

*Academ*  
*[Signature]*




**Superintendencia de Competencia**  
República de El Salvador

**Estudio sobre la Caracterización de la Agroindustria Arrocera y sus Condiciones de Competencia en El Salvador**

**INFORME DE RESULTADOS**

Antiguo Cuscatlán, abril de 2009

La competencia beneficia a los consumidores



**ÍNDICE**

- I. Objetivo del estudio.**
- II. Caracterización general de la agroindustria arrocera de El Salvador.**
- III. Políticas públicas y marco normativo aplicable.**
- IV. Caracterización de la oferta.**
- V. Caracterización de la demanda.**
- VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera.**

La competencia beneficia a los consumidores



## ÍNDICE

**VII. Mercados relevantes de productos y geográficos.**

**VIII. Indicadores de concentración.**

**IX. Integración horizontal y vertical.**

**X. Barreras a la entrada.**

**XI. Principales hallazgos del estudio.**

**XII. Recomendaciones de política pública.**

La competencia beneficia a los consumidores



## I. Objetivo del estudio

- Realizar una caracterización de la agroindustria arrocera que permita conocer y evaluar su composición, tamaño, participantes, regulaciones, desempeño y otros aspectos relevantes para diagnosticar y proponer las medidas para fortalecer y mejorar las condiciones de competencia del sector.

La competencia beneficia a los consumidores



## II. Caracterización general de la agroindustria arrocera

### ▪ Agroindustria Arrocera.

- Tercer grano básico en importancia en términos de consumo de la población en El Salvador.
- Consumo per-cápita de 28 libras al año, similar al de Guatemala y Honduras, contra 115 libras en promedio de Nicaragua, Costa Rica y Panamá.
- El Salvador es un país importador de arroz, el 70% del consumo local proviene de arroz granza importado.
- **Tipos de Arroz:**
  - **Arroz Granza**
    - Arroz proveniente de la producción agrícola sin ningún tipo de procesamiento
    - Materia prima para arroz oro
    - Tipos de producción agrícola de arroz en El Salvador son de seco y en distritos de riego
  - **Arroz Oro (descascarado y pulido)**
    - sin precocimiento (blanco)
    - precocido

La competencia beneficia a los consumidores



## III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

### ▪ Políticas públicas.

- **“Plan de Gobierno 1999-2004: La Nueva Alianza”.**
  - Incluye creación de mecanismos prácticos y transparentes que aseguren al productor la estabilidad de precios de los granos básicos.
  - Determina política de apoyo al desarrollo de Bolsa de Productos de El Salvador, “BOLPROES”.
- **“Plan de Gobierno 2004-2009: País Seguro”.**
  - Incluye planes e incentivos para aumentar producción y rentabilidad de agricultores.
  - Continuidad de mecanismos de política y normativa que regula relaciones entre cadena de valor del arroz (Convenios de siembra y comercialización entre productores e industriales de granos básicos).
  - Profundizar estrategia de apertura comercial. Finalizar negociación de TLC con Estados Unidos.
  - Fomento de uso de BOLPROES a fin de transparentar comercialización de productos y evitar captura de rentas de intermediarios informales.

La competencia beneficia a los consumidores



### III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

#### A) Reglamento General sobre la Apertura y Administración de Contingentes.

- Vigente desde 1999.
- Con base a las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC).
- Crea Comisión Técnica de Contingentes integrada por MINEC, MAG y Ministerio de Hacienda, para recomendar apertura de contingentes, realizado mediante acuerdo del MINEC.
- Contingente de arroz granza previo al CAFTA-DR abierto en base a este Reglamento. Su acceso ligado a cumplimiento de requisito desempeño: compra de arroz granza nacional a través del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional (Convenio).

La competencia beneficia a los consumidores



### III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

#### B) Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional.

- **Objetivos generales del convenio:**
  - Producción nacional de arroz granza sea adquirida a precios predecibles y competitivos para agricultores y los beneficios, evitando la intermediación del transportista.
- **Otras condiciones del convenio:**
  - Vigente desde el año 2000.
  - Mecanismo de compra y venta a través de BOLPROES.
  - Establece mecanismos para determinar precios al productor, calidades y condiciones de entrega, garantías de pago, solución de diferencias, entre otras.
  - Prohíbe la comercialización del arroz granza importado entre los firmantes.

La competencia beneficia a los consumidores

Handwritten signature and initials, including a circled 'A' and a stylized signature.





### III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

#### ...B) Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional.

##### ➤ Firmantes:

- Industriales representados por ASALBAR (Asociación Salvadoreña de beneficiadores de Arroz).
- Productores de arroz granza representados por cuatro asociaciones de riego.
- CAMAGRO (Cámara Agropecuaria y Agroindustrial).
- BOLPROES.
- MAG como testigo de honor.

La competencia beneficia a los consumidores



### III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

#### ...B) Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional.

##### ➤ Comisión de Supervisión:

- A cargo de la supervisión de su funcionamiento.
  - Integrantes:
    - ✓ Un representante de cada organización de productores;
    - ✓ Un igual número de representantes de organización de Industriales firmante;
    - ✓ Un representante de BOLPROES;
    - ✓ Un representante de los Puestos de Bolsa;
    - ✓ Un representante de CAMAGRO;
    - ✓ Un delegado del MAG;
    - ✓ Un delegado del MINEC;
    - ✓ Supervisor técnico del Convenio.

