

FACTORES QUE DETERMINAN EL PODER Y COMPETENCIA DE MERCADO AGROINDUSTRIAL EN EL ECUADOR

FACTORS THAT DETERMINE THE POWER AND COMPETITION OF THE AGRO-INDUSTRIAL MARKET IN ECUADOR

Gloria Amanda Flores Chamba¹, Jair Alejandro Peñaherrera Murillo²

{gloria.flores@esPOCH.edu.ec¹, jair.peniaherrera@esPOCH.edu.ec²}

Fecha de recepción: 30 de julio de 2022 / Fecha de aceptación: 24 de agosto de 2022 / Fecha de publicación: 29 de diciembre de 2022

RESUMEN: El objetivo de este estudio fue analizar y describir los factores que determinan el poder y competencia de mercado agroindustrial en el Ecuador, tomando como guía la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado en la cual se busca garantizar una competencia justa entre empresas evitando así el abuso del poder del mercado estableciendo reglas claras y transparentes para que de esta manera exista una competencia justa y así mermar las prácticas desleales. Además, con la implementación de esta ley de Regulación y Control del Poder se busca proteger a los consumidores que también forman parte importante de la economía y a los pequeños y medianos productores, de los abusos de la alta concentración económica y las prácticas monopólicas. Mediante la obtención de los datos obtenidos se pudo establecer una comparativa mediante varios autores de diversas publicaciones de revista donde se puede destacar del equilibrio de la competencia que se tendría que dar para que exista una amplia gama de productos destacados, sobre todo para que el poder que existe en el mercado no explote demasiado a pequeños y grandes productores que se abastecen con pequeños recursos y sus productos que salen desde sus propiedades. Para ello se recopiló información en relación con la economía y la agroindustria mediante una revisión de bibliografía extensa, tomando en cuenta los 3 principales factores del poder de competencia siendo: barreras a la entrada, diferenciación y economías de escala. Estas barreras son todas aquellas vallas que complican o impiden que nuevos competidores participen en una industria.

Palabras clave: *poder de mercado, competencia de mercado, agroindustria, competencia, Ley Orgánica.*

ABSTRACT: The objective of this study was to analyze and describe the factors that determine the power and competition of the agro-industrial market in Ecuador, taking as a guide the Organic Law of Regulation and Control of Market Power, which seeks to guarantee fair competition between companies, thus avoiding the abuse of market power by

¹ Escuela superior politécnica de Chimborazo; Facultad de Ciencias Pecuarias; Carrera de Agroindustria: Riobamba, Ecuador, ORCID: 0000-0003-1758-9563.

² Escuela superior politécnica de Chimborazo; Facultad de Ciencias Pecuarias; Carrera de Agroindustria: Riobamba, Ecuador, ORCID: 0000-0002-8984-4749.

establishing clear and transparent rules so that there is fair competition and thus reduce unfair practices. In addition, with the implementation of this Law of Regulation and Control of Power, it is sought to protect consumers who are also an important part of the economy and small and medium producers, from the abuses of high economic concentration and monopolistic practices. For this, information was collected in relation to the economy and agribusiness through an extensive literature review, taking into account the 3 main factors of competitive power: barriers to entry, differentiation and economies of scale. These barriers are all those fences that complicate or prevent new competitors from participating in an industry.

Keywords: market power, market competition, agribusiness, competition, Organic Law.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de agroindustrias competitivas es crucial ya que de esta manera se genera oportunidades de empleo y de ingresos. Además, contribuye a mejorar la calidad de los productos agrícolas y la demanda de estos. Como potencial de la agroindustria, se genera empleos para la población rural, en actividades agrícolas, explotación como manipulación, envasado, procesamiento, transporte y comercialización de productos alimentarios y agrícolas (1).

