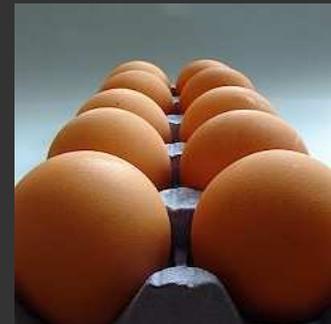
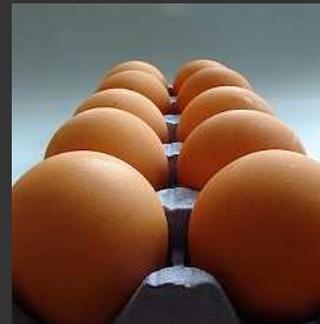
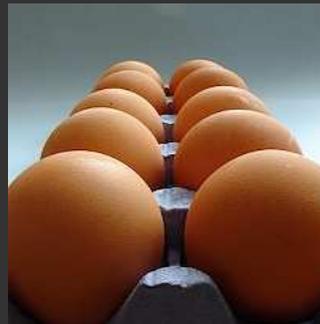




Superintendencia de Competencia
República de El Salvador

Presentación de los Resultados del Estudio “Caracterización de las Condiciones de Competencia del Sector Avícola de El Salvador”



“Los puntos de vista expresados en este documento son de la consultora responsable del estudio y no representan necesariamente los puntos de vista del Gobierno de El Salvador, la Superintendencia de Competencia, o de otra institución”

Objetivos del Estudio

- Caracterizar las condiciones de competencia en el sector avícola:
 - Realizar una caracterización general del sector avícola 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 en el sector.
 - Con base en la Ley de Competencia, artículo 13.

Índice

- Caracterización General
 - Precios y Desempeño Productivo
- Marco Regulatorio
 - Normas Sanitarias
 - Tratados de Libre Comercio – Derechos de Importación – Contingentes
- Caracterización de la Demanda
- Oferta
 - Huevos: Mapa de la Cadena de Valor
 - Pollo: Mapa de la Cadena de Valor
- Definición de los Mercados Relevantes (de producto y geográficos)
 - Sustituibilidad desde la Demanda
 - Sustituibilidad desde la Oferta
- Huevos: grado de concentración horizontal e integración vertical
- Pollo: grado de concentración horizontal e integración vertical

Índice

- Barreras a la entrada – Contestabilidad –Capacidad Ociosa
- Condiciones de Competencia en Otros Países de Latinoamérica
 - Condiciones de Competencia en Guatemala
 - El Cartel de Pollos Vivos de Perú
- Conclusiones y Recomendaciones

Caracterización General

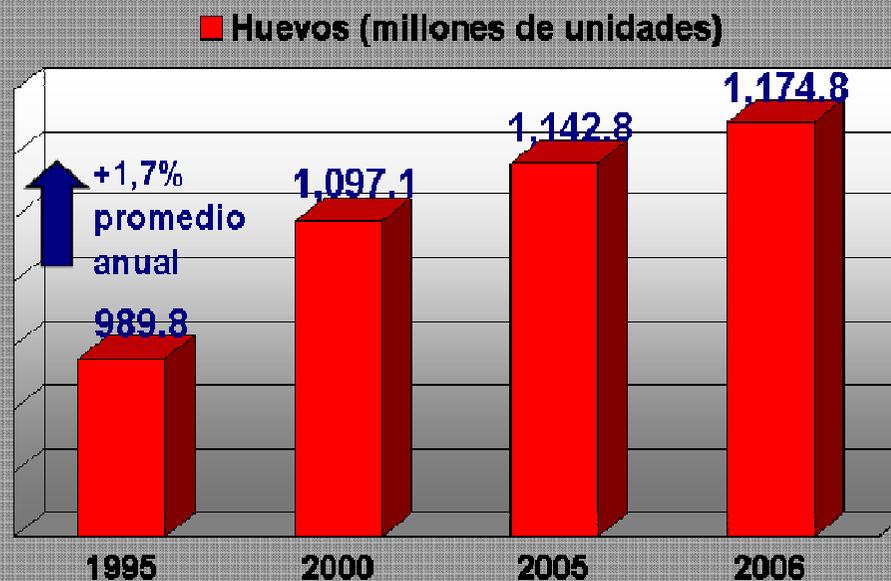
- Valor Agregado por la Avicultura: USD 150 millones; empleo directo y permanente: 9,000 personas (72,000 indirectos).
- Sector mayoritariamente volcado al mercado: 76% de las aves pertenecen a granjas comerciales.
- Desempeño productivo en línea con la tendencia mundial:
 - 2006: La producción mundial de carne aviar creció un 3,7% y la nacional un 2,8%.
 - 2005: La producción de huevos de 8 países líderes aumentó un 2,8% y la nacional un 2,7%.
- Desempeño productivo superior a la media de la economía nacional, entre 1990 y 2005:
 - La participación en el PIB pasó de 1,5% al 1,8%;
 - La participación en el PIB agropecuario pasó del 8,9% al 15,8%;
 - La participación en el PIB pecuario pasó del 30,9% al 41,6%.

Caracterización General (cont.)

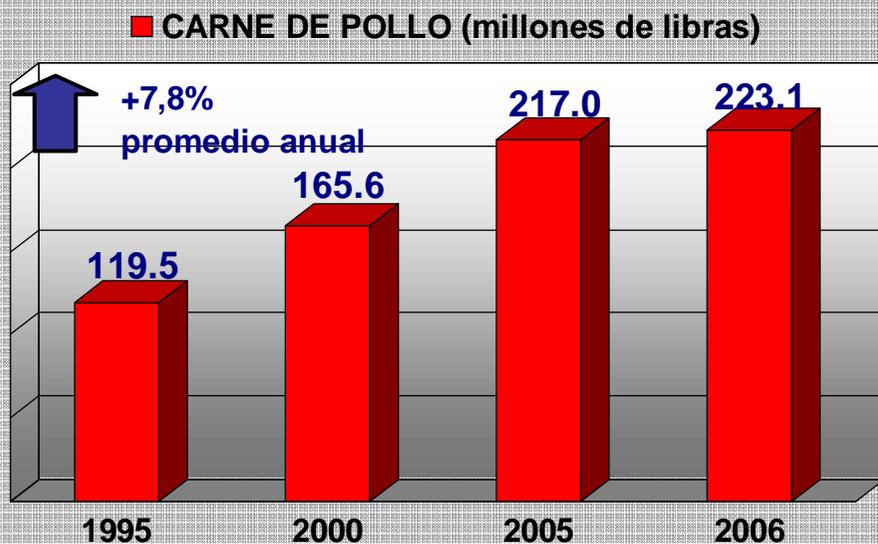
- No obstante el buen desempeño productivo, el balance comercial fue negativo en US\$ 2,343,449 millones en 2005 (excluyendo las compras de granos).
 - Factores: Dependencia de la genética de los países desarrollados y baja regionalización de la industria, particularmente del sector de carne.
- Desempeño en precios mejor que la media nacional:
 - Entre 2000 y 2006, los precios sectoriales cayeron un 0,9% contra un aumento del 22% del nivel general de precios (medido por el deflactor implícito sectorial y del PIB);
 - Entre 1993 y 2006, el IPC huevos aumentó ligeramente menos que el IPC general y que el IPC alimentos/bebidas;
 - Mientras que en pollo refrigerado, el desempeño fue mejor: Su aumento fue menos que la mitad del IPC (32% contra 80%).

