

Consigue hasta 1.000 € en una Tarjeta Regalo con tus seguros

Y además, entra en el sorteo de 15 iPads mini si los contratas por internet

Promoción válida hasta el 5-5-2013. NRI: 553-2013/9681



multiSeguros



Miércoles, 6 de marzo de 2013

comunidad



Buscar en El Confidencial



El Confidencial

EL DIARIO DE LOS LECTORES INFLUYENTES

crédito y caución



MADRID 15°

ACTUALIDAD ECONOMÍA Y EMPRESAS MINISTERIO DE AGRICULTURA PROMARCA LEY PARA LA MEJORA DE LA CADENA ALIMENTARIA

MESA REDONDA DE PROMARCA EN 'EL CONFIDENCIAL'

El Gobierno acusa a la gran distribución de "prácticas desleales y abusivas"

arcas. Calidad, Innovación y Confianza



Daniel Toledo 07/03/2013 (06:00)

- 0
- Enviar
- 0
- 0
- 0
- 0
- Menú
- Imprimir

"No tenemos ningún inconveniente en afirmar claro y de manera rotunda que el sector industrial sufre prácticas desleales y abusivas de la gran distribución", aseguró sin ambages el secretario general técnico del Ministerio de Agricultura, Adolfo Díaz-Ambrona, durante la celebración de una mesa redonda con representantes del sector de la alimentación promovida por Promarca y organizada por *El Confidencial*. Un argumento definitivo para defender la llamada *Ley para la Mejora de la Cadena Alimentaria* que el Gobierno aprobaba el 8 de febrero. La norma, alumbrada no sin polémica, nace para salvaguardar el tejido agrario y reducir los desequilibrios existentes en las relaciones comerciales.

Díaz-Ambrona, que admitió que el sector agroalimentario español vive una situación "cuasi dramática", hizo hincapié en la posición de debilidad de dos sectores. "La producción es débil respecto a la industria y la industria es débil respecto a la distribución", explicó. Un terreno abonado para los abusos. Por ejemplo, "en el caso de las industrias agroalimentarias, las prácticas desleales de la gran distribución", remató el político. La nueva ley no sólo contempla multas de entre 3.000 euros y un millón a cualquier eslabón de la cadena alimentaria que cometa prácticas abusivas, sino que -para garantizar la seguridad jurídica- obliga a formalizar por escrito las transacciones cuyo precio supere los 2.500 euros.



elcorteingles.es El Corte Inglés

La Casa Real pagó con fondos públicos la reforma del chalé de Corinna en El Pardo

Díaz-Ambrona (l), Ignacio Larracochea (2d), presidente de Promarca. Las cotizaciones ya no bastan para pagar las pensiones: faltan más de 5.140 millones

El Tribunal de Cuentas halla una donación opaca de un millón a la Fundación Ideas



CONÉCTATE A LA ACTUALIDAD

SUSCRÍBETE AL BOLETÍN

Boletín Urgentes

Escribe tu email

Seguir Me gusta

De fondo, el eterno debate sobre las grandes superficies y sus *marcas blancas*. De hecho, no falta quien ha visto la ley promovida por **Miguel Arias Cañete** como una norma contra los productos propios de las grandes compañías de distribución. "Nosotros no somos 'antimarca blanca' (...) Somos anticompetencia desleal y práctica abusiva. La *marca blanca* o de la distribución es un competidor más y tiene todo el derecho. Lo que ha cambiado en los últimos años es que **el distribuidor tiene un doble papel: al tener su propia marca tiene conflicto de intereses**. Y eso es lo que obliga a intervenir. No se puede ser juez y parte", explicó **Ignacio Larracochea**, presidente de Promarca, asociación que reúne a los principales fabricantes de productos de gran consumo.

"¿Cuánto representa Coca-Cola del negocio de Mercadona? Un 1%.

¿Procter&Gamble? Menos de un 1%. Para ellos, su negocio de gran consumo supone un 25%. Son magnitudes de 20 contra 1. ¿Quién tiene el poder de mercado? Es imposible vivir sin el 20% de tus ventas; difícil, pero no imposible, hacerlo sin el 1%", remachó Larracochea. La nueva ley establece la obligación a la gran distribución de "gestionar las marcas de productos alimentarios que ofrezcan al consumidor, tanto las propias como de otros operadores, **evitando prácticas contrarias a la libre competencia**". También fija restricciones a la utilización de la información comercial sensible y prohíbe el aprovechamiento ilícito de la iniciativa empresarial ajena, publicidad incluida.

La batalla de la opinión pública

Pese a esos argumentos, los fabricantes tienen perdida la batalla de la opinión pública, que les pide drásticas bajadas de precios para competir con la *marca blanca*. "Pero eso es porque la gente no entiende cómo funcionan los mecanismos de fijación de precios -explica **José Antonio García**, director de The Brattle Group-. Las marcas de fabricantes están deseando rebajarlos, pero es que los precios en los canales de distribución no los fijan los fabricantes, **los marcan las cadenas de distribución. Y ahí es donde entra ese conflicto de intereses**". La consultora en cuestión elaboraba recientemente un estudio sobre la materia, según el cual la eliminación de las prácticas discriminatorias en la distribución podría rebajar los precios de las marcas de fabricante **"entre un 4% y un 40% y, de media, un 20%"**.

Estas posibles ganancias de eficiencia convierten la nueva ley en un cambio no meramente cosmético. "Entendemos que es una ley que quiere provocar un cambio estructural, y nosotros esperamos de los políticos cambios estructurales y no superficiales o que respondan a intereses de colectivos determinados", explica **Horacio González Alemán**, director general de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). Con tres ideas básicas. "Primero, es una ley que promueve **la transparencia**. Segundo, es **procompetitiva**. Y tercero, es una ley **equilibrada**. Las prácticas abusivas y anticompetitivas las destierra y establece elementos donde los sectores vamos a estar junto con la Administración para aplicarla mejor y quitar tensión a su puesta en marcha", zanjó.

Finalmente, **Agustín Herrero**, subdirector de la Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAE), también aplaudió la ley en tanto puede impulsar que el mercado funcione correctamente. "Los que tienen poder **han intentado cuadrar sus cuentas trasladando parte del riesgo de su actividad al eslabón proveedor**. Y este luego lo traslada al agricultor y llegamos a una situación dramática. De hecho, en muchos momentos los productores no llegan a cubrir los costes de producción", expuso. Con un riesgo añadido: "Hablamos de empresas; la situación se puede soportar puntualmente, pero si el problema se convierte en estructural, se destruirá tejido productivo y provocará abandono... y acabará con uno de los motores de nuestra economía".

> [cómo conseguir una rentabilidad superior al 6% alquilando pisos](#)

> [5 obras que nunca debes hacer tu casa si la vas a vender](#)



LA OPINIÓN DE LOS LECTORES

0 **COMENTARIOS**
Escribe el tuyo

 [DEJA TU COMENTARIO](#) | [VER MÁS COMENTARIOS](#)
