo en términos teóricos y de aproximación, que el precio promedio percibido por las cooperativas lácteas de la muestra por sus ventas spot de leche cruda equivalente, habría sido entre un 10% y un 18% inferior al precio promedio indicado por FEAGA en épocas de “aparentes excedentes” de leche cruda; y entre un 2% y un 6% superior al precio de referencia, en el caso de ventas spot realizadas en zonas/épocas de déficits de leche cruda.
- > De las estimaciones anteriores se deduciría, una vez más también en términos teóricos y de aproximación y con carácter orientativo, que la práctica de las ventas spot de leche por parte de las cooperativas lácteas podría haber supuesto unas “pérdidas teóricas o aparentes” de unos 15/20 millones de euros/campaña para el colectivo de cooperativas lácteas de CAE.



## CONCLUSIONES SOBRE SOBRE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y RELACIONES EN LAS COOPERATIVAS LÁCTEAS

- > En general, las cooperativas de la muestra consideran que deben mejorarse y potenciarse los sistemas de información sectorial disponibles en el Sistema Cooperativo Lácteo español y reducir así el desequilibrio informativo existente en el conjunto global de la cadena alimentaria sectorial.
- > En cualquier caso, se reconoce que existe mucha información a disposición de las cooperativas lácteas, especialmente en cuanto a producción y precios en campo (posiblemente más amplia en el caso de la vaca y algo menos en los casos de oveja y cabra)
- > No obstante, se aprecia que las necesidades de información parecen ser más evidentes en los casos de las medianas y pequeñas cooperativas no transformadoras, en las pequeñas industrias queseras y, sobre todo, en los ganaderos.
- > En especial se propone organizar mejor y/o potenciar la información disponible en las cooperativa en lo relativo a costes de aprovisionamiento y/o producción de la leche cruda en campo; actividad, precios y costes en la industria láctea; mercado interior; distribución minorista; e internacionalización sectorial, principalmente.
- > No parece haber una posición claramente definida de las cooperativas de la muestra respecto a la necesidad/oportunidad/viabilidad de una nueva “Lonja Láctea”; aunque podría afirmarse que no parece ser demasiado alto el grado de interés por poner en marcha una estructura de este tipo.
- > Una parte importante de las cooperativas de la muestra opina que deberían potenciarse las relaciones y comunicación entre las cooperativas y sus socios ganaderos.





## PRINCIPALES PROPUESTAS DE ACTUACIÓN O MEJORA EN RESPUESTA A LOS PROBLEMAS Y DEFICIENCIAS SEÑALADOS POR LOS CONSULTADOS (PLANTEADAS EN EL PROPIO CUESTIONARIO O EN LAS ENTREVISTAS DIRECTAS)

- > Desarrollar y aplicar nuevos modelos y procedimientos de impulso y apoyo de la **“Integración Funcional u Operativa”** de las cooperativas lácteas (y muy especialmente de las no transformadoras y/o pequeñas queserías)
- > Impulsar y coordinar desde CAE la potenciación de los **Sistemas de Información Sectorial** de que disponen las cooperativas lácteas y/o los ganaderos; ampliando, completando, integrando y haciendo fácilmente accesible la información que realmente precisan para negociar y tomar decisiones en condiciones de igualdad con compradores.
- > Impulsar y coordinar desde CAE la potenciación de los **Sistemas de Comunicación** entre las cooperativas y los ganaderos, ampliando el ámbito de comunicación y relaciones; y también de los procedimientos de comunicación e interconocimiento entre los ganaderos de una misma cooperativa.
- > Analizar la viabilidad, conveniencia u oportunidad de **“Plataformas virtuales”** de previsión, información, contacto o negociación de excedentes/déficits lácteos en cooperativas lácteas.





## PRINCIPALES PROPUESTAS DE ACTUACIÓN O MEJORA EN RESPUESTA A LOS PROBLEMAS Y DEFICIENCIAS SEÑALADOS POR LOS CONSULTADOS (PLANTEADAS EN EL PROPIO CUESTIONARIO O EN LAS ENTREVISTAS DIRECTAS)

- > Organizar y coordinar por CAE **“Jornadas de Reflexión Estratégica”** entre cooperativas lácteas que estén iniciando o proyectando procesos de industrialización/regulación de excedentes, con el fin de intercambiar conocimientos, identificar riesgos de mercado, conseguir capacidad financiera, encontrar sinergias o buscar soluciones comercializadoras y exportadoras de interés común.
- > Plantear, apoyar y coordinar desde CAE la incorporación de **mejoras en los Sistemas de Referencia de Precios** de que disponen los ganaderos, a fin de potenciar su comprensión y utilización sistemática por éstos.
- > Impulsar y apoyar desde CAE la potenciación de la **Internacionalización del Sistema Cooperativo Lácteo Español.**

