

Tribunal de Defensa de la Competencia

I N F O R M E

EXPEDIENTE DE CONCENTRACION ECONOMICA **C 06/92 Y C 07/92**

NOTIFICANTE:

EBRO (HERBA)/SEVILLANA/NOMEN

INDICE

1. ANTECEDENTES	4
1.1. Notificación voluntaria de la Operación EBRO (HERBA) SEVILLANA (Exp. 6/92)	4
1.2. Remisión al Tribunal de Defensa de la Competencia (Exp. 6/92)	5
1.3. Notificación voluntaria de la Operación EBRO (HERBA) NOMEN (Exp. 7/92)	5
1.4. Remisión al Tribunal de Defensa de la Competencia (Exp. 7/92)	5
1.5. Actuaciones del Tribunal.....	6
1.5.1. Acumulación de expedientes y nombramiento de la Comisión ...	6
1.5.2. Documentación	6
1.5.3. Entrevistas	6
1.5.4. Oposición a las operaciones	7
1.5.5. Confidencialidad	7
1.5.6. Fuentes utilizadas.....	7
1.5.7. Incidencias en la tramitación	8
2. PARTES INTERVINIENTES	8
2.1. EBRO y HERBA.....	8
2.1.1. EBRO	8
2.1.2. HERBA.....	10
2.2. SEVILLANA.....	14
2.3. NOMEN.....	15
3. DESCRIPCION DE LA OPERACION	16
3.1. Operación EBRO (HERBA) - SEVILLANA (Exp. 6/92).....	16
3.2. Operación EBRO (HERBA) - NOMEN (Exp. 7/92).....	17
4. EL MERCADO DEL ARROZ	17
4.1. Introducción	17
4.2. Política Agrícola Común (PAC).....	18
4.2.1. Principios de Organización de Mercados	18
4.2.2. Clasificación de los arroces	19
4.2.3. Los arroces de base y los partidos	19
4.2.4. Régimen de intervención.....	20
4.2.5. Condiciones de entrega de mercancía a intervención	20
4.2.6. Venta de arroz en poder del organismo de intervención.....	21
4.2.7. Régimen de intercambios.....	21
4.2.8. Declaración de cosechas y existencias.....	22
4.2.9. Ayuda a la producción de arroz tipo "índica"	22
4.2.10. Precios de regulación actuales. Campaña 1991/92.....	23
4.2.11. Conclusiones sobre la PAC.....	23
4.3. Producción y consumo en Europa	24
4.3.1. Producción	24
4.3.2. Consumo	24
4.4. El arroz en España	25
4.4.1. Introducción.....	25
4.4.2. La producción y su primera comercialización.....	26

4.4.3. Industrias elaboradoras de arroz	29
4.4.4. Marcas, envasados y graneles	30
4.4.5. Consumo, sustitutivos y precios.....	33
4.5. El Comercio Exterior Español.....	36
4.5.1. Algunos datos de comercio exterior	36
4.5.2. Principales empresas españolas en el comercio exterior	38
4.6. El mercado del arroz largo.....	40
5. EFECTOS DE LAS OPERACIONES DE CONCENTRACION	41
5.1. Calidades y diferenciación del producto	41
5.2. El Mercado Marquista.....	42
5.3. Distribución y política comercial.....	44
5.4. Barreras de entrada	46
6. CONCLUSION.....	47
DICTAMEN.....	50

1. ANTECEDENTES

El informe con que termina este expediente considera, de modo conjunto, dos operaciones de toma de control que inicialmente fueron objeto de notificaciones distintas y se tramitaron como expedientes autónomos. Son:

- La toma de control de ARROCERIA SEVILLANA S.A. (en adelante, SEVILLANA) por EBRO AGRICOLAS, COMPAÑIA DE ALIMENTACION S.A. (en adelante, EBRO) a través de su participado ARROCERIAS HERBA S.A. (en adelante, HERBA). Este expediente lleva el nº 6/92 del Tribunal y NV-027 del Servicio.
- La toma de control de NOMEN, PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A. (en adelante, NOMEN) por EBRO a través de su participada HERBA. Este expediente tiene el nº 7/92 del Tribunal y NV-028 del Servicio.

