

Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

Resolución N° 70/018

Montevideo, 03 de octubre de 2018.

ASUNTO N° 12/2016 - ESTUDIO PREPARATORIO EN MERCADOS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

VISTO:

La Resolución N° 31/016 de 15 de marzo de 2016 de la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia, en la que se determinó iniciar un estudio preparatorio de los mercados de aceite comestible, arroz, pulpa de tomate y pan envasado, debido a la preocupación de las autoridades públicas relacionadas con el aumento del precio de diversos productos de consumo masivo.

RESULTANDO:

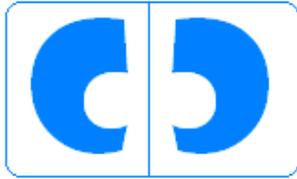
1. Que para la elección de los mercados se analizó cuáles eran los productos cuyos precios habían tenido un comportamiento al alza superior a la inflación.
2. Que el estudio preliminar realizado por el sector técnico de la oficina, identificó diversos productos que en primera instancia determinaron los mercados a investigar: aceite comestible, arroz, pan blanco envasado y pulpa de tomate.
3. Que el objetivo del estudio es analizar la estructura de los mercados, especialmente su grado de concentración, con el fin de estudiar la posible existencia de conductas de colusión o abuso de posición dominante, utilizando datos de cantidades y precios, tanto de venta por parte de proveedores, como venta por parte de los supermercados.
4. Que se libraron oficios a las cadenas de supermercados Tienda Inglesa, TaTa S.A., Macromercado Mayorista S.A., Supermercados Disco del Uruguay S.A., Devoto Hnos. S.A., Hipermercados Geant (ODALER S.A. y AMELUZ S.A.), Multi Ahorro S.A. y El Dorado (Polakof y Cia. S.A.), solicitando información de precios de venta al público

impuestos incluidos y cantidades vendidas, por marcas, variedades y presentaciones de arroz blanco, aceite de girasol, aceite de maíz, pulpa de tomate, pan blanco envasado, así como identificación y datos de contacto de cada uno de los proveedores de los productos mencionados, para el período enero 2014 enero 2016.

5. Que, asimismo, se solicitó información al Área Defensa del Consumidor de la Dirección General de Comercio sobre precio de venta al público impuestos incluidos, por marcas, variedades y presentaciones de los citados productos.
6. Que se libraron oficios a los proveedores Van Dam S.A. (Arcor), Conaprole, Coopar S.A., COUSA, Barraca Deambrosi S.A., Pontevedra Alimentos (Domingo R. Ghelfa), Nidera Uruguay S.A., Saman S.A., Soldo Hnos. S.A., La Sin Rival y Panificadora Bimbo del Uruguay S.A. sobre cantidad de unidades vendidas y total facturado (IVA incluido) de determinado producto vendido por cada uno de ellos a las distintas categorías de clientes: supermercados identificados, otras cadenas de supermercados o de almacenes, otros almacenes y supermercados no incluidos en las categorías anteriores, grupos de compra y revendedores o distribuidores.
7. Que en el marco del Convenio suscrito entre el Ministerio de Economía y Finanzas y la Universidad de la República con fecha 5 de mayo de 2008, se contrató al Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias Sociales para realizar un estudio que comprenda la caracterización de los mercados de los productos seleccionados; el procesamiento de los datos mediante paquetes estadísticos y econométricos; el estudio de la relación entre la variabilidad de los precios de los productos y la estructura de mercado y de otras variables que considere relevantes, buscando identificar posibles comportamientos anticompetitivos a nivel de proveedores o de comercios minoristas.
8. Que con fecha 30 de mayo de 2018, el Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias Sociales presentó el informe final titulado “Análisis de cinco mercados minoristas”.

CONSIDERANDO:

1. Que el informe final da cumplimiento a los requisitos de contenidos establecidos en los términos de referencia.
2. Que el informe señala que con la información que se dispone no se pueden obtener conclusiones definitivas ni concluyentes respecto a la existencia de prácticas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

anticompetitivas en los mercados analizados, existiendo múltiples explicaciones – competitivas o anticompetitivas – para la existencia de un alto margen, o la posición dominante de alguna empresa en los mercados estudiados.

3. Que el mismo alcanza las siguientes conclusiones:
 - 3.1. en el mercado del aceite de girasol la empresa dominante es COUSA, con un 69% de las ventas de supermercados. Asimismo, los supermercados representan un 50% del total de las ventas de la empresa. En otros términos, la empresa tiene como principal canal de ventas a los principales supermercados.
 - 3.2. en el mercado de maíz, también COUSA aparece como la más importante, con una cuota de mercado del 46% en la base de supermercados, seguida por Soldo Hnos. S.A. con 34%. Este producto se comercializa principalmente a través de otros canales, más que a través de los supermercados.
 - 3.3. en el mercado de arroz hay un duopolio de Saman S.A. y Coopar S.A. La empresa más relevante, de acuerdo a las ventas de los supermercados, es Coopar S.A., con una cuota de mercado en dicha base del 54%, mientras que Saman S.A., tiene el 43%. Sin embargo, los supermercados representan un porcentaje muy pequeño de las ventas totales de estas empresas. Por las características del producto, llama la atención el alto margen precio - costo, en relación a los demás productos.
- 1.1. en el mercado del pan lactal la empresa dominante es Panificadora Bimbo del Uruguay S.A. Esta empresa representa el 87% de las ventas de supermercados. Asimismo, los supermercados alcanzan al 55% de las ventas totales de la empresa.
- 1.2. en el mercado de pulpa de tomate la empresa dominante parece ser Barraca Deambrosi S.A. Sin embargo, no se cuenta con datos de esta empresa.
2. Que, además, el informe propone algunas líneas de investigación para avanzar en el conocimiento de posibles prácticas anticompetitivas, requiriendo información respecto a la forma en que se interrelacionan proveedores y supermercados.
3. Que, por otra parte, corresponde disponer el desglose de la información presentada por los supermercados y los proveedores.

ATENTO:

A las disposiciones de la Ley de Promoción y Defensa de la Competencia N° 18.159 del 20 de julio de 2007 y Decreto 404/007 de 29 de octubre de 2007 y normativa complementaria y concordante.

LA COMISIÓN DE PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA

RESUELVE:

1. Aprobar el informe final presentado por el Departamento de Economía de Facultad de Ciencias Sociales.
2. Disponer el desglose de la información presentada por los supermercados y los proveedores.
3. Continuar con las investigaciones acerca de la relación entre proveedores y minoristas.
4. Comuníquese, etc.

Dra. Natalia Jul

Ec. Luciana Macedo

Dr. Javier Gomensoro