Aumento de la producción de huevos entre 1990 y 2006: 55%

PRODUCCIÓN



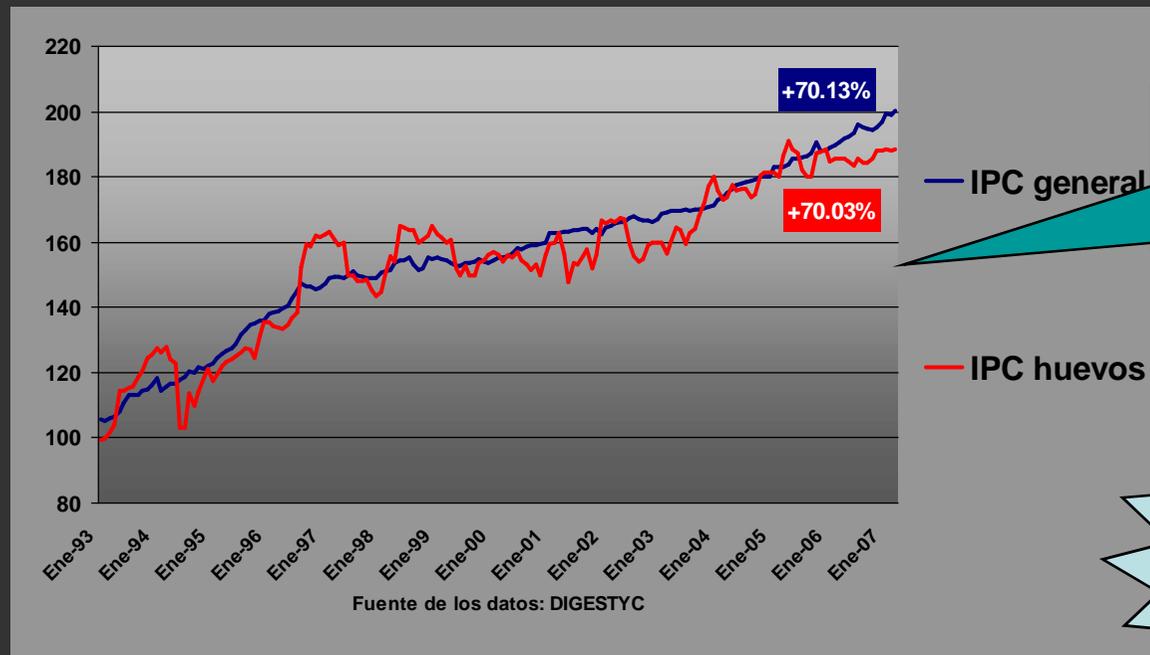
Fuente: AVES



Fuente: AVES

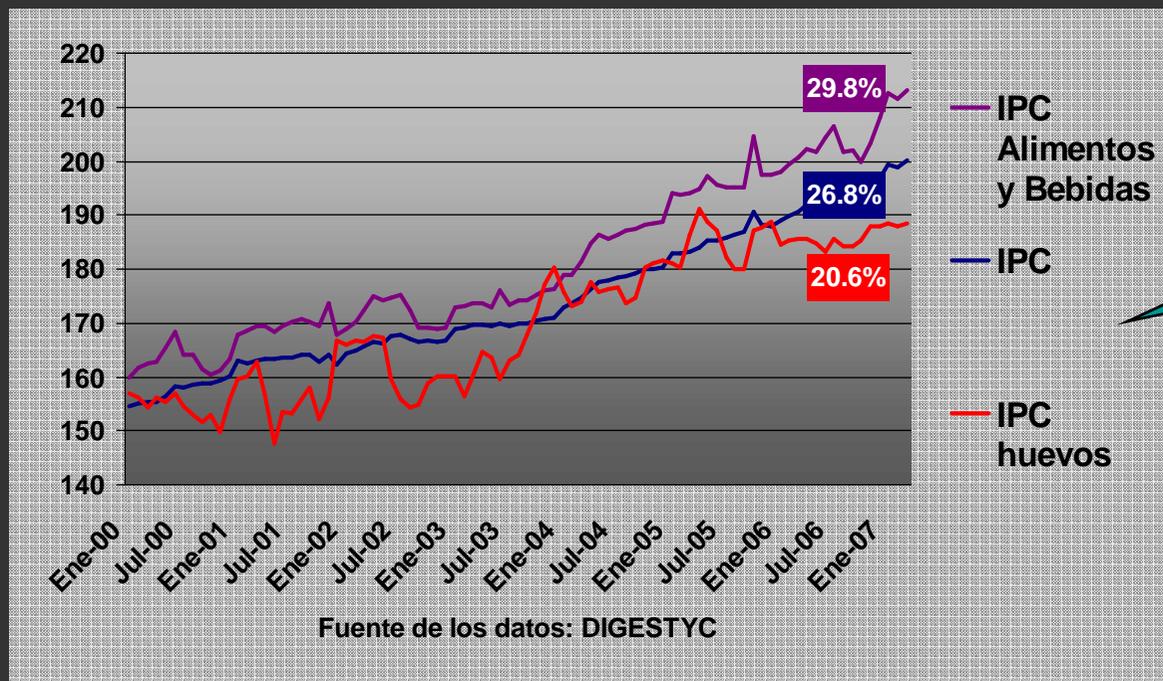
Aumento de la producción de carne aviar entre 1990 y 2006: 119%

