

CONSEJO DIRECTIVO DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA: Antiguo Cuscatlán, a las trece horas y cuarenta y cinco minutos del día veintitrés de julio de dos mil catorce.

- ¹ Que mediante el acuerdo número SC-42/2010 emitido por el Superintendente de Competencia Suplente el día diez de junio de dos mil diez, se ordenó la realización del estudio denominado: **“Condiciones de Competencia en la Producción y Distribución de Aceites y Mantecas”**. Se determinó como objeto de dicho estudio, facilitar la aplicación de la Ley de Competencia mediante la identificación de los factores de relevancia que determinan las condiciones de competencia en el mercado y obtener propuestas que conlleven a una mayor transparencia y eficiencia del mismo.
- ² De acuerdo con el artículo 13 letra e) de la Ley de Competencia, el Superintendente de Competencia ordenó la realización del citado estudio, el que ha sido elaborado por la Intendencia Económica.

I. Antecedentes

- ³ Con base a una evaluación preliminar de los mercados de aceites y mantecas comestibles en El Salvador realizada por esta Superintendencia y de acuerdo con los criterios de la Guía para la Selección de Estudios de Competencia, se determinó la necesidad de profundizar en el conocimiento del funcionamiento y condiciones de competencia de la producción y distribución de los aceites y mantecas.
- ⁴ Los criterios principales que motivaron el inicio del estudio fueron: el incremento en los precios de estos bienes entre los años 2007 a 2009, la probabilidad de la existencia de un alto nivel de concentración en sus mercados, y la importancia del consumo de estos productos para la población, razón por la cual están incluidos dentro de la Canasta Básica Alimentaria y Rural¹.

¹ La “Canasta Básica Alimentaria (CBA) se define como el “conjunto de productos considerados (...) en la dieta de la población residente en el país, en cantidades suficientes para cubrir adecuadamente, por lo menos las necesidades energéticas y proteínicas del individuo promedio”. Ministerio de Economía, sitio web: www.minec.gob.sv.



⁵ El día de hoy, la Intendencia Económica presentó a este Consejo Directivo el informe de resultados del estudio: “Condiciones de Competencia en la Producción y Distribución de Aceites y Mantecas”, el cual se adjunta de forma anexa a la presente resolución y constituye el fundamento fáctico, técnico y económico de las recomendaciones emitidas.

⁶ Dicho estudio tuvo como principal objetivo determinar las condiciones de competencia en el mercado de aceites y mantecas² a través de un análisis de la caracterización de la oferta y la demanda, normativa existente, indicadores del mercado nacional e internacional, integración horizontal y vertical, concentración en los mercados relevantes, barreras a la entrada y el poder de mercado de los agentes económicos que participan en la actividad evaluada. La información incluida en el mismo abarca el período del 2005 a 2012.

II. Hallazgos

⁷ Del análisis efectuado en el estudio se extraen los siguientes hallazgos.

1) El consumo de aceites y mantecas es considerado un factor de obtención de la energía necesaria para el mantenimiento del metabolismo celular, así como para el crecimiento y desarrollo del ser humano. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), recomienda que las grasas ingeridas en la alimentación de un adulto masculino deberían aportar al menos el 15% de su consumo energético, para el caso de las mujeres en edad fértil este porcentaje debe ser como mínimo un 20%³.

2) La Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM - 2012) reveló que el 55.2% de un total de 1,628,106 hogares a nivel nacional consumieron aceites. De acuerdo con las estimaciones efectuadas en el marco de la encuesta una mayor proporción de hogares rurales consumen aceite en comparación con los hogares urbanos. Es así, que de los

² Los productos analizados fueron los aceites: vegetal (combinación de soya y palma), de palma, soya, maíz, canola, girasol, mixtos, y las mantecas vegetal y mixta (mezcla de palma y sebo de res).

³ Uauy Dagach, Ricardo (1994). FAO. “Importancia de las grasas y aceites para el crecimiento y desarrollo de los niños”. Corporate Document Repository, <http://www.fao-arg/docrep/l....>

557,024 hogares en el área rural, el 71% consumieron aceite, mientras que en el área urbana el producto es consumido por el 47% de un total de 1,071,082 hogares⁴.

