



2012

memoria de actuaciones

observatorio de precios de los alimentos

observatorio de
precios de los alimentos

observatorio de
precios de los alimentos

observatorio de
precios de los alimentos

en la cadena alimentaria



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: 280-12-256-8



OP

observatorio de
precios de los alimentos

observatorio de
precios de los alimentos



Índice

1 presentación 5	2 cadena 7	3 observatorio 11	4 actividades 21	5 iniciativas 31
		funciones 11	fichas de los alimentos 21	sector lácteo 31
		composición 12	precios 22	ley de medidas 33
		miembros e invitados 14	estudios cadena valor 25	foro cadena 36
		reestructuración 18	plenos 27	
			jornadas y encuentros 28	



1 presentación

del observatorio de precios de los alimentos



presentación del observatorio de precios de los alimentos

El Observatorio de Precios de los Alimentos (OPA) del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) se creó en el año 2000 (R.D. 509/2000, de 14 de abril) como instrumento metodológico y foro de análisis que aporta conocimiento al proceso de formación de precios de los alimentos de España.

Así mismo, en este año se ha continuado la potenciación de sus funciones a través de una mayor coordinación, propiciando el encuentro y la cooperación y proporcionando instrumentos para la transparencia y difusión.

Esta nueva etapa ha coincidido con la crisis económica, la crisis de precios de las materias primas, y con las nuevas pautas de conducta del consumidor. Ante este nuevo escenario, las instituciones europeas y españolas se encuentran muy comprometidas con la necesidad de abordar una mejora en el funcionamiento de la cadena alimentaria.

De esta manera, el Observatorio de Precios, a través de sus actuaciones en distintos foros nacionales e internacionales ha buscado la transparencia entre los agentes de la cadena alimentaria, contribuyendo a incrementar su competitividad y eficiencia.

La presentación en el Consejo de Ministros del anteproyecto de Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y el convenio de colaboración en el sector lácteo han sido dos de las medidas más determinantes que ha impulsado el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente con el fin de mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

La colaboración de todos los agentes de la cadena alimentaria es fundamental para seguir cumpliendo los objetivos marcados tanto a nivel nacional como internacional.



2

cadena

alimentaria en España



la cadena alimentaria en España

El sector agroalimentario en España tiene un valor estratégico innegable para la economía nacional, situándolo como el primer sector manufacturero y uno de los que gozan de mayor proyección internacional.

No obstante, es un sector vulnerable en su conjunto por sus propias características, ya que integra a una amplia diversidad de agentes de los sectores de la producción, la transformación y la distribución, que a su vez se ven limitados individualmente por su idiosincrasia.

La heterogeneidad del sector agroalimentario ha condicionado sin duda el funcionamiento y las relaciones de los agentes que operan a lo largo de la cadena alimentaria, evidenciando deficiencias que se han visto agravadas en el contexto de la actual crisis económica global. La volatilidad de los precios percibidos por los productores, el alto coste de los insumos y la inestabilidad de los mercados internacionales, son factores coyunturales que han mermado la competitividad y rentabilidad del sector agroalimentario.

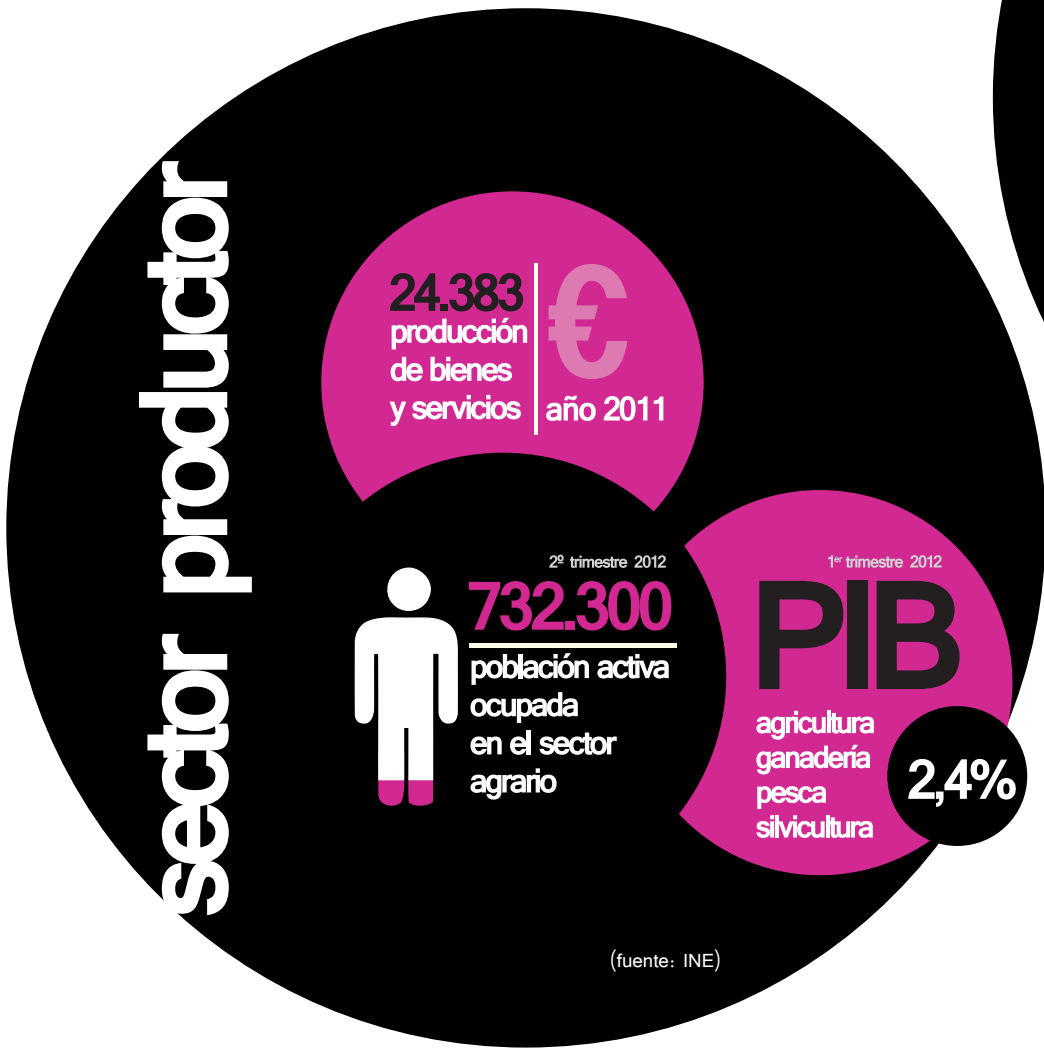
El correcto funcionamiento de la cadena alimentaria resulta indispensable para garantizar un valor añadido sostenible para todos los operadores que contribuya a aumentar su competitividad global y revierta igualmente en beneficio de los consumidores.

