



# Ficha de Mercado para la Industria Aceitera en Nicaragua

Marzo 2010.



compal



**PROGRAMA - COMPAL**

**Proyecto para Nicaragua**



**Instituto Nacional de Promoción de la Competencia  
PROCOMPETENCIA**

---

**Ficha De Mercado  
Industria Aceitera**

**Presentado por:**

**Estivalia Salgado**  
Consultor Junior 1

**Kersty Pineda**  
Consultor Junior 2

**Managua, 26 de Marzo de 2010**

# Índice

1. Antecedentes	4
2. Producción	5
2.1 Producción mundial y/o regional	5
2.2 Producción Nacional	5
2.2.1 Agentes económicos en el mercado nacional	5
2.2.2 Producción	6
2.2.3 Gremios y asociaciones	6
3. Comercialización	7
4. Comercio mundial y nacional	8
4.1.1 Exportaciones	8
4.1.2 Importaciones	9
5. Rivalidad y vínculos de poder	10
6. Información pública obtenida	10
7. Estrategia de investigación	10
8. Conclusiones	11
9. Recomendaciones	12
10. Bibliografía	13

## 1. ANTECEDENTES

La cadena de oleaginosas comprende productos tanto agrícolas como industriales, abarca desde la producción de materia prima agropecuaria hasta la obtención de los aceites y grasas refinadas. En Nicaragua se destacan en la producción de oleaginosas, el cultivo de la palma, la soya, el ajonjolí y el maní.

La industria aceitera muestra apta capacidad instalada, sin embargo esta subutilizada, generando pérdidas para el sector; en dicho sector se han manifestado señales claras de utilizar las semillas oleaginosas en su procesamiento, lo que se confirma por las millonarias inversiones realizadas.

Este sector industrial no es un mercado regulado, es de total apertura, es decir las regulaciones que observa en el diverso componente del marco regulatorio son puramente regulaciones tarifarias, de las que en su mayoría este sector está exento por ser un producto considerado sensible dentro de la canasta básica.

La protección brindada por el gobierno al dejar exento de impuesto la compra de insumos para la producción (aceite crudo) ha desmotivado a la industria a extraer aceite a base de granos, lo que genera en costos al sector, como es la pérdida de empleos y salida de divisas.<sup>1</sup>

En este mercado no existen sustitutos formales, como manteca o margarinas, debido a los hábitos de consumo, el sustituto es el producto similar proveniente de la región centroamericana, el que ha constituido una limitante al poder de mercado que la industria pueda ejercer.

La agroindustria nacional de aceites comestibles está conformada por cuatro empresas concentradas en el pacífico, clasificadas como medianas siendo estas<sup>2</sup>:

- Agroindustrial de Oleaginosas (AGROSA)
- E Chamorro y Cia. Ltda
- Aceitera de occidente
- Aceitera El Real

Todas estas empresas tienen capacidad instalada para la producción de aceite a partir del proceso de semillas oleaginosas.

---

<sup>1</sup> Estudio sobre el mercado de aceite y sus condiciones de competencia, Nicaragua 2005, pág.8

<sup>2</sup> Estudio sobre el mercado de aceite y sus condiciones de competencia, Nicaragua 2005, pág.29

## 2. PRODUCCIÓN

### 2.1. Producción mundial y/o regional

La demanda mundial de aceites comestibles y proteína animal es alta y creciente. La soya es un cultivo que proporciona tanto aceite comestible como alimento proteico para el ganado. Para satisfacer la demanda actual, impulsada principalmente por la alimentación de ganado.<sup>3</sup>

La producción mundial del ciclo 2006/07 de los 17 principales aceites y grasas comestibles sería inferior al consumo debido a la fuerte demanda de biocombustibles, lo que impulsaría alzas de precios, lo cual fue indicada por la publicación Oil World.<sup>4</sup>

El mercado mundial de aceite se encuentra en una situación crítica. La demanda mundial no está satisfecha dado que el consumo excede a la producción; el mercado mundial necesita que países como Argentina y Brasil aumenten su producción.<sup>5</sup>

### 2.2. Producción nacional

#### 2.2.1. Agentes económicos en el mercado nacional

En este mercado se encuentran 4 competidores medianos como anteriormente se indicaba: Agroindustrial de Oleaginosas (AGROSA), E Chamorro y Cia. Ltda, Aceitera de occidente y Aceitera El Real, existe una pequeña que es Aceitera Chilamatillo.