- 3) En El Salvador se produce un grupo variado de aceites y mantecas. La industria genera aceites provenientes de diversas semillas oleaginosas como la soya, palma, girasol, mixtos, vegetal (que es una mezcla de palma africana y soya) entre otros, mientras que se produce la manteca vegetal (de palma) y mixta. La manteca mixta incorpora el sebo de res como materia prima, cuyo origen proviene del ganado vacuno.
- 4) En dicha actividad económica participaron en el año 2012 más de 20 agentes económicos. En el país son dos los únicos agentes económicos que cuentan con infraestructura de producción para aceites y mantecas: Summa Industrial, S. A. de C. V. y La Fabril de Aceites, S. A. de C. V. Estas sociedades, además, se dedican a la distribución mayorista tanto de aceites y mantecas como de otros productos de consumo del hogar.
- 5) En El Salvador no se producen las materias primas necesarias para la fabricación de aceites refinados y mantecas, por lo que los agentes económicos se abastecen a través de importaciones de los aceites crudos de soya, palma, girasol, maíz, así como del sebo de res.
- 6) En la oferta de aceites y mantecas también participan un grupo de agentes económicos que se dedican solamente a la distribución de productos. El grupo más relevante de estos agentes económicos posee plantas de producción en otros países de Centroamérica como Guatemala y Honduras y se integran mediante empresas de distribución de productos con presencia en El Salvador. Las empresas distribuidoras importan los aceites refinados y mantecas desde sus casas matrices. Son competidores de Summa y La Fabril en la provisión de aceites y mantecas a otros distribuidores mayoristas y minoristas y a consumidores intermedios.
- 7) Entre los agentes distribuidores integrados con empresas centroamericanas se encuentran: Dinant de El Salvador, S. A. de C. V., la cual cuenta con plantaciones de palma africana y

⁴ Los resultados de la EHPM se basan en el desarrollo de encuestas a una muestra representativa de hogares, cuyos resultados se expanden a toda la población. La muestra para el 2012 comprendió un total de 12,423 hogares, 6,433 del área urbana y 5,990 del área rural. Las encuestas se elaboran con preguntas cerradas para identificar la cantidad de hogares que consume cada producto, sin indagar sobre una estructura de consumo particular entre dos o más productos que tengan usos similares.

de producción de aceites y mantecas ubicadas en el territorio hondureño⁵; Naturaceites, S. A. de C. V., antes Comercializadora de Productos de Consumo, S. A. de C. V. (COPROCONSA), quien tiene instalada su planta refinadora y sus propias plantaciones de palma africana en Guatemala⁶; Mercantil de Comercio, S. A. (MERCOSAL), que es una filial de Alimentos Ideal (IDEALSA) de Guatemala y distribuye distintas marcas de aceites y mantecas producidas en su sede central en dicho país⁷. Estas empresas han desarrollado un papel relevante en el mercado en términos de su desempeño.

- 8) El hecho que estos agentes se encuentren integrados aguas arriba con empresas fuera del territorio salvadoreño les genera ventajas al contar con el suministro de materias primas y productos refinados de una empresa parte de su mismo grupo. Este hecho no impone restricciones a La Fabril y Summa para competir, dado que pueden abastecerse de materias primas de proveedores distintos, tanto regionales como extra-regionales, que no compiten en el mercado nacional.
- 9) Como se explicará más adelante, el aprovechamiento de estas ventajas ha favorecido a estos agentes para convertirse en competidores importantes en los mercados analizados.
- 10) La demanda del aceite y la manteca se concentra en el consumidor final y el consumidor intermedio. El consumidor final utiliza los aceites y mantecas para efectuar la cocción de sus alimentos, mientras que el consumidor intermedio lo utiliza como un insumo en sus procesos de producción. Los principales consumidores intermedios considerados en el estudio fueron las industrias de panificación, fabricantes de botanas, fabricantes de salsas y mayonesas, industrias de atún, entre otras.
- 11) En El Salvador existe una marcada preferencia por el consumo de aceite sobre el de manteca, condición que es igual tanto para la demanda del consumidor final como para la del consumidor intermedio. Según datos promedios 2006-2010, del volumen total del consumo de aceites y mantecas que efectuó el consumidor final, un 73.2% fue en aceites y un 26.8% en mantecas; mientras que del volumen total de compras del consumidor intermedio el 65.1% fue en aceites y un 34.9% en mantecas.