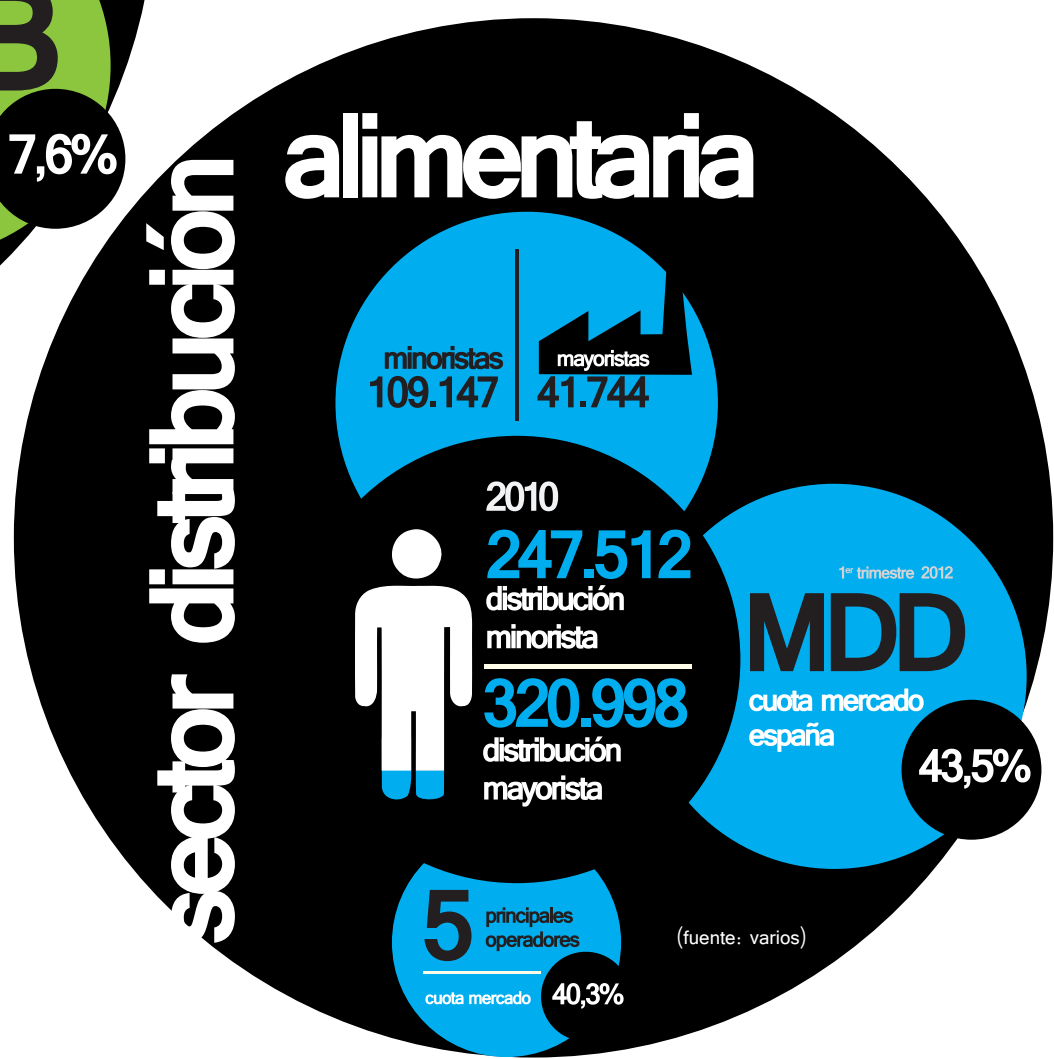
el correcto

funcionamiento de la cadena alimentaria resulta indispensable para garantizar un valor añadido sostenible para todos los operadores



Datos del sector de la alimentación en España







3

observatorio

de precios de los alimentos



El Observatorio de Precios de los Alimentos

Le corresponde a la Dirección General de la Industria Alimentaria, según el Real Decreto 1130/2008 de 4 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), ejercer las competencias del departamento con relación al Observatorio de Precios de los Alimentos (OPA), es decir:

- La Presidencia del Pleno del Observatorio la ostenta el Director General de la Industria Alimentaria y le corresponde a la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria la Secretaría del Observatorio.
- La Dirección General de la Industria Alimentaria se propuso alcanzar los siguientes objetivos estratégicos para cumplir con los compromisos adquiridos con la sociedad y el sector agroalimentario:
 - Fomentar la transparencia de la información sobre el mercado alimentario.
 - Impulsar la vertebración sectorial y las relaciones contractuales en el ámbito agroalimentario.

Naturaleza

El Observatorio de Precios de los Alimentos es un órgano colegiado creado por el Real Decreto 509/2000, de 14 de abril.

Funciones del Observatorio

- Generar información de carácter regular, encaminada a establecer un seguimiento sistemático de la formación de los precios finales de los alimentos.

el OPA es

un instrumento metodológico y un foro de análisis que aporta conocimiento al proceso de formación de precios en la cadena agroalimentaria con el fin de contribuir a la transparencia de los mercados



- Analizar la estructura básica de los precios y los factores causantes de su evolución, en los alimentos de mayor importancia relativa en la producción y el consumo.
- Realizar informes y estudios explicativos, en su caso, de las posibles situaciones de desequilibrio generadas, así como elaborar los informes sobre precios de los alimentos que le sean demandados por los Ministerios de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) y de Economía y Competitividad (MINECO).
- Favorecer el diálogo y la intercomunicación entre las representaciones del sector productivo, la distribución comercial y los consumidores, entre sí y de éstos con las Administraciones Públicas.
- Elaborar propuestas de actuación de las Administraciones competentes y recomendaciones a los diversos agentes económicos intervinientes, empresas e instituciones públicas o privadas.
- En esta nueva etapa el Observatorio ha sido dotado de una nueva función que consiste en que, además de “observar”, pueda desarrollar una actitud proactiva en la corrección de las disfunciones que se detectan.

Composición del Pleno del Observatorio

El OPA se concibe como una entidad plural y abierta, en la que están representados:

- La Administración General del Estado.
 - Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA).
 - Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO).
 - Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (MSC).
 - Ministerio de Hacienda y de las Administraciones Públicas (MEH).
- Las Administraciones Autonómica y Local.
- La Empresa Nacional MERCASA.
- Sectores de la producción, transformación y distribución de los alimentos y los consumidores, a través de sus organizaciones oficialmente reconocidas.

