

Condiciones de competencia

Huevo y Pollo



RESUMEN DEL ESTUDIO SOBRE LAS CONDICIONES DE COMPETENCIA EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HUEVOS Y CARNE DE POLLO

I.	INTRODUCCIÓN.....	2
II.	CARACTERIZACIÓN DE LAS CADENAS DE VALOR DEL HUEVO Y LA CARNE DE POLLO.....	3
III.	PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS RELACIONADOS CON LOS MERCADOS DE HUEVOS Y CARNE DE POLLO.....	15
IV.	DEFINICIÓN DE MERCADOS RELEVANTES.....	23
V.	ANÁLISIS DE INDICADORES DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO.....	31
VI.	BARRERAS A LA ENTRADA.....	39
VII.	ANÁLISIS DE PODER DE MERCADO Y POSICIÓN DE DOMINIO.....	52
VIII.	CONCLUSIONES.....	55
IX.	RECOMENDACIONES.....	58



I. INTRODUCCIÓN

El presente resumen recoge los principales resultados del documento elaborado por la Superintendencia de Competencia (SC) con base al estudio cuyo objetivo es evaluar las condiciones de competencia en las cadenas de valor del huevo y la carne de pollo, analizando las eficiencias en los mercados y sus efectos sobre el consumidor, realizado por la empresa consultora “AGON Economía y Derecho S.C.”.

Previo a este estudio, la Superintendencia de Competencia (SC), ha realizado un par de actuaciones en el sector de productos avícolas: un Estudio sectorial de competencia de productos avícolas en El Salvador, en 2007 y, en seguimiento a dicho estudio, un monitoreo Análisis del Mercado de Huevo y Pollo en El Salvador, finalizado en 2018.

II. CARACTERIZACIÓN DE LAS CADENAS DE VALOR DEL HUEVO Y LA CARNE DE POLLO

A continuación, se desarrollan dos aspectos orientados a contextualizar las cadenas de valor de carne de pollo y huevo. El primero, corresponde a información general sobre la cantidad de granjas avícolas y su localización y el segundo, a una caracterización de los mercados de alimentos concentrados, que abastecen de insumos tanto a los productores de huevos como a los de carne de pollo.

A. Cantidad de granjas y localizaciones

Figura 1. Distribución geográfica de las granjas avícolas. 2021



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021). Mapas Pecuarios y Acuícolas.

El Programa de Sanidad Avícola del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) registra 621 granjas comerciales hasta el

2021, de las cuales 162 son de engorde (producción de carne de pollo) y 398 de postura (producción de huevos).¹ El departamento de la Libertad concentra el 21.6% del total de granjas de engorde, seguido de Cuscatlán y San Salvador con 11.1% cada uno; por su parte, la mayor cantidad granjas de postura se localizan en Cuscatlán con el 20.9% del total.

B. Características del abastecimiento de alimentos concentrados para aves

La producción y distribución de alimentos concentrados para aves es un eslabón estratégico en la cadena de valor de la avicultura de postura y de carne de pollo. Las empresas que operan en este rubro, además de producir alimentos para aves, lo fabrican para otras actividades como la pecuaria, piscícola, porcina, caprina, equina, así como para animales domésticos, entre otros.

Las materias primas utilizadas para la producción de estos alimentos, como el maíz, la soya, y el aceite, entre otros, son clasificados como *commodities*, y son adquiridos en el mercado internacional.

La alimentación es fundamental para alcanzar los objetivos de producción de las aves de engorde y de postura. Los nutrientes que necesitan normalmente se clasifican en proteínas, vitaminas, carbohidratos, grasas, minerales, y agua.

En relación con la estructura de costos, la alimentación de las aves es el componente más importante para ambas cadenas de

¹ En adición, el MAG reporta la existencia de 61 granjas de otra naturaleza, entre reproductoras y de desarrollo de pollitas y pollitos y otras que corresponden a otras especies avícolas.

valor, constituyendo hasta un 65% de los costos totales². Por tanto, el acceso a alimento concentrado de relativo bajo costo y de alta calidad nutricional es esencial para el sector avícola en general.

Participan en este mercado:

- **La Sultana, S.A. de C.V. (La Sultana):** Fundada en 1992, perteneciente al grupo económico CMI Alimentos S.L., vinculada con Avícola Salvadoreña, S.A. de C.V. (AVISAL), distribuye sus productos directamente a agroservicios, productores y empresas pertenecientes al mismo grupo, y además, distribuye alimento a granel de forma directa a granjas en 8 principales departamentos de la República.
- **Saram, S.A. de C.V. (SARAM):** Fundada en 1975 (originalmente Incubadora MOR, S.A.). manufactura alimentos concentrados mediante máquinas peletizadoras y extrusoras, y cuenta con granjas de engorde, tecnificadas y no tecnificadas.
- **Productos Alimenticios Sello de Oro, S.A. de C.V. (Sello de Oro):** Sociedad vinculada con CRIAVES, S.A. de C.V. (CRIAVES), integrada verticalmente a las actividades de cría y engorde de pollos *broiler*³, rastro y plantas de procesamiento de carne aviar. Posee su propia planta de alimentos concentrados, operando la

² OCDE. (2018). *Exámenes de mercado en México: Estudio de caso del mercado de la carne de pollo*. Obtenido de <https://www.oecd.org/daf/competition/examenes-de-mercado-en-mexico-carne-de-pollo-2018.htm>

³ Pollo *broiler* o Pollo de engorde es una denominación comercial que incluye a los machos y hembras de razas de engorde.

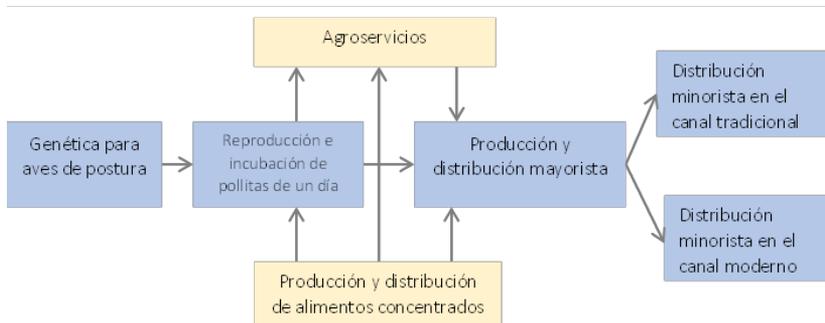
marca Ganamás. Abastece de piensos a sociedades de su grupo económico y también a terceros.

- **Tecnutral, S.A. de C.V. (Tecnutral):** Fundada en 1986, es una empresa que opera con contrapartes regionales, dedicada a la producción de alimentos balanceados para animales domésticos y de granja, peletizados y en harina, y dedica la mayor parte de su producción de harinas para la alimentación de aves ponedoras. Relacionada con Tecniaves, S.A. de C.V. (productores de huevo).
- **Prosalco, S.A. de C.V. (Prosalco):** Sociedad productora de alimentos balanceados relacionada con el Grupo San Benito, que fabrica piensos exclusivamente para aves de engorde.

Adicionalmente, la mayor parte de empresas dedicadas a actividades avícolas ya sea grandes, medianas e incluso pequeñas producen sus propios alimentos, ya que les permite tener un mayor control sobre su calidad, y, por ende, de la nutrición de sus aves; para ello, normalmente, contratan a expertos nutricionistas quienes les asesoran en la preparación de sus fórmulas.

C. Caracterización de la oferta y demanda del huevo

Esquema 1. Cadena de valor de la producción y distribución de huevos



Fuente: Elaborado con base en información proporcionada por agentes económicos productores y distribuidores de huevos.

La **genética aviar** consiste en la reproducción de aves como material para la producción de gallinas de postura⁴, y está dominada por dos empresas globales: *Hendrix Genetics* y *Erich Wesjohan Group*.

La primera es una de los principales agentes económicos criadores y distribuidores de gallinas ponedoras de color blanco y marrón (rojo) a nivel mundial, que ofrece seis diferentes razas; y la segunda, es la principal proveedora de genética en El Salvador a través de su subsidiaria *Hy-Line International (Hy-*

⁴ Se realiza un mejoramiento genético de las gallinas que incrementa el número de huevos producido por gallina por ciclo para maximizar el retorno de la inversión de los productores.

Line)⁵, quien suministra en condiciones de exclusividad a CRIAVES, S.A. de C.V. (CRIAVES).

El siguiente segmento corresponde a las **granjas de incubación y reproducción**, que inicia con la adquisición de pollitas de un día (genética), hasta su traslado a la nave de puesta, y está compuesta de 3 períodos: arranque, cría y recría. Acá es donde las gallinas se aparean con los machos y proveen huevos fértiles que posteriormente se incuban, proceso que genera las pollitas de un día para postura.

Esta fase de producción se encuentra principalmente concentrada en CRIAVES, que forma parte del corporativo VITALI ALIMENTOS CENTROAMÉRICA, y adquiere directamente las líneas de genética de reproductores (pollitas y pollitos de 1 día) de *Hy Line*. Su modelo de negocio se basa en la provisión de pollitas ponedoras de un día de nacidas provenientes de la fase de incubación, las cuales son adquiridas principalmente por productores de huevos y en menor medida por agroserVICIOS que operan a nivel nacional.

El siguiente eslabón es **la producción y distribución mayorista de huevos** que comprende todo el proceso de producción de huevos, desde la crianza, manejo y explotación de las gallinas ponedoras hasta su distribución mayorista. El tamaño de los huevos depende directamente de la edad de las ponedoras.

La crianza de las aves de postura incluye tres grandes fases: iniciación, desarrollo y producción, en ellas se desarrollan las pollitas de un día hasta su madurez, y entre las semanas 16 y

⁵ *Hy-Line es parte del PHW Group, que también es propietario de empresas dedicadas al mejoramiento de pollitos de engorde.*

18 de edad inician el periodo de producción de huevos, que dura entre 12 y 14 meses.