El sector agroindustrial forma parte importante del proceso de desarrollo en una economía debido a que aprovecha la abundancia productiva primaria, transformando este tipo de productos en bienes dándoles un mayor valor agregado, generando ventajas comerciales a sus predecesores productivos. El desarrollo de la Agroindustria y de los factores que afectan la competitividad de los productos agroindustriales recibió desde hace ya algunos años particular atención, lo que marcó la existencia de un problema de interés científico y de gran significación práctica, que fue abordado, tanto en el marco de los países latinoamericanos. Existe una tendencia hacia dietas en las que se incluyen una mayor cantidad de alimentos de origen animal, como es el pescado, carne y productos lácteos, aumentando a su vez la demanda de cereales para pienso (2).

En los productos agrícolas se está dando un uso creciente, principalmente en granos y cultivos oleaginosos, usada como materia prima para la producción de bioenergía. Los sistemas agrícolas a nivel global y, por lo tanto, los precios de productos agrícolas se vuelven cada vez más inestables, lo que representa un escenario muy difícil para la inversión y la toma de decisiones. En Ecuador La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de proteger a los consumidores, a los empresarios, pero sobre todo a los pequeños y medianos productores, de los abusos derivados de la alta concentración económica y las prácticas monopólicas. Estas consideraciones provienen de un análisis de la literatura existente como base para especificar los objetivos de esta investigación, incluyendo realizar una investigación bibliográfica para identificar lagunas. Presencia en la literatura profesional sobre análisis de factores influyentes debe tenerse en cuenta la competitividad de los productos de investigación agricultura.

MATERIALES Y MÉTODOS

Entendemos por investigación bibliográfica a la etapa de la investigación científica donde se explora la producción de la comunidad académica sobre un tema determinado. Mediante una investigación bibliográfica se logró identificar la información necesaria para obtener la información de la presente investigación se basó en fuentes bibliográficas con herramientas informáticas como Google académico, artículos científicos sitios web y revistas. La información se seleccionó con base en el cumplimiento de criterios con contenido científico: artículos en español en revistas indexadas, sitios web de alto impacto asociados con la economía. Existe información muy valiosa a pesar de ser antigua que la consideramos una base de raíz para muchas investigaciones.

RESULTADOS

- **Regulación del poder de mercado**

La Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado entró en vigor en Ecuador en octubre de 2011 con el fin de combatir las prácticas anticompetitivas en el sector empresarial ecuatoriano (3).

El Poder de Mercado es el que incide en el comportamiento del mercado con la capacidad que pueda tener un operador económico siendo estos; empresas, industrias, etc. La ley garantiza que las reglas sean claras y transparentes de las empresas para que de esta manera compitan en condiciones justas y no se dé por prácticas desleales (4).

El desarrollo de la Agroindustria es una necesidad que se aborda en muchos países como una alternativa imprescindible que ayuda a generar empleo. Ello conlleva como requisito indispensable la necesidad de mejorar la calidad de los productos agrícolas para poder enfrentar los retos de un desarrollo sostenible (5).

El abuso del poder del mercado o abuso de posición de dominio según la legislación es el supuesto en que los operadores económicos al amparo de su poder de mercado restrinjan, falseen, impidan o distorsionen la competencia afectando la eficiencia económica o el bienestar general (6).

Tabla 1. Ley en abril de 2012, varios sectores de la economía ecuatoriana presentaban altos niveles de concentración de ventas en una o dos empresas.

Sector	Concentración de ventas
Elaboración de productos lácteos	61% en 5 empresas
Fabricación de productos textiles	39% en 436 empresas
Elaboración de bebidas alcohólicas	61% en 9 empresas
Elaboración de productos de molinería	39% en 1493 empresas
Fabricación de productos de higiene	81% en 1 empresa
Elaboración de pastas (fideos, macarrones)	19% en 155 empresas
Fabricación de productos de plástico	71% en 5 empresas
Elaboración de aceite	29% en 335 empresas
	76% en 2 empresas
	24% en 88 empresas
	54% en 2 empresas
	46% en 26 empresas
	50% en 11 empresas
	50% en 373 empresas
	58% en 1 empresa
	42% en 13 empresas

Fuente: (3)

En el caso de los operadores económicos exhibirán posición de dominio cuando, tengan la capacidad de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado (7).