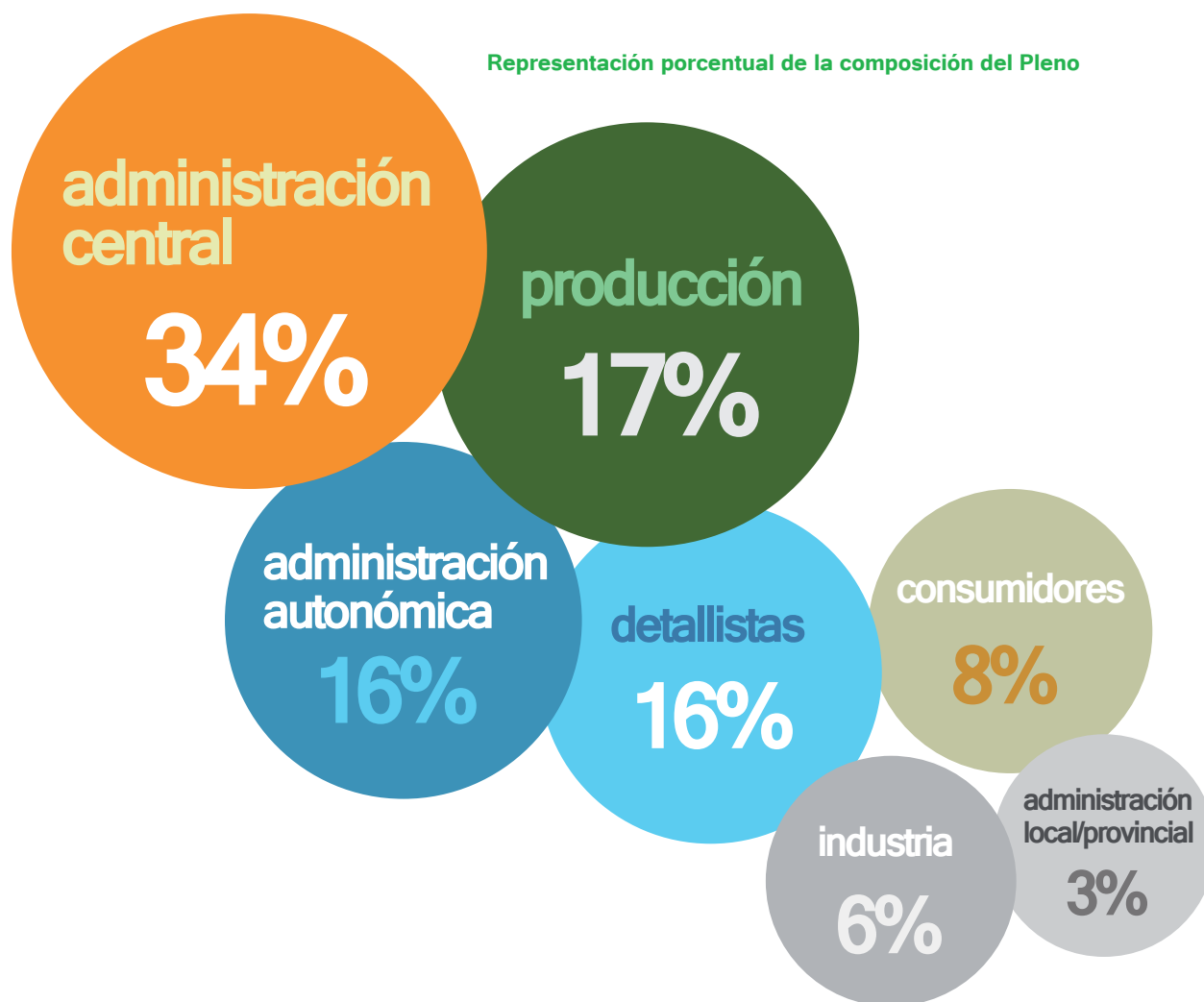




Además, podrá recabarse el asesoramiento de organismos e instituciones ajenos al Observatorio que por su experiencia profesional y conocimientos en la materia se estime de interés, permitiéndose en tal caso su incorporación a este organismo en calidad de expertos.

En esta nueva etapa se están incorporando administraciones y entidades representativas de la cadena alimentaria, que previamente han solicitado su incorporación en calidad de miembros invitados.

Representación porcentual de la composición del Pleno





● ADMINISTRACIONES AUTONÓMICAS Y LOCALES

Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente
Secretaría Gral. de Agricultura y Alimentación
Junta de Andalucía

Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Territorio
Gobierno de las Islas Baleares

Consejería de Agricultura y Ganadería
Dirección Gral. de Industrias Agrarias y Modernización
de Explotaciones
Junta de Castilla y León

Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca,
Alimentación y Medio Natural
Gabinete Técnico y de Estudios Sectoriales
Generalitat de Cataluña

Consejería de Medio Rural y del Mar
Subdirección Gral. de Industrias y Calidad
Agroalimentaria
Xunta de Galicia

Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del
Territorio
Dirección Gral. de Medio Ambiente
Comunidad Autónoma de Madrid

Consejería de Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua
Generalitat Valenciana

Gobierno de Canarias

Gobierno de Cantabria

Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)
(2 vocales)

● CADENA ALIMENTARIA

Empresa Nacional de Mercados Centrales de
Abastecimiento, S.A. (MERCASA)

Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (ASAJA)

Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y
Ganaderos (GOAG)

Unión de Pequeños Agricultores (UPA)

Cooperativas Agro-alimentarias (CA)

Federación Nacional de Cofradías de Pescadores

Confederación Española de Pesca (CEPESCA)

Federación Española de Industrias de la Alimentación y
Bebidas (FIAB)

Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL-FIAB)

Confederación Española de Organizaciones de Amas de
Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU)

Confederación Española de Cooperativas de
Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP)

Unión de Consumidores de España (UCE)

Federación Unión Nacional de Consumidores y Amas de
Hogar de España (UNAE)

Federación de Usuarios-Consumidores Independientes
(FUCI)

Asociación Española de Lonjas y Mercados en Origen

Asociación Nacional de Grandes Empresas de
Distribución (ANGED)

Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y
Supermercados (ASEDAS)

Agrupación de Industrias Cárnicas Madrileñas

Asociación de Empresarios Mayoristas del Mercado
Central de Frutas de Madrid (ASOMAFRUT)

Asociación Nacional de Empresarios Mayoristas de
Pescado (ANMAPE)



Confederación Española de Detallistas de la Carne
(CEDECARNE)

Federación Nacional de Detallistas de Frutas y
Hortalizas

Federación Nacional de Empresarios Detallistas de
Pescado y Productos Congelados (FEDEPESCA)

Asociación Española de Codificación Comercial
(AECOC)

Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados
(ACES)

Federación Española de Asociaciones de Productores
Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas
Vivas (FEPEX)

Asociación Empresarial de Productores de Cultivos
Marinos (APROMAR)

Asociación Española de Mayoristas Transformadores,
Importadores y Exportadores de Productos de la Pesca
y la Acuicultura (CONXEMAR)

Asociación Española de Productores de Vacuno de
Carne
(ASOPROVAC)

Asociación Profesional de Salas de Despiece y
Empresas Cárnicas (APROSA ANEC)

Federación de Industria y Trabajadores Agrarios
(FITAG- UGT)

Federación Agroalimentaria de CCOO

Asociación Española de Empresas de Productos de
Marca (PROMARCA)

Asociación Foro Interalimentario

Federación Nacional de Asociaciones Detallistas de
Alimentación (FENADA)

Asociación Española de Entidades de Distribución
(ASENDIS)

● OTROS

Comisión Nacional de la Competencia (CNC)



Reestructuración del OPA

El OPA se adscribe a la Dirección General de la Industria Alimentaria, según el Real Decreto 1130/2008 de 4 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA).