Existen 398 granjas de postura, siendo los agentes económicos de mayor relevancia según su volumen de producción o distribución:

Tabla 1. Principales agentes o grupos económicos dedicados a la producción y distribución mayoristas de huevos

Agente o Grupo Económico
Granja Catalana, S.A de C.V./La Nueva Avícola, S.A. de C.V.
Avícola San Benito, S.A de C.V.
El Granjero, S.A de C.V./Avícola Santa Clara, S.A. de C.V./Empresa de Granjas Guanacas, S.A de C.V. (EGG)
Avicar, S.A de C.V.
Avícola San Antonio, S.A de C.V.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por agentes económicos productores y distribuidores de huevos.

La distribución del producto final puede ser realizada directamente por la empresa o través de terceros a clientes minoristas, mayoristas, rutas de detalle y servicios de alimentación.

La distribución minorista se lleva a cabo principalmente a través de dos canales, el tradicional y el moderno. El primero está conformado por tiendas de barrio y colonias, puestos en mercados municipales, carnicerías y tiendas minoristas; el

segundo, está conformado por las cadenas de supermercados⁶, quienes además venden sus propias marcas blancas.

En la producción y distribución de huevos a nivel mayorista, los principales competidores son: Granja Catalana, S.A. de C.V.; El Granjero, S.A. de C.V. (El Granjero); Avícola San Benito, S.A. de C.V.; Avícola Santa Clara, S.A. de C.V. (Santa Clara), Tecniaves, S.A. de C.V. y AVICAR, S.A. de C.V. Además, participan dos distribuidoras mayoristas: La Nueva Avícola, S.A. de C.V. subsidiaria de Granja Catalana y Empresas de Granjas Guanacas (EGG) co-propiedad de El Granjero y Santa Clara.

Demanda final e intermedia de huevos. El huevo está incluido en los 11 productos que conforman la Canasta Básica Alimentaria (CBA) debido a la importancia de su consumo. Para 2020, el consumo per cápita de huevo en El Salvador fue de 176 unidades al año⁷.

A partir del año 2000 se presentó un cambio en las preferencias de la demanda final, se sustituyó el consumo de huevo blanco por el rojo o marrón, debido a la creencia de que este es más fresco y provee de mayores beneficios para la nutrición.

Con relación a la presentación del producto, los consumidores del canal tradicional suelen adquirirlo a granel, lo que indica que para este segmento la marca no es relevante, contrario a lo que ocurre en el canal moderno, en el que se vende empacado; además, respecto al precio, existe una diferencia significativa entre ambos canales.

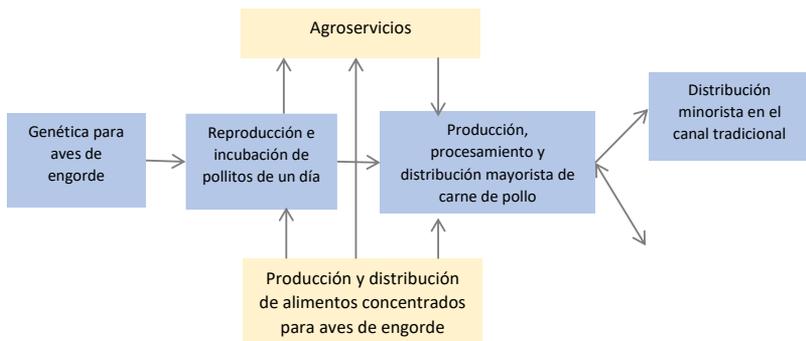
⁶ Operadora del Sur, S.A. de C.V. (Walmart de México y Centroamérica) Calleja, S.A. de C.V. (Super Selectos) Pricesmart, S.A. de C.V.

⁷ AVES. (2021). Sector avícola de El Salvador. Obtenido de https://aves.com.sv/datos-estadisticos/#grafica_3.

Como insumo de producción, el huevo es utilizado en las industrias manufactureras de pastas, panaderías, aderezos como mayonesas y los servicios de alimentación (comedores, restaurantes y hoteles). Dentro de estas actividades, la industria de la panificación destaca por su demanda para la elaboración de diversos tipos de pan dulce.

D. Caracterización de la oferta y demanda de carne de pollo

Esquema 2. Cadena de valor de la producción y distribución de la carne de pollo



Fuente: Elaborado con base en información proporcionada por agentes económicos productores y distribuidores de carne de pollo.

La cadena productiva de la carne de pollo ésta constituida, básicamente, por la genética aviar de reproductoras de pollo de engorde, la provisión de alimentos concentrados, la reproducción e incubación de pollitos de un día, la producción de carne, el procesamiento (en rastros y plantas), la distribución mayorista y finalmente la distribución minorista en los canales tradicional y moderno.

En el caso de los pollos de engorde, los oferentes se enfocan en el desarrollo de características relevantes, como el mejoramiento del rendimiento cárnico, un menor tiempo de crecimiento, eficiencia alimenticia, contenido graso de la carne, entre otras.

La provisión de “**gallinas o reproductoras pesadas**” de 1 día para la reproducción de pollitos de engorde fue suministrada durante el período de estudio por dos grandes casas de genética con presencia global: Aviagen-Hubbard (empresa de capital alemán – francés que forman parte del grupo PHW - EWG) y Cobb Vantress (consorcio estadounidense- francés).

La etapa siguiente de **reproducción e incubación de pollitos de engorde de un día cuenta** con la operación de tres agentes económicos: Avícola Salvadoreña, S.A. de C.V. (AVISAL), CRIAVES e Incubadora Salvadoreña, S.A. de C.V. (INCUSAL). Los canales de distribución **de los pollitos de engorde o broiler** se realiza por medio de la venta directa a las granjas productoras de pollo de engorde o a través de agroservicios.

La etapa de **producción, procesamiento y distribución mayorista de carne de pollo** inicia con la adquisición del pollito de 1 día, para su posterior crecimiento y engorde. La crianza de pollos de engorde puede dividirse en tres etapas fundamentales: i) preiniciación (1 a 10 días de nacidos), ii) iniciación (11 a 23 días), y iii) engorde (desde los 24 días hasta el sacrificio).

La distribución mayorista se lleva a cabo por las mismas empresas productoras de dos maneras: mediante la venta de ave en pie, sin sacrificar, a pequeños productores artesanales o bien posterior al sacrificio, en forma de piezas de pollo frescas, congeladas o productos procesados con valor agregado.

En esta etapa concurren los competidores integrados con segmento de incubación: AVISAL, Sello de Oro (integrada con CRIAVES) y PROSALCO, S.A. de C.V.-Carnes de el Salvador, S.A. de C.V. (integrados con INCUSAL), más otros productores pequeños y medianos como son Avícola Campestre, S.A. de C.V.; Los Teques, S.A. de C.V.; Avícola Mejía, S.A. de C.V.; Avícola San Antonio, S.A. de C.V.; entre otros, siendo los principales AVISAL y Sello de Oro.

La distribución minorista de carne de pollo también presenta características diferenciadas por canal. En ambos canales la carne se vende principalmente en piezas, en el moderno en mayor medida pechugas, y en segundo lugar muslos y piernas, o alitas; y en menor medida los pollos enteros.

En los mercados municipales se observa una mayor presencia de carne fresca procesada o pelada a mano, mientras que, en los supermercados, en adición al fresco, se ofrece pollo congelado originario de los Estados Unidos de América (EE. UU.), denominado “pollo americano”, así como productos procesados de pollo.

En el canal tradicional, por regla general, las ventas a minoristas se realizan al contado, sin embargo, los clientes pueden solicitar un crédito, autorizando a la empresa para que pueda consultar su historial crediticio en el buró de créditos.

Para los consumidores de ambos canales, la marca juega un papel importante debido al posicionamiento de las empresas de mayor tamaño. En el canal tradicional, aunque la mayor parte de la demanda se orienta al consumo por pieza, se observa una mayor demanda de pollo entero con menudos si se compara con su contraparte en los supermercados.

Como bien intermedio, la carne de pollo es utilizada principalmente en la industria de procesamiento y conservación de carnes. Es un insumo importante en la fabricación de embutidos como: mortadela, jamón, salchichas y chorizo de pollo. Aunque no se cuentan con datos del volumen del consumo intermedio de carne de pollo en el país, se considera que es un insumo de mucha importancia en la industria alimenticia.

III. PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS RELACIONADOS CON LOS MERCADOS DE HUEVOS Y CARNE DE POLLO

Dada la importancia que tiene el sector agropecuario en la economía y particularmente el subsector avícola a través de la producción de huevos y carne de pollo, se analizan una serie de indicadores como la producción, el consumo, los precios, importaciones, y exportaciones, datos que constituyen información relevante para el análisis de competencia. Se incluye además una valoración del impacto que ha tenido el incremento de los precios de las materias primas en los costos de producción del huevo y la carne de pollo.

A. Contribución a la economía y al empleo

En la última década, la participación del Producto Interno Bruto Agropecuario (PIBA)⁸ en la producción total ha disminuido moderadamente, lo cual implica un estancamiento del valor agregado del sector agropecuario.

No obstante, tomando en cuenta estadísticas directas de las actividades avícolas, se observa un importante dinamismo entre el período 2010 al 2018. Su aporte en el PIBA aumentó considerablemente, de 8.8% a 15.1%, y su tasa de crecimiento fue del 7.5%.

⁸ Incluye las actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, información a precios corrientes.

Respecto a la generación de empleo, en 2019, el sector agropecuario absorbió el 15.4% del total de la población ocupada, un aproximado de 447 mil empleos⁹, proveyendo el sector avícola empleo formal a 9,965 personas, lo que representa un 2.2% del total del empleo formal en el sector agropecuario.

B. Producción

La producción anual de huevos registró un crecimiento promedio bajo, de 1.4%, durante el período 2010-2019, estando por debajo de las tendencias mundiales.

Con relación a la producción de carne de pollo, esta presentó una variación relevante en la última década, presentando un incremento de 3.8% en la Tasa Media de Crecimiento Anual (TCMA) durante el mismo período.