⁵ Corporación Dinant (2013). Página web de Corporación Dinant, <http://www.dinant.com/index.php/cs/quienes-somos>.

⁶ Naturaceites S.A. de C.V. (s.f.). Página web de Naturaceites S.A. de C.V., <http://naturaceites.com>.

⁷ Información proporcionada por escrito por MERCOSAL en respuesta a requerimiento de información realizado en el desarrollo de este estudio.

12) El aceite de mayor consumo en el país es el aceite vegetal (combinación de soya y palma africana). Para 2005-2012, el 77.8% del total del consumo promedio de aceites correspondió al vegetal; un 8.6% del consumo total fue de aceite de soya y un 13.8% se dividió entre aceite de girasol, canola, maíz, y mixtos. Esto es acorde con el hecho que el aceite vegetal se mantuvo durante el período 2006-2012 consistentemente por debajo de todos los aceites, con un precio promedio de 1.45 US\$/750 ml. El segundo más bajo fue el aceite de soya con un costo promedio de 1.99 US\$/750 ml.

13) Durante el período de estudio (2005-2012) se produjo un importante crecimiento del volumen de importaciones de aceites refinados, principalmente del aceite de soya que se incrementó en 166%; el aceite de palma, 68.6% y el aceite mixto, 35.3%.

14) Por el contrario, el volumen de las importaciones de los insumos (aceites crudos, sebo de res y estearina de palma) se redujo en 28.5% mientras la producción nacional de aceites y mantecas disminuyó en los últimos años del período de estudio. Esto refleja una sustitución de la producción local de aceites y mantecas por productos importados. Este desplazamiento de la producción local tiene relevantes implicaciones en tanto reflejan la capacidad de las importaciones de imprimir competencia en el mercado.

15) Dos aspectos que favorecen las importaciones: 1) la presencia de distribuidoras nacionales vinculadas con empresas en el área centroamericana, lo cual genera ventajas para los agentes integrados de la que no gozan los productores locales; y 2) el régimen arancelario centroamericano que permite la introducción de productos con cero arancel.

16) Un aspecto importante vinculado con la dependencia de la industria y de los distribuidores de productos importados, tanto en materias primas como en productos terminados, es que los expone a choques exógenos provenientes de encarecimientos de las materias primas y de los aceites refinados.

17) Durante el período se estudió la evolución del precio interno del aceite vegetal al consumidor final, en comparación con la evolución de los precios internacionales de los insumos (aceites de soya y palma crudos) y de los aceites refinados de soya y de palma. Los resultados indicaron que existe una relación positiva entre las series medida a través

del coeficiente de correlación, que mostró que los precios domésticos se mueven en igual sentido que los precios internacionales⁸. Para el caso de la relación de los precios internos con los precios de los insumos, se encontró que los precios internacionales anteceden, en promedio, cinco meses a los precios domésticos⁹, mientras que existe una relación contemporánea de los precios al consumidor final con los precios de los aceites ya refinados importados¹⁰.

- 18) No obstante esta relación directa, no se observa que los precios internos del aceite vegetal reaccionen hacia la baja en la misma proporción con que reaccionan a las alzas de los precios internacionales. Esta poca flexibilidad hacia la baja indica la existencia de elementos adicionales que condicionan la respuesta de los precios internos¹¹.
- 19) Los análisis de sustituibilidad de la demanda y de la oferta, tradicionales en materia de competencia, indicaron la existencia de dos mercados relevantes de producto y geográfico: el mercado de aceites y el mercado de mantecas, ambos con un ámbito geográfico regional.
- 20) En ambos mercados relevantes se identifica la participación de seis agentes económicos importantes, los cuales mantienen cuotas de mercado estables durante el período analizado. La Fabril constituye el competidor principal en ambos mercados relevantes, sin embargo, su participación de mercado en cada uno de ellos no supera el 40% de las ventas.
- 21) El mercado de aceites muestra un promedio de 2,118 del Índice de Herfindahl Hirschman (HHI) durante el período 2006 al 2012. En el caso de las mantecas, este valor durante el mismo período fue de 2,598 puntos. Aplicando los criterios establecidos por la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos para la medición de la concentración en los

⁸ Para reducir el riesgo de correlaciones espúreas se estimó el componente cíclico de las series. Para ello se desestacionalizaron las series utilizando el X-11 Arima y se estimó la tendencia mediante el filtro de Hodrick Prescott. Posteriormente para obtener el componente cíclico se restó de la serie original desestacionalizada la tendencia obtenida mediante el uso del filtro.