- Todos los representantes tienen derecho a voz y voto con excepción del delegado del MINEC y el supervisor técnico.

La competencia beneficia a los consumidores

*Handwritten signature and arrow pointing to the right.*

*Handwritten mark resembling a stylized 'R' or 'A' inside a circle.*



### III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

#### C) CAFTA-DR.

- Vigente desde 2006.
- Arroz considerado como producto sensible.
- Programa de desgravación arancelaria no lineal de 18 años, con período de gracia de 10 años en el cual el arancel no disminuye (40%).
- Apertura de contingentes mientras se llega al régimen de libre comercio, con las siguientes cuotas de importación con 0% arancel para el primer año de vigencia del tratado:
  - 62,220 TM de arroz granza
  - 5,625 TM de arroz blanco procesado
  - 3,000 TM de arroz granza precocido
- El acceso al contingente de arroz granza está sujeto a un requisito de desempeño establecido previo a CAFTA-DR, y por consiguiente a los requisitos para ingresar al Convenio de Comercialización.
- En el caso de arroz oro, no hay un requisito de desempeño para acceder al contingente.

La competencia beneficia a los consumidores



### III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

#### D) Acuerdo Ejecutivo N° 109.

- Vigente durante 2006.
- Estableció un régimen con disposiciones transitorias para la asignación del contingente arancelario de arroz blanco (arroz oro) durante el primer año de vigencia del CAFTA-DR.
- Quienes importaron dentro de este primer año adquirieron la calidad de importadores históricos.
- Para el primer año, el total del volumen del contingente fue puesto a disposición de los interesados bajo el sistema de "primero en llegar y primero en derecho".

La competencia beneficia a los consumidores



### III. Políticas públicas y marco normativo aplicable

#### D) Acuerdo Ejecutivo N° 108.

- Vigente desde 2006.
- Establece las regulaciones definitivas para la administración del contingente arancelario de arroz oro dentro del CAFTA-DR.
- Determina procedimientos para asignación de licencias de importación y la prohibición de la transferencia de las mismas entre los beneficiarios del contingente.
- Cuotas de importación se asignarán con la siguiente proporción:
  - Año 2, 91% para importadores históricos y 9% nuevos.
  - Año 3, 87.5% para históricos y 12.5% para nuevos.
  - Año 4, 84% para históricos y 16% para nuevos.
  - Año 5 y el resto de años, 80% para históricos y 20% para nuevos.
- Nuevo importador que genere un record de importaciones durante cuatro años consecutivos como beneficiario de contingentes puede adquirir la categoría de importador histórico.

La competencia beneficia a los consumidores



### IV. Caracterización de la oferta

#### A) Arroz Granza.

- Tipos de producción agrícola es en distritos de riego y de secano.
- Productores son pequeños, de diversos granos básicos y otros productos agropecuarios en pequeñas parcelas.
- Cosecha 2007/08: 693,882 qq., 57% producida en distritos de riego y 43% de secano.
- 36% de cosecha comercializada a través del Convenio en el 2007.
- Cosecha en aumento (9.6%) desde 2002/03 hasta 2007/08.
- Cinco asociaciones de regantes productoras de arroz granza, las cuatro primeras firmantes del Convenio:
  - Atiocoyo Norte
  - Atiocoyo Sur
  - Areza
  - Agrosec-5
  - Lempa – Acahuapa
- Importaciones: 1,594,035 qq. para el 2007 (70% de la demanda).
  - 99.7% de USA, y 0.3% de Guatemala.

La competencia beneficia a los consumidores



## IV. Caracterización de la oferta

### B) Arroz Oro.

- Producto de la transformación del arroz granza.
- Arroz oro puede ser arroz blanco o precocido.
- Producción local ha disminuido en últimos cuatro años 10.6%, siendo de 1,365,766 qq, en el año 2007.
- Importaciones: 183,887 qq., 14% de oferta total en 2007.
- Distribución mayorista: a granel en quintales o bolsas de 25 libras.
- Distribución minorista:
  - Empacado en bolsas de 1 - 2 - 4 libras.
  - A granel embolsado en puntos de venta (tiendas o supermercados).
- Marcas de presencia en Supermercados producidas por tres sociedades dedicadas al beneficiado de arroz:
  - Arrocera San Francisco
  - Agroindustrias Gumarsal
  - Arrocera OMOA
  - Precocido es fabricado por Arrocera San Francisco y Agroindustrias Gumarsal.
- Resto de beneficios atienden principalmente el canal de mayoreo.