Contrario a lo que sucede en la agroindustria del huevo, la producción de carne de pollo evidenció de 2010 y 2019 una tasa de crecimiento superior a la mundial (3.4%) y a la regional (3.2%).

C. Consumo

En la última década, la demanda de huevo por habitante se ha estancado en alrededor de las 190 unidades al año, registrando mínimas variaciones a lo largo del periodo.

El consumo per cápita de carne de pollo, en contraste con el huevo, muestra una clara tendencia al incremento, de 38.4 libras

⁹ MINEC. (2020). *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2019*. Delgado: Dirección General de Estadística y Censos.

anuales en 2010 a 47.1 en 2019, cercano al 23%, como se aprecia en el siguiente gráfico.

D. Comercio exterior

El comercio exterior de **huevos** es muy limitado, enfrenta obstáculos severos dado que es un producto perecedero y por lo tanto su logística y transporte entre países es complicada. Las **importaciones de huevo** representaron el 0.9% de la producción local en 2019, por lo que se considera que se cuenta con autosuficiencia en relación con el consumo. Asimismo, las **exportaciones de huevos** durante la última década (2010 – 2020) han sido insignificantes, de un poco más de 35 toneladas para todo el periodo.

En lo que respecta al **pollo**, la **importación de carne fresca o refrigerada** es limitada; de 2018 al 2021 no se reportaron importaciones de pollo fresco entero o en partes, salvo algunas marginales de pechuga.

Por el contrario, las **importaciones de pollo congelado**, ya sea en piezas o entero proveniente de EE. UU., tienen una destacable importancia dado su incremento a partir de 2010, y su comparación con los datos análogos de carne fresca, representando para 2020 el 96.4% del total de importaciones de ese tipo de carne.

Las importaciones de carne de pollo en piezas o entero (fresco y congelado) representaron en el 2020 un 5.9% de la oferta nacional.

Durante el período 2010-2020 las importaciones de pollo congelado crecieron un 145%. Entre las que más sobresalen en orden de importancia se encuentran las de muslos y piernas (1,016%), pechugas (976.5%), pollo entero (41%), alas, muslos,

piernas y trozos (11.5%). En estado fresco o refrigerado únicamente se importan pechugas, para el resto de los productos prácticamente no se tienen registros desde el 2017.

La evolución de las importaciones de carne de pollo refleja que el producto congelado ha sustituido al fresco, sobre todo en el período 2014-2018.

Respecto a las importaciones de genética aviar, se advierte que provienen en su totalidad de los Estados Unidos. Desde el 2010 al 2020 el valor de estas importaciones ha incrementado considerablemente, mas no así en volumen, lo que denota una notable elevación del costo de un insumo relevante aguas arriba en las cadenas de valor.

Con relación a los **alimentos concentrados para aves**, históricamente, la producción local ha abastecido el consumo con suficiencia, no obstante, se observa un crecimiento de las importaciones durante el período 2018-2020, pero representando una cantidad mínima (0.35%) con relación a la oferta total.

Las **exportaciones de pollitos y pollitas de 1 día** han mostrado un comportamiento cíclico durante el período 2010-2020, siendo Guatemala el principal destino con un promedio anual de US\$6.3 millones.

Las **exportaciones de carne de pollo fresca** alcanzaron en 2010 un equivalente a un 5% de la producción nacional. Sin embargo, para el 2020, se exportó solo el 0.7% de la producción; decreciendo durante el período en 82.2%. Esta caída podría explicarse por dos razones fundamentales. En primer lugar, su comercio exterior es complejo puesto que es un producto perecedero de alto riesgo en su manejo; y en segundo, a la

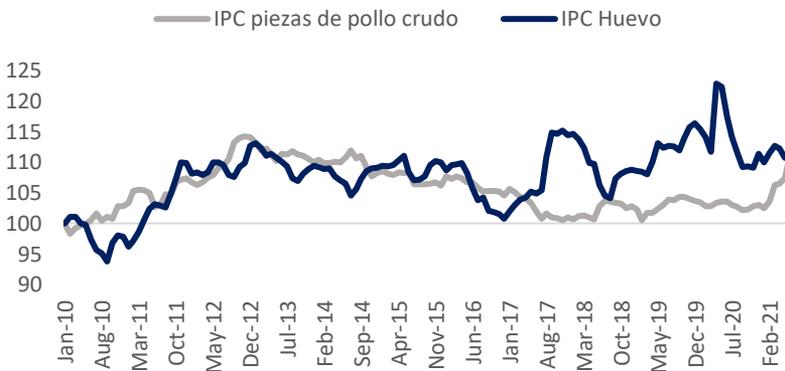
competitividad en el mercado internacional, ya que el precio de la carne de pollo americano es menor en aproximadamente un 25% en comparación al producto local.

En cuanto a las **exportaciones de carne de pollo congelada**, estas muestran un comportamiento cíclico con cifras bajas de aproximadamente US\$5 millones durante 2010-2020, no reflejándose una demanda constante para un producto específico, lo que indica un potencial consumo coyuntural.

E. Precios

El precio promedio mensual del huevo incluido en la metodología de cálculo del Índice de Precios al Consumidor (IPC) evidenció un comportamiento alcista y volátil, principalmente desde julio del 2017. Los correspondientes precios de la carne de pollo mostraron una menor variación durante el periodo.

Gráfica 1. Índice de Precios al Consumidor, huevo y pollo
(2010 - junio 2021)
Ene 2010 = 100



Fuente: Elaboración propia con base en datos de DIGESTYC. Se cambió el periodo base de diciembre de 2009 a enero de 2010.

Los índices correspondientes a ambos productos mostraron un menor incremento en comparación con el nivel de precios general medido por el IPC. Además, se observa el impacto causado por el inicio de las restricciones del mercado generadas por la pandemia de COVID-19 en los precios del huevo, particularmente durante abril y mayo del 2020, en los cuales el índice del huevo se situó aproximadamente 10 puntos por arriba del IPC. Los precios de la carne de pollo también aumentaron en los últimos meses del 2020, serie que estaba precedida de una relativa estabilidad y con una tendencia a la disminución.

1. Diferencial de precios del huevo por canal de distribución minorista

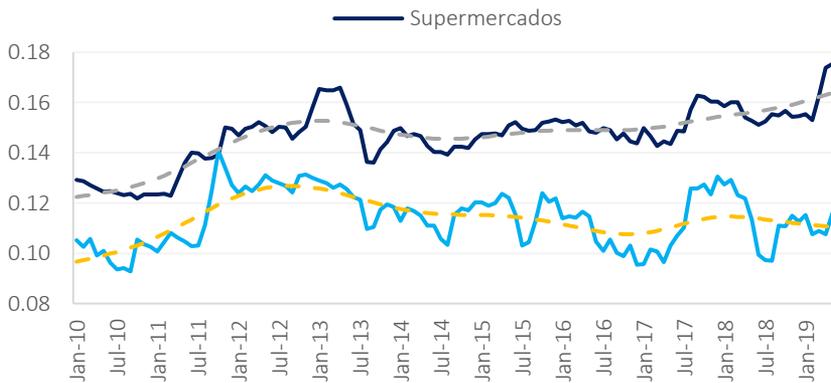
Un elemento importante por considerar es el análisis de la diferencia de precios del huevo entre los canales de distribución minorista. Para junio de 2021, el precio promedio del cartón de 15 unidades en los supermercados superó en un 58.6% al reportado en los mercados municipales, equivalente a US\$0.95 más alto que el diferencial de 25.2% (US\$0.33) correspondiente al 2010.

El informe de monitoreo elaborado por la SC en 2018 concluyó que los precios del huevo presentan mayor volatilidad en los mercados municipales que en el canal moderno, y un diferencial promedio de precios mayor en un 24% para los supermercados.

Desde 2010 se presenta un crecimiento hasta finales de 2013, después un descenso hasta finales de 2015, en menor medida para el canal moderno que para el tradicional. A partir de 2017 no se observa una reducción de precios a pesar de observarse algunas en costos por lo que se genera una tendencia creciente

en los márgenes de los productores, dada la ampliación de la brecha entre sus costos y precios de venta.

Gráfica 21. Precios minoristas de huevo en supermercados y mercados municipales (2010-2019)
Centavos de US\$/Unidad



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por la Defensoría del Consumidor.

Se concluye que la formación de precios por canal de distribución minorista ha sido diferente, aún ante las diferentes estructuras de costos de las empresas.

Los resultados del análisis de la relación de los precios por canal de distribución con sus respectivos costos indican que los incrementos de costos no explican en su totalidad los aumentos de precios del huevo, lo que sugiere que existen otros factores que podrían estar incidiendo en esos incrementos.

2. Impacto del aumento de los precios de las materias primas en los costos de producción de huevo y carne de pollo.

La alimentación representa entre el 60% y 70% de los costos de producción en la crianza de pollos de engorde, y entre el 50% y 60% para aves de postura.

Los principales costos de alimentación corresponden a los alimentos macros como el maíz y la harina de soya, que son comercializados en bolsas internacionales por EE. UU. como principal proveedor, por lo que sus precios a futuros¹⁰ podrían ser determinantes importantes de los costos de producción.

Los resultados del análisis de la relación entre el precio promedio pagado por el productor nacional por el maíz y los costos unitarios promedio del alimento para la etapa de desarrollo, sobre todo en lo referente a aves de postura muestran que existe una alta relación entre ambos. En el caso de la soya, la relación de sus precios respecto a los costos efectivos de producción es más débil.

La evolución de los precios de los dos principales insumos utilizados para la elaboración de alimentos concentrados para aves y su transmisión a los costos de producción parecen explicar en alguna medida los incrementos observados en los precios del huevo y de la carne de pollo incorporados en el IPC durante el período de enero de 2010 a diciembre de 2012 y de junio de 2020 a mediados de 2021.

