

FACTORES QUE DETERMINAN EL PODER DE MERCADO AGROINDUSTRIAL EN EL ECUADOR.

FACTORS THAT DETERMINE THE POWER OF THE AGROINDUSTRIAL MARKET IN ECUADOR.

María. Fiallos¹, Cinthya. García², Laura. Valle³

{maria.fiallos@esPOCH.edu.ec¹, cinthya.garcia@esPOCH.edu.ec², laura.valle@esPOCH.edu.ec³}

Fecha de recepción: 17 de diciembre de 2019 / Fecha de aceptación: 16 de febrero de 2020 / Fecha de publicación: 17 de junio de 2020

Resumen: En el presente artículo se analizó y describió los factores que determinan el poder de mercado agroindustrial en el Ecuador, tomando como guía la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado conjuntamente con el artículo 1 y 9 en el cual hacen mención al poder del 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 disminuir las prácticas desleales. Además, con la implementación de esta ley de Regulación y Control del Poder se busca proteger a los pequeños 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. Para ello se recopiló información con relación a 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: competencia, Ley Orgánica, economía, barreras, productores.

Abstract: The objective of this study was to analyze and describe the factors that determine the power of the agroindustrial 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 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, agribusiness, competition, Organic Law, economy, barriers, producers.

¹Estudiante de la Facultad de Ciencias Pecuarias. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Chimborazo, Ecuador, +593-0969037655, 0000-0001-8083-1637.

²Estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Chimborazo, Ecuador.

³Estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Chimborazo, Ecuador.

INTRODUCCIÓN

Según la FAO (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. En base a los productos agrícolas la demanda de los alimentos está sufriendo diversos cambios sin precedentes. Dado con diferentes factores como son el aumento del ingreso per cápita, de la urbanización y del número de mujeres trabajadoras, en las materias primas de alto valor, de productos procesados y de alimentos preparados ha incrementado la demanda. 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. Mediante el comercio internacional y las comunicaciones se ha dado cambios acelerados en la demanda, lo que direcciona a la convergencia de patrones dietéticos y un mayor interés en comidas étnicas de lugares geográficos específicos. De acuerdo con las perspectivas de un crecimiento constante en la demanda de alimentos y de productos agrícolas con un valor añadido generan una mayor atención al desarrollo de las agroindustrias en un contexto de crecimiento económico, estrategias y seguridad en los alimentos para terminar con la pobreza. 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, el objetivo de esta investigación que consistió en realizar una investigación de tipo bibliográfico que permitiera detectar los vacíos existente en la literatura especializada, en relación con el análisis de los factores que deben tomarse en cuenta para determinar el poder de mercado agroindustrial en el Ecuador (3).

MATERIALES Y MÉTODOS

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, utilizando palabras clave: ``poder de mercado``, ``agroindustria``, ``competencia``, ``Ley Orgánica``. Para la selección de información 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. 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 Artículo 35 de la Ley define a las atribuciones de la Junta de Regulación “exclusivamente en el marco de los deberes del Ejecutivo, conforme dicta la Constitución”. “Esta ley nunca va a afectar a aquellos empresarios honestos, sino a aquellos que han tenido prácticas abusivas de mercado”, indicó el titular de la SENPLADES, al tiempo que subrayó que la ley beneficiará a los consumidores, ya que el control de los abusos trae como resultado mejores precios, mayor calidad, mejores servicios al cliente y alternativas de selección (5).

Entre los beneficios de esta nueva normativa también está el fortalecimiento de la inversión extranjera, en la medida en que existirán reglas claras para competir. “En pocos años vamos a ver los resultados de cómo esta Ley producirá un efecto positivo en la economía, porque la inversión extranjera directa va a verse protegida por este marco legal” (5) Por otra parte, la ministra coordinadora de la Política Económica, Katuska King, resaltó que con el cuerpo legal los niveles de inflación disminuirán por efectos de reducción del precio de los productos y de la separación de la banca comercial de la de inversión. Ello ayudará a que exista más y mejores niveles de competencia.

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). 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).

Factores del poder del mercado: barreras a la entrada: son todas aquellas dificultades que genera una complicación o impedimento para los nuevos competidores de una industria (9). También se los identifica como varios obstáculos que una empresa puede identificar al momento en el cual pretenda competir en la compraventa de un bien o servicio (10), y se encuentran relacionadas con distintos puntos, 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 (9). 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 (11) menciona que la naturaleza del sector en el que operemos genera una serie de barreras intrínsecas al propio sector.

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 (12). 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 re-invertir, 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 (13).

Diferenciación: los productos que ofrecen las empresas son distintos a ojos del consumidor. La agricultura y por lo tanto las agroindustrias son las principales fuentes generadoras de alimentos, ingreso y empleo, 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. 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 (14).

Economías de escala: El costo de producción cae a medida que aumenta la cantidad producida, 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, en el cual 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).

Tenemos como resultados que la miel de abejas normalmente tiene un buen sabor y es utilizado principalmente como endulzante, pero el mayor beneficio de la miel se encuentra en sus propiedades antibacteriales, antiinflamatorias, antisépticas y calmantes. También brinda numerosos beneficios es considerado un reconstituyente cerebral, porque es rica en hierro, sodio y ácido fosfórico, fortalece el sistema inmunológico y alivia ciertas enfermedades como gripe, tos y catarros.