Por el mismo Real Decreto se crea la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria que asume las funciones de la Secretaría del Observatorio.

Desde ese momento el OPA ha ido adquiriendo un nuevo enfoque para potenciar sus competencias, poniendo en marcha los siguientes objetivos y actuaciones:

- Propiciando la coordinación entre todas las Administraciones.
- Incrementando la interlocución con todos los agentes de la cadena, a través de la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria.
- Aportando mayor información a través de estudios novedosos sobre el proceso de formación de precios.







4

actividades

del Observatorio de Precios
de los Alimentos



actividades del observatorio de precios de los alimentos

Fichas de los alimentos

Las fichas de productos son un elemento fundamental del sistema de información de precios del Observatorio.

Su principal cometido es proporcionar una mayor transparencia para la comprensión del proceso de formación de precios, poniendo a disposición del sector y del ciudadano una valiosa información sobre la caracterización comercial del producto, márgenes brutos entre eslabones comerciales, calendarios de comercialización, producciones, mercado exterior, consumo medio, etc.

Grupo Frutas y Hortalizas

(15 productos)

Patata, Acelga, Calabacín, Cebolla, Judía Verde, Lechuga, Pimiento, Tomate, Zanahoria, Limón, Manzana, Naranja, Clementina, Pera, Plátano

Grupo Carnes y Huevos

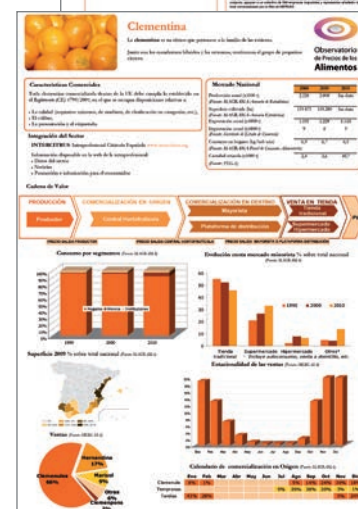
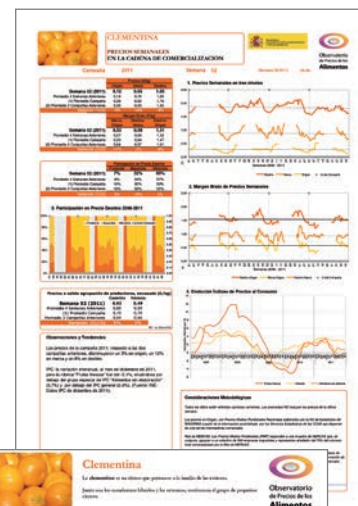
(6 productos)

Temera, Cordero, Cerdo, Conejo, Pollo, Huevos

Grupo Pescado

(15 productos)

Merluza, Pescadilla, Sardina, Anchoa o Boquerón, Gallo, Jurel, Bacaladilla, Caballa, Trucha, Salmón, Chirla, Mejillón, Dorada, Atún Blanco o Bonito, Pez espada congelado





Precios Origen Mayorista Destino

La información sobre precios en origen, comercio mayorista y comercio minorista recoge los datos elaborados por cada una de las fuentes con sus propias especificaciones y, por lo tanto, no son magnitudes homogéneas a la hora de establecer comparaciones; aunque, lógicamente, son de una gran utilidad para evaluar tendencias dentro de cada canal y en la cadena comercial en su conjunto.

Hay que tener presente que es necesario ser riguroso al hacer comparaciones y análisis de las diferencias de precios entre distintos eslabones de la cadena comercial. No se puede confundir el margen bruto (diferencia entre dos precios) con el margen neto o beneficio, que sería el resultado de restar al margen bruto los costes directos e indirectos asociados a los sucesivos procesos de comercialización. El beneficio empresarial, en cada escalón, viene dado, en consecuencia, por la diferencia entre el precio percibido y los distintos costes que le son imputables.

La variedad de preferencias y gustos entre los consumidores, cada vez más exigentes en cuanto a trazabilidad, calidad y respeto medioambiental de los productos comprados también tienen influencia en la formación final de los precios.

Precios semanales origen - destino

Productos frescos

PRECIOS ORIGEN 2012																					
Productos	Unidades	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S 16	S 17	S 18	S 19	
Temera de 1ª A	kg	3,90	3,91	3,91	3,90																
Cordero Pascual 1ª	kg	6,51	6,07	6,61	6,61																
Cerdo 1ª	kg	1,45	1,44	1,42	1,43																
Pollo fresco	kg	1,81	1,79	1,82	1,82																
Conejo de granja	kg	3,12	3,12	3,11	3,12																
Huevos clase M	docena	0,96	0,97	0,98	0,97																
Merluza 2,5 a 5 kg. G.S.	kg	5,00	5,00	4,92	3,40																
Pescadilla 1,5 kg	kg	3,75	3,45	3,00	2,54																
Sardinas	kg	1,35	2,35	2,00	1,00																
Anchoa o boquerón	kg	2,50	2,50	1,82	2,82																
Gallos	kg	5,48	5,78	5,31	4,63																
Jurel	kg	1,22	0,58	1,36	1,28																
Bacaladilla	kg	2,00	1,70	2,00	1,60																
Caballa	kg	1,76	1,22	1,50	0,99																
Bonito	kg	2,95	3,31	3,39	1,89																
Trucha	kg	2,20	2,20	2,20	2,20																
Dorada	kg	4,32	4,33	4,30	4,33																
Salmón	kg	3,48	3,48	3,75	3,75																
Chirla	kg	2,20	1,89	2,40	2,21																
Mejillón	kg	0,90	0,90	0,90	0,90																
Patata	kg	0,09	0,08	0,07	0,06																
Aceituga	kg	0,44	0,46	0,47	0,45																
Calabacín	kg	0,35	1,03	1,38	1,28																
Cabolla grano de oro	kg	0,08	0,08	0,06	0,05																
Judía verde plana	kg	1,55	2,14	2,51	2,32																
Lechuga Romana	unidad	0,29	0,26	0,24	0,25																
Peperoncillo verde tipo italiano	kg	0,62	0,67	0,63	0,62																
Tomate redondo liso	kg	0,56	0,66	0,53	0,47																
Zanahoria	kg	0,12	0,11	0,11	0,12																
Limon	kg	0,08	0,08	0,07	0,08																
Clementina	kg	0,11	0,13	0,12	0,13																
Naranja tipo Navel	kg	0,12	0,12	0,13	0,14																
Manzana golden	kg	0,33	0,33	0,31	0,33																
Pera de agua o Blanquilla	kg	0,42	0,42	0,42	0,42																
Plátano	kg	0,39	0,43	0,54	0,53																
Pez Espada Congelado*	kg	5,70	5,71	5,41	5,50																