1.1. Notificación voluntaria de la Operación EBRO (HERBA) SEVILLANA (Exp. 6/92)

Con fecha 4 de abril de 1992 tuvo entrada en el Registro General del Ministerio de Economía y Hacienda un escrito firmado por D. Luis Argüello Alvarez y D. Enrique Villanueva Belmonte, representantes de EBRO, en el que, al amparo del artículo 15 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, formulan notificación voluntaria de la operación consistente en la toma de control de SEVILLANA que ha realizado EBRO, a través de HERBA, mediante la compra por ésta de acciones que, junto con las que ya poseía, representan la práctica totalidad del capital social. La compraventa de las acciones se formalizó notarialmente el 25 de marzo de 1992. La notificación se realiza, por tanto, dentro de los tres meses siguientes como permite el artículo 15.1 de la Ley 16/1989.

A la notificación se acompañaba, junto con los documentos acreditativos del poder de los notificantes, 30 folios conteniendo información, agrupada en 6 secciones, sobre las partes, la operación, sectores económicos afectados, propiedad y control previos, mercados y cuestiones generales.

Recibida la notificación por el Servicio de Defensa de la Competencia (en adelante, el Servicio) el 5 de abril de 1992, el 30 del mismo mes requiere a EBRO la remisión de determinada información, lo que EBRO realiza el 4 de mayo siguiente.

1.2. Remisión al Tribunal de Defensa de la Competencia (Exp. 6/92)

El expediente tiene entrada en el Tribunal de Defensa de la Competencia el 14 de mayo de 1992. Viene acompañado de un escrito del Director General de Defensa de la Competencia, en el que comunica que la remisión se efectúa por orden del Ministro de Economía y Hacienda a efectos del artículo 15.4 de la Ley 16/1989, y de un informe suscrito por el mismo Director General.

1.3. Notificación voluntaria de la Operación EBRO (HERBA) NOMEN (Exp. 7/92)

Con la misma fecha que la notificación voluntaria anterior, y con número de registro correlativo, tiene entrada en el Registro General del Ministerio de Economía y Hacienda otro escrito firmado por las mismas personas que notifica otra toma de control que difiere de la precedente en que la operación -compra de acciones- no se ha efectuado todavía, en que la empresa que pasa a ser controlada es distinta y en la información que sobre estos extremos se acompaña.

La operación que se notifica es la toma de control de NOMEN, que pretende realizar EBRO, mediante la compra por su participado HERBA, que ya tiene el 25% de NOMEN, de otro 50% adicional, de modo que HERBA llegue a tener el 75%.

Al escrito de notificación se acompañan 30 folios con información que está agrupada en las mismas secciones que en el expediente anterior.

Recibido el escrito por el Servicio el día 5 de abril de 1992, el día 30 de abril solicita determinada información que es facilitada por los interesados, primero por fax y luego por carta que se recibe en el Servicio el 5 de mayo de 1992.

1.4. Remisión al Tribunal de Defensa de la Competencia (Exp. 7/92)

El expediente tiene entrada en el Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante, el Tribunal) el 14 de mayo de 1992. Viene acompañado de un escrito del Director General de Defensa de la Competencia, en el que comunica que la remisión se efectúa por orden del Ministro de Economía y Hacienda a efectos del artículo 15.4 de la Ley 16/1989, y de un informe suscrito por el mismo Director General.

1.5. Actuaciones del Tribunal

1.5.1. Acumulación de expedientes y nombramiento de la Comisión

El Pleno del Tribunal, en su reunión del día 19 de mayo de 1992, acuerda acumular los dos expedientes para su tramitación conjunta dado que todas las empresas se incluyen en el sector arrocero, es la misma persona quien efectúa las dos tomas de control, y por el mismo procedimiento -compra de acciones- y nombra una comisión integrada por su Presidente, Excmo. Sr. D. Miguel A. Fernández Ordóñez y los Vocales Excmos. Sres. D. Felipe Bermejo Zofío y D. Pedro de Torres Simó la que habrá de encargarse en lo sucesivo de la preparación del informe correspondiente a las operaciones notificadas.