DISCUSIÓN

El art. 1. menciona que el objetivo de esta ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los

consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible (17). El poder de mercado es la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado.

Según el Art. 9.- Abuso de Poder de Mercado: se produce abuso de poder de mercado cuando uno o varios operadores económicos, sobre la base de su poder de mercado, por cualquier medio, impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general. En particular, las conductas que constituyen abuso de poder de mercado son (17). Las conductas de uno o varios operadores económicos que les permitan afectar, efectiva o potencialmente, la participación de otros competidores y la capacidad de entrada o expansión de estos últimos en un mercado relevante, a través de cualquier medio ajeno a su propia competitividad o eficiencia, la fijación de precios predatorios, a alteración injustificada de los niveles de producción, del mercado o del desarrollo técnico o tecnológico que afecten negativamente a los operadores económicos o a los consumidores, la discriminación injustificada de precios, condiciones o modalidades de fijación de precios, la venta condicionada y la venta atada, injustificadas, la subordinación de actos, acuerdos o contratos a la aceptación de obligaciones, prestaciones suplementarias o condicionadas que, por su naturaleza o arreglo al uso comercial, no guarden relación con el objeto de los mismos (17).

CONCLUSIONES

En el presente escrito se logró conocer el poder de mercado de la agroindustria esta de la mano de la ley organiza de regulación y control de este, debido a 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 con esto tratando que toda la empresa tenga una actuación en el mercado comercial sin embargo las empresas grandes siguen ocupando el mayor porcentaje en ventas, debido a que ya poseen sus lugares y puestos de empleo, además de eso cuentan con un capital y la tecnología adecuada para poder desarrollarse de una manera adecuada brindando productos de calidad y supliendo las necesidades de los consumidores.

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. Las barreras de entrada a la agroindustria son muy altas para los pequeños productores, por lo cual ellos se autoexcluyen o son excluidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. FAO. Agroindustrias para el desarrollo. Obtenido de PDF. [Online].; 2013. Disponible en: HYPERLINK " https://www.fao.org/3/i3125s/i3125s.pdf".
https://www.fao.org/3/i3125s/i3125s.pdf.
2. FAO. Índice de precios de los alimentos de la FAO. [Online].; Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de PDF: https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/es/"
3. Castro S. Multicriteria evaluation model for organizational performance management applied to the polo fruit exported of the sao fransisco valley. Obtenido de Computers and Electronics inAgriculture. [Online].; 2015. Disponible en: HYPERLINK "http://dx.doi.org/10.1016" http://dx.doi.org/10.1016.
4. Maudos J, Pérez F. Competencia versus poder de mercado en la banca española. [Online].; 2002. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de https://www.uv.es/perezgar/publicaciones/monedaycredito03.pdf"
5. SENPLADES. Ecuador ya cuenta con una Ley de Regulación del Poder de Mercado. Obtenido de PDF. [Online].; 2014. Disponible en: HYPERLINK "https://www.planificacion.gob.ec/ecuador-ya-cuenta-con-una-ley-de-regulacion-del-poder-de-mercado/"
6. SCPM. LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO. [Online].; 2011. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/01/LORCPM-2019.pdf"
7. Mercado SdCd. Abuso de Poder de Mercado. [Online].; 2017. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de PDF: https://www.scpm.gob.ec/sitio/abuso-de-poder-de-mercado/"
8. Cruz M, Irwin I. ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO Y SUS EFECTOS DEL PODER DE MERCADO DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES EN EL ECUADOR. [Online].; 2015. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18992/1/TESIS%20PODER%20DE%20MERCADO.pdf"
9. Sánchez J. Economipedia. [Online].; 2015. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/barreras-de-entrada.html"
10. Infante J. Poder de Mercado. Obtenido de Jordán, Fausto, "Reforma agraria en el Ecuador", en Proceso agrario en Bolivia. [Online].; 2017. Disponible en: HYPERLINK https://centrocompetencia.com/poder-de-mercado/.
11. Fabra N. Competencia y poder de mercado en los mercados eléctricos. [Online].; 2009. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de http://nfabra.uc3m.es/wp-content/docs/CICE_79__2C8FE850E987F8791F634EE26F0862B9.pdf"
12. Prado J. Estrategias de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado para fomentar el Comercio Justo en el Ecuador periodo 2012-2017. [Online].; 2018. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34421/1/PRADO%20ZAMBRANO.pdf"

13. Coello D. ¿Poder de Mercado o Eficiencia?: Determinantes de la Rentabilidad del Sector Manufacturero Ecuatoriano Durante el Período Post Dolarización (Market Power of ¿Poder de Mercado o Eficiencia?: Determinantes Rentabilidad del Sector Manufa.
14. administraivas HdCE. El Marketing de la Agroindustria. [Online].; 2012. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de El Marketing de la agroindustria file:///C:/Users/Orve/Downloads/312-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1064-1-10-20140905.pdf"
15. Pérez E. Las economías de escala como abuso de poder de mercado. Quito: Editorial Jurídica. Quito: Editorial Jurídica.
16. Finacoteca. [Online].; 2017. Disponible en: HYPERLINK "Obtenido de https://finacoteca.com/barreras-de-entrada-y-salida/"
17. LORCPM. LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO. Scielo. 2011; Capítulo I, 12-17.