PRECIOS MERCASA 2012																					
Productos	Unidades	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S 16	S 17	S 18	S 19	
Temera de 1ª A	kg																				
Cordero Pascual 1ª	kg																				
Cerdo 1ª	kg																				
Pollo fresco	kg																				
Conejo de granja	kg																				
Huevos clase M	docena																				
Merluza 2,5 a 5 kg. G.S.	kg	6,38	5,41	4,41	3,64																
Pescadilla 1,5 kg	kg	4,17	3,98	3,31	2,71																
Sardinas	kg	3,03	2,69	2,75	2,38																
Anchoa o boquerón	kg	2,98	3,57	3,39	3,39																
Gallos	kg	6,83	8,66	7,87	5,66																
Jurel	kg	3,50	3,17	3,47	3,42																
Bacaladilla	kg	2,51	1,93	2,38	1,92																
Caballa	kg	3,07	3,03	3,47	2,90																
Bonito	kg	7,53	6,56	6,97	5,47																
Trucha	kg	3,37	3,25	3,34	3,38																
Dorada	kg	5,14	5,18	5,10	4,99																
Salmón	kg	4,02	4,20	4,58	4,36																
Chirla	kg	3,90	3,68	3,62	3,96																
Mejillón	kg	1,71	1,66	1,66	1,66																
Patata	kg	0,26	0,28	0,28	0,27																
Aceituga	kg	0,50	0,49	0,50	0,51																
Calabacín	kg	0,64	1,29	1,75	1,62																
Cabolla grano de oro	kg	0,20	0,18	0,17	0,17																
Judía verde plana	kg	2,18	3,06	3,32	3,18																
Lechuga Romana	unidad	0,42	0,47	0,48	0,49																
Peperoncillo verde tipo italiano	kg	0,96	1,14	1,17	0,96																
Tomate redondo liso	kg	0,97	1,03	0,90	0,90																
Zanahoria	kg	0,51	0,53	0,51	0,50																
Limon	kg	0,06	0,07	0,04	0,04																
Clementina	kg	0,64	0,67	0,70	0,69																
Naranja tipo Navel	kg	0,57	0,60	0,61	0,61																
Manzana golden	kg	0,70	0,71	0,72	0,72																
Pera de agua o Blanquilla	kg	0,80	0,84	0,87	0,85																
Plátano	kg	0,92	0,95	1,04	1,01																
Pez Espada Congelado*	kg	6,71	6,37	5,94	6,25																





Nota metodológica sobre precios en origen

Detrás del sistema de información de precios existe un complejo procedimiento estadístico sustentado por distintas unidades gestoras pertenecientes al propio Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), al Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO), así como a la Empresa Nacional MERCASA.

Se han incorporado nuevas modificaciones a la nota metodológica de precios en origen, quedando finalmente de la siguiente forma:

Productos Agrarios

- Precios medios nacionales ponderados en mercados de origen, en €/kg, €/docena ó €/unidad, sin IVA.
- En el precio semanal de la ternera, cordero, huevos y plátano no se incluyen las subvenciones ligadas a la producción o cualquier otra ayuda comunitaria o estatal que pueda percibir el productor.
- Se consideran como mercados en origen las siguientes unidades de información: explotación agrícola ó ganadera, asociación de productores, lonjas, alhóndigas, mataderos, mercados en origen, etc...
- Los precios semanales se obtienen como media ponderada de las cotizaciones proporcionadas por las unidades elementales que forman parte de la red de información de la Subdirección General de Estadística del MAGRAMA, constatadas de acuerdo con la vigente normativa nacional o de reglamentación comunitaria sobre "Precios en Origen en Mercados Representativos".
- Las estructuras de ponderación para cada producto agrario se obtienen según los datos que obran en poder de la Subdirección General de Estadística referente a producciones y calendarios de comercialización provinciales, suministrados por las CCAA.

	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	S 13	S 14	S 15	S 16	S 17	S 18	S 19
PRECIOS DESTINO 2012																			
Productos	Unidades																		
Ternera de 1ª A	kg	15,43	15,37	16,54	16,57														
Cordero Pascual 1*	kg	10,74	10,73	10,67	10,61														
Cerdo 1*	kg	5,70	5,70	5,70	5,72														
Pollo fresco	kg	2,88	2,86	2,82	2,82														
Conejo de granja	kg	5,80	5,78	5,70	5,67														
Huevos clase M	docena	1,29	1,29	1,29	1,29														
Merluza 2,5 a 5 kg. G.S.	kg	15,72	15,75	15,82	15,39														
Pescadilla 1,5 kg	kg	9,71	9,40	9,29	9,14														
Sardinas	kg	4,31	4,19	4,18	4,17														
Anchoa o boquerón	kg	6,65	6,60	6,52	6,43														
Gallios	kg	11,55	11,58	11,55	11,26														
Junel	kg	5,01	5,00	5,02	5,08														
Bacaladilla	kg	4,34	4,28	4,26	4,24														
Caballa	kg	4,20	4,30	4,33	4,26														
Bonito	kg	9,42	9,36	9,53	9,41														
Trucha	kg	5,03	5,03	5,03	5,06														
Dorada	kg	10,42	10,11	9,99	9,86														
Salmón	kg	10,02	9,88	10,15	10,07														
Chris	kg	9,22	9,14	9,27	9,38														
Majillón	kg	3,05	3,04	3,07	3,05														
Patata	kg	0,78	0,78	0,78	0,77														
Aceituga	kg	1,54	1,53	1,56	1,57														
Cabacoñ	kg	1,46	1,48	1,73	1,90														
Cebolla grano de oro	kg	1,02	1,02	1,03	1,03														
Judía verde plana	kg	3,40	3,42	3,74	3,76														
Lechuga Romana	unidad	0,88	0,88	0,89	0,89														
Pimiento verde tipo italiano	kg	1,83	1,83	1,91	1,95														
Tomate redondo liso	kg	1,89	1,90	1,96	1,99														
Zanahoria	kg	0,95	0,95	1,28	1,27														
Limón	kg	1,45	1,42	1,34	1,34														
Clementina	kg	1,65	1,64	1,58	1,61														
Naranja tipo Navel	kg	1,37	1,38	1,28	1,27														
Manzana golden	kg	1,58	1,57	1,58	1,58														
Pera de agua o blanquilla	kg	1,56	1,57	1,60	1,61														
Plátano	kg	1,82	1,82	1,81	1,80														
Pez Espada Congelado	kg	11,34	11,37	11,41	11,42														



Pescados Frescos

- Precios medios nacionales ponderados en mercados de origen.
- Se expresan en €/kg.
- Las cotizaciones son proporcionadas diariamente por el personal encargado de la recogida de datos en lonja.
- Los puntos de toma de precios son 27 localizaciones que cubren gran parte del litoral español (a excepción de los archipiélagos balear y canario).
- Salmón: el precio en origen se obtiene de los datos de importaciones de salmón de acuicultura, principalmente proveniente de Noruega.