¹⁰ Se refiere al precio por unidad de un activo subyacente acordado en un contrato de futuro en la fecha de celebración.

IV. DEFINICIÓN DE MERCADOS RELEVANTES

La definición del mercado relevante es una herramienta de análisis para identificar los límites de la competencia entre los agentes económicos. Busca determinar sistemáticamente las restricciones a la competencia que las firmas enfrentan, y por el lado de la demanda, se busca determinar el conjunto de productos que son valorados como equivalentes por el consumidor. Además, se toma en cuenta el área en el que las empresas interesadas rivalizan, donde las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas y que pueden distinguirse de las áreas vecinas.

Para el análisis se parte de las actividades y productos intermedios y finales identificados en la caracterización de la oferta, que son:

- 1) Genética aviar (reproductoras de pollitas de postura).
- 2) Genética aviar (reproductoras de pollitos broiler).
- 3) Producción y distribución de pollitos de 1 día (broiler).
- 4) Producción y distribución de pollitas de 1 día (de postura).
- 5) Producción y distribución mayorista de carne de pollo.
- 6) Producción y distribución mayorista de huevo de mesa.
- 7) Distribución minorista de carne de pollo.
- 8) Distribución minorista de huevo.
- 9) Producción y distribución de alimento concentrado para aves.

Asimismo, se consideran las diferencias entre los canales de distribución, como sus clientes objetivo, precios, oferta de

productos, entre otros, para determinar si los mercados podrían segmentarse o diferenciarse.

A. Genética aviar

El eslabón de la genética aviar consiste en la venta de aves reproductoras (macho y hembra) con la finalidad de que las granjas reproductoras/incubadoras produzcan aves de un día. Este mercado se ha especializado en la creación de razas para la reproducción de *broilers* y aves de postura.

La adquisición de reproductoras ligeras y pesadas tienen fines completamente diferentes, la ligera, empleada en el mercado del huevo comercial y la pesada, utilizada para el mercado de la carne, por lo que no existe sustitución entre ellas por el lado de la demanda.

La capacidad de los proveedores de genética para atender el mercado de reproducción e incubación de aves de postura y engorde se considera limitada. La producción de genética no puede sustituirse por granjas dedicadas a la reproducción o incubación de pollitos y pollitas de un día, por lo que no existe sustitución por el lado de la oferta entre genética de postura y engorde.

En términos geográficos, la totalidad de la genética aviar para engorde y postura se produce fuera del territorio salvadoreño lo que indica una dimensión geográfica global o internacional.

B. Producción y distribución de alimentos concentrados para aves

Desde la demanda, los alimentos concentrados tienen diferentes objetivos según el tipo de animal al que se orientan: para los pollos de engorde se busca un crecimiento rápido en poco tiempo, y para las gallinas de postura se desea maximizar la producción de huevos, por lo que se considera que los alimentos concentrados para postura y engorde no son sustitutos, ya que persiguen diferentes objetivos nutricionales.

En cambio, las diferentes presentaciones de alimentos concentrados (harina, extrusados o peletizados) pueden considerarse sustitutos entre sí.

Las principales industrias de concentrados en el país producen alimentos para una amplia variedad de especies animales, como aves de postura y engorde (en sus diferentes etapas), ganado (vacuno, bovino, porcino), equinos, camarón, tilapia, iguanas, gatos y perros, etc.

La formulación del alimento varía en función de la especie y su etapa de desarrollo, aunque sus insumos son muy similares, variando en sus formas de presentación.

Por tanto, la oferta de alimento concentrado para pollitas ponedoras y para pollitos de engorde, así como para diferentes tipos de ganado en sus diferentes etapas tienen un alto nivel de sustitución, en cambio, se estima una sustitución limitada entre los alimentos en forma de peletizados y las harinas.

Para el alimento concentrado se define un ámbito geográfico de mercado más allá del nacional, con una presión competitiva de las importaciones muy baja.

C. Incubación y reproducción de pollitos de engorde y pollitas de postura

Los clientes del eslabón de reproducción e incubación de pollitos y pollitas de 1 día son los agentes económicos productores de pollos de engorde y de postura.

Para una granja de postura no es posible producir huevos con un pollo *broiler* y viceversa, ya que las características de sus razas se especializan en particulares objetivos y, por tanto, se considera que, desde el lado de la demanda, no existe sustitución entre aves de un día para postura y *broiler*.

Respecto de desde los pollitos de 1 día utilizados para la producción de carne de pollo, tres sociedades compiten con diferentes razas que son sustitutas entre sí desde el punto de vista de la demanda.

En caso del pollo *broiler*, se considera que en su demanda los pollitos de un día provenientes de otros países son sustitutos. Para los productores de huevo, las pollitas de postura de CRIAVES tienen una limitada sustituibilidad.

Se estima que la sustitución de oferta entre los pollitos de un día para engorde y postura es muy limitada y por ello se consideran que forman parte de mercados relevantes distintos. Esta oferta está condicionada por elementos como la exclusividad de CRIAVES en línea genética Hy-Line, las diferencias en las necesidades nutricionales, ambientales y de alojamiento entre una granja reproductora de engorde y una de postura, entre otros.

La dimensión geográfica de este eslabón tiene ciertas variaciones. Para las pollitas de postura se estima que el mercado geográfico tiene alcance nacional. Para el caso de pollitos de un día para venta a terceros, abarca a El Salvador y Guatemala.

D. Producción y distribución mayorista de huevos

La sustituibilidad del huevo se considera baja al no observarse alternativas cercanas que puedan satisfacer las mismas necesidades.

En la medida que los clientes minoristas puedan optar por abastecerse directamente por los productores, se considera que desde el lado de la demanda existe sustituibilidad, dado el suministro conjunto de la producción con los servicios de distribución. En este sentido, se considera que el mercado relevante de producto o servicio es la producción y distribución de huevos.

Desde la perspectiva de la oferta, los productores pequeños o artesanales no sustituyen a los grandes y medianos proveedores mayoristas de huevo en el canal moderno. No obstante, en el canal tradicional los productores artesanales sí confluyen y rivalizan con los medianos y grandes productores.

Para este eslabón la definición de un mercado de producción/mayorista es con un alcance geográfico a nivel nacional, debido a una participación limitada y esporádica de las importaciones de huevos por las limitaciones establecidas por el transporte y las preferencias del consumidor.

E. Distribución minorista de huevos

Con base en las diferencias existentes entre los canales en términos de precios, formas de compra, presentaciones, perfiles de consumidores y los antecedentes de estudios previos, se afirma que, tanto desde el enfoque de la demanda como de la oferta, no existe sustituibilidad entre los canales moderno y tradicional y constituyen mercados relevantes distintos.

F. Producción y distribución mayorista de carne de pollo

Al aplicarse el análisis de la sustituibilidad de la demanda, las diferencias acerca de las características, producción y precios entre los alimentos procesados de pollo y la carne sin procesar conducen a concluir que ambos tipos de productos no son sustitutos, como tampoco son sustitutos de la carne de pollo otros tipos de proteína como la carne de res, cerdo, ni otros tipos de aves.

Desde la visión de la oferta, los activos empleados en el procesamiento carne de pollo son específicos para la actividad, por lo que las instalaciones para el procesamiento de otras especies tienen posibilidades limitadas de ser utilizadas para beneficiado del pollo. Por tanto, la sustituibilidad de la oferta en la producción de carne de pollo es prácticamente nula.

Se sugiere que las restricciones al comercio internacional y la presencia de altos costos logísticos podrían ser limitantes suficientes para definir el ámbito geográfico de la producción y distribución mayorista de carne de pollo como nacional.

G. Distribución minorista de carne de pollo

Las diferencias de precio de la carne de pollo entre canales de distribución minorista son menores que en el huevo.

Dadas las características de los canales de distribución minorista (moderno y tradicional), se concluye que para este producto también aplican las diferencias observadas previamente en términos de precios, formas de compra, presentaciones de los productos, perfiles de consumidores. Por ello, desde un enfoque de demanda, los canales moderno y tradicional no se consideran sustitutos para la distribución de carne de pollo.

Desde la oferta, la producción en pequeño o artesanal de carne de pollo no es sustituta de la producción a escala de las empresas de mayor tamaño en el canal moderno. No obstante, en el canal tradicional sí se identifica que la producción artesanal compite con la producción de medianos y grandes productores integrados verticalmente en la cadena de valor.

Tabla 2. Determinación de los mercados relevantes

Mercado relevante del producto	Mercado relevante geográfico
Huevo	
Genética aviar	Internacional
Incubación y reproducción de pollitas de postura	Nacional
Producción y distribución mayorista	Nacional
Distribución minorista en el canal moderno	Nacional
Distribución minorista en el canal tradicional	Nacional
Producción y distribución de alimentos concentrados	Más allá de lo nacional
Carne de pollo	
Genética aviar	Internacional
Incubación y reproducción de pollitos de engorde	El Salvador y Guatemala
Producción y distribución mayorista	Nacional
Distribución minorista en el canal moderno	Nacional
Distribución minorista en el canal tradicional	Nacional
Producción y distribución de alimentos concentrados	Más allá de lo nacional

Fuente: Elaboración propia.



V. ANÁLISIS DE INDICADORES DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO

Para esto se analizan los indicadores estructurales en cada mercado relevante, es decir, el número de participantes, su participación y el grado de concentración según los Índices de *Herfindahl-Hirschman* (IHH)¹¹ y de K empresas¹².

Los resultados del análisis se muestran conforme a las definiciones de mercados relevantes previamente desarrolladas, tomando como base su volumen de ventas, iniciando con el eslabón de la genética aviar hasta la comercialización minorista del huevo y carne de pollo.

A. Genética aviar para la producción de huevos

La crianza primaria aviar se encuentra altamente concentrada a nivel mundial. La genética para aves de postura se encuentra bajo el dominio de escasos agentes económicos a nivel global, principalmente: *Hendrix Genetics* y *PHW Group*.