PRECIOS HUEVOS



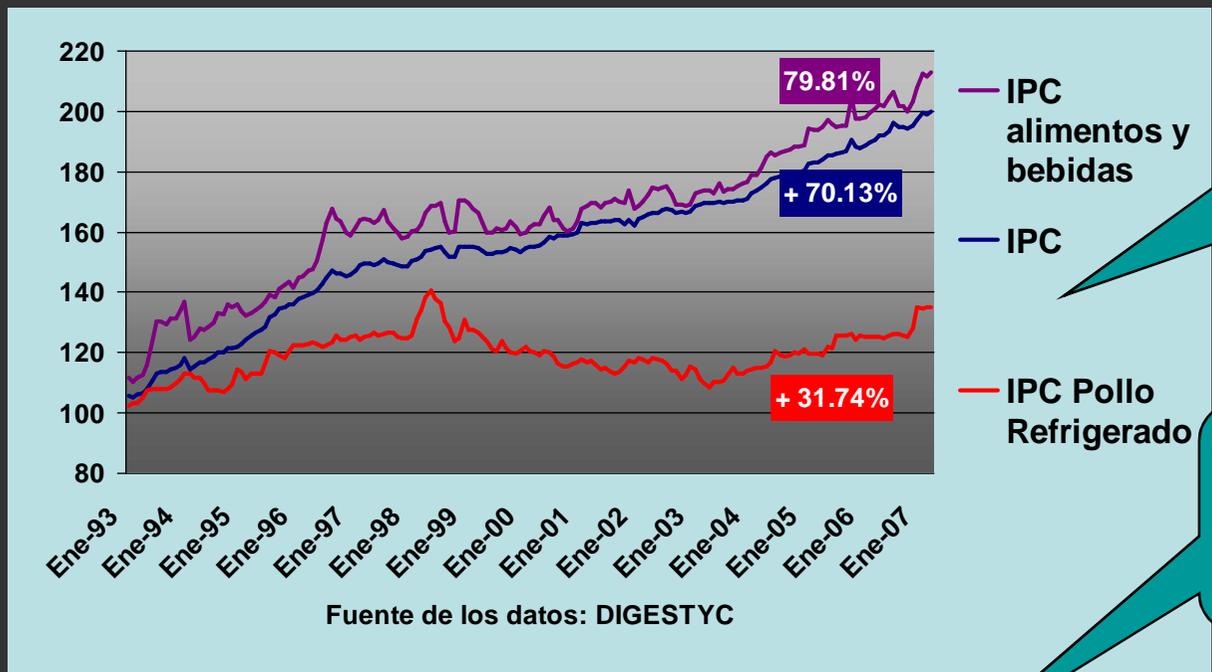
IPC-
HUEVOS
1993/2007

Ponderación:
2,08



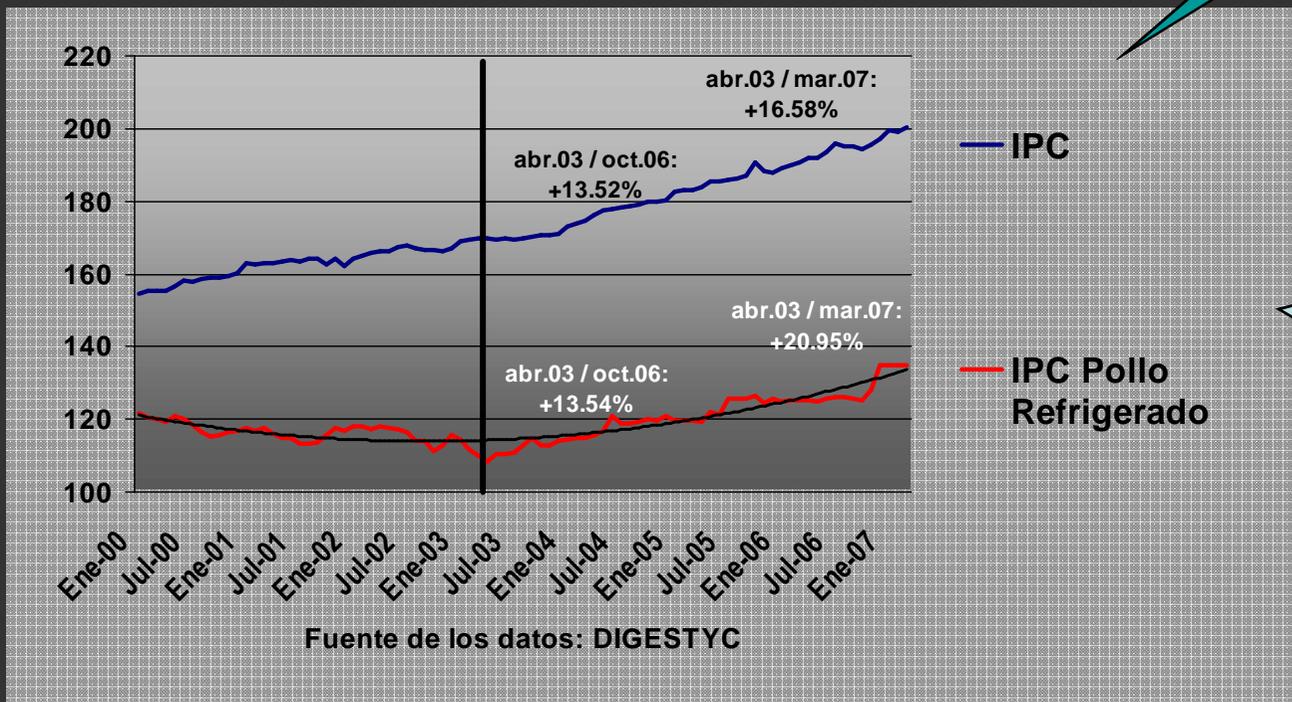
IPC-
HUEVOS
2000/2007

PRECIOS POLLO



IPC-pollo refrigerado 1993/2007

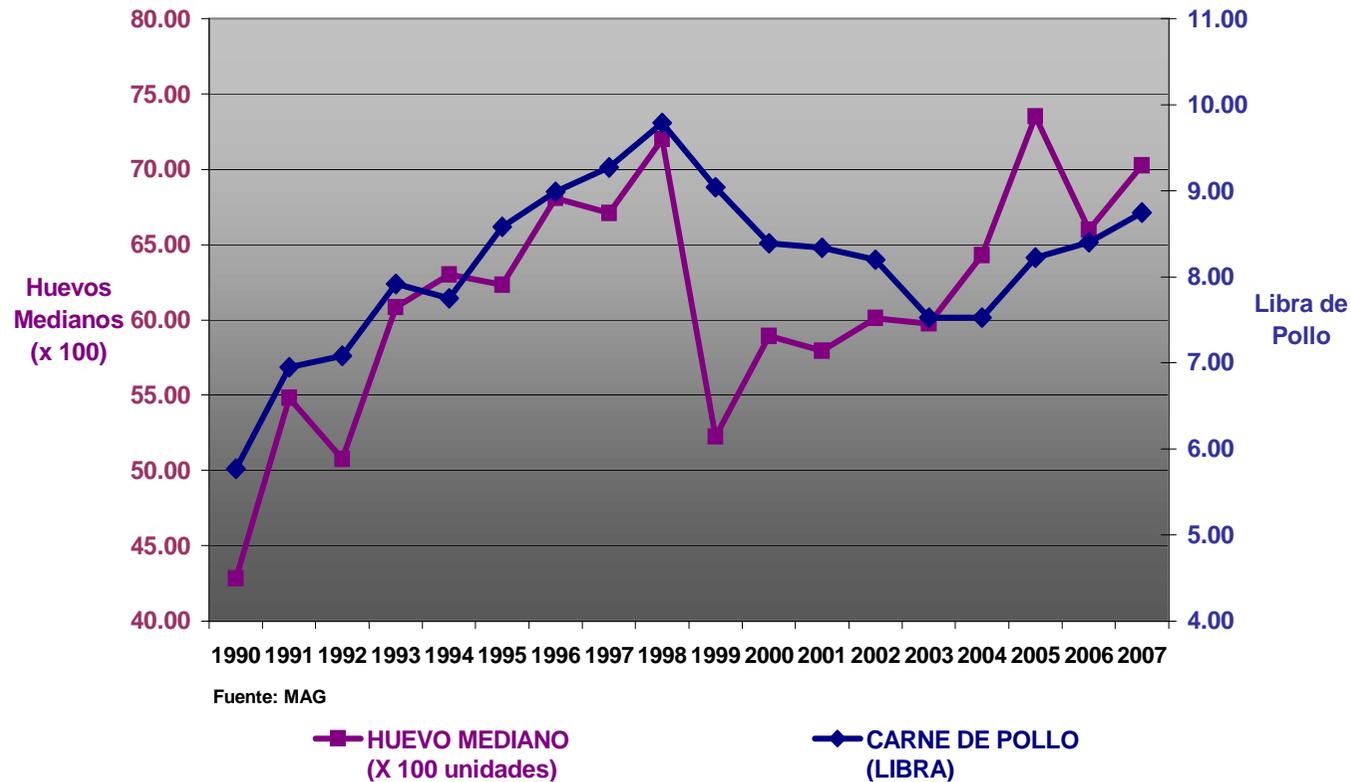
IPC-pollo refrigerado 2000/2007



Ponderación: 1,89

Precios en Mercados

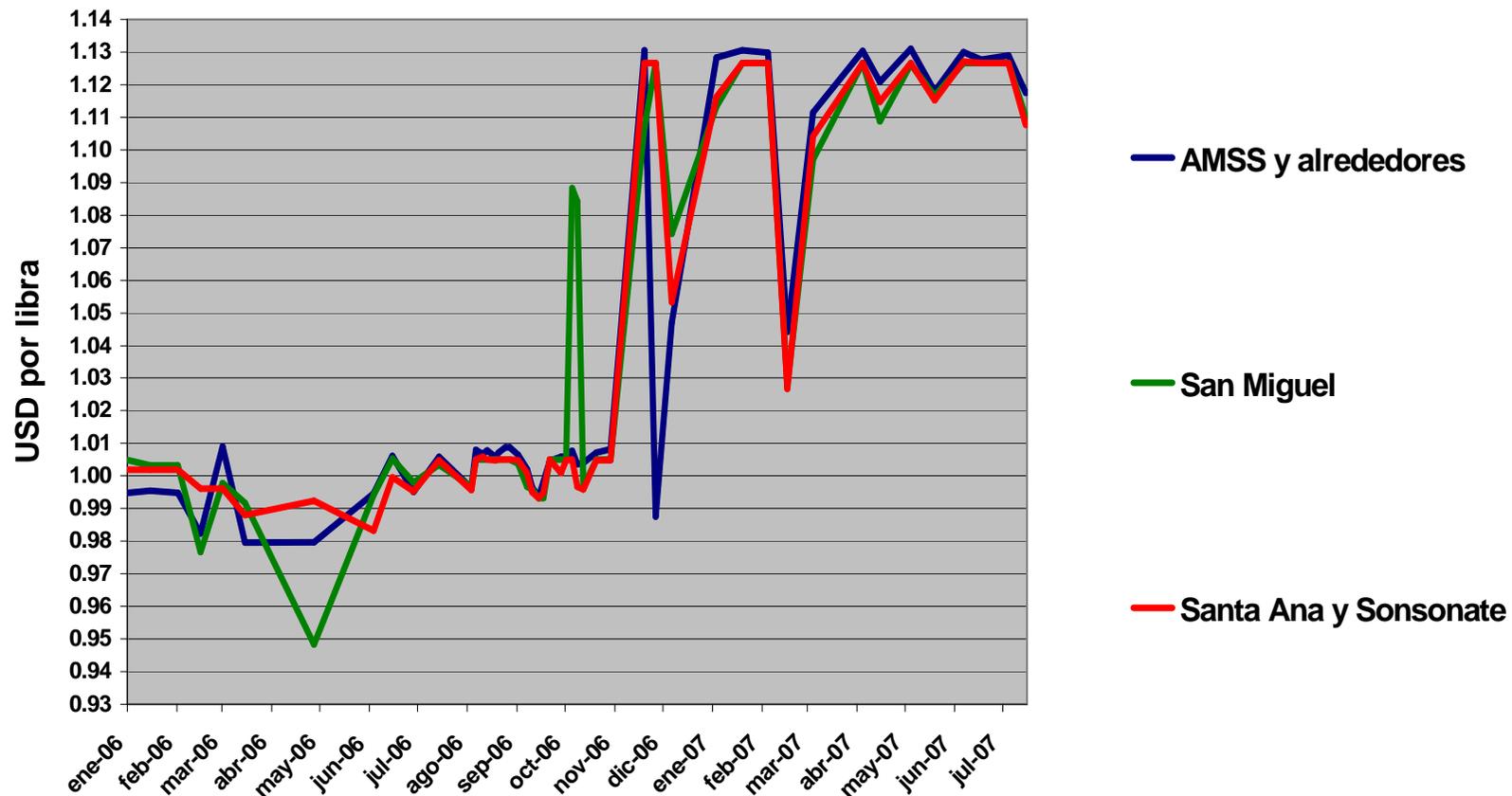
MAG - PRECIOS PROMEDIOS ANUALES DE PRODUCTOS AVÍCOLAS A NIVEL DEL CONSUMIDOR EN MERCADOS DE SAN SALVADOR 1990/2007, en colones



- Con fuente MAG, se observa tendencia sostenida al incremento de precios del pollo a partir de 2003 y un aumento de los precios de los huevos desde 1999, con una caída en 2006 y posterior recuperación a partir de 2007.

Pollo en Supermercados

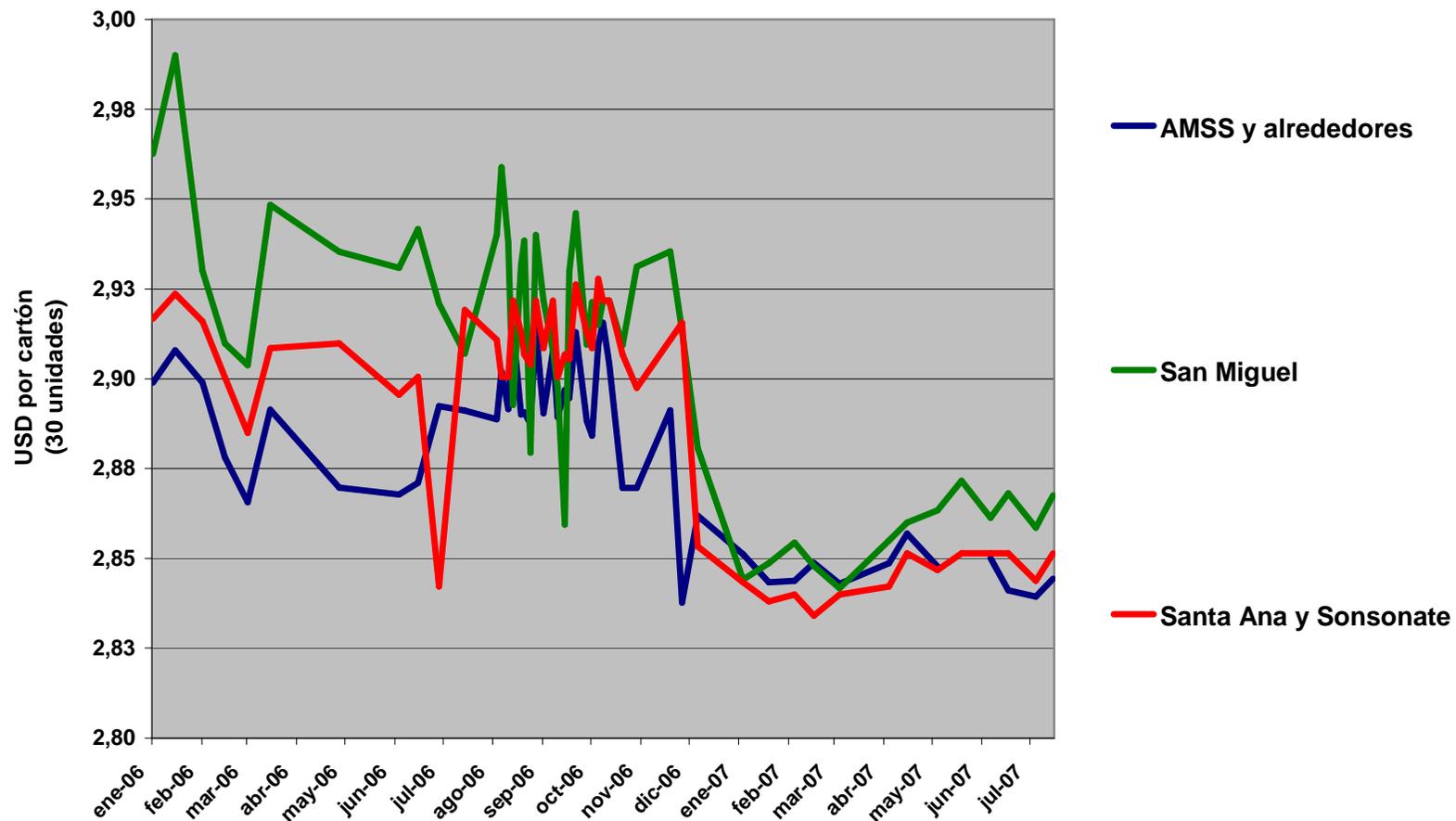
Precios a Consumidor Final de Carne de Pollo (Indio y Sello de Oro) en Supermercados por zonas, relevamientos quincenales (ene 2006 - jul 2007)