La competencia beneficia a los consumidores



## IV. Caracterización de la oferta

Oferta de Arroz Oro en Mercado Salvadoreño (En quintales y Porcentajes) (2003 - 2007)										
Años	2003 (quintales)	Estructura Porcentual	2004 (quintales)	Estructura Porcentual	2005 (quintales)	Estructura Porcentual	2006 (quintales)	Estructura Porcentual	2007 (quintales)	Estructura Porcentual
Producción Local	1528,116.8	99.0	1210,617.2	109.4	1488,919.0	105.0	1454,936.4	104.6	1365,766.1	102.5
Importaciones	61,846.4	4.0	7,366.7	0.7	35,354.0	2.5	93,850.0	6.7	183,886.8	13.8
Exportaciones	46,927.1	3.0	111,863.0	10.1	105,808.9	7.5	157,663.2	11.3	216,949.9	16.3
<b>Oferta Total</b>	<b>1543,036.1</b>	<b>100.0</b>	<b>1106,120.9</b>	<b>100.0</b>	<b>1418,464.1</b>	<b>100.0</b>	<b>1391,123.2</b>	<b>100.0</b>	<b>1332,703.0</b>	<b>100.0</b>

Oferta Total: Producción local + Importaciones - Exportaciones  
Fuente: Elaboración propia en base a información del MAG y BCR.

La competencia beneficia a los consumidores





## IV. Caracterización de la oferta

### B) Arroz Oro.

#### 1) Producción Nacional.

- 1,365,766 qq. en 2007, menor en 162,351 qq. a la obtenida en 2003. Disminución del 10.6% en cuatro años.

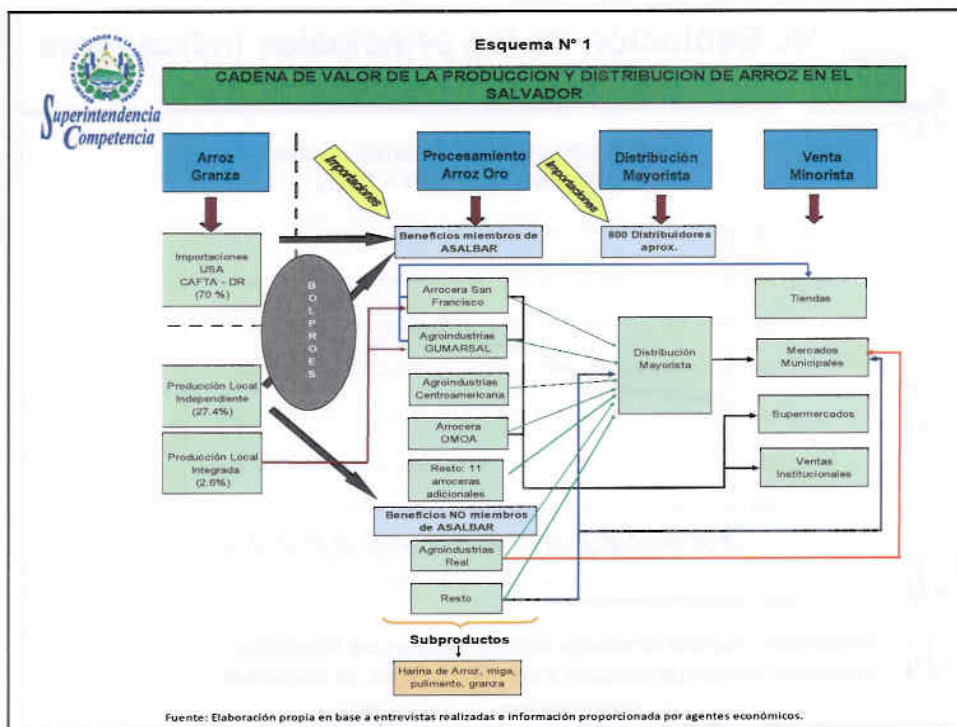
#### 2) Importaciones.

- Presenta considerables incrementos. 183,887 qq. en 2007, contribuyendo al 13.8% de la oferta total, contra un 4.0% observado en el año 2003.

#### 3) Exportaciones.

- Con importantes aumentos, 216,950 qq. en 2007, equivalente al 16.3% de la oferta en el mercado local, superior al 3.0% en el año 2003.

La competencia beneficia a los consumidores





## V. Caracterización de la demanda

### A) Arroz Granza.

- Consumido en su totalidad por los beneficios (industrias), que lo transforman en arroz oro.

### B) Arroz Oro.

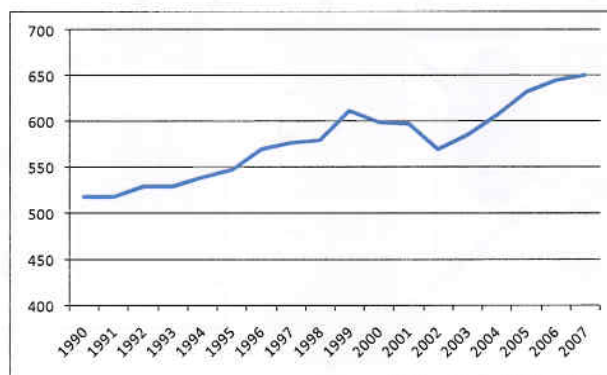
- Demandante principal es el consumidor final.
- A nivel mundial, es el segundo cereal en importancia en términos de consumo, después del trigo.
- Se incluye en los bienes de consumo de la canasta básica y alimentaria urbana y rural de El Salvador.