1.5.2. Documentación

Examinada la documentación incorporada al expediente, la Comisión considera que debe ser completada en algunos aspectos recibiendo, tras los requerimientos oportunos, nueva documentación consistente en:

- Datos sobre precios de la Junta Superior de Precios, con notas aclaratorias.
- Copia de los documentos de formalización de la compra de las acciones de SEVILLANA y de NOMEN.
- Datos y explicaciones de EBRO.

1.5.3. Entrevistas

La Comisión ha mantenido entrevistas con representantes de empresas interesadas en el expediente o que podrían facilitar datos de utilidad por su pertenencia al sector en el que se inscriben las dos operaciones consideradas, así como con representantes de la Administración que por sus funciones podrían completar la información de que ya se disponía. Se ha entrevistado a:

- D. Luis Argüello Alvarez, en representación de EBRO y HERBA.
- D. Vicente Sos, en representación de HIJOS DE J. SOS BORRAS S.A.
- D. Ricardo Ciscar, en representación de MAICERIAS ESPAÑOLAS S.A.

- D. Daniel Trueba, Director General de Producciones y Mercados Agrícolas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- D. Antonio Castañeda, Director General de Comercio Interior del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- D. Gumersindo Moreno, de la Subdirección General de Estudios de la Dirección General de Defensa de la Competencia, quien en diversas entrevistas ha aportado aclaraciones valiosas para la redacción de este informe.

La Comisión ha intentado también contar con las opiniones y puntos de vista de los productores de arroz, pero, a pesar de los contactos tenidos con la Federación Nacional de Industrias Arroceras y la Cámara Arroceras de Amposta (Tarragona) no se ha conseguido la comparecencia ante la Comisión de ningún representante de los cultivadores.

1.5.4. Oposición a las operaciones

No se ha formalizado oposición a ninguna de las dos operaciones consideradas.

1.5.5. Confidencialidad

No se ha solicitado que se consideren como confidenciales documentos o datos incorporados al expediente, por lo que no se ha formado pieza separada.

1.5.6. Fuentes utilizadas

Además de los estudios y datos contenidos en la documentación incorporada al expediente y de los suministrados por las personas entrevistadas, la Comisión ha tenido en cuenta para la elaboración del informe las publicaciones siguientes:

- Enciclopedia del Mercado Común .
Editada por CISS.
- El Consumo Alimentario en España 1990.
Editado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Panorama of EC Industrias 1991-1992.
Editado por la Comisión de las Comunidades Europeas.

1.5.7. Incidencias en la tramitación

En escrito de 29 de junio de 1992 alegaba EBRO que como la notificación de la remisión al Tribunal de los expedientes la había recibido transcurrido más de un mes desde la presentación de sus escritos -la recibió, por fax, el día 20 de mayo y por carta el 21- se estaba en el caso de la autorización tácita prevista en el artículo 15.4 de la Ley 16/1989 por aplicación del artículo 78 de la Ley de Procedimiento Administrativo.

Sometida la reclamación al Pleno del Tribunal éste decide, por Auto de 1 de julio de 1992, desestimarla, habida cuenta del carácter supletorio de la Ley de Procedimiento Administrativo y de que los expedientes se recibieron efectivamente por el Tribunal -por lo que éste tuvo conocimiento de ellos, que es el dato que tiene en cuenta el artículo 15.4 de la Ley 16/1989- dentro del plazo que evita el juego del silencio positivo.

2. PARTES INTERVINIENTES

En las dos operaciones la empresa que aumenta su participación en el capital de las controladas es HERBA, participado a su vez mayoritariamente por EBRO.

2.1. EBRO y HERBA

2.1.1. EBRO

EBRO es el resultado de la fusión, operada el 29 de diciembre de 1990, de las sociedades: COMPAÑIA DE INDUSTRIAS AGRICOLAS S.A., EBRO COMPAÑIA DE AZUCARES Y ALIMENTACION S.A. y la SOCIEDAD AZUCARERA IBERICA S.A. Tiene su domicilio social en Barcelona, Balmes 103.