Pescados Congelados

- Pez espada: precios proporcionados por varias organizaciones de productores.

La nueva nota metodológica pretende detallar claramente el proceso de elaboración de los datos estadísticos publicados, especificando las fuentes de los precios, concretando con detalle las posiciones comerciales y definiendo los puntos de toma de los precios, entre otros avances.

Boletín electrónico informativo “El Observatorio informa”

El boletín electrónico informativo remitido por el Observatorio de Precios de los Alimentos cuya publicación es enviada semanalmente, tiene como objetivo proporcionar información que aporte valor y transparencia a la cadena alimentaria.

El Observatorio realiza el boletín informativo para compartir entre los organismos, asociaciones y otros suscriptores de distintas índoles, documentos, noticias y eventos relacionados con la cadena alimentaria.





Instrumento metodológico y uso de índices • Precios de temporada de primos • Impacto de la macedonia • Impacto

el observatorio de precios de los alimentos

Observatorio de Precios de los Alimentos

informa

Miércoles 7 de marzo de 2012

Documentos de interés

Informe semanal de precios de productos ganaderos semana 8.

Resumen semanal de la situación de los mercados nacionales (comparación interanual de precios)

Fuente: MAGRAMA

Informe semanal de precios Origen-mayorista-destino.

Destaca las fuertes subidas en las cotizaciones de los huevos de ambos gramajes, tanto la Clase M (13,46%), como la Clase L (17,28%).

Fuente: MAGRAMA

Memoria actuaciones del Observatorio de Precios de los Alimentos en la cadena alimentaria 2008-2011.

La presente memoria de actividades refleja la labor realizada, durante el periodo 2008-2011, por el Observatorio de Precios de los Alimentos.

Fuente: Lorena Bovea

Calendario

- 23-02-2012 a 19-07-2012
Programa de alta gestión para Directivos de Empresas Agroalimentarias
Organiza: Instituto Interaccional San Telmo y MAGRAMA Zaragoza
- 06-03-2012
Presentación de los datos del consumo alimentario en España 2011
Organiza: MAGRAMA Madrid
- 06-02-2012 a 17-04-2012
Programa de Formación Comercial Internacional 2012. IV Edición
Organiza: FAMB Madrid
- 22-11-2011 a 16-05-2012
Curañibur moléste condicentiam maticus
Organiza: Lorena Bovea Madrid
- 08-05-2012
Jornada sobre Cadena de Valor
Organiza: ETSIA Madrid
- 08-03-2012
Programa de Formación Comercial Internacional 2012. IV Edición
Organiza: Mutual Wellington Madrid

Noticias

La CNC abre expediente a seis empresas del algodón andaluzas

La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) comunicó ayer la apertura de un nuevo expediente sancionador.

6-3-2012 Cervo Díaz

AILIMPO y la Cámara de Comercio de Murcia fomentan el Arbitraje

AILIMPO ha dado un paso de más en el fomento del uso de los contratos tipo homologados y en el fomento del Arbitraje como mejor vía de solución de los conflictos en el sector.

6-3-2012 Ailimpo

El precio de los huevos en origen sube un 28% en las ocho primeras semanas de 2012

La cotización del huevo en origen en España se ha incrementado un 28,3% en las ocho primeras semanas del año, tras la entrada en vigor el 1 de enero de la nueva normativa comunitaria de bienestar animal para la avicultura de puesta.

5-3-2012 Ferial Bovea

Madrid sede de suscripción | España sede de servicios

Estudios de cadena de valor y formación de precios de los alimentos

Los estudios son un análisis sobre los componentes de la cadena y los costes asociados en cada uno de los procesos de comercialización, que pretende ser dinámico y actualizable para que pueda servir de instrumento explicativo y analítico del proceso de formación de precios de los alimentos.

Tienen como objetivo fomentar la colaboración del sector a través de una reflexión conjunta sobre las estructuras del sector y sobre el proceso de formación de precios, tratando de buscar la mejora de la cadena a través del conocimiento de la misma.

En ellos se identifican y analizan las configuraciones principales de la cadena de valor de cada sector, las actividades básicas en cada una de las etapas de la cadena y los principales agentes participantes y sus interacciones.

Entre los años 2009 y 2011, se han realizado en total 33 estudios de cadena de valor de los siguientes alimentos: frutas y hortalizas (cítricos, manzana, pera y plátano; tomate, pimiento y calabacín; patata y zanahoria), carnes (ovino, vacuno, porcino, pollo y conejo), pescados (merluza, pescadilla, bacaladilla, gallo, dorada, jurel, sardina, caballa, boquerón, trucha, bonito, salmón, pez espada, chirla y mejillón), leche, pan, huevos y aceite de oliva.

Asimismo, desde 2011, se han realizado 31 actualizaciones de los estudios de cadena de valor¹ de los alimentos y actualmente, se están elaborando 8 estudios de cadena de valor (judía verde, lechuga, acelga, ajo, cebolla, cereales, aceite de orujo de oliva y vino) y 11 actualizaciones más².

¹ **Carnes:** vacuno, porcino, pollo y conejo (campañas 2009 y 2010) y ovino (campañas 2008, 2009 y 2010). **Frutas y hortalizas:** cítricos, manzana, pera, plátano, tomate, pimiento, calabacín (campañas 2008-2009 y 2009-2010), patata y zanahoria (campaña 2010). **Pan y huevos** (campaña 2010). **Leche** (campaña 2009-2010). **Aceite de oliva** (campañas 2008-2009 y 2009-2010).

² **Pescados:** merluza, pescadilla, bacaladilla, gallo, dorada, sardina, boquerón, caballa, jurel y trucha (campaña 2010) y **pimiento** (campaña 2009-2010).



Canales cortos de comercialización de productos agroalimentarios

El pleno del OPA, en su reunión celebrada el 28 de junio de 2012, acordó la realización de un estudio de canales cortos de comercialización, que permita conocer el alcance real que hasta el momento han logrado las diversas iniciativas de venta directa que están desarrollándose en nuestro país.