B. Genética aviar para la producción de carne de pollo

La crianza de reproductoras de engorde está liderada por *Cobb-Vantress*, *Aviagen-Hubbard* y *Groupe Grimaud*¹³.

¹¹ El IHH se considera cuando el valor del IHH se aproxima a cero significa que existe un gran número de empresas de relativamente igual tamaño y alcanza su máximo de 10,000 puntos ante un mercado monopólico. Las autoridades de competencia generalmente consideran mercados de moderada concentración a los situados con un IHH entre 1,500 y 2,500 puntos y altamente concentrados cuando excede los 2,500

¹² Este índice mide la participación combinada de las empresas de mayor tamaño o más grandes en un mercado relevante.

¹³ OCDE. (2018). *Exámenes de mercado en México: Estudio de caso del mercado de la carne de pollo*. Obtenido de <https://www.oecd.org/daf/competition/examenes-de-mercado-en-mexico-carne-de-pollo-2018.htm>

Tabla 2. Participación de mercado en la genética de *broiler* (2018)
Porcentaje (%)

Empresa	Marca	Participación
<i>Aviagen</i>	Ross	79%
<i>Cobb-Vantress</i>	Cobb	16%
<i>Groupe Grimaud</i>	Hubbard	5%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la OCDE (2018).

En el mercado nacional, de acuerdo con lo reportado por las granjas de reproducción e incubación, PHW Group (Aviagen – Hubbard) provee el 68.6% de los reproductores de engorde, mientras que Cobb Vantress el 31.4%.

El análisis refleja una alta concentración a nivel mundial lo que puede afectar las condiciones competitivas en los mercados aguas abajo.

C. Reproducción e incubación de pollitos de engorde

En el mercado de reproducción e incubación de aves de engorde participan tres agentes económicos: AVISAL, CRIAVES e INCUSAL.

AVISAL destina casi toda su producción al autoconsumo y solo una parte de esas ventas las destina a su vinculada La Sultana, que distribuye sus alimentos para aves y los pollitos de un día en agroservicios; CRIAVES ha reportado que las ventas de pollito de engorde de 1 día orientadas al mercado nacional las vende a su empresa hermana Sello de Oro y a terceros a través de ventas directas a pequeños productores; mientras que INCUSAL destina toda su producción a terceros.

Descartando las ventas para autoconsumo, en el mercado cuyo fin último es la producción de pollo para su posterior faenado, CRIAVES ha mantenido la mayor participación entre 2013 y 2020, INCUSAL ha mantenido una cuota estable, mientras que AVISAL ha perdido su posición de líder ante el incremento de la cuota de CRIAVES y de las importaciones en un 15.7%.

Si se considera la producción de autoconsumo de los agentes económicos¹⁴, de 2010 a 2020 el agente económico más importante en este segmento es AVISAL, le sigue CRIAVES y en tercer lugar se posiciona INCUSAL.

Con base en lo anterior, el IHH estimado del mercado de incubación y reproducción de pollitos de engorde en 2020 fue de 4,706¹⁵ puntos, lo que refleja un mercado altamente concentrado, dado que la participación conjunta de los dos agentes con mayores ventas es mayor al 90%, aun cuando se ha observado una disminución en los niveles de concentración, principalmente debido al incremento en la participación de mercado de CRIAVES en la última década.

D. Reproducción e incubación de pollitas de postura

Para 2020, CRIAVES es el único productor nacional en el eslabón de reproducción e incubación para postura, alcanzando

¹⁴ *Ello es relevante dado que, ante un incremento de precios significativo en las importaciones, los productores verticalmente integrados podrían tener incentivos para atender otros clientes de forma rentable aumentando su producción, en particular si existe capacidad ociosa.*

¹⁵ *Las autoridades de competencia generalmente consideran mercados de moderada concentración a los situados con un IHH entre 1,500 y 2,500 puntos y altamente concentrados cuando excede los 2,500.*

una cuota de mercado mayor al 90%, lo que implica una concentración bastante alta y cercana al nivel del monopolio, dado el único oferente a nivel local.

E. Producción y distribución mayorista de huevos

En el territorio de El Salvador se localizan 398 granjas comerciales de postura pertenecientes a 373 propietarios, lo que refleja una oferta muy atomizada.

Granja Catalana es el agente económico con mayor participación en el 2019, seguido por El Granjero; en conjunto, estos agentes económicos abarcan un poco menos de la mitad del mercado. El resto se encuentra distribuido entre más de 350 medianos - pequeños productores como Avicar, El Roble y Tecniaves.

Por tanto, el mercado de la producción y distribución de huevos a nivel mayorista se considera no concentrado, lo cual difiere si se compara con el mercado segmentado a nivel minorista.

F. Distribución minorista de huevos en el canal moderno

De 2010 a 2020 se observa un mercado dinámico, con agentes económicos que lograron alcanzar una participación cercana al 50% del mercado, además se encuentra la presencia de marcas blancas con un comportamiento muy variable.

Para 2020, EGG con su marca El Granjero -entre otras- y Granja El Progreso poseen las mayores cuotas; les siguen en su orden Granja Catalana (Huevos Catalana) y la marca blanca "Selectos" de la cadena homónima, con cuotas muy similares,

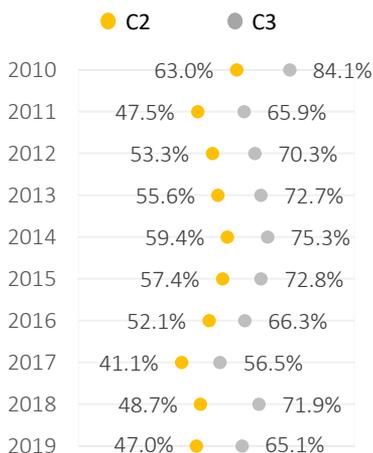
por lo que, la estimación del IHH, muestra un nivel moderado de concentración desde el 2015.

Gráfica 3. Indicadores de concentración de distribución minorista de huevos en el canal moderno

A. IHH (puntos)



B. Indicador K-empresas (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de sociedades propietarias de supermercados.

G. Distribución minorista de huevos en el canal tradicional

Las participaciones de mercado son mucho menores en este canal y en 2019 dos tercios de las ventas las suplieron pequeños productores, lo que refleja que es un mercado de baja concentración económica, con un IHH de 336¹⁶, al existir una

¹⁶ Muy por debajo de los 1500 puntos que se consideran moderada concentración.

alta atomización, siendo Granja Catalana el mayor competidor poseyendo una cuota baja, seguido por EGG.

H. Producción y distribución mayorista de carne de pollo

Según registros del MAG se cuenta con 162 granjas de pollo de engorde, siendo el agente económico más importante en este mercado AVISAL, con una alta y estable participación de mercado, manteniendo su posición desde 2012 a la fecha; el segundo es Sello de Oro.

PROSALCO y Carnes de El Salvador, integradas en Grupo San Benito, producen y distribuyen a nivel mayorista como grupo empresarial, por tanto, sus participaciones de mercado se toman en cuenta de manera conjunta.

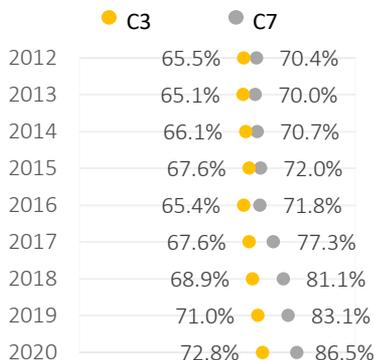
Las cuotas de los dos principales agentes económicos se han incrementado en la última década, y granjas de menor tamaño han obtenido fracciones de mercado pequeñas para generar ciertos cambios estructurales. Incumbentes como Avícola Campestre, Avícola Mejía o Carnes de El Salvador han ido adquiriendo participación a costa de la cuota de la producción en pequeño o artesanal, lo que apunta a una mayor importancia de la integración vertical. Ello refleja un mercado con tendencia al alza en su nivel de concentración.

Gráfica 4. Indicadores de concentración en la producción/distribución mayorista de carne de pollo (2012-2020)

A. IHH (puntos)



B. Indicador K-empresas (porcentaje)



*Nota: El IHH no incluye la participación de los pequeños productores, dada su gran cantidad y nivel de atomización en el canal tradicional, si se incluyen el IHH sería menor.
Fuente: Elaboración propia con base en información de los productores/distribuidores de carne de pollo, MAG y AVES.*

I. Distribución minorista de carne de pollo en el canal moderno

En este mercado se observa que, de manera análoga al mercado mayorista, AVISAL ha perdido participación en la última década, y la presencia de marcas propias en este canal ha incidido en la estructura del mercado.

En este sentido, las marcas blancas Cárnicas El Salvador (CCA), proveedor de marca propia de Walmart ha incrementado su cuota de mercado situándose como el líder en el 2020; y Selectos Fresh de grupo Calleja también ha obtenido una pequeña participación.

No obstante, los índices de concentración en el canal moderno aún muestran un mercado altamente concentrado por situarse

arriba de los 3800; ya que la participación de los tres principales competidores es alta, supera el 90% a partir del 2015.

J. Distribución minorista de carne de pollo en el canal tradicional

Los datos indican que es un mercado de baja concentración, donde las cuotas de mercado de los tres principales incumbentes son el 48%, siendo el principal competidor de este mercado es AVISAL, seguido de Sello de Oro; y un restante del 50% aproximado es del conjunto de los medianos y pequeños productores.

K. Producción y distribución de alimentos concentrados para aves de postura

Según el MAG, en 2019 se fabricaron 11.7 millones de quintales de alimentos concentrados para aves, de los cuales 2.1 millones se destinaron a postura y 8.5 millones para engorde.

Este mercado de venta a terceros de alimentos concentrados para postura se ha mantenido altamente concentrado. Sello de Oro es el principal competidor con casi la mitad del mercado en 2020 y el segundo competidor más importante es La Sultana con una diferencia aproximada de 20 puntos porcentuales respecto al líder, seguido por SARAM y Tecnutral.