Cotiza en Bolsa, su capital social es de 4.485 millones de pesetas y sus principales accionistas son:

- GRUPO TORRAS S.A. (directamente o a través de TORRAS HOSTENCH LONDON LTD. y de INVERSIONES GRAN VIA): 38,82 %.

- GRUPO BANCO DE SANTANDER: 10,68 %.

El resto de las acciones está dividido -afirma EBRO- entre pequeños accionistas.

Añade el Servicio, como otros accionistas, al GRUPO DE LA ROSA (12%) y al GRUPO SATTA (5%); e informa que el 40% del GRUPO TORRAS S.A. es de la KUWAIT INVESTMENT OFFICE (KIO).

EBRO, a su vez, participa directa e indirectamente, y con carácter mayoritario o minoritario, en un gran número de sociedades que son, según la clasificación realizada por EBRO de los sectores de actividad en que operan:

- Azúcar y sus derivados: tiene participación total (directa e indirecta) superior al 50%, en 7 sociedades del sector; igual o inferior al 50%, en otras 4.
- Catering: tiene participación total (directa e indirecta), igual o inferior al 50%, en 6 sociedades del sector. No tiene participación mayoritaria en ninguna.
- Conservas vegetales: tiene participación total (directa e indirecta) superior al 50%, en 1 sociedad; igual o inferior al 50%, en 9 sociedades del sector.
- Conservas y derivados del pato: no tiene participación total (directa e indirecta) superior al 50% en ninguna sociedad del sector; igual o inferior al 50%, en 3.
- Conservas de pescado: tiene participación total (directa e indirecta) superior al 50%, en 5 sociedades del sector.
- Actividades agrícolas: no tiene participación mayoritaria en ninguna; igual o inferior al 50%, en 7.
- Arroz: tiene participación mayoritaria directa en 1 (HERBA) cuyas participaciones en otras compañías se examinan con detalle más adelante.

El Consejo de Administración de EBRO está integrado por:

Presidente: Excmo. Sr. D. Manuel Guasch Molins

Vicepresidentes: Sr. D. Alfonso Carner Suñol
Excmo. Sr. D. Emilio Botín Sanz de Sautuola y López
Sr. D. Javier de la Rosa Martí

Vocales: Sr. D. José Luis Barrueta Larrinaga
Sr. D. Carlo Campanini Bonomi
Sra. D^a. Ana Patricia Botín Sanz de Sautuola O'Shea
Excmo. Sr. D. Rafael Cabello de Alba Gracia
Sr. D. Mario Caprile Stucchi
Sr. D. Rodrigo Echenique Gordillo

Sr. D. Fernando Fernández Tapias
Excmo. Sr. D. Carlos Fitz-James Stuart Martínez de Irujo,
Duque de Huéscar
Sr. D. Luis García-Gutiérrez Redondo
Sr. D. Elías Hernández Barrera
Sr. D. Narciso de Mir Faura
Excmo. Sr. D. Ramón Mora-Figueroa Domecq
Sr. D. Jorge Núñez Lasso de la Vega
Sr. D. Jaime Sagristá Carner

Secretario no Vocal: D. Luis Argüello Alvarez

El objeto principal de la actividad de EBRO es la fabricación y comercio del azúcar y productos destinados a la agricultura, la alimentación humana y animal de todas clases, sus derivados y residuos y la explotación, arrendamiento y compraventa de fincas. Sus actividades de fabricación y comercio las realiza directamente o por medio de sus filiales. En el sector del arroz, que es el relevante para este informe, toda su actividad la lleva a cabo por medio de HERBA.

EBRO tuvo un volumen de ventas en enero-septiembre de 1991 de 70.607 millones de pesetas y el grupo consolidado de 124.567 millones.

2.1.2. HERBA

Es una sociedad constituida en 1970 que tiene domicilio social en Madrid, Lagasca 88, y las principales instalaciones fabriles en las provincias de Sevilla, Tarragona y Valencia.

