

Versión Pública

**Tema: ESTUDIO DEL SECTOR ALIMENTOS Y ETIQUETADO
DE SUS PRODUCTOS**

Fecha de elaboración: Octubre 2013

Dirección Nacional de Estudios de Mercado

Intendencia de Abogacía de la Competencia

En conformidad con el Art. 2, del reglamento para la aplicación de Ley Orgánica de Control del Poder de Mercado, el cual textualmente indica:

“Art 2. Publicidad.- Las opiniones, lineamientos, guías, criterios técnicos y estudios de mercado de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, se publicarán en su página electrónica y podrán ser difundidos y compilados en cualquier otro medio, salvo por la información que tenga el carácter de reservada o confidencial de conformidad con la Constitución y la ley.

Las publicaciones a las que se refiere el presente artículo y la Disposición General Tercera de la Ley, se efectuarán sin incluir, en cada caso, los aspectos reservados y confidenciales de su contenido, con el fin de garantizar el derecho constitucional a la protección de la información.”

A continuación se presenta la versión pública del Estudio de Mercado del sector de Alimentos y Etiquetado de sus Productos, desarrollada por la Dirección Nacional de Estudios de Mercado, de la Intendencia de Abogacía de la Competencia.

Contenido

1. ANTECEDENTES	4
2. INTRODUCCIÓN	4
3. OBJETIVOS	5
3.1. Objetivos específicos:	6
4. MARCO LEGAL	6
5. SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	9
5.1 Principales operadores del sector	9

1. ANTECEDENTES.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado –SCPM- fue creada mediante el Art. 36 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), mismo que expone que esta Superintendencia es un organismo técnico de control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa, misma que pertenece a la Función de Transparencia y Control Social. Dentro de los órganos que la conforman se encuentra la Intendencia de Abogacía de la Competencia (IAC).

De acuerdo a lo establecido en el Art. 38, numeral 1 de la LORCPM, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, a través de sus órganos ejercerá la atribución de: “1. Realizar los estudios e investigaciones de mercado que considere pertinentes. Para ello podrá requerir a los particulares y autoridades públicas la documentación y colaboración de esta Ley.”

En el numeral 26 ibídem, se establece la facultad de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado para apoyar y asesorar a las autoridades de la administración pública a fin de que promuevan y defiendan la libre competencia entre los operadores que intervienen en los diferentes sectores del mercado.

En ese sentido, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado conforme a las atribuciones mencionadas anteriormente, desde el mes de septiembre de 2013 a través de la Intendencia de Abogacía de la Competencia ha desarrollado un informe ejecutivo referente al sector de alimentos y el cumplimiento de los operadores económicos sobre las normas vigentes al etiquetado de los productos de este sector en el Ecuador.

2. INTRODUCCIÓN

El consumo de alimentos es de carácter masivo y la industria dedicada a la elaboración de los mismos tiene una particular relevancia dentro de la producción y desempeño económico nacional. Según información del INEC para el año 2012, el 36,9% de los establecimientos del país (en total 184.498 de 500.217 establecimientos económicos hasta agosto de 2012), se dedican a todo lo relacionado a alimentos y bebidas. De éstos, un 5,4% está relacionado con la elaboración de productos alimenticios, un 68,4% se dedica al comercio al por mayor y menor; un 26,2% realiza actividades relacionadas a servicios de alimentos y bebidas.

La elaboración de productos correspondientes a alimentos y bebidas representa el 7,7% del Valor Agregado Bruto dentro del Producto Interno Bruto (PIB). Además, representa el 54.5% del sector manufacturero, de acuerdo a las previsiones macroeconómicas del

año 2010.

Por otro lado, es importante indicar el alcance sobre la normativa que se discute sobre el etiquetado de los productos alimenticios. El objetivo de la normativa - la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor³, Ley Orgánica de Soberanía Alimentaria⁴, Norma Técnica INEN-1334-1:2011⁵, Norma Técnica emitida por la SCPM⁶ - que enmarca al sector se podría resumir en:

Infoeconomía, Publicación 1 (2012) “Análisis sectoriales”. Disponible en; www.ecuadorencifras.gob.ec fecha: Agosto de 2012.
[Consultado: 10-10-13]

2 Banco Central del Ecuador, “Previsiones Macroeconómicas 2011-2012”. www.bce.fin.ec. [Consultado: 10-10-13]

3 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 116 de fecha 10 de julio de 2000. Última modificación el 13 de octubre de 2011

4 Ley Orgánica de Soberanía Alimentaria publicada en el Suplemento de Registro Oficial No. 583 de fecha 05 de mayo de 2009. Última modificación el 27 de diciembre de 2010.

5 Norma Técnica INEN 1 334-1:2011 publicada en el Registro Oficial No. 481 de 30 de junio de 2011.

Controlar y regular el etiquetado de los alimentos procesados para garantizar el derecho constitucional de los consumidores a una información oportuna, clara, precisa y no engañosa sobre el contenido y las características de estos alimentos, lo que le permita la elección correcta para su adquisición.

En este sentido, el presente informe va enfocado en conocer de manera directa, la perspectiva de los productores, comercializadores y asociaciones gremiales, acerca de la normativa que rige al etiquetado de los productos alimenticios.