Así mismo, la Comisión Europea, el pasado 20 de abril, a través de la DG Agricultura y DG Sanidad y Consumidores, organizó en Bruselas la conferencia “Agriculturas locales y circuitos de comercialización cortos: reforzar la dimensión local de la Política Agrícola Común” con la idea de recoger las opiniones del sector agrario.

Conclusiones

El estudio sobre los canales cortos de comercialización de productos agroalimentarios llevado a cabo por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente destaca el potencial de estos modelos de negocio y su importante desarrollo en los últimos años.

El estudio proporciona un catálogo categorizado de iniciativas relevantes, tanto españolas como internacionales, en atención a criterios de innovación, tradición, alcance, dimensión y singularidad.

el estudio

de canales cortos de comercialización permite conocer el alcance real que han logrado las diversas iniciativas de venta directa que están desarrollándose en nuestro país





Plenos del Observatorio de Precios de los Alimentos

El Observatorio de Precios de los Alimentos ha conseguido, durante la celebración de los diferentes Plenos del OPA, reunir a más de 50 miembros pertenecientes a las administraciones públicas (central, regional y local), a los agentes de la cadena alimentaria (productores, industria y distribución) y a los consumidores.

El objetivo de la realización de los Plenos del OPA ha sido el de favorecer el diálogo y la comunicación entre todos los agentes de la cadena, el cual sirve como foro de discusión y generador de información.

Durante el presente año han tenido lugar tres plenos del OPA en los cuales se han abordado temas muy relevantes para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria.

El OPA en dichos plenos adquirió una serie de compromisos que ha llevado a cabo en el presente ejercicio y otros que serán presentados próximamente. Algunos de los compromisos adquiridos más relevantes han sido:

- Elaboración de un estudio de canales cortos de comercialización de productos agroalimentarios.
- Elaboración de estudios de cadena de valor y formación de precios del vino, cereales y aceite de orujo de oliva.
- Modificación de la estructura y configuración del estudio de la cadena de valor del huevo para las próximas actualizaciones.
- Creación de un grupo de trabajo del Observatorio de Precios de los Alimentos para el análisis del mercado de la leche y de los productos lácteos.



Jornadas y encuentros del Observatorio de Precios de los Alimentos

Durante el año 2012 el Observatorio ha asistido a jornadas y encuentros con las diferentes asociaciones, organizaciones, federaciones, administraciones públicas, conserjerías de agricultura de distintos países de Europa y de otros organismos internacionales, relacionadas con la cadena alimentaria.

El propósito ha girado en torno a la consecución de convenios de colaboración, a la mejora del diálogo y la comunicación entre todos los agentes del sector agroalimentario.

06/05/2012	Presentación Red Arco	Los canales cortos de comercialización en el sector agroalimentario
10/05/2012	La cadena de valor en el sector de los cereales pienso	Taller de Debate sobre los principales problemas a los que se enfrenta el sector de los cereales pienso
17/05/2012	Visita delegación China	-
19/07/2012	Visita del ministro de agricultura rumano	Coyuntura actual del sector agroalimentario en España. El Observatorio de Precios de los alimentos
22/07/2012	Visita Secretario de Estado de Portugal	La cadena alimentaria en España
21/09/2012	<i>II Jornada Nacional de Lonjas y Mercados de cereales</i>	<i>El Observatorio de Precios de los Alimentos</i>
29/09/2012	Presentación jornada COEAC feria san miguel 2012	"La volatilidad de los precios agrarios y la crisis alimentaria global"
10/10/2012	Foro: "sostenibilidad en la cadena alimentaria e inteligencia sectorial"	Evolución y tendencias en la producción y el consumo agroalimentario. Iniciativas para la mejora de la cadena alimentaria
18/10/2012	IV Congreso Cooperativas Agrarias Castilla y León	Mesa: "Orientación de las cooperativas al mercado"
22/10/2012	III Jornada de reflexión sectorial en la industria de panadería, bollería y pastelería	-
23/10/2012	Jornada láctea	Colaboración entre los agentes de la cadena láctea
25/10/2012	III Jornada de la red de Análisis de la cadena Alimentaria OCDE	Mobilising The Food Chain For Health
26/10/2012	VII Edición de las jornadas Herrera Oria de agricultura y ganadería	Asociacionismo Agrario y Marca Denominación de Origen
5/11/2012	Taller de Debate Cadena de Valor Láctea	La cadena de valor láctea
12/11/2012	Visita de la Delegación de Agricultura de Holanda	El Observatorio de Precios de los alimentos
19/12/2012	Foro "information on agri-food market in eu: sharing tool, methods and benefit of data exchange"	-





5

iniciativas

y documentos relevantes en relación
con la cadena alimentaria.



Iniciativas relevantes en relación con la cadena alimentaria

PROTOCOLO DE COLABORACIÓN PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA DE LAS CADENAS DE VALOR Y COMERCIALIZACIÓN DE LA LECHE Y LOS PRODUCTOS LÁCTEOS

El Director General de Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Fernando Burgaz, fue el encargado de presidir, el 3 de octubre, la reunión constitutiva de la Comisión de Seguimiento del Convenio de Colaboración entre los representantes del sector lácteo, para la mejora de la eficiencia de las cadenas de valor y comercialización de la leche y los productos lácteos. En este marco ha subrayado el compromiso del Ministerio por avanzar en la mejora de la cadena de valor del sector, tal como lo demuestra la rapidez en la constitución del Comité, tras la firma del Convenio de colaboración el 28 de septiembre.

El Convenio fue suscrito por la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED), la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS), la Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES), la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL), Cooperativas Agroalimentarias, y la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA), el pasado día 28 de septiembre de 2012.

El Convenio permitirá impulsar actuaciones para estrechar la colaboración en el ámbito de la información al consumidor y la promoción, y para fomentar la internacionalización, con el objetivo de mejorar la posición de los productores españoles en los mercados internacionales.

el convenio

ha sido suscrito por representantes de la distribución, la industria y el sector productor

el convenio

permitirá impulsar actuaciones para estrechar la colaboración en el ámbito de la información al consumidor y la promoción, y para fomentar la internacionalización



Contempla la creación de la Comisión de Seguimiento para garantizar los avances en la cooperación, entre las partes, tanto en la mejora de la puesta en valor de las producciones de leche y productos lácteos, como en el desarrollo de otras actuaciones orientadas a la coordinación y trabajo en común para la mejora del funcionamiento de la cadena de valor de dichas producciones.

La Comisión estará compuesta por parte de las organizaciones firmantes, por un representante por cada una de ellas, que será designado por su correspondiente órgano de gobierno.