L. Producción y distribución de alimentos concentrados para aves de engorde

Este es un mercado altamente concentrado con un dominio de tres empresas con más del 90% de las ventas, donde La Sultana es el líder con mayores ventas con un tanto de más de la mitad mercado, seguido por SARAM, con una diferencia aproximada

de 35 puntos porcentuales respecto a la cuota de La Sultana en el 2020. Sello de Oro participa, pero posee una baja participación en el segmento de engorde.

VI. BARRERAS A LA ENTRADA

Se analiza si la entrada de nuevos competidores es posible, y si se puede realizar de manera rápida, rentable y significativa.

A. Barreras regulatorias

La siguiente tabla incluye el tipo de restricciones utilizadas para la evaluación de la regulación y ejemplos de disposiciones que pudieran en ciertos casos identificarse como limitantes a la competencia:

Tabla 4. Ejemplos de disposiciones normativas por tipo de restricción¹⁷

Tipo de restricción	Ejemplo de disposición normativa
Limita el número o la entrada de empresas	-Distancias mínimas entre establecimientos -Requisitos no relacionados con la comprobación de capacidad técnica para brindar un servicio o ejercer una profesión.
La descripción inhibe la capacidad para competir y otorga ventajas a ciertos agentes económicos	-Trato diferenciado a productos de ciertas regiones -Regulación de tarifas como regla general -Licitaciones a nivel local.
Limita opciones e información al consumidor	-Etiquetados no exhaustivos sobre información nutricional.
Reduce los incentivos de las empresas para competir	-Obligaciones de afiliación a asociaciones -Incentivos para fijación coordinada de precios.

Fuente: Elaboración propia con base en COFECE (2016).

¹⁷ La tabla refleja el tipo de disposiciones normativas que han sido identificadas como posiblemente restrictivas en otros mercados y no refleja afectaciones encontradas en los mercados en estudio.

1. Análisis de normativas relacionadas y evaluación de barreras

Las normativas relevantes en esta actividad económica son aplicadas por el MAG, Ministerio de Salud (MINSAL), Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), Defensoría del Consumidor y Ministerio de Economía (MINEC).

De acuerdo con las funciones que la Ley de Sanidad Animal y Vegetal le otorga, el MAG realiza funciones relacionadas con la supervisión y vigilancia de la cadena de valor de actividades avícolas y aplica las regulaciones siguientes:

- (i) Acuerdo No. 170. Norma Técnica para el funcionamiento, inspección y certificación de establecimientos avícolas.
- (ii) Norma Salvadoreña Obligatoria NSO-ZOO-06-98.
- (iii) Acuerdo No. 140, Sin título. Prohíbe la importación de aves, sus partes, productos y subproductos provenientes de países no reconocidos como libres de enfermedades por los organismos internacionales competentes.
- (iv) Decreto No. 109, Reglamento para la Prevención, Control y Erradicación de la Influenza Aviar de Baja Patogenicidad (IABP).
- (v) Acuerdo No. 126, Declara el país libre de Enfermedad de Newcastle, Influenza Aviar, Laringotraqueitis infecciosa aviar, Tifosis/pulorosis.
- (vi) Acuerdo No. 233, Declara Alerta Zoonosaria por Influenza aviar en todo el territorio nacional.

De estas regulaciones no se encontraron disposiciones que pudieran encajar en ninguno de los cuatro supuestos valorativos

para detectar restricciones a la competencia en la actividad económica.

El MINSAL es la institución encargada de la seguridad e inocuidad de los alimentos y de acuerdo con las funciones que le da el Código Salud aplica el siguiente marco normativo de vigilancia y control, algunos de ellos son de aplicación exclusiva para el sector avícola. Entre las Normas Salvadoreñas Obligatorias y otras normas técnicas aplicadas para el sector avícola, están:

- (i) Ley y Reglamento de Inspección Sanitaria de la Carne.
- (ii) RTS 67.02.02:16 Productos Avícolas, faenado e Inspección.
- (iii) RTS 67.02.01:16 Carne de Aves de la Especie Gallus gallus Beneficiadas listas para cocinar enteras, cortes y sus menudos. Especificaciones.

En ellos no se advierten disposiciones que encajen en los supuestos restrictivos a la competencia.

Como otra normativa aplicable no exclusiva para las actividades avícolas, están:

- (i) RTCA 67.01.31:07 Alimentos Procesados. Procedimiento para Otorgar el Registro Sanitario y la inscripción Sanitaria.
- (ii) Manual de Procedimientos Administrativos para la Emisión de Permisos Sanitarios.
- (iii) RTCA 67.04.50:08 Alimentos. Criterios Microbiológicos para la inocuidad de Alimentos.
- (iv) RTCA 67.01.33:06 Industria de Alimentos y Bebidas Procesados. Buenas Prácticas de Manufactura. Principios generales.

- (v) Anexo de la Resolución No. 388-2017 (COMIECO-EX) Procedimiento de Reconocimiento de los Registros Sanitarios de Alimentos y Bebidas Procesados.
- (vi) Norma técnica para establecimientos de crianza y mataderos de animales domésticos.

En la mayoría de ellos no se encontraron disposiciones restrictivas a la competencia, no obstante, sí existen restricciones en el (ii) manual de procedimientos por contener aspectos que podrían retrasar el ingreso de competidores en los mercados relevantes definidos, considerándose que existe un área de mejora en la simplificación de los procedimientos administrativos establecidos en sobre, con el fin de eliminar esta una barrera a la entrada.

El MARN dispone de regulaciones generales para diversas actividades económicas, las siguientes aplican para las avícolas:

- (i) Ley de Medio ambiente.
- (ii) Reglamento Especial de Normas Técnicas de Calidad Ambiental.
- (iii) Acuerdo No. 278. Requisitos Técnicos Legales para el Registro de Entidades y el Proceso de Evaluación Ambiental.
- (iv) Decreto No. 39. Reglamento Especial Aguas Residuales y Lodos.
- (v) Acuerdo No. 130. Reglamento Técnico Salvadoreño: Aguas Residuales, Parámetros de Calidad de Aguas Residuales para Descarga y Manejo de Lodos Residuales.
- (vi) Norma Salvadoreña Calidad del Aire Ambiental Inmisiones Atmosféricas.
- (vii) Lineamientos para el diseño de rastros o mataderos.

De estas normativas, únicamente en 2 se identificaron posibles barreras de entrada relacionadas con los tiempos de necesarios para la obtención del Permiso Ambiental (PA), contenido en la Ley (i) y el de Requisitos Técnicos legales previo a su otorgamiento, desarrollados en el Acuerdo No. 278 (iii). El resto de normativa se considera que no produciría por sí misma una afectación a la competencia.

Las posibles fijaciones o modificaciones de precios máximos que puede realizar la Defensoría del Consumidor en cumplimiento a la Ley de Protección al Consumidor tampoco no se considera que sean medidas restrictivas a la competencia en los mercados.

La participación del MINEC se relaciona con los aranceles aplicados a los productos de carne aviar y a los huevos frescos. A junio de 2021¹⁸ El Salvador no impone ningún otro impuesto para los huevos o carne de pollo, o cuota compensatoria por motivos de *dumping*, ni mantiene un contingente arancelario de importación para esos productos de forma unilateral.

2. Síntesis de barreras relacionadas con la regulación y su tramitología

Previo a la instalación de establecimientos avícolas el primer paso es la obtención del PA otorgado por el MARN; proceso que en ciertos casos incluye la presentación de un estudio de prefactibilidad.

Asimismo, el MARN cuenta con lineamientos para el diseño de rastros o mataderos, lo cual requiere de la participación conjunta

¹⁸ Información disponible en el Portal Integrado de Información Comercial de la Organización Mundial del Comercio.

del MAG y del MINSAL en la fase de evaluación ambiental del proyecto, en la cual se les solicitan observaciones para su posterior dictaminación.

Posterior a la aprobación del PA, las granjas avícolas están sujetas a la regulación establecida en la Ley de Sanidad Animal y Vegetal y normas complementarias, cuya competencia corresponde al Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Permiso Ambiental (PA) – MARN: este es uno de los permisos que pueden resultar más complejos y onerosos, debido a los numerosos trámites, la complejidad de la documentación y estudios requeridos.

Calificación del lugar - Oficina de Planificación del Área Metropolitana de San Salvador OPAMSS y regulaciones de carácter local y municipal: no existe un periodo de respuesta estipulado para su resolución, lo que además exige una mayor cantidad de recursos para atender estos trámites y así habilitar una respuesta en un tiempo certero.

Permiso Sanitario de Instalación y Funcionamiento – MINSAL: se considera que este proceso podría simplificarse y así optimizar los tiempos de resolución.

Permisos interrelacionados: algunos permisos que atañen al MINSAL y al MARN pueden presentar duplicidades, dependencias e incluso incongruencias entre ellos, los que complican el entendimiento de la tramitología y retrasan la obtención de algunos permisos.

Evaluación de una norma sobre la clasificación del huevo por tamaño: la ausencia de una estandarización de los tamaños del huevo podría generar asimetrías de información en

la distribución minorista, en mayor medida en el canal tradicional, en el cual no se observan presentaciones estandarizadas y el producto se vende principalmente a granel o por unidades.

B. Barreras naturales o económicas

Estas pueden darse por los altos costos de capital y costos hundidos¹⁹, las economías de escala, las economías de alcance, la integración vertical y los efectos reputacionales.

1. Altos costos de capital y costos hundidos

Entre mayores sean los costos de capital requeridos y mayor sea su proporción de “costos hundidos”, el riesgo que un potencial entrante enfrentará será más grande y, por tanto, menor su probabilidad de entrada.

En el mercado de reproducción e incubación de aves de un día un oferente requiere de importantes inversiones que representan costos hundidos, siendo una barrera a la entrada.