3. OBJETIVOS

El principal objetivo es conocer la estructura y dinámica del mercado del sector de alimentos y etiquetado de sus productos en el Ecuador.

3.1. Objetivos específicos:

- Recopilar información general sobre el sector de alimentos y etiquetado de sus productos en el Ecuador.
- Realizar una caracterización económica y jurídica aplicable al mercado de alimentos y etiquetado de sus productos en el Ecuador.
- Identificar los operadores económicos inmersos en el mercado de alimentos y etiquetado de sus productos en el Ecuador, así como las relaciones implicadas entre ellos.
- Identificar posibles prácticas anticompetitivas que pudieran causar distorsiones en el mercado de alimentos y etiquetado de sus productos en el Ecuador.

4. MARCO LEGAL

El Marco Legal del presente informe, recoge en primer lugar: disposiciones de la Constitución de la República del Ecuador, que hacen referencia al derecho de todos quienes vivimos en el país a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa, veraz y no engañosa sobre su contenido y características. Por otro lado, se revisa el objetivo de la política económica y comercial del Gobierno Central al evitar prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

En esa línea encontramos disposiciones en Ley de Defensa del Consumidor, en la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado y finalmente en el Reglamento INEN RTE 105. Estas normas en armonía con los principios y derechos garantizados en la Constitución buscan la implementación de un marco regulatorio que fomente un mercado libre de distorsiones, equitativo y con condiciones similares para todos sus operadores.

Finalmente, se analizará el marco normativo aplicable al sector importador y comercializador de Pilas de Zinc, objeto de análisis.

4.1. Constitución de la República del Ecuador (CRE)

La Constitución de la República del Ecuador, publicada en el Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008, en su artículo 52 expresa:

Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

El artículo 54 de la CRE, establece:

Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore...

La Constitución en el artículo 304 determina que dentro de sus objetivos de política comercial se encuentra el de: "...6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados".

La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 66 numerales 15 y 25 reconoce y garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas conforme a principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental; así como el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia y eficacia.

El artículo 336 de la Constitución menciona: "El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley."

4.2. Ley Orgánica del Consumidor (LOC)

El artículo 4 de la Ley Orgánica del Consumidor, publicada en el Registro Oficial 116, de 10 de julio de 2000, última reforma: 16 de enero de 2015, referente a los derechos del consumidor establece que son, entre otros:

"1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los

servicios básicos;

2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;

3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;

5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

...8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes (...)"

4.3. Ley Orgánica del Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM)

La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado en su artículo 2 determina su ámbito de la siguiente manera: “Están sometidos a las disposiciones de la presente Ley todos los operadores económicos, sean personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales y extranjeras, con o sin fines de lucro, que actual o potencialmente realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio nacional, así como los gremios que las agrupen, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos produzcan o puedan producir efectos perjudiciales en el mercado nacional. Las conductas o actuaciones en que incurriere un operador económico serán imputables a él y al operador que lo controla, cuando el comportamiento del primero ha sido determinado por el segundo.(...)”

A su vez, la LORCPM en su artículo 36 crea la Superintendencia de Control de Poder de Mercado: “como un organismo técnico de control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa; la que contará con amplias atribuciones para hacer cumplir a los operadores económicos de los sectores público, privado y de la economía popular y solidaria todo lo dispuesto en la presente Ley....”

Para el cumplimiento de lo establecido en el citado artículo, el Superintendente de Control del Poder de Mercado, mediante Resolución No. SCPM-DS-2012-001, publicada en el Registro Oficial Edición Especial No. 345 de fecha 04 de octubre de 2012, expidió el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, el cual otorga la atribución de “Promover el estudio y la investigación en materia de

competencia y la divulgación de los estudios de mercados; ...” a la Intendencia de Abogacía de la Competencia.

De esta manera, se asigna a la Intendencia de Abogacía de la Competencia la elaboración de un informe que permita determinar la situación de distintos sectores de la economía, con el objetivo de fomentar una competencia efectiva.

5. SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El sector de alimentos es muy amplio debido a que consta de muchos sub mercados, uno por cada producto alimenticio o conjunto de productos alimenticios, los cuales poseen diferentes cadenas de producción y comercialización. En general, se podría mencionar, que los eslabones de la cadena de producción de productos alimenticios son los siguientes: importación o producción, comercialización y distribución (sea hacia los grandes comercializadores supermercados aguas arriba o sea a los pequeños comercializadores aguas abajo).

5.1 Principales operadores del sector

1. La Fabríl
2. Nestlé
3. Procesadora Nacional de Alimentos C.A. – PRONACA
4. Kraft Foods Ecuador Cía. Ltda.
5. Alpina Productos Alimenticios Alpiecuador S.A.
6. Agripac S.A.
7. Unilever Andina Ecuador S.A.
8. Molinos Champion S.A. MOCHASA
9. Comercial Danesa CODAN Cía. Ltda.
10. Kellogg Ecuador
11. Corporación La Favorita C.A.
12. Mega Santa María S.A.
13. Tiendas Industriales Asociadas TIA S.A.
14. Corporación El Rosado S.A.
15. Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas ANFAB