⁹ Esto mediante la estimación de coeficientes de correlación dinámicas rezagadas hasta cinco períodos. Para reducir el riesgo de correlaciones espúreas se estimó el componente cíclico de las series.

¹⁰ Para esto último se agregaron los costos de internación al valor CIF de las importaciones.

¹¹ Escapa el objetivo del presente estudio determinar el resto de factores que lideran los precios, entre ellos podrían estar el nivel de actividad económica, comportamientos anticompetitivos, entre otros.

mercados, el mercado de aceites se considera moderadamente concentrado, mientras que el de mantecas se cataloga como un mercado altamente concentrado¹².

- 22) Una de las principales barreras identificadas contenidas en los marcos normativos es la dilación en el plazo de otorgamiento del Permiso de Medio Ambiente exigible a las industrias y envasadoras. El estudio reflejó que una de las causas de esta situación son los insuficientes recursos materiales y humanos del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) para realizar sus labores de evaluación de las solicitudes correspondientes.
- 23) Para el inicio del trámite del permiso sanitario de funcionamiento de una industria o envasadora, se exige una copia del Permiso de Medio Ambiente y de la Solvencia Municipal extendida por la Alcaldía donde se localizará la infraestructura correspondiente. Esto está establecido en el Acuerdo 504 del Ministerio de Salud (MINSAL) del año 2007, el cual aún se encuentra en aplicación a pesar de ser un instrumento jurídico derogado por la Norma Técnica de Alimentos vigente desde el 2013. Lo anterior evidencia incertidumbre en la aplicación de la normativa del MINSAL.
- 24) La Norma Técnica de Alimentos no establece los plazos máximos para el otorgamiento de los permisos sanitarios de funcionamiento que emite el MINSAL, detectándose que se han emitido en un período máximo de seis meses. Aunque no se evidencia que esto sea un problema serio en términos de competencia, resultaría conveniente incorporar los plazos correspondientes en dicha normativa, lo cual abonaría a generar mayor certeza jurídica en la materia.
- 25) Se identificó que los mercados en estudio no presentan barreras arancelarias significativas. El Salvador comercializa aceites, mantecas y sus materias primas con diversos países en condiciones de arancel cero, o con bajos aranceles a través de acuerdos que incluyen un período de desgravación. Esto incrementa las presiones competitivas para los agentes económicos que producen en el mercado local. Lo anterior se evidencia al observar la relevancia y expansión de los productos importados en la oferta local.

¹² Valores del HHI superiores a los 2,500 puntos indican mercados altamente concentrados; entre los 1,500 y los 2,500 puntos se consideran moderadamente concentrados y los resultados por debajo del umbral de 1,500 evidencian mercados desconcentrados. Departamento de Justicia de los Estados Unidos de América (DOJ) y Comisión Federal de Comercio (CFC) (2010). "Horizontal Fusion Directrices".

