



En la Comisión de Seguimiento del Convenio para la mejora del sector lácteo

García Tejerina: “Los últimos datos del mercado de la leche indican una mejora en los precios que perciben los ganaderos”

- La secretaria general pasa revista a las actuaciones realizadas por el Ministerio desde la firma del convenio
- Informa sobre la tramitación de la nueva norma de calidad del yogur
- Explica las iniciativas incluidas en el Programa de “Productos Lácteos Sostenibles”

31 de mayo de 2013. La secretaria general de Agricultura y Alimentación, Isabel García Tejerina, ha señalado que, en los últimos meses, los datos sobre la evolución del mercado de la leche parecen indicar una mejora de los precios que perciben los ganaderos. Así, según datos del FEGA, en el mes de marzo las entregas de leche han aumentado un 11,53% con respecto a febrero, mientras que el precio medio pagado al ganadero ha subido un 0,3%, también con respecto a febrero, alcanzando la media de 0,338 euros/litro.

García Tejerina presidió ayer, en la sede del Ministerio, la VI Reunión de la Comisión de Seguimiento del “Convenio de Colaboración para la mejora de la eficiencia de las cadenas de valor y comercialización de la leche y los productos lácteos”, en el que se ha pasado revista a las actuaciones realizadas desde la firma de este convenio, el pasado 28 de septiembre, entre el ASEDAS, ANGED, ACES, ASAJA, Cooperativas Agro-alimentarias, FENIL y el MAGRAMA.

ACTUACIONES DEL MAGRAMA

Durante la reunión, la Secretaria General ha explicado las principales actuaciones llevadas a cabo por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en el marco de este convenio. Según ha indicado, desde la suscripción del convenio, “los principales esfuerzos se han centrado en dotar



de transparencia al sector, tanto en materia de precios como en relación a los intercambios de leche entre los operadores”.

Asimismo, se ha realizado un seguimiento de los precios de venta de la leche en el comercio minorista durante los últimos meses, así como la evolución del consumo en el hogar de la leche y los derivados lácteos. Según datos del Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA, los precios de venta al público de la leche líquida en marzo muestran un comportamiento similar al del mes anterior, agudizándose la concentración de compras en el tramo de precios de 0,50-0,59 euros/litro. Por canales y tipo de leche, destacar que las compras de leche semi desnatada en los súper se han abaratado mientras que las compras de leche desnatada en las tiendas descuento mantienen su encarecimiento. En general, también se han encarecido las compras de leche entera.

Adicionalmente, García Tejerina ha apuntado el establecimiento de un “cuadro de mando”, “que nos ha permitido disponer, cada mes, de una información global del conjunto de movimientos de la leche a lo largo de la cadena, para conocer mejor la realidad del sector y los movimientos comerciales que se registran”.

En relación con los estudios de mercado para aumentar la percepción del valor de la leche y los productos lácteos, García Tejerina ha hecho mención del “Desayuno Lácteo”, celebrado el pasado 25 de marzo, donde directores creativos de agencias de publicidad, directores de marketing de empresas de consumo alimentario y diseñadores de packaging intercambiaron ideas para revalorar los productos lácteos.

Por lo que respecta a las actuaciones en materia de promoción, García Tejerina ha destacado la constitución de un Grupo de Trabajo específico, creado con la idea de incrementar la colaboración en el ámbito de la información al consumidor y colaborar en el fomento de la internacionalización. En este ámbito, la secretaria general se ha referido a la acción promocional llevada a cabo dentro de los espacios publicitarios de RENFE, así como la difusión de distinto material a través de la página Web www.alimentación.es.



También ha detallado actuaciones en el ámbito del control de calidad, donde destaca la campaña oficial de inspección de la leche de consumo durante el año 2012, acordada a petición de algunas Comunidades Autónomas, con objeto de comprobar la calidad y el etiquetado de este producto.

Por otro lado, García Tejerina ha dado detalles de la nueva norma de calidad para el yogur, actualmente en tramitación reglamentaria, y que actualiza y simplifica la normativa actual. Según ha explicado, "se trata de adecuar la normativa sobre el yogur a la nueva realidad del mercado, eliminando restricciones que puedan situar a los productores españoles en una situación de desventaja, con el fin de garantizar la leal competencia entre las industrias y mejorar la competitividad del sector".

PRODUCTOS LÁCTEOS SOSTENIBLES

Por otra parte, García Tejerina ha informado sobre las acciones de promoción y comunicación del Ministerio, destinadas a dar a conocer a los consumidores el alcance del Programa de "Productos Lácteos Sostenibles", en el marco del convenio suscrito entre el MAGRAMA, industria láctea y empresas de la distribución el pasado 12 de febrero.

Entre estas actuaciones, destaca la campaña promocional en Internet bajo la etiqueta #megustalaleche, para divulgar los beneficios de la leche utilizando las posibilidades que ofrecen las redes sociales para informar a los consumidores, con especial incidencia en los más jóvenes. Esta campaña comenzará a partir del 30 de mayo y tendrá una duración de 3 meses.

Durante la campaña se efectuará un seguimiento periódico sobre la evolución de la percepción por el consumidor sobre la leche y, finalmente, se llevará a cabo un post-test con las conclusiones y valoraciones más relevantes.

De manera complementaria, en la reunión se ha informado sobre la puesta en marcha de la Semana de la Leche y Productos Lácteos, que previsiblemente se celebrará coincidiendo con el Día Internacional Lácteo (13 de junio).

Paralelamente, desde el segundo semestre de 2012 se trabaja con la plataforma Chil (red profesional especializada en el mundo agrario) con el objetivo de aprovechar la potencialidad de esta red para recopilar y difundir



contenidos (vídeos, imágenes en directo...) que se incluirán en una web propia del proyecto, para hacerlos llegar al sector y a la sociedad.

Por último, se está trabajando en la organización de un acto promocional consistente en lograr la mayor entrega simultánea de productos lácteos a los bancos de alimentos.