No se advierte que los costos de capital y hundidos en el **mercado de producción de carne de pollo para el canal tradicional** sean muy altos, por tanto, no evidencian ser una barrera a la entrada para pequeños productores. En cambio, **para el canal moderno** sí se exige inversiones en infraestructura más fuertes, lo que sugiere la existencia de barreras a la entrada en este mercado relevante.

¹⁹ *Un costo hundido es una inversión que un agente económico pone en riesgo al ingresar al mercado debido a que no puede ser recuperado. Entre más altos sean más riesgo representan.*

En el caso de la producción de huevo en el canal tradicional, se considera que existen bajas barreras a la entrada relacionadas con la inversión de capital y los costos hundidos, pero **para abastecer el canal moderno** la inversión en capital para los productores y distribuidores mayoristas sí constituye una barrera a la entrada.

La existencia de altos costos de capital podría sugerir la existencia de barreras a la entrada, pero dado que en el mercado se estima la existencia de una gran cantidad de agentes económicos que producen sus alimentos en forma de harina, no puede concluirse la presencia de barreras de entrada en la **producción y distribución de alimentos concentrados**.

2. Economías de escala

Para que las economías de escala sean una barrera a la entrada, las empresas incumbentes deben tener capacidad ociosa en la producción²⁰.

En el mercado de reproducción e incubación de aves de un día las tres principales empresas cumplen con los anteriores preceptos, ya que cuentan con suficiente capacidad ociosa lo que sugiere la presencia de barreras a la entrada derivadas de economías de escala en la producción de pollitos *broiler* y pollitas de postura.

En el **mercado de producción de carne de pollo para el canal tradicional** la capacidad ociosa de los principales productores de carne de pollo a nivel nacional, en conjunto, es relativamente baja, y se considera que no existen barreras a la entrada por economías de escala.

²⁰ *Para ejercer una amenaza creíble de incremento de su producción frente a la entrada de un nuevo competidor con menor escala.*

En el caso de la producción de huevo en el canal tradicional, la escala de producción para ingresar en este canal no representa una barrera a la entrada, pero **para abastecer el canal moderno si existe** suficiente capacidad ociosa y altos costos hundidos, por lo que sí habría barreras.

3. Economías de alcance²¹

Cuanto más relevantes sean las economías de alcance, más probable es que los participantes tengan que ingresar a dos o más mercados con el objeto de competir de manera efectiva.

En el mercado de reproducción e incubación de pollitos *bríoler* y pollitas de postura no se presentan economías de alcance ya que la oferta está orientada específicamente a estas líneas de productos. Caso similar es el de la producción y distribución mayorista de huevos, dado que en la información recabada no se advirtió la producción o distribución de bienes adicionales en sus diferentes presentaciones.

Sí se detectaron segmentos de mercado en donde las economías de alcance podrían estar presentes: La producción y distribución de bienes con valor agregado en plantas de procesamiento de carne aviar – carne de pollo fresca y la fabricación de alimentos concentrados. El portafolio de productos alimenticios de algunos de los agentes económicos que distribuyen ambos tipos de productos, como son: AVISAL, Sello de Oro y Pollo Campestre, les permite atender a diferentes tipos de clientes y es utilizado por ciertos agentes económicos

²¹ *Estas implican ahorros en costos que se obtienen debido a las eficiencias asociadas con la producción, distribución o venta de distintos tipos o categorías de productos simultáneamente.*

como estrategia de posicionamiento de marca, además de generarles eficiencias.

En el mercado de alimentos concentrados para aves también se puede considerar la existencia de economías de alcance en su producción y distribución, ya que sus fabricantes pueden además producir piensos para otras especies de animales y distribuyen los diferentes tipos de alimentos en los mismos canales de venta.

4. Integración vertical²²

Cuando la mayoría de los competidores en una industria se encuentran verticalmente integrados, el ingreso al mercado para las firmas no integradas se podría tornar más complejo.

En la **producción y distribución mayorista de carne de pollo**, los tres principales competidores se encuentran integrados verticalmente mediante actividades desarrolladas por una o diferentes sociedades, condición indica la existencia de barreras a la entrada.

INCUSAL-PROSALCO-Carnes de EL Salvador (Avícola San Benito), AVISAL-La Sultana y CRIAVES- Sello de Oro representan más del 70% de la participación total del mercado relevante, y Avícola Campestre, se encuentra activo en los eslabones de pollitos de engorde, fábrica de alimentos concentrados, rastros de procesamiento y distribución mayorista.

²² *Acorde con la información recabada para este estudio no se advirtieron agentes económicos integrados horizontalmente.*

En la **cadena de valor del huevo** la integración de los agentes económicos incluye la fabricación de piensos en algunos casos y la producción, distribución, y la distribución mayorista. El eslabón de la reproducción/incubación de postura se encuentra dominado por CRIAVES, incumbente que no participa aguas abajo.

En el canal moderno de la distribución minorista las principales empresas proveedoras del sector se encuentran integradas, tales como: EGG, Granja Catalana, Avícola San Benito, entre otros.

En la producción y distribución mayorista de huevos que ofrece solo al canal tradicional no se considera que la integración vertical represente una barrera a la entrada ya que la avicultura de pequeños productores representa aproximadamente la mitad de la oferta.

5. Efectos reputacionales

Esta barrera a la entrada se define como el efecto que tiene sobre el potencial entrante la buena reputación de un agente económico incumbente, dada su confiabilidad y/o calidad de sus productos o servicios²³.

En el mercado de reproducción e incubación de pollitas de postura resalta CRIAVES por su profesionalismo y cumplimiento de sus operaciones, los demandantes mencionaron el respeto a las programaciones de pedidos, la baja mortalidad de sus pollitas, el buen rendimiento de su raza y el aporte de servicios adicionales de asesoría en la formulación de alimentos.

²³ *Este concepto es distinto a la lealtad a la marca inducida por posicionamiento o publicidad.*

Por su parte, **en el mercado de reproducción e incubación de pollos de engorde**, los agentes económicos que participan no tienen una reputación tan fuerte para disuadir o impedir el ingreso de nuevos competidores.

En la **producción y distribución mayorista de carne de pollo**, tanto para el canal moderno como el tradicional se considera que la reputación de los grandes productores no refleja una barrera a la entrada. Fenómeno que también se aprecia en la **producción y distribución mayorista de huevos en ambos canales**.

C. Barreras estratégicas

Son el resultado del comportamiento de las empresas establecidas en el mercado con la finalidad de desincentivar la entrada de potenciales competidores, como son los **contratos de distribución exclusiva**.

En el caso de la distribución de genética aviar para aves de postura, existe una clara barrera a la entrada para la reproducción/incubación de pollitas de postura, ya que existe una exclusividad de CRIAVES en la distribución del principal proveedor de tal genética a nivel mundial.

Respecto de los antecedentes estratégicos de comportamiento, existen acuerdos verticales con potenciales cláusulas restrictivas, detectándose la existencia de contratos de comodatos de equipos para ciertos proveedores y puntos de venta, que exigen las exclusividades en la venta y almacenaje de productos, estrategia que podría constituir una barrera a la entrada.

D. Importancia de la valoración o intensidad de las barreras a la entrada

Las posibles barreras de nivel alto detectadas corresponden a la exclusividad de la distribución que existe para la incubación y reproducción de genética aviar para la reproducción de aves de postura, la integración vertical y los elevados costos fijos/hundidos que se evaluaron en diversos eslabones de las respectivas cadenas de valor de huevo y carne de pollo, que representan por sí solas un obstáculo a la entrada y son condiciones que facilitan la existencia de economías de escala y alcance, condiciones económicas que en ciertos mercados también representan barreras a la entrada.

Las economías de escala y alcance al igual que las barreras por efectos reputacionales presentan un menor grado de dificultad para superarlas con respecto a las anteriores.

VII. ANÁLISIS DE PODER DE MERCADO Y POSICIÓN DE DOMINIO

El poder de mercado²⁴ es un concepto esencial para detectar ineficiencias en las industrias. La presencia de posición dominante en un mercado relevante requiere de la valoración de diversos factores en conjunto, que en separado no necesariamente serían suficientes, tomándose como punto de partida las cuotas de mercado.

A. Reproducción e incubación de pollitos de engorde

Un alto Índice de Lerner²⁵ y las participaciones de mercado de CRIAVES son elementos que sugieren una potencial posición de dominio y al no evidenciarse estrategias de restricción del mercado por parte de CRIAVES a la fecha de estudio, se considera que no se cuenta con los elementos suficientes para afirmar que este agente económico cuenta efectivamente con una posición de dominio.

B. Reproducción e incubación de pollitas de postura

En el eslabón de la reproducción/incubación de pollitas de postura, CRIAVES cuenta con una participación cercana al monopolio y una limitada presencia de competidores internacionales, quienes solamente representaron en 2020 el 1.8% del mercado.

²⁴ *El poder de mercado es la capacidad de un agente económico de aumentar y mantener los precios por encima del nivel que prevalecería bajo condiciones de competencia, por un periodo no transitorio, sin perder participación de mercado ni rentabilidad. Se mide con el Índice de Lerner.*

²⁵ *Indicador que expresa la capacidad de los agentes económicos de establecer precios por encima de sus costos.*

En función de que es el único productor de pollitas de un día, que existe clara preferencia de los clientes nacionales, que tiene exclusividad en una línea genética, y cuenta con una alta reputación, se determina que se cuenta con suficiente certidumbre para afirmar que CRIAVES cuenta con posición de dominio en la reproducción/incubación y distribución de aves de postura.

C. Producción y distribución de carne de pollo

AVISAL es el principal competidor en este mercado, sin distinguir canales de distribución, su cuota de mercado es alta, y la participación de los tres principales competidores superó el 70% en el 2019 y 2020.

Las fortalezas de su capacidad de producción, el alto valor de su IL y su incremento, y su estrategia de contratos de comodatos implican elementos para considerar una probable posición de dominio de AVISAL en la producción y distribución de pollo para el canal tradicional.