- 26) Se detectó que es necesario efectuar importantes inversiones para iniciar una industria o distribuidora de aceites y mantecas que pretenda alcanzar una cuota de mercado equivalente a cualquiera de los principales incumbentes. Las inversiones efectuadas en la adquisición de las maquinarias necesarias implican costos hundidos, dado que la maquinaria utilizada no puede emplearse en otro tipo de producción y sus costos no son fácilmente recuperables en el caso de una salida del mercado del agente económico¹³. Los costos hundidos son la diferencia entre el costo de adquisición de la maquinaria y el precio al que pueda ser revendida la maquinaria.
- 27) Dentro del conjunto de oferentes del mercado local, se aprecia la presencia de industrias y distribuidoras que cuentan con capacidad de distribución y almacenaje para diversas líneas de productos, siendo parte de una logística de suma relevancia para alcanzar niveles mínimos de eficiencias en sus operaciones. Estas economías de alcance representan otra variable que puede retrasar la entrada de nuevos competidores en los mercados estudiados.
- 28) No obstante los indicadores de concentración, las participaciones estables de los principales agentes económicos y las barreras a la entrada anteriormente identificadas, en ambos mercados se reveló una importante participación de agentes de menor tamaño, así como se observó la entrada de un agente económico de relevancia en el año 2005.
- 29) En el caso del mercado de las mantecas, algunos de los participantes de menor tamaño obtuvieron tasas de crecimiento en sus volúmenes de ventas superiores al 50% entre 2006 y 2012. En el mercado de aceites, un oferente incrementó sus ventas en más del 200% en el mismo período. En adición, se evidencia cierto dinamismo en este mercado puesto que el 32% de sus ventas se encuentra repartido entre más de 15 competidores, en su mayoría pequeños y medianos. Algunos de los agentes que mostraron el mayor crecimiento están vinculados verticalmente con grupos empresariales con casas matrices en Guatemala y Honduras.

¹³ La diferencia entre el precio de adquisición de los activos dedicados a una producción específica y su precio de reventa ante un eventual salida del mercado, equivale al monto de la inversión que se considerará como un costo hundido. Esta diferencia representa una cantidad sustancial dado que el nivel de la inversión requerido para instalar una planta refinadora de aceites y mantecas es elevada. Diversos autores consideran que mientras más altas sean este tipo de inversiones, es menos probable el ingreso de competidores que disciplinen a los incumbentes. Fuentes: Carlton, D. y J. Perloff (2005). "Modern Industrial Organization" (4ª ed.). y Motta, M. (2004). "Competition Policy. Theory and Practice". Cambridge.

- 30) En el mercado de aceites la participación de los agentes de menor tamaño, medido por su volumen de ventas, alcanzó un promedio del 27.5% entre el 2006 al 2012, aumentando cinco puntos porcentuales durante ese período. En el de mantecas, ese promedio fue del 16.4%, reduciéndose su participación en el mismo período en cuatro puntos.
- 31) Esto refleja que en los mercados, principalmente de aceites, existe la posibilidad de entrada de nuevos participantes y para el crecimiento y expansión de aquellos competidores de menor tamaño.
- 32) Se identificó la existencia de ventas de productos trasegados en los mercados municipales, principalmente de aceites. El trasiego consiste en el fraccionamiento y venta de productos sin sus debidas etiquetas y recipientes originales debidamente autorizados. Esta práctica se cataloga como competencia desleal¹⁴, puesto que es una acción contraria a lo establecido en el Código de Comercio. Además, incumple con disposiciones de otros cuerpos legales como el Código de Salud, Reglamento Técnico Centroamericano aplicable a las especificaciones de las grasas y aceites y la Ley de Protección al Consumidor.
- 33) El distribuidor que practica el trasiego puede aprovechar las eficiencias generadas del abastecimiento directo a granel y evitar costos asociados al envasado y cumplimiento de normas sanitarias. Por lo anterior, no obstante ser una práctica de competencia desleal, puede generar problemas de competencia al desincentivar la entrada de nuevos competidores, además de representar riesgos potenciales a la salud si los productos no cumplen con los estándares sanitarios establecidos.
- 34) No existen estimaciones del volumen de productos trasegados que se comercializan bajo esta modalidad, ni datos exactos de los agentes económicos que se dedican a promover esta práctica, por lo que se dificulta evaluar sus efectos sobre el desplazamiento de competidores.

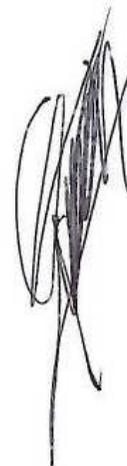
¹⁴ La competencia desleal no está tipificada como una práctica que se rija por la Ley de Competencia. El artículo 491 del Código de Comercio establece un listado de actos no taxativos de competencia desleal. La doctrina sobre la materia determina que la violación a la norma, en este caso las regulaciones sanitarias y de etiquetado, constituyen uno de los casos típicos de competencia desleal. Para el caso véase: Darmaculleta i Gardella, M. Mercé, “La Competencia Desleal”, IUSTEL, 2008, Madrid, España.