Fuente: Defensoría del Consumidor

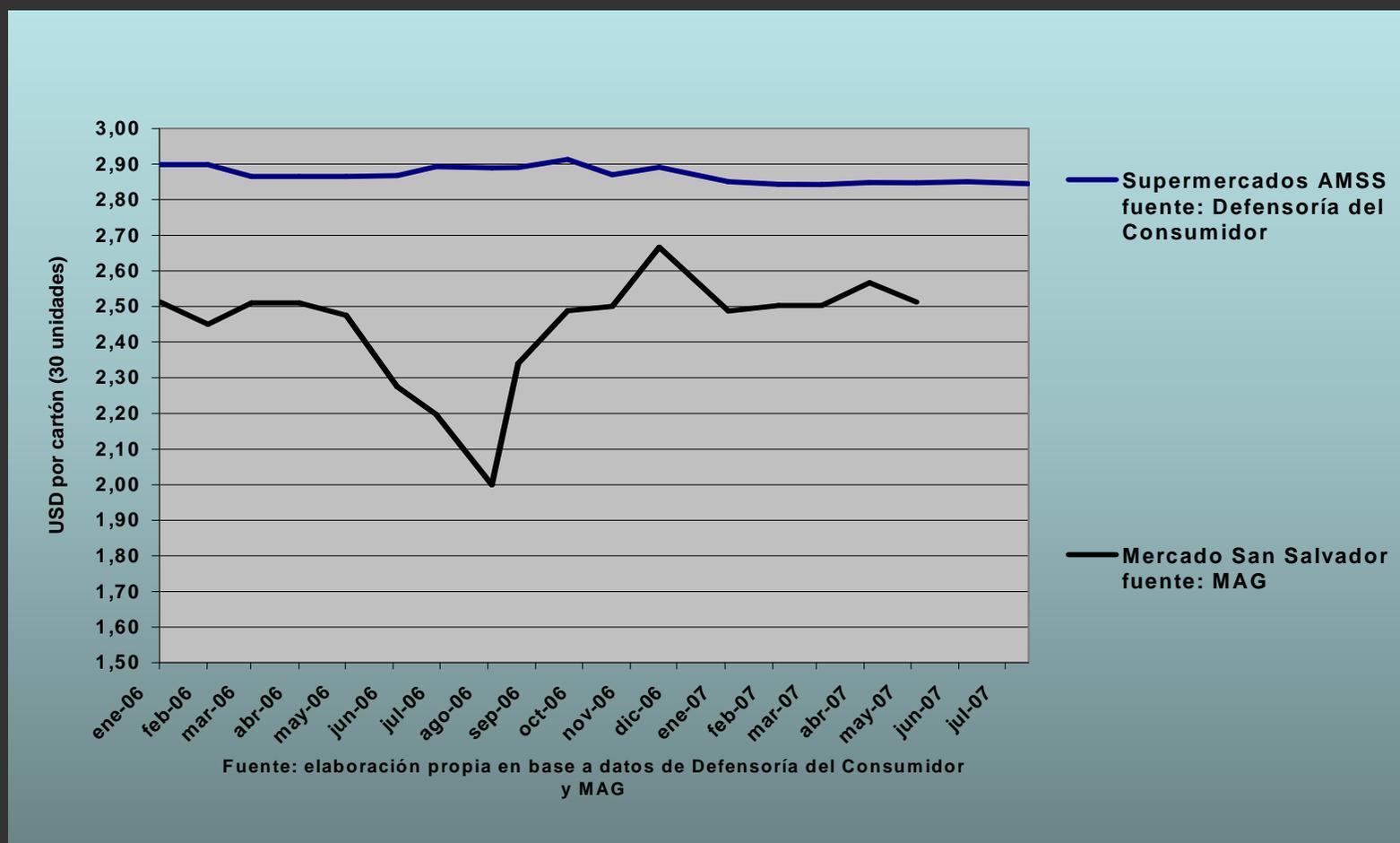
Huevo Rojo en Supermercados

Precios a Consumidor Final de Huevo Rojo (Granjero, Vitayema, Yema de Oro) en Supermercados, por zonas, relevamientos quincenales (ene 2006 - jul 2007)



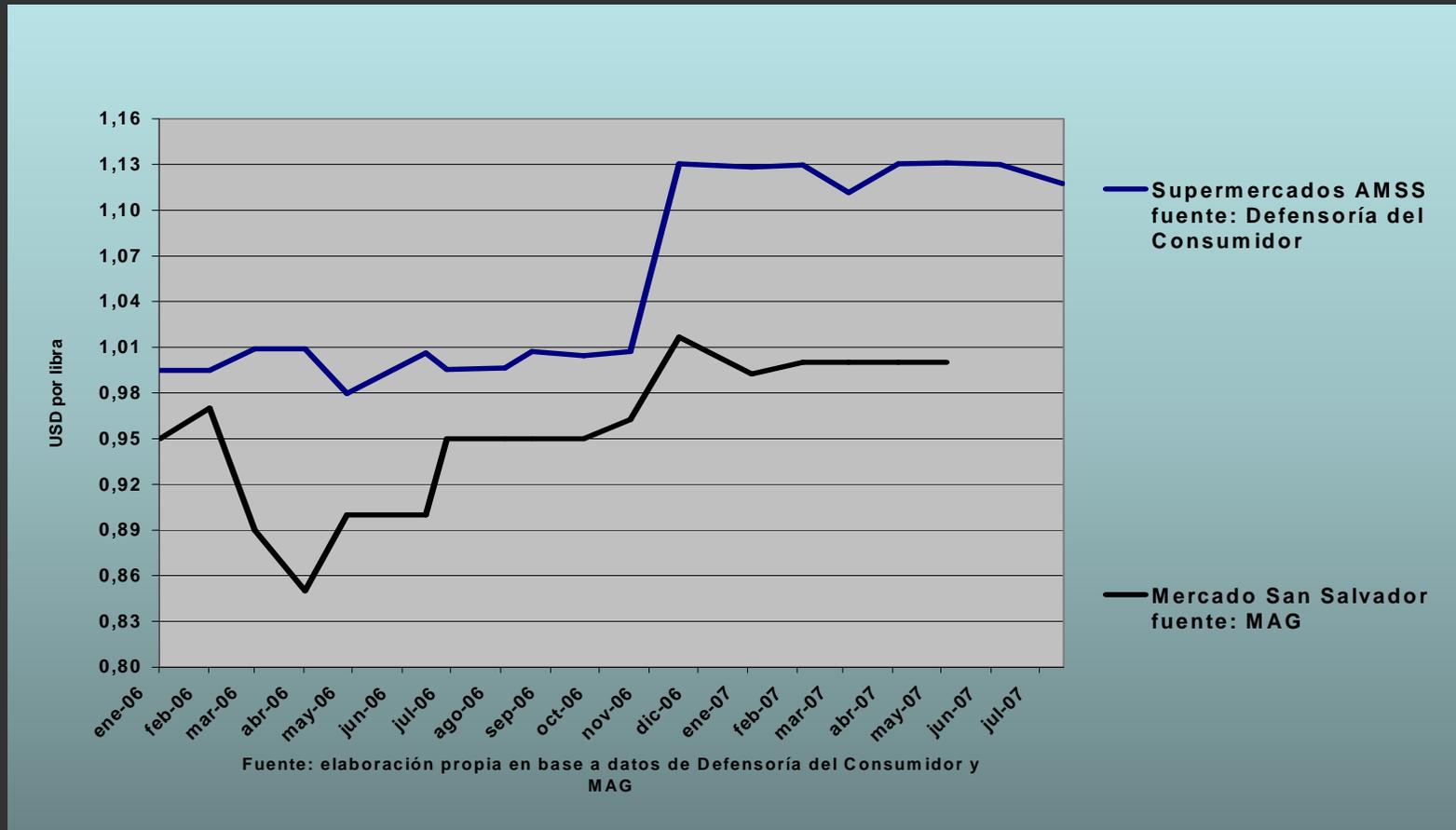
Fuente: Defensoría del Consumidor

Comparación Precios Por Canales: Huevos



- En el canal supermercadista la volatilidad ha sido menor, con un coeficiente de variación del 0.8% (el canal tradicional ha sido del 6.4%).
- En promedio el precio medio de los huevos en canal supermercadista ha sido un 17% mayor.

Comparación Precios Por Canales: Carne de Pollo



- En ambos canales la volatilidad ha sido similar, con un coeficiente de variación del 6% en el canal supermercadista y del 5% en el canal tradicional.
- El precio promedio del pollo en el canal supermercadista es un 9% mayor.

Comportamiento de Precios

- Históricamente ha sido muy satisfactorio, mostrando una disminución relativa al resto de los bienes que integran la canasta de alimentos y bebidas, la canasta de consumo general y el comportamiento general del nivel de precios de la economía.
- Sin embargo, a lo largo del último año se observan aumentos de precios diferenciales por producto (huevos y pollo) por canal, no obstante que el aumento de las materias primas (maíz y soya) habría tenido una incidencia similar en ambos productos avícolas.
- Este comportamiento disímil en cuanto al traslado a precios del aumento de costos (“pass through del shock de oferta”) debiera tener origen en las diferentes condiciones de competencia en ambos segmentos del sector avícola, que este estudio ha podido identificar y que se presentan a lo largo de las siguientes secciones.

Marco Regulatorio

- Ley de Sanidad Animal y Vegetal:
 - Las granjas deben cumplir protocolos de vigilancia epidemiológica del MAG.
 - Restricción de importaciones de aves vivas según condición sanitaria de país de procedencia.
- Normas Técnicas Sanitarias para la Autorización y Control de Establecimientos Alimentarios (Código de Salud):
 - El Ministerio de Salud supervisa los establecimientos de procesamiento de carne (rastros y plantas).
- Leyes de Competencia y de Protección al Consumidor.

Tratados de Libre Comercio – Normas Sanitarias

- Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (AMSF) de la Organización Mundial de Comercio (OMC).
- Reglamento Centroamericano sobre Medidas y Procedimientos Sanitarios y Fitosanitarios del Tratado General de Integración Económica Centroamericana.
- Capítulo Seis: Medidas Sanitarias y Fitosanitarias del DR-CAFTA.
- Existiría un déficit de normativa y coordinación institucional regional que facilite el comercio, en particular con respecto a las normas sanitarias.