La competencia beneficia a los consumidores



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera

Producción mundial de arroz granza  
(Miles de TM) (1990 – 2007)



Fuente: International Rice Research Institute

- Producción mundial alrededor de 650 millones de Toneladas.
- Superficie sembrada cercana a las 160 millones de hectáreas.

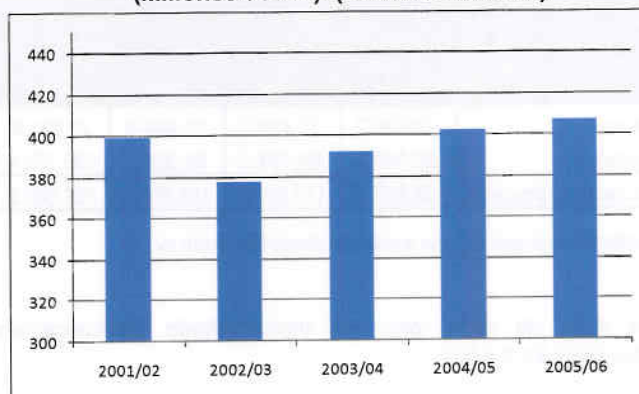
La competencia beneficia a los consumidores

Handwritten notes and a signature in the bottom left corner of the page.



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera

Producción mundial de arroz oro  
(Millones de TM) (2000/01 - 2005/06)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería

- Producción mundial alrededor de 400 millones de Toneladas.
- China, India, Indonesia y Bangladesh aportan el 65% de la producción.

La competencia beneficia a los consumidores



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera en El Salvador

AÑO AGRÍCOLA	PRODUCCIÓN		
	Arroz granza (QQ)	Variación %	Arroz oro (QQ)
2000/01	1026,700		616,020
2001/02	820,423	-20.1	492,254
2002/03	632,875	-22.9	379,725
2003/04	495,327	-21.7	297,196
2004/05	583,410	17.8	350,046
2005/06	571,649	-2.0	342,989
2006/07	682,242	19.3	409,345
2007/08	693,882	1.7	416,329

Fuente: MAG, Dirección General de Economía Agropecuaria.

NOTA: 1 quintal granza equivale a 0.60 - 0.65 quintal oro.

- Producción de arroz granza nacional aumentó 21% en dos últimos periodos.
- Arroz oro proveniente de cosecha nacional alcanzó los 416,329 qq.

La competencia beneficia a los consumidores



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera en El Salvador

Exportaciones de arroz (quintales) (2003- 2007)					
	2003	2004	2005	2006	2007
Arroz blanco	24,879.2	27,429.0	11,449.3	21,931.8	100,399.5
Arroz precocido	22,048.0	84,434.0	94,359.7	135,731.4	116,550.4
Arroz oro blanco y precocido	46,927.1	111,863.0	105,808.9	157,663.2	216,949.9

Fuente: elaboración propia en base a [www.elsalvadortrade.com.sv](http://www.elsalvadortrade.com.sv)

- Ambos tipos de arroz oro han incrementado considerablemente sus exportaciones en 4 años:
  - El arroz precocido mayor en 400%.
  - El arroz blanco a 300%.

La competencia beneficia a los consumidores



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera en El Salvador

Importaciones de arroz (quintales) (2003- 2007)					
	2003	2004	2005	2006	2007
Arroz granza	1913,986.4	1522,368.3	1898,121.7	1853,245.0	1594,034.9
Arroz oro	61,846.4	7,366.7	35,354.0	93,850.0	183,886.8

Fuente: elaboración propia en base a [www.elsalvadortrade.com.sv](http://www.elsalvadortrade.com.sv)

- Volumen importado de arroz granza decreció un 14% en 2007 con respecto al 2006.
- Precio promedio CIF de importación de arroz granza aumentó de \$10.79 en 2006 a \$13.28 en 2007 (23% mayor).
- Incremento anual de importaciones de arroz oro del 96% en año 2007.

La competencia beneficia a los consumidores

*Handwritten signature and initials*





## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera en El Salvador

Comparación Precios al Productor y en Convenio Comercialización (US\$ por qq) (2000 - 2008)		
Años	Precios Convenio	Precios Promedio productor
2000	11,4	9,7
2001	11,4	9,5
2002	12,1	9,3
2003	13,5	10,8
2004	12,7	11,0
2005	13,1	10,4
2006	13,5	11,5
2007	14,0	12,5
2008	22,0	n.d

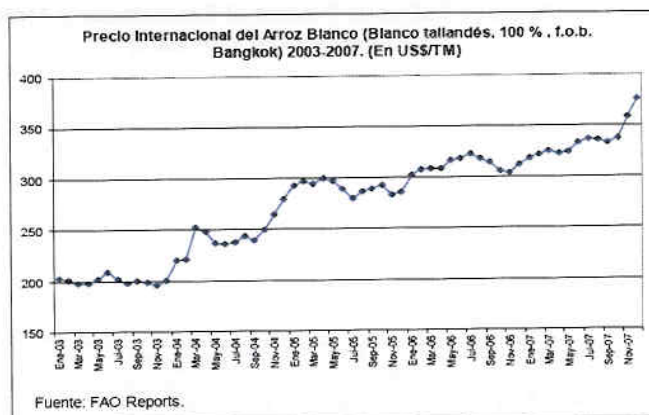
Fuente: Elaboración propia en base a Información del MAG.