El análisis de las participaciones de mercado no es la única forma usual que puede llegar a determinar que un operador económico ostente la existencia de poder de mercado. Se puede exhibir su poder de mercado aun con participaciones de mercado no elevadas, esto con dependencia al entorno competitivo del mercado, pueden variar sustancialmente según su jurisdicción geográfica de una a otra (8).

Siguiendo el desarrollo investigativo , (9) señalaron la que puede denominarse lógica agro-industrial que define lo rural como un espacio de producción intensiva y hace énfasis en la racionalización de la producción como vía para poder acceder a los mercados globales. Más recientemente las tendencias del desarrollo cooperativo han sido objeto de investigaciones.

- **Factores del poder del mercado**

Barreras a la entrada: Es difícil para nuevas empresas entrar a competir en el mercado.

Diferenciación: Los productos que ofrecen las empresas son distintos a ojos del consumidor.

Economías de escala: El costo de producción cae a medida que aumenta la cantidad producida.

- **Fuentes de poder de mercado: barreras de entrada**

Las barreras de entrada son todas aquellas dificultades que genera una complicación o impedimento para los nuevos competidores de una industria. (10) También se los identifica como varios obstáculos que una empresa puede identificar al momento en el cual pretenda competir en la compra-venta de un bien o servicio (11).

Estas barreras están relacionadas con distintos puntos que son importantes. Estas barreras están relacionadas con distintos puntos que son importantes, entre los cuales se puede tener el tamaño del sector, los canales de distribución, la preparación que necesita el personal que va a ser contratado (10).

Las barreras de entrada son las limitaciones que un sector o industria tiene para que un nuevo competidor acceda a él. Éstas pueden derivar del propio sector en el que se quiera operar o de las circunstancias del mercado, independientemente del sector de que se trate (12).

La naturaleza del sector en el que operemos genera una serie de barreras intrínsecas al propio sector.

A la hora de abrir un nuevo negocio, necesitaremos incurrir en ciertos costes de puesta en marcha, así como inversiones en capital o CAPEX. Según qué sector se trate, podemos encontrarnos con algunos escenarios en los que estos costes iniciales serán muy importantes. Es complicado para un nuevo competidor externo al mercado empezar a operar si no tiene un plan de negocio con el que espere poder recuperar pronto estos gastos iniciales e inversiones en capital (13).

Los pequeños agricultores no tienen muchas posibilidades de invertir ya que no tienen grandes ganancias, además que estas suelen repartirse entre los socios antes que constituir fondos comunes sustanciales para reinvertir, por lo cual solo logran montar plantas de empaquetamiento o de transformación mínima gracias a apoyos de ONG internacionales, del gobierno regional o incluso de fondos de países extranjeros.

Los pequeños productores tienen dificultades para implementar la alta tecnología que se requiere para la agroindustria, pues no cuentan con los recursos económicos – capitales y créditos– que las grandes empresas sí poseen o que cuentan con mayores facilidades de acceso (14). Por último, serán también importantes las barreras de cambio por parte del proveedor hacia los clientes, al producir en ellos una sensación de alta dificultad de cambio de proveedor.

- **Economías a escala**

La economía de escala se identifica como el coste beneficio que una empresa puede obtener de sus operaciones, esto se ve reflejado en el coste por unidad de producción cuando disminuye al aumentar la escala.

Para esto se pueden identificar factores técnicos, estadísticos, organizativos o los que están relacionados con el grado de control del mercado. Cuando los costes promedio comienzan a disminuir con el crecimiento de la producción surgen economías de escala. Las economías de escala se pueden aplicar en diferentes situaciones de organización (15).

Algunas economías de escala tienen una base técnica que está relacionada con los costes de capital para un equipo de producción y las pérdidas que se generan por desgaste en el transporte, así como en el equipo industrial. La capacidad para comprar insumos con un coste unitario más bajo si compran en grandes cantidades también se considera economía de escala (16).