- 35) En todo caso, es necesario evitar las ventas de productos trasegados puesto que afectan las ventas de los oferentes que cumplen con los requisitos legales en materia sanitaria y de etiquetado, provocando al menos una limitación de sus posibilidades de expansión y condiciones desiguales de competencia. Este problema es potencialmente más severo para agentes de menor cuota de mercado.
- 36) Se constató la dificultad para controlar estas ventas por parte de las autoridades que tienen atribuciones para tal fin. La persistencia de la práctica y sus limitaciones de control ha sido objeto de constantes denuncias y peticiones por parte de los incumbentes.
- 37) El estudio no obtuvo elementos para sostener la existencia de agentes con suficiente independencia de sus competidores como para ejercer un poder de mercado o posición de dominio. El agente económico con la mayor cuota en ventas no supera el 30% de participación en el mercado relevante de aceites y el 40% en el de mantecas, siendo un nivel insuficiente para posibilitar un eventual poder mercado.
- 38) Otros factores que apoyan la hipótesis de la ausencia de posición dominante son: suficiente presión competitiva procedente ya sea de oferentes de menor tamaño y de potenciales entrantes que se dediquen a la distribución, dado que sus barreras a la entrada no son significativas. En adición, la mayor capacidad financiera y ventajas en eficiencia de los oferentes integrados en relación al líder de los mercados, refleja que tienen la capacidad de disputarle el mercado.

III. Conclusiones

- a) Durante 2006-2012 El Salvador importó el total de materias primas necesarias para la producción de aceites y mantecas, a la vez que en promedio un 64% de la oferta local de productos totales fueron también importados. Lo anterior provoca vulnerabilidad en los mercados relevantes evaluados frente a choques externos, tales como los incrementos en los precios internacionales de aceites crudos y de los aceites importados refinados. Ante estos hechos, se observó poca flexibilidad de los precios internos hacia la baja en las fases de caída de los precios internacionales.

- b) Las barreras a la entrada más relevantes para nuevos agentes económicos que opten por instalar una industria o envasadora de aceites y mantecas, son propiciadas por: 1) la dilación en el tiempo de aprobación del Permiso de Medio Ambiente y la falta de certeza jurídica en la aplicación de la normativa sanitaria relacionada con los trámites del permiso sanitario, 2) Los costos hundidos asociados a la no recuperación total de la inversión efectuada en la maquinaria de refinación y 3) la integración vertical existente. Las barreras son sustancialmente menores para ingresar a la distribución de aceites y mantecas.
- c) Los agentes económicos de mayor tamaño enfrentan fuertes presiones competitivas, provenientes principalmente de agentes integrados que tienen un mayor nivel de eficiencias y operan localmente, más otros que abastecen a consumidores intermedios locales y cuyas operaciones se ubican a nivel regional. Además, particularmente en el mercado de aceites, aproximadamente un tercio del mercado es abastecido por pequeños y medianos oferentes.
- d) Las presiones competitivas en el mercado de mantecas no presentan la misma fuerza, ya que sus niveles de concentración son más altos que en el mercado de aceites y el promedio de la cuota de mercado conjunta de los competidores minoritarios es del 16%. Por tanto, las posibilidades de que se generen distorsiones a la competencia en el mercado de mantecas son mayores.
- e) Es necesario efectuar las acciones necesarias para controlar el trasiego, el cual constituye una práctica de competencia desleal con potenciales efectos negativos en la competencia de los mercados estudiados.
- f) El rol que desempeñan los agentes económicos de menor tamaño en el mercado, la rivalidad de los que se encuentran integrados verticalmente, la competencia potencial de distribuidores, y las bajas barreras arancelarias a la importación, son los elementos principales que permiten sustentar la hipótesis que no existen agentes que tengan la capacidad de actuar con independencia de sus competidores.
- g) Los precios promedio al consumidor del aceite utilizado como base para el cálculo del Índice de Precios al Consumidor no se publican, por considerarse información confidencial, resultando conveniente su divulgación en aras de aumentar el nivel de transparencia en los mercados y contar con mayores insumos para su evaluación. La Defensoría del Consumidor



sí realiza publicaciones periódicas en su sitio web que incluyen precios de aceites y mantecas con sus respectivas marcas, las que podrían ampliarse y complementarse con otros indicadores que contribuyan a brindar una mayor información al consumidor.