En el canal moderno, la rivalidad entre AVISAL y las marcas blancas se ha incrementado, lo cual se evidencia en un aumento significativo de la cuota de las segundas en más del 25% entre el 2010 y 2020, lo que implica la ausencia de posición de dominio en este mercado.

D. Producción y distribución de huevos

En los mercados relevantes de huevos, tanto mayoristas y minoristas, ningún agente económico cuenta con altas cuotas de mercado, por tanto, en los mercados referidos es improbable que existe un oferente con posición dominante.

E. Alimentos concentrados para engorde y postura

Las ventas de alimentos concentrados dirigidas a terceros en el 2020 presentan altas cuotas de mercado para La Sultana en el segmento de aves de engorde, y para Sello de Oro en el de aves de postura. Estos datos podrían indicar la posibilidad del ejercicio de poder de mercado por parte de estos agentes económicos.

Por otra parte, los productores de alimentos peletizados para otros tipos de ganado pueden fácilmente ajustar su producción y fabricar una mayor cantidad de alimentos para aves, por lo que se considera que existe una alta sustituibilidad de la oferta por parte de otros fabricantes.

Dada la fuerte presencia de sustitutos por el lado de la oferta se estima que es improbable la existencia de dominancia en los mercados de alimentos concentrados para aves de postura y engorde.

VIII. CONCLUSIONES

La producción total de huevo presentó una tendencia creciente en la última década, aunque por debajo del promedio de Centroamérica, en parte debido al estancamiento del consumo per cápita del huevo en los últimos veinte años. En contraste, el sector de carne de pollo ha crecido por encima del promedio regional y mundial, y su ingesta ha incrementado en casi 9 libras por persona de 2010 al 2020.

El comercio internacional de productos avícolas es limitado, debido a barreras como aranceles, la logística del transporte requerida para productos perecederos y aspectos reputacionales. No obstante, se observa una presencia creciente de importaciones de carne pollo, principalmente congelada, proveniente de los Estados Unidos de América.

La estructura competitiva de los mercados estudiados presenta un número limitado de participantes aguas arriba y una presencia considerable de pequeñas granjas productoras aguas abajo, sin cambios sustanciales respecto a informes previos elaborados por esta Superintendencia.

El primer eslabón de la cadena de valor, el mercado de genética aviar, se enfoca en el mejoramiento genético de las aves de postura y engorde.

Respecto al mercado de incubación y reproducción, este permanece con un número limitado de agentes económicos en la producción de aves de engorde, y un monopolista en la producción local de aves de postura como resultado de ventajas estratégicas en la distribución regional de ciertas líneas genéticas y las preferencias del consumidor local.

En los mercados de carne de pollo se encontró un elevado grado de integración vertical de sus participantes, que abarcan desde la incubación, producción, procesamiento y venta mayorista de pollo y sus preparaciones, hasta la fabricación de alimentos concentrados y restaurantes.

En los mercados de huevos la integración vertical es menor, e incluye principalmente la elaboración de alimentos concentrados, la producción y distribución mayorista. Cuando se trata de la distribución minorista en el canal moderno, mayores niveles de integración vertical se convierten en ventajas, dados los diversos requisitos de inocuidad y logística que se deben cumplir para ser un proveedor en este canal.

En cuanto a barreras regulatorias, en términos de tramitología, se identificaron algunas barreras: el tiempo requerido para obtener el Permiso Ambiental otorgado por el MARN, las demoras del proceso de calificación del lugar por parte de la OPAMSS, el permiso de instalación y funcionamiento otorgado por el MINSAL y la duplicación de permisos exigidos por el MARN y el MINSAL.

En el mercado de incubación y reproducción de pollitos de engorde se detectaron barreras a la entrada y se considera altamente concentrado, tanto si se considera únicamente la venta a terceros como si se incluye el abastecimiento para autoconsumo.

Para el mercado de pollitas de postura, además de barreras a la entrada por economías de escala, se detectaron obstáculos relacionados con la exclusividad de la línea genética de *Hy-line* otorgada a CRIAVES, y su importante reputación como único proveedor del segmento, por lo que este mercado presentó el mayor índice de concentración y posición de dominio al no existir proveedores nacionales que compitan con CRIAVES y ante la presencia mínima de importaciones de pollitas de un día.

En la producción y distribución mayorista de carne de pollo ha habido un aumento en las participaciones de los principales productores. En la distribución minorista de este producto se identificó una elevada concentración en el canal de supermercados. Asimismo, en el canal tradicional se considera una probable existencia de dominancia por parte de AVISAL.

La producción y distribución mayorista del huevo se considera un mercado no concentrado. Asimismo, en el canal tradicional se identificó un bajo nivel de concentración ante la presencia de un gran número de pequeños proveedores. No obstante, el canal moderno presenta una concentración de moderada a alta.

Los mercados relevantes de alimentos concentrados para engorde y postura han mantenido un alto nivel de concentración en la última década. En la alimentación de engorde se encontró una alta participación de La Sultana; en los concentrados para postura, descartando la producción para autoconsumo, Sello de Oro presentó la mayor participación de mercado. No obstante, la facilidad de sustitución de la oferta identificada en la producción de este insumo dificulta la dominancia.

El nivel general de precios del huevo ha mostrado un comportamiento alcista y volátil, principalmente a partir de 2017. En contraste, los precios de la carne pollo han mantenido un comportamiento relativamente estable en el periodo estudiado.

Es importante que el regulador retome la labor de recabar la información estadística del mercado con el fin de constatar de manera oficial las variables más relevantes del mercado, y así contar con una fuente primaria que contribuya a tomar sus decisiones de política pública de promoción y vigilancia sectorial.

IX. RECOMENDACIONES

Con el fin de promover la competencia en los mercados analizados, y con base en los hallazgos desarrollados a lo largo del estudio, a continuación, se presenta una serie de recomendaciones dirigidas a diversas instituciones públicas relevantes para el desempeño del sector económico estudiado.

Al Ministerio de Agricultura y Ganadería:

1. Analizar la creación de una norma técnica para la estandarización de la clasificación del huevo, en términos de tamaño y peso, en concordancia con estándares internacionales. La ausencia de una norma técnica puede dar lugar a la existencia de asimetrías de información en detrimento del consumidor y genera un desequilibrio de condiciones de venta entre los oferentes que empacan su producto y los que venden a granel.
2. Evaluar la implementación de un servicio de asesoría técnica centralizada que permita a los representantes de los agentes económicos que participan en las cadenas productivas del sector avícola, solventar sus inquietudes relacionadas con los permisos de funcionamiento de sus unidades productivas.
3. Impulsar entre los pequeños y medianos productores el uso de razas productoras de huevo blanco, así como la promoción de su consumo, con el objetivo de aminorar los efectos de la barrera natural generada por la preferencia local del huevo marrón.
4. Evaluar la recopilación de información estadística de las actividades avícolas proveniente de fuentes primarias, tales como producción anual e inventarios, tanto de aves de postura

como de engorde, a fin de precisar la evolución de estas variables y contribuir a la orientación de políticas públicas. A partir de la información recopilada, valorar la publicación de estadísticas agregadas que no revelen información estratégica del mercado.

5. En el marco del próximo Censo Agropecuario, se sugiere incluir en la boleta de recolección de información las preguntas necesarias sobre la crianza de aves de corral (postura y engorde) para la totalidad de unidades productoras, independientemente de su tamaño. Esto, con el propósito de dimensionar la producción avícola informal de forma precisa y actualizada, que permitiría mejorar la comprensión sobre el funcionamiento del mercado y, de esta manera, apoyar la toma de decisiones de políticas públicas.

A la Oficina de Planificación del Área Metropolitana de San Salvador, Oficinas de Planificación y Gestión Territorial, y el Organismo de Mejora Regulatoria:

1. Evaluar un proceso de simplificación de los trámites del otorgamiento de la "calificación del lugar" para la instalación de granjas, rastros y otro tipo de establecimientos avícolas, con el fin de establecer mejoras en su agilización.

Al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales:

1. Continuar y fortalecer el proceso de simplificación y agilización de los trámites para la obtención del permiso ambiental, estableciendo tiempos de respuesta en su normativa aplicable y ampliando las capacidades operativas de la institución.

Al Ministerio de Salud:

1. Continuar con el proceso de agilización de trámites, como el establecido en el Acuerdo No. 2321-BIS sobre la Reforma al Manual de Procedimientos Administrativos para la Emisión de Permisos Sanitarios, en el que se elimina como requisitos presentar la Calificación de Lugar o el Permiso Ambiental, para la obtención del Permiso de Instalación y Funcionamiento Sanitario.

Al Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y a la Oficina de Planificación del Área Metropolitana de San Salvador:

1. Continuar con el fortalecimiento de la utilización de las herramientas en línea para tramitar y dar seguimiento al proceso de otorgamiento de los permisos relacionados con los establecimientos de producción y distribución de productos avícolas, con énfasis en el apoyo a pequeños y medianos productores.

En el caso del Ministerio de Salud, se sugiere valorar esta recomendación en la próxima implementación de su nueva plataforma de servicios en línea.

Al Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y al Ministerio de Salud:

1. Simplificar y unificar los criterios técnicos para la obtención de los permisos ambientales y sanitarios, a fin de evitar la duplicidad de requisitos entre el MARN y el MINSAL. Se recomienda, realizar un análisis de simplificación regulatoria, para agilizar la emisión de los permisos.

A la Defensoría del Consumidor:

1. Incorporar en las campañas de educación del consumidor, información sobre las propiedades análogas nutricionales de la carne de pollo y del huevo, independientemente de su coloración, a fin de contribuir a aumentar las presiones competitivas en los mercados mediante la promoción del consumo de ambos tipos de productos de color blanco.



EstudioSC



GOBIERNO DE
EL SALVADOR



SUPERINTENDENCIA
DE COMPETENCIA

sc.gob.sv



Estudio de las condiciones de competencia en el sector de

Huevo y Pollo

Descárgue la versión digital