Tratados de Libre Comercio – Derechos de Importación – Contingentes

- Derechos de Importación:
 - Los aranceles de importación regionales son bajos y sustancialmente menores a los consolidados en la OMC. Para huevos y similares los aranceles DR-CAFTA son del 8% al 13%, mientras que para la carne aviar son del 9% al 16%.
 - Una excepción importante: los muslos que presentan un arancel DR-CAFTA del 164%, lo que equivale prácticamente a una prohibición de importación, que ha sido establecida para proteger la industria de importaciones a precios muy bajos de EE. UU. (su reducción comienza en el año 2016, si no se aplica salvaguardia).
- No hay contingentes que afecten directamente a la carne aviar o huevos, pero sí a su principal materia prima, maíz amarillo:
 - Comprende una cláusula de desempeño que surge del Convenio para la Siembra y Comercialización del Sorgo (2003) y que ha sido contemplada en el DR-CAFTA.
 - El requisito para importar maíz amarillo a arancel del 0% (siendo que es del 15%) es que haya sido comprada la producción nacional de sorgo a un valor aproximadamente 10% inferior al valor del maíz (nacionalizado).

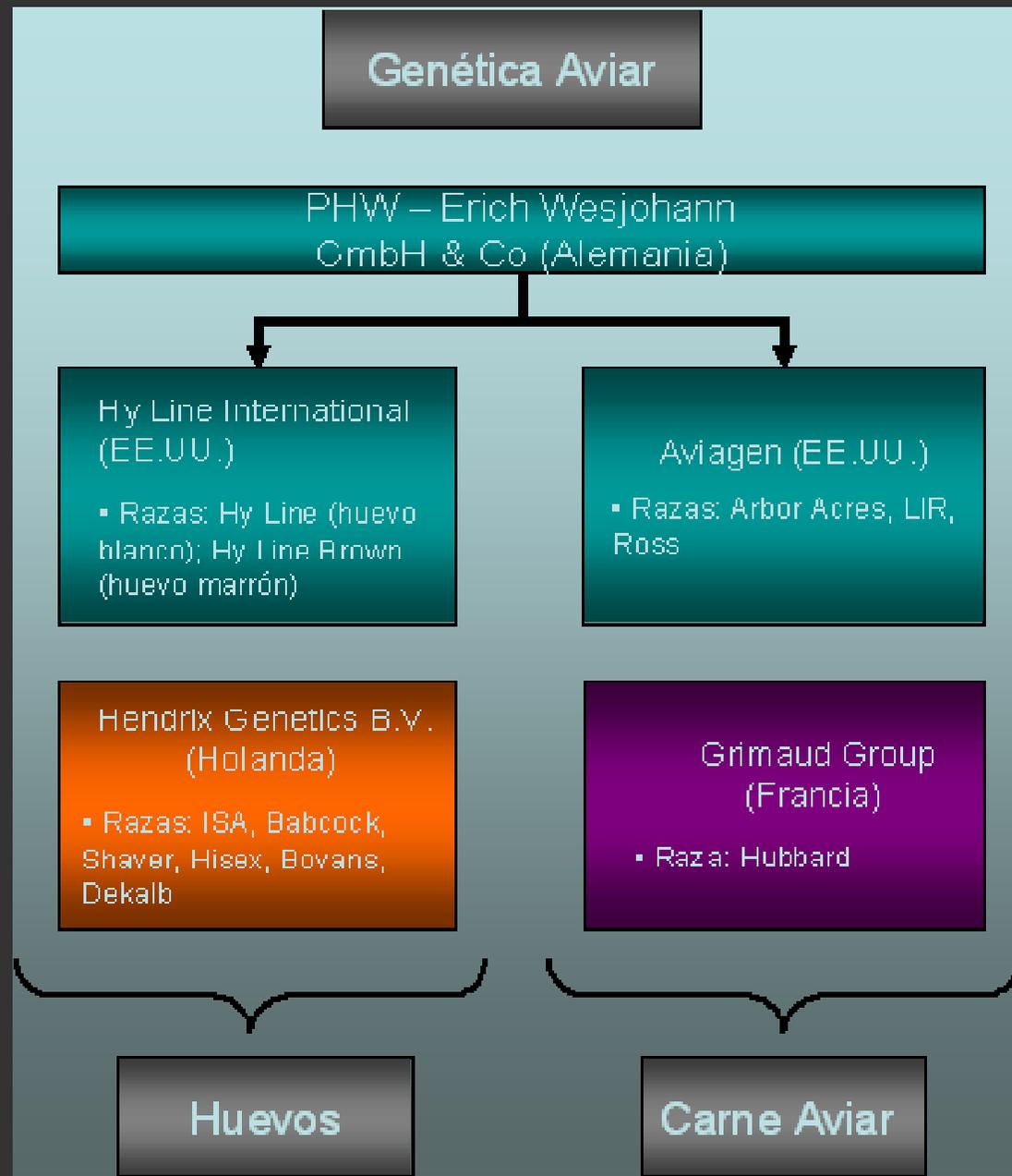
Demanda de Huevos y Carne de Pollo

- La principal demanda es final (existe una demanda creciente pero marginal de la industria de la panificación).
- Principal utilidad: fuente de proteínas completas. Patrón de consumo establecido por hábitos y gustos alimentarios particulares en la región: preferencia por pollos frescos (refrigerados) de color amarillo y frescos y huevos rojos.
- Productos perecederos y de consumo regular, lo que produce una demanda final frecuente y en pequeñas cantidades.
- Huevos: producto bastante homogéneo, grados bajos de diferenciación de precios por volumen, presentación o marca.
 - Consumo per capita anual alto y estabilizado: 170 huevos, el segundo más alto de la región. Mercado maduro.
- Pollo refrigerado: producto bastante homogéneo, con grados de diferenciación de precios bajos por volumen, presentación o marca;
 - Consumo per capita anual: 32 libras y en crecimiento (Panamá y Costa Rica duplican ese valor). Mercado en desarrollo.
 - El consumo de otras carnes aviares (pavo y gallina) es marginal (0,9% y 5%).
- Cárnicos: existe un desarrollo creciente de distintos procesados de pollo con valor agregado, desde el pollo trozado empaquetado hasta los embutidos.

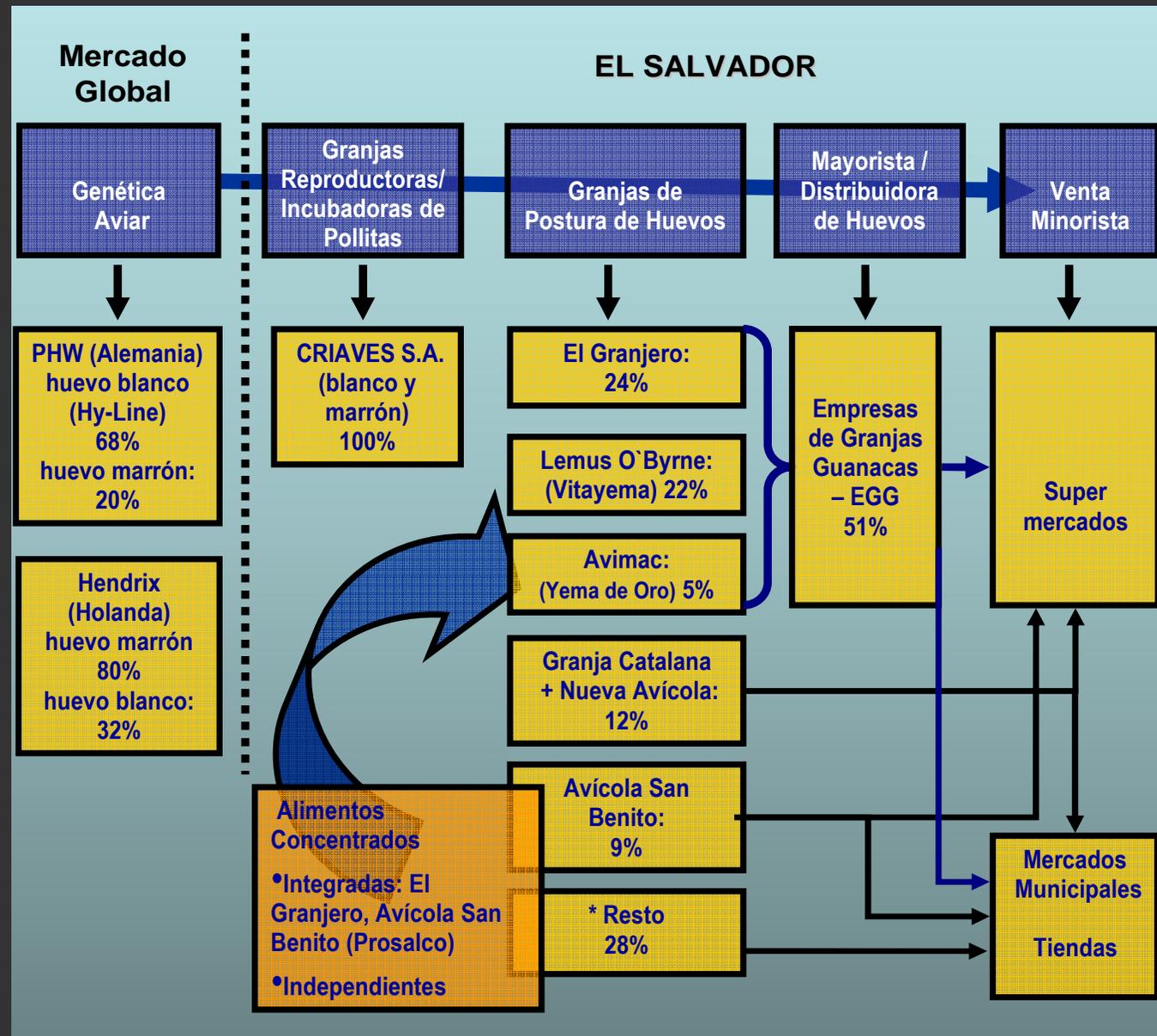
Oferta

- Genética aviar: Es el primer eslabón de la cadena de valor.
- Se localiza en los países desarrollados.
- Se concentra en 3 grupos transnacionales.
- Segmento en fuerte concentración.