- Precios pagados dentro del Convenio son superiores a los precios promedio al productor. Diferencia de \$1,50 en año 2007 y hasta \$2,70 en año 2003.

La competencia beneficia a los consumidores



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera



- Precios internacionales del arroz oro presentan tendencia alcista en años 2007 y 2008.
- En 2007 alcanzó el precio histórico de \$355,1 por TM., superado por un precio de \$557.5 por TM en 2008.

La competencia beneficia a los consumidores

(A)



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera en El Salvador

Índices de precios del arroz importado, precio mayorista y consumidor final (2000 - 2008)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería

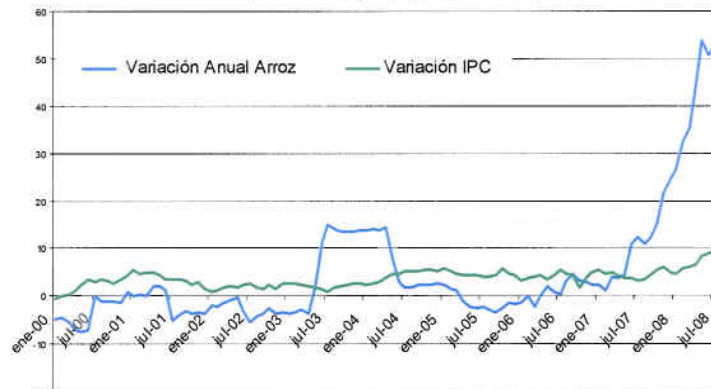
- El arroz granza importado ha incrementado sus precios en mayor medida que el precio al mayorista y el correspondiente al consumidor final.
- En la medida que se avanza en la cadena de producción-distribución, los incrementos en precios se han "amortiguado".

La competencia beneficia a los consumidores



## VI. Evolución de los principales indicadores de la agroindustria arrocera en El Salvador

Variación Índice de Precios al Consumidor y Arroz (Porcentajes) (2000 - 2008)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Ministerio de Economía.

- Las variaciones de los precios de la libra de arroz superan desde el segundo semestre del 2007 a la inflación general, teniendo variaciones anuales superiores al 50% en la segunda mitad del 2008.

La competencia beneficia a los consumidores

*Handwritten signature and initials.*



## VII. Mercados relevantes de productos y geográficos

### A) Mercado relevante de arroz granza.

- La distinción entre arroz granza y oro, se justifica debido a la diferencia en las características del producto y a su destino final y utilización.
- Arroz granza es materia prima destinada al consumo industrial, de origen agrícola y no es apto para ingerirse como alimento.
- La dimensión geográfica del mercado relevante es nacional e internacional, por las posibilidades de adquirirlo en el mercado nacional e internacional (USA) de forma rentable, siendo su volumen de importaciones considerable.

### B) Mercado relevante de arroz oro.

- Es producto del proceso de transformación del arroz granza, de origen industrial, apto para ingerirse como alimento.
- El consumidor adquiere el producto a nivel nacional, por lo que el ámbito geográfico se define como nacional.

La competencia beneficia a los consumidores



## VIII. Indicadores de concentración

### A) Marco teórico.

- Un elevado grado de concentración en un mercado relevante es una condición o indicador necesario, pero no suficiente, de la existencia de posibles comportamientos anticompetitivos en el mismo. Si la concentración no alcanza niveles demasiado altos, la competencia existente debería limitar estos posibles comportamientos.
- Los resultados de los índices de concentración son uno de los factores de análisis que se disponen para evaluar las condiciones de competencia en los mercados. Debe ser complementado con otros factores de estudio como las barreras de entrada, integración horizontal y vertical entre agentes económicos, entre otros.
- El Índice Herfindahl – Hirschmann (HHI) y el Índice de Dominancia (ID) evalúan la concentración en los mercados en base a las participaciones de los agentes económicos involucrados.

La competencia beneficia a los consumidores



## VIII. Indicadores de concentración

### ...A) Marco teórico.

- El HHI varía entre 0 y 10,000. La Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América, establece que los mercados con valores de HHI por encima de los 1,800 puntos se consideran altamente concentrados.
- El ID, utilizado por la Comisión Federal de Competencia de México, entidad que establece un límite de 2,500 a partir del cual se considera que el mercado es concentrado y con riesgos de potenciales efectos anticompetitivos.

### B) Índices en mercado de arroz granza.

- Para la cosecha 2007/2008, el HHI es de 2,521 puntos y el ID es de 3,658 puntos. Ambos resultados se encuentran en niveles superiores a los límites internacionales considerados como de alta concentración.

