



Xabier Iraola Agirrezabala
Euskal Nekazarien Batasuna (ENBA)
Gipuzkoa

▶ A TODAS AS CADEAS DE DISTRIBUCIÓN QUE ME QUEIRAN ESCOITAR DÍGOLLES, CLARA E TALLANTEMENTE, QUE, SEN RENDIBILIDADE, NADA DE NADA

A volta do caserío Bulano de Asteasu, tras rematar unha das visitas que se celebrou hai unhas semanas con motivo da iniciativa Ongi Etorri Baserrira [‘Benvidos ao caserío’], convocada pola organización agraria ENBA e a través da cal 19 caseríos vascos lle abriron as súas portas á xente que mostrou interese por achegarse, coñecerlos, tanto a eles coma os seus produtos, e, finalmente, degustar o produto ofrecido. Entre curva e curva, a cabeza empeza a facer o seu propio camiño e vaise por outros camiños mentais que son incapaz de evitar.

O caserío Bulano, como actualmente o coñecemos, é o resultado dunha aposta en común de dúas parellas, onde os catro son os empresarios e traballadores desta explotación leiteira. Non é o modelo de organización do traballo gandeiro dominante nos nosos lares, nin creo que o sexa polo resto da cornixa, pero, aínda que sexa a modo de excepción, convén apuntar que tamén existen casos de éxito entre aqueles que apostan por agruparse para, ademais de dimensionar e modernizar a explotación, garantir unha certa calidade de vida para os catro socios.

Aínda así, baixando no meu vello Volkswagen Polo cara ao val, pensei, exercicio que me angustiou, ao ver que esta explotación leiteira non ten a remuda xeracional asegurada. Nin de lonxe. Chegando á N-1, pregunteime: “Que é o que falla no sector gandeiro de vacún de leite para que sexa tan

Sen rendibilidade, nada de nada

difícil e excepcional atopar ganderías coa remuda asegurada por uns fillos e fillas que queiran seguir coa explotación dos seus antecesoros e que estean orgullosos do seu modo de vida?, a falta de rendibilidade, a falta de tempo libre para conciliar tanto familiar como socialmente, a dureza do traballo, a falta de prestixio e consideración social... Que é o que falla?”.

Ceguei a casa e inmediatamente me puxen ante o computador a escribir esta filípica deste cuestionado e criticado “xuntaletras”, cando lembrei a noticia de que a organización agraria Unión de Pequenos Agricultores y Ganaderos (UPA) alertaba dunha posible estratexia coordinada por parte de 16 cadeas de distribución para afundir os prezos do leite e advertía que, tendo en consideración os custos do campo, a transformación e comercialización, todos aqueles leites que estean por baixo de 0,77 euros deixan de cumprir a Lei de cadea alimentaria por non cubrirse os custos de produción de todos e cada un dos elos da cadea.

Todo iso saltou, ao parecer, con motivo do escándalo xerado pola cadea Lidl, que ofrecía o seu leite desnatado a 0,73 euros, e que desde diferentes organizacións se denunciou por supor a espita, —ou a escusa perfecta, diría eu—, que outros necesitan para abrir unha encarnizada loita á baixa para captar porcentaxe de cota de mercado.

Nun sector lácteo, e refírome basicamente ao leite líquido, fortemente concentrado na marca de distribución (marca branca), onde as marcas famosas perden presenza nos lineais porque as cadeas se centran, cada vez máis, na marca branca, onde a marxe de beneficio se estreita ata límites impensables e insoportables para todos os axentes da cadea, tanto distribución coma industrias, pero moi especialmente para os gandeiros e, ademais, o diferencial entre a marca branca e a marca de fabricante aumenta, acantando estes últimos a un mercado case testemuñal, o que provoca que cada vez máis empresas famosas, ata agora remisas a entrar no mundo da marca branca, se vexan obrigados a entrar no xogo se non queren quedar fóra de xogo.

Agora, mentres a pelexa do PVP (prezo de venda ao público), ata agora

limitada ao leite enteiro, se estabilizou nos 0,91 euros da cadea líder Mercadona como limiar superior, nunha segunda apertada, a pelexa trasládase ao leite desnatado e ao semidesnatado, mantendo o leite enteiro como símbolo de estabilidade e paz comercial, e así, actualmente, vemos coma as navalladas entre cadeas trasládanse a estes dous tipos de leite: desnatado e semidesnatado.

Agora ben, non deberamos perder de vista que, segundo os datos do panel de consumo do MAPA, o leite enteiro supón o 30 % aproximado do total de vendas de leite líquido básico, mentres o desnatado e o semi supoñen o 70 % restante. Por iso, cando falamos de paz comercial no leite, convén apuntar que a paz é, cando menos, aparente.

O diferencial entre o leite enteiro para co semidesnatado e desnatado pasa, dos 2-4 céntimos ata hai pouco máis dun ano, á actualidade con aproximadamente 10 céntimos e, como comprenderán, se ao 70 % do leite líquido se lle reduce de xeito tan notable o prezo de venda ao público (PVP), o valor engadido ao conxunto da cadea redúcese de forma importante e esta redución de valor flúe cadea abaixo ata as portas das cuadras dos gandeiros.

Por iso, as cadeas de distribución, que —digan o que nos digan— coa súa marca branca teñen a tixola polo rabo ao ter cada vez maior porción nas vendas de leite, son as que deben mostrar un sentido da responsabilidade para co conxunto da cadea, pero, como digo sempre, sobre todo, coa parte produtora, cuxo futuro, tristemente, depende duns poucos céntimos, levándoos á ruína ou cara a un horizonte de esperanza. Retumban na miña cabeza, mentres tanto, as palabras de Juan Roig, quen afirmaba que os produtores teñen que obter beneficios polo seu traballo.

Como dicía, e agora volvo ao caserío Bulano, non todo depende única e exclusivamente do diñeiro e da rendibilidade, non; hai outros cantos factores que debemos ter en conta e abordalos. Agora ben, a todas as cadeas de distribución que me queiran escoitar dígolles clara e tallantemente, que, sen rendibilidade, nada de nada. ■