En el procesamiento de aceite de palma crudo se registran dos empresas: Rio escondido industrial S.A y Rio san Juan ubicadas en la región autónoma del atlántico sur (RAAS).

---

<sup>3</sup> Ver página web, <http://assets.panda.org/downloads/sojafinalspanich.pdf>, visitada el 22 de marzo del 2010.

<sup>4</sup> Ver página web, <http://www.biodieselspain.com/.../produccion-aceite-comestible-0607-inferior-a-consumo-oil-world/>, visitada el 22 de marzo de 2010.

<sup>5</sup> Ver página web, [www.biodiesel.com.ar/.../ElMercadodeAceitesenelnuevocontexto.pdf](http://www.biodiesel.com.ar/.../ElMercadodeAceitesenelnuevocontexto.pdf), visitada el 22 de marzo de 2010.

### 2.2.2. Producción

La producción de aceites y grasas en Nicaragua es de naturaleza eminentemente agropecuaria:

- Material Vegetal Oleaginoso: el ajonjolí, algodón, coco, maní, palma y soya.
- Material Animal, la componen manteca de cerdo.

Los métodos de obtención de las grasas y aceites son muy variados, comienzan con la extracción por trituramiento, fusión y mezcla de la materia prima originaria, los cuales dan como resultado una gama muy amplia de productos intermedios y finales, refinados y no refinados.

En el mercado nicaragüense la producción de aceite viene dado por los datos de producción de la industria nacional que se segregan en producción proveniente de importación en un porcentaje del 82% para el año 2004.

La producción nacional se obtiene principalmente en base a aceite en bruto importado, proceso que tiene un mínimo de valor agregado y que consiste en las operaciones de blanqueo, desodorizado y refinado.<sup>6</sup>

**Cuadro 1. Producción nacional de aceite comestible**

Producción Nacional de Aceite Comestible T.M					
	2000	2001	2002	2003	2004*
Concepto	CIFRAS EN T.M				
Produc. Nac (importado)	40,612.60	55,594.11	58,248.17	60,854.91	51,035.14
Producción Nac semillas	3,152.05	1,028.36	665.33	723.14	11,377.64
Total producción	43,764.65	56,622.47	58,913.50	61,578.05	62,412.78

Fuente: estudio sobre el mercado de aceite y sus condiciones de competencia, 2005

### 2.2.3. Gremios y asociaciones

Inexistente públicamente.

<sup>6</sup> Estudio sobre el mercado de aceite y sus condiciones de competencia, Nicaragua 2005, pág.44

### 3. COMERCIALIZACION

En el sector aceitero se ofrecen diferentes tipos de presentaciones del producto cuyo precio varía de acuerdo a los canales de comercialización y distribución, las presentaciones se pueden dividir en dos grandes segmentos:

- A. Segmento mayorista en los cuales es a través de bidón conteniendo 17 litros y barril de 55 galones.
- B. Segmento minorista a través de envase de ½ litro, de 1 litro, ½ galón y de 1 galón.