Fuente: Gura
Susane (2007)



Huevos: Mapa de la cadena valor



Fuentes. Genética aviar: Gura, Susane (2007) y elaboración propia en base a Industria Avícola, 2006

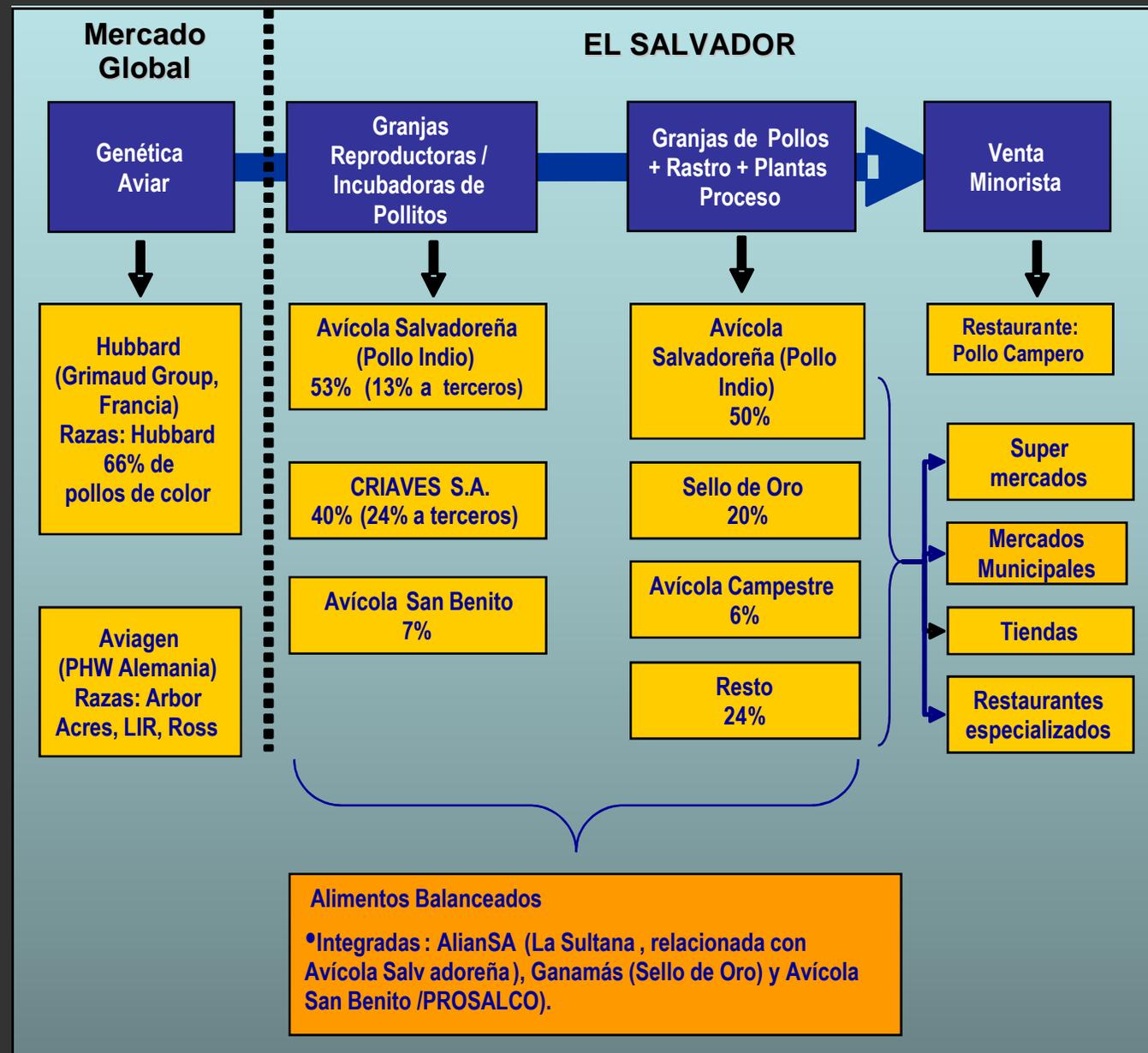
Huevos: Cadena de Valor

- 1º eslabón: Genética Aviar de pollitas ponedoras
 - Dos únicos proveedores a escala global (Hy Line y Hendrix).
- 2º eslabón: Granjas Reproductoras / Incubadoras
 - Las aves reproductoras se importan de Estados Unidos, a arancel 0%.
 - No hay libre acceso, CRIAVES tiene un contrato de distribución exclusiva con Hy Line (para toda Centroamérica) y es el único productor local de pollitas.
 - Ponedoras de esa línea genética (tanto para huevos blancos como rojos). CRIAVES está vinculada a Productos Alimenticios Sello de Oro (que cuenta con planta de concentrados Ganamás).
 - Existen importaciones marginales de pollitas de otras líneas genéticas.
- 3º Granjas de postura
 - Stock de 4,1 millones de aves, en alrededor de 600 granjas comerciales.
 - Cinco empresas principales concentran el 70% del stock de aves de postura comerciales (El Granjero, Lemus O`Byrne, AVIMAC, Granja Catalana y Avícola San Benito)
 - Se proveen de pollita ponedora principalmente de CRIAVES.
 - Tiene capacidad de colocación de su producto a nivel nacional.
 - Sólo El Granjero tiene planta propia de concentrados, el resto lo adquiere primordialmente de La Sultana (marca AlianSa, vinculada con AVISAL) o de Sello de Oro (marca Ganamás).

Huevos: Cadena de Valor (cont.)

- 4º Distribución
 - Empresa de Granjas Guanacas (EGG) ha sido constituida por El Granjero y otros accionistas para comercializar de modo mayorista la producción de huevos de esa granja y también de Lemus O`Byrne y AVIMAC.
 - EGG comercializa el 51% aproximadamente de la producción nacional. La empresa compra y vende la producción de las granjas. No tiene restricciones para negociar precios y otras condiciones de venta con los clientes.
 - El resto de la producción es colocada directamente por las granjas en los mercados y tiendas.
 - Las granjas pequeñas tienen un radio de distribución local.
- 5º Canales de comercialización minorista o detallista
 - Supermercados
 - 43% de la comercialización minorista (considerando todo tipo de productos) y expandiéndose a tasa del 5% anual.
 - Se abastece casi totalmente de EGG y ésta coloca en ese canal el 20% de las ventas.
 - Canal tradicional: mercados municipales; tiendas.

Pollo: Mapa de la cadena de valor



Fuentes. Genética aviar: Gura, Susane (2007). Resto: elaboración propia en base a Industria Avícola, 2006.

Pollo: Cadena de Valor

- 1º eslabón: Genética aviar de pollitos de engorde o broilers
 - Dos únicos proveedores a escala global (Hubbard – Grimaud Group) y Aviagen (PHW Alemania). Hubbard es la línea preferida en El Salvador, por ser pollos de piel amarilla.
- 2º eslabón: Granjas Reproductoras/Incubadoras:
 - Las aves reproductoras se importan de Estados Unidos, a arancel 0%.
 - El acceso al material genético es libre (no existen contratos de exclusividad con proveedores de genética).
 - Dos incubadoras importantes: Avícola Salvadoreña (53% de la producción) y CRIAVES (40%).
 - Avisal está integrada verticalmente con la producción y comercialización de carne aviar (Pollo Indio). También con los restaurantes “Pollo Campero” y alimentos balanceados “La Sultana”. La compañía es parte del grupo Multi Inversiones de Guatemala.
 - CRIAVES está integrada verticalmente con la producción y comercialización de carne aviar y alimentos concentrados (Pollo Sello de Oro y Concentrado Ganamás).

Pollo: Cadena de Valor (cont.)

- 3º eslabón: Granjas de Engorde + Procesamiento:
 - Existen alrededor de 100 granjas comerciales de engorde.
 - Las tres principales empresas que operan granjas de engorde están integradas verticalmente: cuentan con rastros propios y plantas de procesamiento de carne aviar.
 - Avícola Salvadoreña (Pollo Indio) y Alimentos Sello de Oro (Pollo Sello de Oro) concentran el 70% de la producción.
 - Ambas cuentan con incubadoras propias y fábricas de concentrados (marcas AlianSa y Ganamás, respectivamente).
 - La distribución del pollo a los canales minoristas es realizado por las propias plantas de procesamiento o granjas.
- 4º eslabón: Comercialización minorista:
 - Restaurantes de comida rápida (Pollo Campero y Pollo Campestre).
 - Supermercados (se abastecen sólo con Pollo Indio o Sello de Oro por cuestiones de logística y controles sanitarios).
 - Canal tradicional: Tiendas y mercados municipales (pollo mayoritariamente fresco y sin marca).

Alimentos Concentrados

- Se utilizan tanto en la etapa de incubación-reproducción, como en la de postura o engorde:
 - Representan el costo más importante del sector (60% - 70%).
 - Se compone de una mezcla de maíz amarillo, soya y aditivos.
- Existe la modalidad en las pequeñas granjas de hacer su propia mezcla (se requieren instalaciones de muy bajo costo), pero esta práctica está asociada a menores rendimientos (en postura o engorde).
- Principales plantas:
 - La Sultana pertenece al grupo económico de Avícola Salvadoreña (parte del grupo Multi Inversiones de Guatemala). Vende el producto bajo la marca Aliansa, en un 50% se dirigen al grupo.
 - El Granjero cuenta con una planta con exceso de capacidad, pero no se encuentra proveyendo a terceros.
 - Las participaciones de mercado serían del 40 a 45% para La Sultana, 15% para Sello de Oro (Ganamás), 10-15% para Tecnutral y una cuota similar para Prosalco.
- El sector muy afectado por el aumento del precio de los granos (maíz amarillo y soya). El maíz ha subido el 100% respecto de 2005, de modo similar la soya.
 - Los granos se importan primordialmente de EE.UU. a arancel 0% en el marco de la cuota por desabasto (contra la compra de la producción local de sorgo).

Sustituibilidad desde la Demanda

- De insumos:
 - La sustituibilidad de ponedoras Hy Line (huevo rojo) es baja, mientras que la sustituibilidad entre las distintas opciones de pollitos de engorde es mayor.
 - La sustituibilidad en concentrados es alta, ya que en el margen, cabe la autoprovisión.
- De productos finales:
 - Huevos: El uso de marca está poco generalizado y la fidelidad es baja. Diferenciales de precios acotados. Todas las marcas y tamaño de huevos (grande y mediano) pueden considerarse sustitutos cercanos. En cambio no existen productos alternativos sustitutos cercanos del huevo en la dieta habitual.
 - Pollo: La diferencia de precios con la alternativa más barata de carne (carne molida de res) es demasiado amplia para considerar a esta última un sustituto cercano (la diferencia era del 23% en 2000 y del 58% en 2007). Respecto del pavo, además de un problema de precios, la oferta disponible es escasa en relación a la demanda de pollo, para constituirse en un sustituto cercano.