La competencia beneficia a los consumidores



## VIII. Indicadores de concentración

### ...B) Índices en mercado de arroz granza.

- Los valores anteriores están influenciados por la forma en que se disponen las estadísticas de producción. No es posible obtener la producción individual de los productores, sino únicamente consolidada por las Asociaciones que conforman los Distritos de Riego.
- Los productores en distritos de riego cuentan con parcelas hasta de 10 manzanas.
- Existe una gran cantidad de productores (alrededor de 3,050) que no forman parte de los distritos de riego y aportan aproximadamente el 32% de la producción.
- Por tanto, la concentración en este mercado relevante realmente es menor que la mostrada por los índices.

La competencia beneficia a los consumidores

*Handwritten signature and arrow pointing to the right.*





## VIII. Indicadores de concentración

### C) Índices en mercado de arroz oro.

- El 87.4% de la capacidad instalada, para el año 2006, pertenece a cuatro beneficios. El índice HHI resultante es de 2,723 puntos, considerado como altamente concentrado.
- El HHI de las compras de arroz granza nacional pasó de 2,910 puntos en el año 2000 a 1,500 puntos en el 2007. El ID reporta similar comportamiento, disminuyendo de 5,393 puntos en el 2000 a 3,798 en el 2007.
- Para el año 2007, el 71% del arroz granza importado bajo contingente se concentró en cuatro beneficios.
- El 90% de las importaciones de arroz oro bajo contingente para el 2007 fue realizada por dos beneficios, presentándose una estructura concentrada.
- Los niveles de concentración en la producción de arroz oro, incluyendo el blanco y precocido son considerados altos. En toda la serie de años analizada (2000 al 2007), el HHI supera los 2,000 puntos y el ID los 5,000.

La competencia beneficia a los consumidores



## IX. Integración horizontal y vertical

### A) Mercado relevante de arroz granza.

- No se observaron prácticas de integración horizontal.
- Participan en el mercado aproximadamente 4,000 productores con baja participación en el mismo.

### B) Mercado relevante de arroz oro.

- Se observaron transferencias de arroz granza (materia prima), tanto de origen nacional como importado, de algunos beneficios pequeños a beneficios grandes, que tiene como resultado un importante grado de capacidad ociosa para los primeros.
- Lo anterior se debe a las limitaciones existentes para la compra de arroz granza, derivadas del Convenio y relacionadas con la asignación de cuotas del contingente de importación de arroz granza.

La competencia beneficia a los consumidores

AP



## IX. Integración horizontal y vertical

### ...B) Mercado relevante de arroz oro.

- Se observaron compras de acciones por parte de las principales sociedades dedicadas al beneficiado de arroz, o a través de sus accionistas, a las de menor tamaño.
- Los dos principales beneficios de arroz presentan cierto grado de integración vertical aguas arriba, al dedicarse a la producción de arroz granza; no obstante, la misma no es significativa comparada con su demanda de este producto.
- Los beneficios de mayor tamaño tienen la capacidad de distribuir el producto a nivel mayorista y minorista en todo el territorio nacional. Esto es aprovechado para que beneficios de menor tamaño utilicen estos canales de distribución, con el fin de vender la totalidad de su producción de arroz oro.

La competencia beneficia a los consumidores



## X. Barreras a la entrada

### A) Objetivo del análisis.

- Determinar si los mercados son desafiables o contestables, identificando las barreras normativas, económicas, estratégicas o conductuales, que determinan la posibilidad que nuevos competidores ingresen a un mercado de forma relativamente rápida y que tengan una influencia relevante en la competencia.

### B) Mercado relevante de arroz granza.

- Las barreras son bajas en la producción de arroz granza, ya que un nuevo competidor puede ingresar al mismo con una inversión relativamente baja en un período de tiempo corto, menor a un año; por otra parte, son más limitadas en cuanto a tener acceso a las importaciones, por los requisitos de desempeño relacionados con el contingente establecido en el CAFTA-DR.

La competencia beneficia a los consumidores

Handwritten signature and arrows pointing to the right.



## X. Barreras a la entrada

### C) Mercado relevante de arroz oro.

- La principal barrera de entrada la constituyen los requisitos de ingreso exigidos por el Convenio a los beneficios.
- Se requiere que el beneficio que solicite ingresar al Convenio compruebe su solvencia financiera, cuente con una tecnología para la producción de arroz oro que no supere los diez años, con su respectiva auditoría de procedencia y con laboratorio propio certificado por la Comisión de Supervisión.
- Estos requisitos limitan la participación de nuevos beneficios en el Convenio, por tanto, no pueden gozar del requisito de desempeño consistente en la compra del arroz granza nacional por medio de la BOLPROES y del derecho de importar arroz granza con cero arancel bajo las reglas del CAFTA-DR.

La competencia beneficia a los consumidores



## X. Barreras a la entrada

### ...C) Mercado relevante de arroz oro.

- El promedio de la capacidad ociosa de los beneficios, del 55.2%, se considera alta.
- Los beneficios desarrollan estrategias para realizar importaciones conjuntas de arroz granza, ya que los barcos fletados tienen un volumen mínimo de carga que no pueden afrontar los pequeños beneficios, aprovechándose asimismo las ventajas en ahorros provenientes de los costos de fletes.

La competencia beneficia a los consumidores

R





## XI. Principales hallazgos del estudio

Los principales hallazgos consisten en aspectos estructurales y de comportamiento, tanto de arroz granza como de arroz oro.