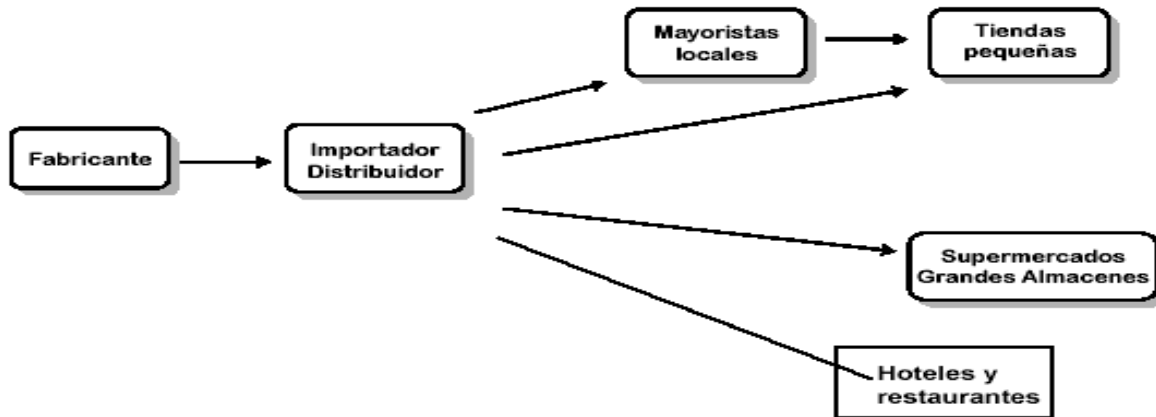
Con respecto a los canales de comercialización del aceite se realizan a través de agentes mayoristas, supermercados y rutas de comercialización, de las cuales solo dos empresas del sector realizan la comercialización a través de rutas, teniendo como ventaja dicha modalidad mayor contacto con el sector minorista y la posibilidad de reducción de los márgenes de comercialización, lo que da opción a tener un mayor número de clientes, minimizando el riesgo del crédito.

Los distribuidores locales y los agentes son los encargados de manejar las ventas de los productos importados, los cuales se encargan de vender a los minoristas para abastecer a la población en general a través de misceláneas, pulperías, kioscos de paradas, ventas ambulantes. Existen 3 cadenas de supermercados (Pali, La Unión y La Colonia) con varias sucursales en Managua, y pocas en las principales ciudades del país.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Estudio sobre el mercado de aceite y sus condiciones de competencia, Nicaragua 2005, pág.48

La distribución de aceite nacional e importado se rige de forma general por el siguiente esquema:



## 4. COMERCIO MUNDIAL Y NACIONAL

### 4.1 Exportaciones

En Nicaragua existen cinco cultivos principales a partir de los cuales se obtiene material vegetal oleaginoso: palma de aceite, soya, ajonjolí, maní y algodón.

El grano de soya presenta exportaciones hacia el mercado centroamericano (Guatemala), y Estados Unidos, por el orden 770qq.

El cultivo de la palma no registra exportaciones, debido a que las condiciones para su realización no han podido ser resueltas. La inversión extranjera del cultivo de palma tiene como meta la exportación hacia el mercado mexicano y se integrará con las filial que la empresas tiene en Costa Rica que incursiona en esta mercado además de aprovechar las ventajas del TLC que Nicaragua tiene con México.

Las exportaciones de ajonjolí se han dirigido hacia El Salvador, Honduras, Estados Unidos, Japón y la Unión Europea, siendo el único cultivo de semillas oleaginosas que realiza exportaciones hacia los mercados de Unión Europea, Estados Unidos y Japón a través de la Cooperativa de Productores del Campo.



**Cuadro 2. Exportaciones de aceites y grasas 2009-2010**

<b>Año</b>	<b>Producto</b>	<b>Peso bruto (Kg)</b>	<b>Valor Fob (US \$)</b>
2008	Aceites y grasas	14,845,034.15	20,362,441.51
2009	Aceites y grasas	17,426,419.59	15,102,332.59

Fuente: Cetrex

Esta información de exportaciones en la página de centro de trámites de las exportaciones se considera muy general, sin embargo en la página de la dirección general de aduanas se indica que el producto es Aceite comestible.

**Cuadro 3. Exportaciones de aceite comestible 2008**

<b>Año</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Fob US\$</b>	<b>Unidad de medida</b>
<b>2008</b>	Aceite Comestible	43,299.11	9,285.30

Fuente: DGA

## 4.2 Importaciones

**Cuadro 4. Importaciones de Aceite comestible 2008**

<b>Año</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Fob US\$</b>	<b>Unidad de medida</b>
<b>2008</b>	Aceite Comestible	91,013.15	67,640.55

Fuente: DGA

## 5. RIVALIDAD Y VINCULOS DE PODER

Se realizó un sondeo en los distintos supermercados acerca del precio del litro de aceite con el objetivo de identificar la rivalidad de precio de venta entre las distintas marcas de aceite que compiten en el mercado la Colonia, la Unión y el Pali y se llegó a la conclusión que los precios entre ellos no tienen mayor diferencia, es decir no hay mucha rivalidad ni competencia entre ellos.