Sustituibilidad desde la demanda (cont.)

- Entre áreas geográficas:
 - Insumos: Para la avicultura comercial, el abastecimiento de insumos tiene una escala cuanto menos nacional y la importación (de pollitas ponedoras y broilers y de concentrado) no tiene restricciones de peso.
 - Huevos comerciales y pollo refrigerado:
 - La sustitución con importaciones es baja, dada la preferencia local por el huevo de color, en un caso y por la piel amarilla, en el otro.
 - El canal supermercadista adquiere de modo centralizado, sólo entre las granjas con cobertura nacional. El canal tradicional (mercados/tiendas) cuenta con la alternativa de abastecerse en las granjas locales.

Sustituibilidad desde la Oferta

- Incubación:
 - Existe cierto grado de sustitución entre la incubación de ponedoras y de broilers, pero las dificultades de acceder a material genético Hy Line de ponedoras lo impiden (de hecho solo CRIAVES combina ambas actividades).
- Granjas de postura y engorde:
 - La alternancia entre postura y engorde existe en las granjas pequeñas, pero los tiempos y costos que insume esta transformación si bien no son altos, lo son lo suficiente para que la alternativa no esté inmediatamente disponible.
- Entre áreas geográficas:
 - Existe una participación creciente de las incubadoras de la región en el mercado salvadoreño.
 - En huevos y pollos, las empresas líderes tienen alcance nacional, pero las pequeñas granjas tienen un radio de acción local. En consecuencia, la sustitución es asimétrica.

Mercados Relevantes

- De producto:
 - Genética aviar (huevos y broilers)
 - Pollitas ponedoras 1 día
 - Pollitos broiler 1 día
 - Carne de pollo
 - Huevos de gallina
 - Alimentos concentrados para aves
- Geográficos:
 - Genética aviar: Mercado mundial
 - Pollitas ponedoras y pollitos broiler: Al menos nacional
 - Alimentos concentrados: Al menos nacional
 - Carne de pollo y huevos: Nacional o local (según el objeto del estudio)

Huevos: Concentración Horizontal e Integración Vertical

Incubadoras de ponedoras	Miles de pollitas		% mercado	HHI	% de Ventas a terceros / producción
	Producción	Ventas			
CRIAVES S.A.	8,000	8,000	100%	10,000	100%
Total	8,000	8,000	100%		100%

Granjas de producción de huevos de gallina	Stock De Gallinas Ponedoras (000)	% mercado	C2	HHI mínimo
El Granjero* (EGG)	1,000	24%	46%	1,310
Grupo Lemus O' Byrne * (EGG)	900	22%		
Avimac * (EGG)	225	5%		
Avícola Catalana	500	12%		
Avícola San Benito	360	9%		
Resto	1,115	27%		
Total	4,100	100%		

Fuente: Industria Avícola, 2007.

Nota: El Granjero, el Grupo Lemus O' Byrne y Avimac han integrado horizontalmente la venta a través de la firma EGG. Conjuntamente representan el 52% del mercado y el HHI correspondiente ascendería a 2,929.

Huevos: Concentración Horizontal e Integración Vertical

- El sector de huevos se encuentra prácticamente monopolizado en el segmento aguas arriba de incubación; existen importaciones marginales de pollitas de Guatemala).
 - Nótese que en este mercado no existe articulación vertical entre incubadoras y granjas, dado que CRIAVES no tiene vinculación societaria con las granjas de postura.
- El mercado aguas abajo de huevos de mesa presenta una estructura más diversificada que el de carne aviar. Si bien el C2 alcanza el 46% (El Granjero + el Grupo Lemus O`Byrne), coexisten otros jugadores de porte como Avícola Catalana (ex Nueva Avícola) y Avícola San Benito, por lo que el valor mínimo del HHI es bajo.
- El Granjero, El Grupo Lemus O`Byrne y AVIMAC venden el total de su producción a la distribuidora mayorista EGG S. A. de C. V., la mitad de cuyo capital social es de El Granjero.
- La mitad de la producción de huevos del país es comercializada por una misma empresa (EGG) y en consecuencia el HHI del mercado trepa a casi 3000 puntos, quedando como principales alternativas de abastecimiento Avícola Catalana y San Benito, y luego las granjas de alcance local.

Pollos: Concentración Horizontal e Integración Vertical

Incubación de pollitos (broilers)	Miles de pollitos		% mercado	C2	HHI	% de ventas a terceros / producción
	Producción	Ventas				
Avícola Salvadoreña	35,000	5,000	20%			14%
CRIAVES S.A.	26,00	15,600	61%	81%	4,521	60%
San Benito	5,000	5,000	20%			100%
Total	66,000	25,600	100%			39%

Granjas de producción (broilers)	Miles de pollos	% mercado	C2	HHI mínimo
Avícola Salvadoreña	30,000	50%		
Sello de Oro (vinculada CRIAVES)	12,000	20%		
Avícola Campestre	3,500	6%	70%	2,936
Resto	14,500	24%		
Total	60,000	100%		

Fuente: Industria Avícola, 2007. Ventas de CRIAVES a Sello de Oro, corregido según entrevista realizada con su representante

Pollos: Concentración Horizontal e Integración Vertical (cont.)

- Existe un alto grado de concentración horizontal tanto en el mercado de incubadoras como en el de granjas de producción de broilers (C2 superiores al 70% y HHI superior a 3000 puntos).
- Los grupos líderes (Avisal -Pollo Indio - y Sello de Oro/CRIAVES) están presentes en ambos mercados, ya que presentan un grado (aunque diferencial) de integración vertical.
- Ello se evidencia en que en términos globales, el porcentaje de ventas a terceros sobre la producción de pollitos de un día es del 39%.
- Avícola Salvadoreña consume casi la totalidad de la producción de su incubadora, vendiendo a terceros aproximadamente el 14% de la producción de pollitos de un día. En cambio, su principal competidora Sello de Oro, que pertenece al mismo grupo económico de la incubadora CRIAVES, consume algo menos de la mitad de la producción de pollitos broilers de esa incubadora. CRIAVES destina alrededor del 61% de esa producción a terceros.
- Luego en ambos mercados existe un tercer jugador de mucha menor envergadura, que no se encuentra integrado verticalmente.

Sector Aviar: Concentración Horizontal e Integración Vertical (Resumen)

	Grado de Concentración Horizontal	Indicador (HHI)	Grado de Integración Vertical	Indicador: % de Ventas/ Producción
Incubación Ponedoras	máximo	10,000	nulo	100%
Huevos (producción)	bajo	1,310		
Huevos (distribución)	mediano	2,929		
Incubación Broilers	alto	4,521	mediano	39%
Pollos	mediano	2,936		

Fuente: elaboración propia en base a las tablas precedentes

- Los segmentos son similares en cuanto a su concentración horizontal (mediana) a nivel de producto, pero la concentración es máxima aguas arriba en la incubación, en el caso de huevos.
- En contrapartida, el sector de huevos no presenta integración vertical entre incubación y granjas de postura.

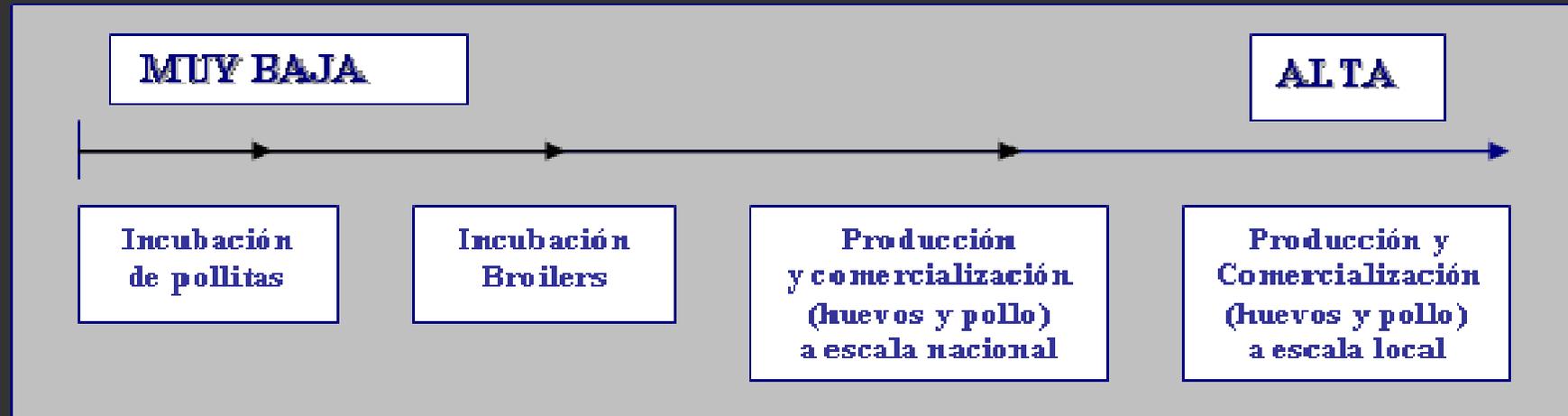
Barreras a la Entrada I

- Barreras legales: El sector debe operar en condiciones de vigilancia sanitaria y de seguridad alimentaria, no son arbitrarias.
- El comercio internacional de todos los productos se encuentra abierto, con aranceles muy bajos, a excepción del caso de muslos de pollo, el arancel impide totalmente la entrada de ese producto (arancel del 164%).
- En incubación de ponedoras, existe una barrera producida por las firmas globales de genética aviar establecidas fuera del territorio: el convenio de exclusividad que Hy Line International tiene con CRIAVES para la utilización de su material genético en toda Centroamérica.
- En cambio en la incubación de broilers, no existe ese tipo de exclusividad y las barreras se limitan a las inversiones y tecnología necesarias para instalar una planta incubadora.
- En la producción de huevos y de carne aviar, la instalación de granjas no presenta barreras tecnológicas de entrada de consideración.
- Se ha constatado la existencia de importantes inversiones recientes en infraestructura.
 - En general, desde el punto de vista de la defensa de la competencia, las inversiones deben ser vistas positivamente (introducen innovación, mejoran la calidad de los productos y alimentan la competencia. Sólo en casos muy particulares pueden despertar preocupación, pueden ser estrategias exclusorias).