Los aspectos estructurales se refieren a las implicaciones que tienen las políticas públicas y la normativa aplicable en las condiciones de competencia.

Los aspectos conductuales se refieren a los comportamientos de los agentes económicos que eventualmente podrían limitar la competencia.

La competencia beneficia a los consumidores



## XI. Principales hallazgos del estudio

### A) Mercado relevante de arroz granza.

- En el mercado relevante de arroz granza, se identificaron aspectos estructurales y de comportamiento.

#### 1. Aspectos estructurales.

- En el mercado de arroz granza convergen aproximadamente 4,000 productores propietarios de pequeñas parcelas y con diversos tipos de producción, tales como los productores asociados en distritos de riego y un buen número localizados fuera de los distritos de riego (de secano).

#### 2. Aspectos conductuales:

- Dentro del Convenio se comercializa un porcentaje minoritario de la producción nacional de arroz granza. Las razones de este comportamiento pueden ser diversas, tales como la informalidad de buena parte de los productores, que les impide utilizar los mecanismos de intermediación a través de la BOLPROES, y su arraigo tradicional de vender el producto al transportista o intermediario en su propiedad agrícola.

La competencia beneficia a los consumidores

Handwritten signature and initials.





## XI. Principales hallazgos del estudio

### **B) Mercado relevante de arroz oro.**

- En el mercado relevante de arroz oro, se identificaron aspectos estructurales y de comportamiento.

#### **1. Aspectos estructurales.**

- a) Existen requisitos dentro del Convenio que representan barreras a la entrada de tipo normativo que afectan a los beneficios de arroz que soliciten su ingreso al mismo, tales como: que el giro principal debe ser el beneficiado de arroz; la verificación de su solvencia financiera; la obligación de contar con una tecnología para la producción de arroz oro que no supere los diez años de antigüedad; y disponer de un laboratorio propio certificado por la Comisión de Supervisión del Convenio. Estos requisitos se han incorporado en la ejecución del Convenio a través de sus adendas en el tiempo.

Estos requisitos generan un tratamiento diferenciado entre los industriales que son parte y los que quieren ingresar al mismo, dado que éstos se exigen únicamente a los nuevos entrantes.

La competencia beneficia a los consumidores



## XI. Principales hallazgos del estudio

### **...B) Mercado relevante de arroz oro**

#### **1. Aspectos estructurales.**

- b) Como fue explicado en los antecedentes, la supervisión del funcionamiento del Convenio es una atribución de la Comisión de Supervisión y el hecho que en la entidad que ejerce esta labor participen algunos de los agentes que deben ser supervisados, pudiera orientar las decisiones adoptadas en detrimento de una mayor competencia.

La competencia beneficia a los consumidores



## XI. Principales hallazgos del estudio

### ...B) Mercado relevante de arroz oro

#### 1. Aspectos estructurales.

- c) En la aplicación del Convenio se advierten ciertas inconsistencias:
- i. Por un lado, existen cláusulas que prohíben y sancionan la compra de arroz granza entre los industriales participantes del Convenio fuera del mecanismo de la Bolsa (las operaciones en Bolsa se definen únicamente entre productores e industriales);
  - ii. Otra cláusula establece la prohibición de transferir el arroz granza importado entre los beneficios que pertenecen al Convenio;
  - iii. Además, existen cláusulas que permiten transferencias de arroz granza entre los beneficios que forman parte del Convenio, sin especificar si es nacional o importado.

Estas inconsistencias, en la práctica, no garantizan el objeto del Convenio, que es incentivar la compra preferente al productor nacional.

La competencia beneficia a los consumidores



## XI. Principales hallazgos del estudio

### ...B) Mercado relevante de arroz oro.

#### 2. Aspectos conductuales.

- a) Los acuerdos de contingentes emitidos con base al CAFTA-DR propician la competencia, dado que el referido tratado obliga a garantizar transparencia y certidumbre en el mecanismo de asignación de cuotas. En la práctica, el mecanismo establecido (primeros en llegar - primeros en derecho), fue utilizado únicamente por dos agentes económicos que se dedican tanto a la producción como a la distribución de arroz oro. Éstos se constituyeron en únicos importadores históricos, mientras se cumple el período de graduación de nuevos importadores, que se estableció para cuatro años.

El primer año en el que se asignaron cuotas a nuevos importadores fue en 2007, por tanto un agente económico que inició un record de importaciones en ese año podrá graduarse hasta 2010 como importador histórico.

Los nuevos importadores solo tendrán acceso a la porción asignada dentro del contingente a los históricos (80%) a partir del año 2011, si han generado un record de importación en los cuatro años anteriores de forma consecutiva; caso contrario, no pueden tener acceso a la proporción establecida. Mientras tanto, la mayor parte del contingente seguirá estando concentrado en dos agentes económicos.

La competencia beneficia a los consumidores

Handwritten signature and initials.