## 6. INFORMACION PUBLICA OBTENIDA

### La prensa

1 de febrero de 2010, Precios empiezan a escalar

El aceite de cocinar que se vende a granel en los mercados subió unos 2 córdobas por litro.

### El Nuevo Diario

6 de Enero de 2010, Aceite subió de precio en los últimos días

El aceite, está registrando en los últimos 5 días, alzas por litro de hasta 3 y 4 córdobas

29 de Noviembre 2009, Por qué no bajan los precios de la canasta

Según monitoreo de precios realizada por el MIFIC varios alimentos registraron alzas que oscilan entre 0.34 y 31.47% entre ellos el aceite que subió 1.04%.

## 7. ESTRATEGIA DE INVESTIGACION

Diseño de una estrategia en el desarrollo de una investigación

### 1. ¿Qué es lo que se está tratando de probar?

- acuerdo de fijación de precio

## **2. ¿Quién puede brindar u ofrecer estos hechos?**

- Dueños de las aceiteras
- Gerentes generales
- Ex trabajadores de aceiteras

## **3. ¿Quiénes son los infractores potenciales de la denuncia?**

- Agentes económicos participantes en el acuerdo de fijación
- Personas naturales involucradas en la toma de decisión.

## **4. ¿En qué orden secuencial deberían de recibir sus declaraciones?**

Como ya se ha realizado una investigación de este mercado del aceite:

- Pagina web.
- Medios de comunicación de mayor circulación (diario la Prensa y el Nuevo Diario).
- Estudios de este sector por parte del MIFIC.
- Información documental basada en políticas de competencia.

Se plantea seguir recolectando información en:

- Actas de constitución y estatutos de estos agentes económicos para identificar a los miembros de la junta directiva.
- Identificar los vínculos familiares y corporativos de los dueños.
- Consultar con agencias de competencia del mundo con experiencia en resolución de casos en el mercado de la industria de aceite, para valorar la estrategia seguida.

-

Una vez recolectada toda la información se procede a tomar declaraciones de los presuntos infractores o implicados en la práctica anticompetitiva de colusión de precio en el siguiente orden:

- Dueños de las aceiteras, con el objetivo de identificar a los socios que pertenecen a esta sociedad.
- Los socios que forman parte de las aceiteras.
- Gerente general.
- Gerente de venta

Las preguntas a ser formuladas durante la entrevista serán abiertas para obtener la mayor cantidad posible de información.

**5. ¿cómo se debe organizar la evidencia para mantener una secuencia o concordancia?**

La evidencia será organizada de manera que las pistas puedan ser sustentadas con la información obtenida a través de las entrevistas y demás pruebas materiales y documentales a las que se tenga acceso durante la investigación.

## **8. CONCLUSIONES**

- Este producto forma parte de la canasta básica.
- En este sector económico el consumidor final, basa su preferencia en el precio del aceite, por lo que se decide a comprar el de menos costo, sin importarle demasiado el origen del mismo.
- Debido a los indicios encontrados en los diarios de mayor relevancia del país se concluye que la práctica que podría estarse realizando en este sector es el acuerdo de fijación de precio por parte de las aceiteras regulada en el Art 18 inc a de la Ley de Promoción de la Competencia (No 601).

## **9. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar entrevista a los dueños de las aceiteras, con el fin de lograr identificar si realmente realizan esta práctica.
- Seguir con la promoción de la Ley de Promoción de la Competencia para dar a conocer no solo a este sector sino a todos los sectores económicos que el acuerdo de fijar precio es una práctica que restringe la competencia.

## 10. BIBLIOGRAFIA

- [www.laprensa.com.ni](http://www.laprensa.com.ni)
- [www.elnuevodiario.com.ni](http://www.elnuevodiario.com.ni)
- [www.dga.gob.ni](http://www.dga.gob.ni)
- [www.cetrex.gob.ni](http://www.cetrex.gob.ni)
- Maribel Macías H, Estudio sobre el mercado de aceite y sus condiciones de competencia, Managua, Diciembre 2005.