POR TANTO, con base en las razones fácticas, técnicas, jurídicas y económicas contenidas en el informe de resultados del estudio: “Condiciones de Competencia en la Producción y Distribución de Aceites y Mantecas”, y en los artículos 1 y 4 de la Ley de Competencia; 7 y 8 inciso 2 de su reglamento; 24 letra b) y 30 de la Ley de Acceso a la Información Pública, este Consejo Directivo **RESUELVE**:

- I. Aprobar el informe de resultados del estudio: “Condiciones de Competencia en la Producción y Distribución de Aceites y Mantecas”, propuesto por la Intendencia Económica.
- II. Efectuar las siguientes recomendaciones de política pública:
 1. **Al Ministerio de Salud:**
 - a) Fortalecer la capacidad del Ministerio de Salud en sus labores de control del trasiego de producto, para realizar inspecciones en los puestos de venta en mercados municipales u otros establecimientos que considere convenientes, acorde con la vigilancia establecida en el artículo 86 del Código de Salud.
 - b) Resolver el conflicto entre la aplicación del Acuerdo Ejecutivo número 504 del año 2007, en el ramo de Salud Pública y Asistencia Social y la Norma Técnica de Alimentos en materia de procedimientos para la tramitación del permiso sanitario de funcionamiento. Si se establece la aplicación del primero, eliminar el requisito de presentación de la solvencia municipal y en coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, crear una “Ventanilla Única” u otro mecanismo armonizado para el otorgamiento de los permisos sanitarios y medioambientales.

2. Al Ministerio de Salud Pública y al Organismo Salvadoreño de Reglamentación Técnica

- a) Activar los mecanismos de coordinación interinstitucionales establecidos en la Ley de Creación del Sistema Salvadoreño para la Calidad, con el fin de reformar la Norma Técnica de Alimentos para introducir plazos definidos para el otorgamiento de los permisos sanitarios que se exigen para el funcionamiento de las industrias y envasadoras de aceites y mantecas, con el objetivo de generar certeza jurídica en la aplicación de los procedimientos.

3. Al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

- a) Adoptar los mecanismos necesarios para resolver la dilación en el plazo de emisión del otorgamiento del Permiso de Medio Ambiente.

4. A la Defensoría del Consumidor y al Ministerio de Salud

- a) Activar el Sistema Nacional de Protección al Consumidor a fin de desarrollar actividades conjuntas para combatir el trasiego de aceites y mantecas, en el marco de las atribuciones de la Ley de Protección al Consumidor.

5. A la Defensoría del Consumidor

- a) Ampliar la cobertura y difusión de los precios de aceites y mantecas actualmente monitoreados, con el objeto de contribuir a la prevención de potenciales abusos contra el consumidor y aumentar la transparencia del mercado, por ejemplo, incluir en las publicaciones en su sitio web o en las redes sociales las marcas de productos cuya participación ha incrementado en el mercado, complementándola con otros indicadores tales como: precios promedio y diferencias de precios entre marcas.

6. Al Ministerio de Economía

- a) Eliminar el carácter confidencial que se ha dado a los precios promedio al consumidor, base del cálculo del Índice de Precios al Consumidor (IPC), a fin de contribuir a la transparencia de los mercados.

7. A la Red Centroamericana de Competencia

- a) A través de las instancias correspondientes integrantes de la Red, retomar los resultados de este estudio y realizar las acciones que consideren pertinentes para proteger y promover la competencia en los mercados evaluados.

IV. Publíquese el informe de resultados del estudio: "Condiciones de Competencia en la Producción y Distribución de Aceites y Mantecas", omitiendo la información confidencial que por su valor empresarial y comercial debe ser resguardada por imperio de ley.

V. Comuníquese a las instituciones mencionadas y a la Secretaría Técnica y de Planificación de la Presidencia.