Barreras a la Entrada II

- Los rastros utilizan tecnologías de libre disponibilidad y los requisitos higiénicos y sanitarios no pueden considerarse excesivos, por lo que no existen barreras tecnológicas o legales de envergadura que impidan a un entrante instalar un rastro, siendo que existe producción suficiente de aves que hoy día no son beneficiadas en los rastros formales.
- La logística de distribución a nivel local puede ser muy sencilla y no requiere grandes inversiones. En cambio, para constituirse en un agente económico con cobertura nacional es necesario contar con una logística propia o tercerizada adecuada a tal fin, dado que se trata de productos perecederos.
- Por ello, si bien no existen barreras para que las pequeñas granjas coloquen sus productos (pollos o huevos) a nivel local, sí existen las barreras logísticas, cobrando importancia para llegar al canal supermercadista y mantener presencia de los productos en los principales mercados municipales del país.
- El canal supermercadista sólo opera con empresas con logística propia de distribución (que en el caso del pollo requiere cadena de frío) y que operan formalmente, realizando los sacrificios de las aves y su procesamiento en plantas autorizadas y supervisadas por el gobierno.

Contestabilidad



Condiciones de Competencia en Guatemala

- El sector de huevos está altamente concentrado en incubación pero no en producción.
- Tres incubadoras (Corpasa, Incucasa e Inavisa) y 8 empresas de granjas de postura.
- Existiría un esquema de “precios sugeridos” de la asociación nacional de avicultores , que funciona parcialmente.
- Existe importante contrabando desde México.
- El sector de pollos se encuentra concentrado en ambas etapas y también el grado de integración vertical es alto.
- Una incubadora+productora importante: Avícola Villalobos del Grupo Multi – Inversiones (Avisal en El Salvador) titular de la cadena “Pollo Campero” y de los procesados “Toledo”.
- Existe una cláusula de salvaguardia agrícola especial contra importaciones de EE.UU. en el DR-CAFTA.

El Cartel de Pollos Vivos en Perú

- El sector avícola presenta alto grado de integración vertical de todos los procesos, incluyendo los alimentos. Avicultura familiar marginal.
- Los pollos vivos representan el 80% del consumo y se concentra en la población de menores ingresos.
- El 13/09/96 INDECOPI descubrió y sancionó un cartel de pollos vivos en el área de Lima y Callao, que involucraba a la asociación de avicultores y 19 empresas (cerca del 80% del mercado de Lima y casi 60% a nivel nacional).
- En el allanamiento se encontró documentación demostrativa de evaluaciones de acciones para enfrentar la sobreproducción de ese año: Sacrificar pollos y pollos bb, eliminar huevos fértiles y reproductoras, crear una empresa con instalaciones para congelar la producción.
- Los acuerdos implementaron la estandarización del peso promedio, la asignación de cuotas de producción y la eliminación concertada de excedentes. Se encontraron evidencias de fijación de precios.
- INDECOPI ordenó el cese y aplicó multas. La sentencia fue confirmada parcialmente en segunda instancia y las multas finalmente aplicadas fueron del orden del 10% de las ventas realizadas a través del Centro de Distribución de Lima, entre abril/mayo 1996.

Conclusiones I

1. A la fecha, el sector avícola de El Salvador presenta un buen desempeño a lo largo de los últimos 15 años, tanto en términos de producción como de precios. La oferta sectorial se ha expandido y tanto los precios de los huevos como del pollo se han reducido respecto de los precios de otros bienes de la canasta familiar, incluyendo otros cárnicos.
2. A la fecha, el desempeño productivo del sector está en línea con la tendencia mundial y es uno de los más dinámicos de la economía de El Salvador. Su desempeño es sustancialmente superior al resto del sector pecuario, pero también se destaca dentro del sector agropecuario y de la economía en su conjunto.
3. A la fecha, entre las debilidades del sector cuentan la dependencia de la genética aviar generada en los países desarrollados (cuya provisión se concentra actualmente en tres grandes grupos transnacionales), la alta incidencia en sus costos de los granos básicos (maíz amarillo y soya) con perspectivas de mediano plazo crecientes en términos de precios y las dificultades para exportar sus productos a los países de la región.
4. A la fecha, no se han identificado normas sectoriales (de sanidad animal o de salud humana) que afecten negativamente la competencia y los aranceles de importación que prevalecen para los principales productos e insumos no son excesivamente altos (a excepción del caso de los muslos de pollo).
5. Como déficit, se señala la necesidad de mejorar los mecanismos de aplicación de las normas sanitarias de la región a fin de facilitar el comercio regional, considerando la seguridad alimentaria.

Conclusiones II

6. Asimismo, como déficit normativo se indica la falta de normas técnicas de adecuada estandarización de los productos, particularmente del huevo de mesa, en términos de tamaño, peso, etc. a fines proveer a los consumidores con mejor información para tomar decisiones de consumo.
7. No se han identificado barreras legales de orden público que obstaculicen la circulación de los productos (huevos, carne aviar o sus insumos) a nivel doméstico o la entrada/salida de agentes económicos en los distintos mercados relevantes involucrados.
8. En cambio, sí se ha observado que una barrera legal de tipo privado (el acuerdo de exclusividad entre Hy Line y CRIAVES) impide que otras firmas desarrollen la actividad de incubación de pollitas ponedoras de esa línea genética.
9. Las granjas pequeñas de huevos o de pollos enfrentan una barrera económica para vender sus productos en el canal supermercadista. Este canal sólo se abastece de proveedores de huevos y de pollo que tengan capacidad de distribuir en todas sus sucursales. La falta de una logística de distribución a nivel nacional es una barrera económica al ingreso al canal supermercadista.

Conclusiones III

10. Respecto del segmento específico de huevos, se observa que si bien el desempeño histórico del sector en términos de precios es consistente con un comportamiento competitivo, a la fecha y con la información disponible se identifican un conjunto de elementos que no favorecen la competencia en el mercado de huevos de gallina, a saber:
 - Una demanda doméstica saturada en niveles de consumo per capita altos, siendo que diferentes conflictos comerciales regionales han venido obstaculizando el intercambio comercial de aviares en la región.
 - El convenio de exclusividad entre Hy Line International y CRIAVES.
 - El alto grado de concentración horizontal que se observa en el segmento de granjas de postura, particularmente a partir de la concentración de la comercialización de la producción de El Granjero, AVIMAC y del Grupo Lemus O' Byrne en EGG.
 - La separación que existe en los mercados de la región, conforme al color predominante del huevo.

Conclusiones IV

- La débil capacidad de disciplinamiento de las firmas líderes (CRIAVER y EGG) por parte de sus competidores (las incubadoras de Guatemala en un caso y Avícola Catalana y Avícola San Benito en el otro).
 - Los contrapesos del liderazgo de las precitadas empresas se reducen a la fortaleza de sus principales clientes. Respecto de CRIAVER, las principales granjas de postura (El Granjero, Grupo Lemus O' Byrne y Avícola Catalana) y respecto de EGG, las principales cadenas de supermercados (Selectos y Wallmart).
 - Estos contrapesos podrían no ser suficientes para impedir comportamientos diferenciados respecto de clientes más débiles (las pequeñas granjas de postura en el caso de CRIAVER y los mercados municipales y tiendas en el caso de EGG), como puede apreciarse en el caso de los huevos de mesa con el comportamiento diferente del precio a nivel de supermercados y mercados municipales en los últimos dos años.
11. En cuanto al segmento específico de carne aviar, el desempeño histórico de este sector en términos de precios también es consistente con un comportamiento competitivo. A la fecha, no se identifican elementos de relevancia que desalienten la competencia.
 12. A saber, a diferencia del mercado de huevos, el mercado presenta un consumo per capita bajo se encuentra en crecimiento y con espacio para el ingreso de competidores y el acceso a la genética aviar es libre. La integración vertical es la observada en la cadena de la industria a nivel global, motivada por los ahorros de costos que devienen de la integración.

Conclusiones V

13. Si bien aquí también existe una firma líder que concentra la mitad del mercado (AVISAL), la segunda firma (Sello de Oro) puede considerarse un competidor fuerte y no se verifican políticas de precios sugeridos de reventa.
14. Luego, aunque en este caso también cuentan como contrapesos las grandes cadenas de supermercados clientes, el contrapeso más importante porque operaría sobre todo el mercado, es la posibilidad de entrada de importaciones a precios muy competitivos de Estados Unidos, ante la decisión del gobierno de reducir el arancel de importación del 164% establecido para los muslos y patas.
15. No obstante lo anterior, no conviene perder de vista que el sector desde el 2003 entró en una trayectoria bastante sostenida de incremento de precios, cuyas causales podrían encontrarse más allá de los temas de competencia.

Recomendaciones I

1. Se recomienda extender el estudio a las condiciones locales de competencia, para establecer la incidencia de las pequeñas granjas y los determinantes de la formación de los precios a nivel de las cabeceras departamentales.
2. Se recomienda extender el estudio a las condiciones regionales de competencia, habida cuenta que los agentes económicos más importantes operan a escala centroamericana.
3. En el mismo tenor, se recomienda intercambiar información con las autoridades de competencia de los países desarrollados sobre la situación del mercado global de genética aviar y los efectos de la reciente ola de concentraciones en ese segmento.

Recomendaciones II

4. Como acciones de articulación con otros organismos del Poder Ejecutivo se propone:
 - i) sugerir a la Defensoría del Consumidor incorporar en las campañas de educación del consumidor, información sobre las propiedades análogas nutricionales de la carne aviar y el huevo, independientemente de su coloración y
 - ii) sugerir al Ministerio de Agricultura y Ganadería avanzar en la formulación de normas técnicas de estandarización de los productos aviares (particularmente huevos), conforme a estándares internacionales aceptados y que promuevan la competencia.