## XI. Principales hallazgos del estudio

### ...B) Mercado relevante de arroz oro.

#### 2. Aspectos conductuales.

- b) Se han observado transferencias de arroz granza, tanto de origen nacional como importado, de algunos beneficios pequeños a beneficios grandes, lo que tiene como resultado que los primeros están trabajando con un importante grado de capacidad ociosa. Lo anterior, debido a las limitaciones que existen para la compra de arroz granza, derivadas del Convenio y relacionadas con la asignación de cuotas del contingente de importación de arroz granza.

La competencia beneficia a los consumidores



## XI. Principales hallazgos del estudio

### ...B) Mercado relevante de arroz oro.

#### 2. Aspectos conductuales.

- c) El Acuerdo No. 108 establece la prohibición de la transferencia de licencias de importación de arroz oro y la devolución de la cuota en el caso de su no utilización. Sin embargo, la transferencia del producto una vez que se encuentra dentro del país no está prohibida expresamente, por lo que es necesario aclarar que la falta de una prohibición expresa propicia la transferencia de productos entre los beneficios de mayor tamaño y los de menor tamaño, lo cual se considera contradice el objeto del referido Acuerdo.

La posibilidad de transferir el producto importado entre beneficios contradice el espíritu del referido acuerdo, que es el de promover la competencia en el sector, puesto que la finalidad del acuerdo es que sea el importador a quien se le otorga la licencia, quien goce del beneficio arancelario; porque las Regulaciones para la Administración de Contingentes Arancelarios para Arroz Blanco Procesado dentro del CAFTA-DR disponen que las cuotas que no se utilizan deben devolverse para ser reasignadas, excluyendo la posibilidad de transferirlas, y se establece que para tener acceso a las licencias no se puede ser persona relacionada a otro industrial beneficiario de una cuota.

La competencia beneficia a los consumidores

2.1 →

ⓐ





## XI. Principales hallazgos del estudio

### ...B) Mercado relevante de arroz oro.

#### 2. Aspectos conductuales.

- d) Se han observado compras de capital accionario por parte de los beneficios de mayor tamaño o sus accionistas, en los beneficios de menor tamaño, lo que ha permitido un aumento de la integración horizontal en el mercado de arroz oro, pudiendo provocar limitaciones a la competencia en este mercado.

La competencia beneficia a los consumidores



## XII. Recomendaciones de política pública

### A) Del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional.

- 1) Evaluar el esquema de protección actual del Convenio con respecto a la producción de arroz granza, que permita valorar si efectivamente se están logrando los objetivos de dicha política, tomando en cuenta los costos que genera en términos de competencia y bienestar del consumidor, y en su caso, adoptar otras medidas que cumplan con el objetivo de la política pública y que sean menos onerosos desde la perspectiva del consumidor;
- 2) Promover una revisión del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional, para flexibilizar y, en los casos en que sea necesario, remover cualquier obstáculo o barrera a fin de promover la competencia y la transparencia del mercado;
- 3) Promover una revisión del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional, para modificar las cláusulas correspondientes, expresando claramente la prohibición de comercializar o transferir el arroz granza, tanto nacional como importado, entre beneficios que forman parte del Convenio, para incentivar la participación de los productores agrícolas.

La competencia beneficia a los consumidores

*Handwritten signature and arrow pointing to the right.*





## XII. Recomendaciones de política pública

### ...A) Del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional.

- 4) Promover la modificación del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional, para que el Ministerio de Economía, como miembro de la Comisión de Supervisión, cuente con voz y voto en la toma de decisiones de la misma; y
- 5) Desarrollar incentivos para aumentar la participación de productores de arroz granza en el Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional.

### B) Del Acuerdo Ejecutivo No. 108.

- 1) Evaluar la modificación del Acuerdo Ejecutivo No. 108 que contiene las Regulaciones para la Administración de Contingentes Arancelarios para Arroz Blanco Procesado dentro del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y los Estados Unidos, en el sentido de prohibir de manera expresa la transferencia del producto una vez importado con base a las licencias correspondientes;

La competencia beneficia a los consumidores



## XII. Recomendaciones de política pública

### ...B) Del Acuerdo Ejecutivo No. 108.

- ...2) Evaluar, en las citadas regulaciones, la modificación del período de graduación para los nuevos importadores de arroz oro a importadores históricos, para establecer un período de graduación más corto, a fin que puedan tener acceso en menor tiempo a la proporción del contingente que corresponde para los importadores históricos.

### C) Auditorías de cumplimiento del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional y del Acuerdo Ejecutivo No. 108.

Llevar a cabo una auditoría del funcionamiento del Convenio Permanente para la Comercialización de Arroz Granza Nacional y de la utilización de las licencias otorgadas, con base al Acuerdo No. 108, a fin de verificar el cumplimiento de la normativa y asegurar se cumpla con los objetivos de competencia de los mencionados instrumentos legales.

La competencia beneficia a los consumidores

A



## XII. Recomendaciones de política pública

### D) Apertura de un nuevo contingente arancelario de arroz oro:

Evaluar la apertura de un contingente arancelario de arroz oro, bajo las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC), para promover mayor competencia en su importación.

La competencia beneficia a los consumidores



## Muchas Gracias



Superintendencia de Competencia  
República de El Salvador

# www.sc.gob.sv

La competencia beneficia a los consumidores

Handwritten signature and arrow pointing to the right.