En el seno de la Comisión de Seguimiento del Acuerdo de Cooperación, se han creado 3 Grupos de Trabajo para la leche y los productos lácteos y se han aprobado unas normas de funcionamiento interno que asegurarán la eficacia en la correcta aplicación de estos compromisos y el pleno respeto de la normativa vigente de defensa de la competencia.

Los Grupos de Trabajo creados son:

- Grupo de Trabajo para el refuerzo de las actuaciones encaminadas a la garantía de la calidad
- Grupo de Trabajo para la mejora de la colaboración en la aplicación de la normativa y la vertebración de las cadenas de valor. En este Grupo el Ministerio se ha comprometido a llevar al Pleno del Observatorio de Precios de los Alimentos la propuesta de crear un Grupo de Trabajo para el análisis del mercado de la leche y los productos lácteos.
- Grupo de Trabajo para aumentar la colaboración en el ámbito de la información al consumidor y colaborar en el fomento de la internacionalización.

Adicionalmente a lo anterior, se constituirá un Grupo de Trabajo dedicado específicamente al análisis y estudio de los problemas estructurales del sector lácteo, y sus posibles soluciones, que dificultan el adecuado funcionamiento del conjunto de la cadena de valor.





el objetivo

del Anteproyecto de Ley es mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria, de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario español y se reduzca el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor

LEY DE MEDIDAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA

El Ministro de Agricultura, Alimentación y medio Ambiente, en su comparecencia del 1 de febrero de 2012 en el Congreso de los Diputados, se comprometió a tramitar el Anteproyecto de ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

Posteriormente, el 19 de octubre de 2012, se presentó en el Consejo de Ministros el Anteproyecto.

Objeto del Anteproyecto de ley: mejorar el funcionamiento y la vertebración de la cadena alimentaria, de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario español y se reduzca el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, en el marco de una competencia justa que redunde en beneficio del sector sino también de los consumidores.

Necesidad del anteproyecto de ley: Existencia de desequilibrios en las relaciones comerciales entre los diferentes operadores de la cadena de valor, que han sido constatadas en diversas Comunicaciones de la Comisión Europea.

Contenido: Modelo mixto: regulación + autorregulación:

1. Regulación: Se regulan los contratos alimentarios y las prácticas comerciales abusivas.
2. Autorregulación: Se promueve el Código de Buenas Prácticas mercantiles y Códigos de Buenas Prácticas impulsados por los operadores.
3. Régimen de Control: Régimen sancionador (MAGRAMA + Observatorio de la Cadena)



1.1. Contratos alimentarios

- Obligación de formalizar por escrito los contratos alimentarios y de incorporar unos elementos esenciales (pactados libremente por las partes).
- Sólo serán obligatorios cuando se cumplan 3 condiciones:
 - transacción comercial superior a 2.500 euros;
 - facturación anual conjunta de ambos operadores en España superior a 1.000.000 euros;
 - facturación del operador de menor tamaño inferior al 10% del mayor.
- Obligación de incorporar en el contrato: identificación de las partes, objeto, condiciones del pago, entrega de productos, derechos y obligaciones, duración y causas y efectos de la extinción (pactados libremente por las partes).

1.2. Prácticas comerciales abusivas

- Se prohíben:
 - las modificaciones unilaterales de los contratos, salvo que sean de mutuo acuerdo de las partes;
 - pagos comerciales no previstos.
- Se regulan:
 - las subastas electrónicas;
 - la obligación de conservación de documentos;
 - el suministro de información comercial sensible;
 - la gestión de marcas.

2. Autorregulación

- Establecimiento de un Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria impulsado por el MAGRAMA, con un sistema de arbitraje para la resolución de conflictos.
- Creación de un Registro estatal de los operadores adheridos. Además, los operadores podrán promover y suscribir otros códigos de buenas prácticas mercantiles.





3. Régimen de Control

- Se establece un Régimen sancionador otorgando potestad sancionadora al MAGRAMA y, en su caso, a las Comunidades Autónomas, que se aplicará por el incumplimiento de lo dispuesto en la ley.
- Se tipifican las infracciones y sanciones.
- Se crea el Observatorio de la Cadena Alimentaria para el buen funcionamiento de la cadena, que continuará ejerciendo las funciones del Observatorio de Precios y asumirá nuevas funciones:
 - informar de la propuesta de Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria y de otros códigos de buenas prácticas mercantiles;
 - conocer el resultado de los trabajos realizados por la comisión de seguimiento del Código;
 - designar el árbitro en el caso de que las partes no alcancen un acuerdo sobre su designación para la resolución de conflictos de los operadores adheridos;
 - facilitar el conocimiento del Código entre los operadores y promover su adhesión;
 - llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales.

Otras materias que se regulan:

- Se modifica la **Ley 38/1994, de 30 de diciembre, Reguladora de las OIAs**, con la nueva redacción quedan solucionados los problemas recientes del impago de la extensión de norma de interprofesionales de ámbito regional y de figuras de calidad.
- Con la modificación de la **Ley 2/2000, de 7 de enero, Reguladora de los contratos-tipo de productos agroalimentarios**, el precio a percibir y los criterios para su actualización serán libremente fijados por las partes, que podrán tener en cuenta, en su caso, indicadores de precios o costes.



FORO DE ALTO NIVEL PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA

El objetivo del foro es adoptar un plan de trabajo para impulsar la competitividad y promover mejores prácticas contractuales en el sector alimentario europeo, ampliando a toda la cadena de abastecimiento el trabajo del anterior Grupo de Alto Nivel sobre Competitividad de la Industria Agroalimentaria.

El Foro cuenta con cuarenta y cinco miembros, que representan principalmente a algunos Estados miembros, empresas europeas relacionadas con la producción, la transformación o la distribución alimentaria, así como a asociaciones profesionales y organizaciones no gubernamentales que defienden los intereses de los ciudadanos.





Plataforma de Prácticas contractuales B2B en la cadena alimentaria

Esta plataforma que está comprendida dentro del Foro de Alto Nivel para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, persigue tres objetivos:

- Ponerse de acuerdo sobre una lista de prácticas que pueden considerarse desleales.
- Identificar las mejores prácticas relevantes en las relaciones comerciales.
- Proponer acciones cuando sea necesario (instrumentos regulatorios o no regulatorios).

Las organizaciones empresariales europeas de la cadena alimentaria (productores, industria y distribución) integrantes del Core group, establecieron conjuntamente una metodología y entablaron un diálogo.

Como resultado, el 29 de noviembre de 2011, el Core group publicó un documento (“Vertical relationships in the Food Supply Chain: Principles of Good Practice”) donde se presenta un conjunto de principios generales sobre las relaciones verticales en la cadena de suministro de alimentos. El documento propone principios consensuados de buenas prácticas ilustradas por ejemplos concretos de prácticas leales y desleales.



Observatorio
de Precios de los
Alimentos

2012

memoria de actuaciones