- **Diferenciación**

La agricultura y por lo tanto las agroindustrias son las principales fuentes generadoras de alimentos, ingreso y empleo. La agroindustria se enfoca a la transformación de la materia prima, este sector es el responsable de los procesos de producción, transformación y comercialización de productos primarios, añadiendo valor y dirigiendo sus esfuerzos hacia el mercado (17). El valor agregado en las agroindustrias se muestra de manera tangible a través de los empaques, embalajes, conservación, almacenaje, transporte y disponibilidad de productos procesados (18).

La revisión realizada reveló que el desarrollo rural y los factores que deben tomarse en cuenta para potenciar las empresas agroindustriales es un problema actual, con todo un conjunto de interrogantes aún abiertas, en relación con cuáles son los factores que inciden en la gestión productiva y por ende en la competitividad de los productos agroindustriales. Se reveló igualmente la complejidad del desarrollo rural, la necesaria gestión social que ello implica, así como la importancia de poder analizar los factores que condicionan la competitividad de estos. Las investigaciones reportadas indicaron que tampoco resulta simple extrapolar los resultados de otros países a las condiciones actuales de América Latina, así como la necesidad de poder considerar tanto los productos agrícolas convencionales, como no convencionales (19).

DISCUSIÓN

Según (20) analizaron factores internos como los recursos humanos y otros de carácter contextual que condicionan las posibilidades de exportación para el caso de este tipo de productos agrícolas, en pequeñas y medianas empresas. El resultado de esta contribución indicó que son más exitosas las pequeñas empresas en las que el gerente tienen educación universitaria y experiencia en exportación de productos. Este estudio sugirió que el capital

humano y social esta positivamente relacionado con el desempeño de la empresa agrícola. El postulado propuesto por (21) en estos trabajos, aunque no se establece un modelo estructural, su valor radica en que se plantearon posibles variables para el análisis estructural de lo que denominan mega tendencias y que se definieron por estos autores en cuatro categorías: demográficas, comerciales, tecnológicas y ambientales.

Para (22) esto solo es posible en la medida que se generan alianzas estratégicas con el capital financiero; este proviene de manera especial del sistema financiero e implica prestamos o inversiones directas para poder desarrollar un determinado proceso de producción, además de la importante participación de capital extranjero. El abuso de poder de mercado o el abuso de posición dominante en el mercado previsto en la legislación se refiere al comportamiento de los operadores económicos para restringir, falsificar, impedir o distorsionar la competencia al amparo del poder de mercado y afectar la eficiencia económica o el bienestar público.

Haciendo una comparación con (23) si bien es probable que la expansión de la demanda interna para productos alimentarios de mayor valor sea cada vez más un catalizador de los procesos de agro industrialización, la capacidad de los países en desarrollo para abastecer a los mercados globales seguirá siendo un tema clave. Es más, desde hace mucho se sostiene la idea de que una estrategia viable para los países en desarrollo hacia la industrialización es el procesamiento de productos básicos, cosa que ya han comenzado a hacer la mayoría de estos países.

CONCLUSIONES

De tal como se pudo analizar surge igualmente la interrogante en relación con si estos factores son diferentes para el caso de los denominados productos agrícolas tradicionales, con una mayor experiencia exportadora y los no tradicionales que están aún abriéndose a un mercado internacional. El poder de mercado de la agroindustria esta de la mano de la ley organiza de regulación y control de este poder, que esta protege a los empresarios sobre todo a los pequeños y medianos productores de los abusos de la alta concentración económicas monopólicas que existen en el mercado.

