

## OBSERVATORIO

# “El gran problema de la cadena alimentaria es su propia estructura”

**CONCLUSIONES/** La legislación que ha desarrollado el Gobierno busca subsanar situaciones como los abusos de posición dominante, algo de lo que, según los expertos, se aprovechan las marcas blancas.

**Expansión.** Madrid  
El primer eslabón de la cadena alimentaria en España está integrado por unos 750.000 agricultores y ganaderos. El siguiente, el de la transformación y la industria alimentaria, lo forman cerca de 29.000 centros. Y en el último eslabón, “entre cinco o seis grupos dominan el 40% de la distribución, y entre las 10 primeras empresas dominan el 60%”.

Por ello, tal como asegura Fernando Gurgaz, director general de Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, “el gran problema de la cadena alimentaria viene dado por sus características estructurales”.

Para subsanar esta situación, el Gobierno ha presentado dos proyectos de Ley en el Congreso cuyos objetivos son ofrecer unas condiciones de negociación adecuadas al primer eslabón, y definir unas normas que permitan a todos los que forman parte de la cadena alimentaria saber con qué normas deben jugar.

### Fabricante vs distribuidor

Uno de los principales ámbitos que esta normativa debe regular es la competencia entre las marcas blancas y las marcas de fabricante, según los expertos que se dieron cita en el observatorio *La nueva ley de la cadena alimentaria: ¿cómo beneficia al campo y al consumidor?* organizado por EXPANSIÓN y Promarca.



De izq. a der.: Agustín Herrero, subdirector general de la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias; Ignacio Larracochea, presidente de Promarca; Juan Delgado, senior advisor de RP Economics; José Antonio García, socio de The Brattle Group; Fernando Gurgaz, director general de Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura; y Antonio Seijo, profesor de Esade.

Las cadenas de distribución aprovechan su poder para favorecer a sus marcas propias, al tener “la capacidad de fijar el precio de la marca de fabricante y de las suyas propias”, tal como afirma José Antonio García, socio de The Brattle Group, lo que está permitiendo que las marcas blancas estén arrebatando una gran cuota de mercado a los fabricantes.

Esta situación provoca una

**En España hay unos 750.000 agricultores y poco más de diez distribuidoras influyentes**

“competencia discriminatoria” que, en opinión de Ignacio Larracochea, presidente de Promarca, es negativa para los ciudadanos porque lejos de bajar los precios, colabora a que se mantengan altos.

Este es un argumento que comparte José Antonio García, quien afirma que “el aumento de poder de las marcas blancas ha dañado al consumidor, ya que cuanto más cuota de mercado tienen las marcas de distribución, más sube el precio de todos los productos”.

Y al mismo tiempo, cuando se mantiene en el tiempo una situación de este tipo, se puede llegar a dar un caso de dis-

criminación excluyente, en la que lo que se pretende es “expulsar a un competidor [a una marca de fabricante, en este caso] del mercado”, asegura Juan Delgado, senior advisor de RP Economics.

### I+D+i

Otras consecuencias de que las marcas de fabricante pierdan relevancia en el mercado en favor de las marcas blancas es la reducción en la inversión en I+D+i, algo que ya se está produciendo en el sector alimentario español.

Un ejemplo de ello, según Antonio Seijo, profesor de Esade, es que el pasado año se produjo “una preocupante re-

ducción en la inversión del 20%, ya que lo que dejaron de invertir las marcas de fabricante no lo compensaron las marcas blancas”.

Por ello, Seijo afirma que “ahora que estamos sentando las bases del sector del futuro”, debemos tener “en cuenta que la deriva que tomemos hacia las marcas blancas o de fabricante tendrá una consecuencia directa en la riqueza del país”.

**El pasado año se produjo una reducción en la inversión en I+D+i del 20%**

**Los agricultores ven positiva la nueva normativa**

La nueva legislación que el Gobierno del Partido Popular ha desarrollado para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria afecta de forma directa a los agricultores y ganaderos quienes, según Agustín Herrero, subdirector general de la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias, han realizado “una primera valoración positiva” de la misma.

Tal como expone Herrero, en la actualidad la renta media de un agricultor o ganadero “es similar a la de 1995, mientras que los costes de la vida han aumentado”, por lo que la subsistencia de la agricultura y la ganadería se ha visto en peligro. Para evitar este riesgo es necesario “que el mercado funcione correctamente y se retribuya adecuadamente el trabajo de los agricultores y ganaderos”, algo que la nueva legislación pretende conseguir mediante la implantación de medidas que “regulen las relaciones en la cadena que impida las posiciones de dominio que al final siempre acaban repercutiendo sobre el agricultor”.

Además, el nuevo marco normativo se adaptará a la realidad de un sector en el que “la distribución ha ganado muchísima fuerza”, tal como asegura Ignacio Larracochea, presidente de Promarca, en detrimento tanto de las marcas de fabricante como de los agricultores y ganaderos. Por eso, añade Larracochea, las nuevas iniciativas del Gobierno “son de sentido común” y están basadas en “iniciativas que velan por la protección”.



**Fernando Gurgaz**  
Ministerio de Agricultura

“Entre cinco o seis grupos dominan el 40% del total de la distribución de la cadena alimentaria de España”



**Ignacio Larracochea**  
Presidente Promarca

“La nueva legislación es de sentido común y con ella el Gobierno quiere impulsar medidas de protección”



**Antonio Seijo**  
Profesor Esade

“El pasado año, las marcas blancas no compensaron lo que las de fabricante dejaron de invertir en I+D+i”



**José Antonio García**  
The Brattle Group

“Cuanto más cuota de mercado tienen las marcas de distribuidores, más suben los precios de los productos”



**Agustín Herrero**  
Conf. Coop. Agroalimentarias

“Es necesario una ley que regule las posiciones de dominio que al final siempre repercuten en el agricultor”



**Juan Delgado**  
RP Economics

“En el sector existe el riesgo de llegar a una situación de competencia excluyente por parte de las marcas blancas”