Las agroindustrias juntamente con el poder de mercado presentan factores como las barreras de entrada, la diferenciación de los productos, y la economía a escala. Las cuales generan una dificultad al momento de querer ingresar un producto nuevo al mercado, lo que ocasiona una ligera inestabilidad en las empresas por lo cual el apoyarse en una ley es indispensable para el mejor funcionamiento del sistema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. FAO. FAO. [Online].; 2013. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://www.fao.org/3/i3125s/i3125s.pdf>.
2. FAO. FAO. [Online].; 2007. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://www.fao.org/3/ca6640es/CA6640ES.pdf>.
3. Llorente. D+i. [Online].; 2013. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: https://ideas.llorenteycuenca.com/publico/131002_dmasi_Articulo_Ecuador_regulacion_mercado.pdf.
4. Maudos J, Perez F. Uv.es. [Online].; 2016. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://www.uv.es/perezgar/publicaciones/monedaycredito03.pdf>.
5. Da Silva C, Baker Doyle , Shepherd A, Chakib , Miranda Da Cruz S. Agroindustrias para el Desarrollo. Informativo. Roma: FAO.32.
6. SCPM. Superintendencia de Control del Poder del Mercado. [Online].; 2019. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/01/LORCPM-2019.pdf>.
7. SCPM. Superintendencia de Control del Poder de Mercado. [Online].; S.f. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://www.scpm.gob.ec/sitio/abuso-de-poder-de-mercado/>.
8. Cruz II. “ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO Y SUS EFECTOS DEL PODER DE MERCADO DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES EN EL ECUADOR. CASOS PRÁCTICOS: CLARO Y COCA-COLA”. Dspace. 2015;(8-59).
9. Mardens , Banks J, Bristow G. Environment and Planning A: Economy and Space. Sage Journals. 2002;(10).
10. Sanchez Galan J. Economipedia. [Online].; 2015. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible

- en: <https://economipedia.com/definiciones/barreras-de-entrada.html>.
11. CeCo. Centro Competencia. [Online]; 2013. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://centrocompetencia.com/poder-de-mercado/>.
 12. Fabra N, Fabra J. ICE. [Online].; 2009. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: http://nfabra.uc3m.es/wp-content/docs/CICE_79_2C8FE850E987F8791F634EE26F0862B9.pdf.
 13. Prado Zambrano JA. "Estrategias de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado para fomentar el Comercio Justo en el Ecuador periodo. Bitstream. 2018;(9-48).
 14. Coello Montecel D. ¿Poder de Mercado o Eficiencia?: Determinantes de la Rentabilidad del Sector Manufacturero Ecuatoriano Durante el Período Post Dolarización. Informativo. Guayaquil: ESPOL.
 15. Perez Medina E. Las economías de escala como abuso de poder de mercado. Bitstream. 2013;(69-84).
 16. Finacoteca. Finacoteca. [Online]; S.f. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://finacoteca.com/barreras-de-entrada-y-salida/>.
 17. Parada Bayas A. ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS REGULACIONES LOCALES DE CONTROL DEL PODER DE MERCADO ECUATORIANO SOBRE LAS ALIANZAS COMERCIALES DE UNA MULTINACIONAL CON SUS CLIENTES. Bistream. 2015;(65-93).
 18. Jauregui A. Gestipolis. [Online]; 2001. Acceso 26 de Mayo de 2022. Disponible en: <https://www.gestipolis.com/marketing-agroindustrial/>.
 19. Diaz Cueva J, Mora Sanchez NV. Análisis de los factores a tomar en cuenta para el estudio de la competitividad de los productos agrícolas. Dialnet. 2016;(3).
 20. Abban R, Aheto J. Connecting the dots: A multiple case study of the network relationships of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the non-traditional agricultural export (NTAE) sector of Ghana. Emerald. 2013;(07).

21. Barrera Rodriguez AI, Baca del Moral J, Santoyo Cortes H, Reyes Altamirano J. PROPUESTA METODOLOGICA PARA ANALIZAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS REDES AGROINDUSTRIALES. Redalyc. 2013; 2
22. CLACSO. AGROINDUSTRIA Y CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD DE LA TIERRA. En Ecuatorianos IdE, editor. AGROINDUSTRIA Y CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD DE LA TIERRA. Quito: Observatorio del Cambio Rural; 2013. p. 2-24.
23. Díaz Bonilla , Reza L. Trade and agroindustrialization in developing countries: trends and policy impacts. ScienceDirect. 2000; 23(219-229).