Su capital social es de 2.500 millones que pertenece a:

EBRO	60%
HISPARROZ S.A.	31%
MUNDIARROZ S.A.....	8,58%

Su Consejo de Administración está constituido por:

Presidente: D. Elías Hernández Barrera

Vocales: D. Peter Cleary
EBRO AGRICOLAS COMPAÑIA DE ALIMENTACION S.A.
D. Manuel Guasca Molins

D. Antonio Hernández Barrera
D. Félix Hernández Barrera
D. Telesforo Hernández Barrera
D. Agustín Hidalgo de la Quintana Torroba
D. Pedro Taberna Gaztambide

Secretario no Vocal:D. Luis Argüello Alvarez

HERBA tiene las siguientes sociedades participadas:

EBRO AGRICOLAS PARTICIPA EN ARROCERIAS HERBA S.A. EN UN 60%, CUYAS SOCIEDADES FILIALES SON:				
Sociedades dependientes de A. HERBA S.A.	Porcentaje de participación	Domicilio	Capital social	Actividad
RICEHERBA INTERNATIONAL, INC.	100	Antillas Holandesas	10.000.000 Dol.USA	Comercio de arroz
ARROCERIAS SAN MARTIN S.A.	100	Valencia (España)	300.241.000 Ptas.	Producción, comercialización arroz
COTEMSA	74,75	Sevilla (España)	520.775.000 Ptas.	Producción, comercialización arroz
ARROCERIAS MUNDIARROZ S.A.	100	Lisboa (Portugal)	1.000.000.000 Esc.	Producción, comercialización arroz
AGRINCO S.A.	100	Sevilla (España)	50.000.000 Ptas.	Alquiler activos
JOSEPH HEAP AND SONS	69	Liverpool (Reino Unido)	60.000 Stg.	Producción, comercialización arroz
ANGLO AUSTRALIAN RICE LTD.	34,5	Liverpool (Reino Unido)	1.000 Stg.	Producción, comercialización arroz
HEAP COMET. LTD.	34,5	Liverpool (Reino Unido)	1.000 Stg.	Producción, comercialización arroz
A.W. MELLISH, LTD.	69	Liverpool (Reino Unido)	100 Stg.	Inactiva
INTERCO S.A.	60	Lyon (Francia)	1.600.000 Ffr.	Comercialización arroz
RIZERIE FRANCO AMERICAINE	100	París (Francia)	2.500.000 Ffr.	Producción, comercialización arroz
BOOST DISTRIBUTION	51	Merksem (Bélgica)	251.000.000 Bfr.	Producción, comercialización arroz
INDUSTRIE RISI RAVENNA	50	Vercelli (Italia)	2.800.000.000 Lit.	Producción de arroz
EURICO ITALIA, S.R.L.	50	Vercelli (Italia)	2.000.000.000 Lit.	Comercialización de arroz
RICECOMEX TRADING S.R.L.	50	Vercelli (Italia)	20.000.000 Lit.	Inactiva
RISERIE PERTEAGO (*)	100	Milán (Italia)	10.000.000 Lit.	Inactiva
VETARRIBERA S.A. (*)	75	Sevilla (España)	4.820.000 ptas	Alquiler activos

Sociedades Asociadas de A. Herba S.A.	Porcentaje de participacion		Domicilio	Capital social	Actividad
NOMEN S.A.	25		Tarragona (España)	100.000.000 ptas	Producción, comercialización de arroz
ARROCERIAS SEVILLANAS	20,04		Sevilla	24.000.000 ptas	Producción, comercialización de arroz
HERTO N.V.	33,33				Producción, comercialización de

(*) No incluida en consolidación

HERBA, por sí o sus filiales, interviene en todo el ciclo del arroz. Ha sido la introductora en España del arroz largo (ver 4.3) cuya planta consiguió aclimatar y cultivar comercialmente. Sigue investigando para mejorar -y registrar- nuevas variedades, de modo que en la actualidad es el suministrador único en España de la semilla de este tipo de arroz. Realiza también el procesamiento del grano -corto y largo- poseyendo unas instalaciones modernas con una capacidad de producción superior a sus actuales necesidades. El arroz propio o comprado, lo comercializa de distintas formas. El arroz largo lo dedica fundamentalmente a la exportación a los países de la CEE, para lo que desde 1989 ha seguido la política de adquirir participaciones en compañías ya establecidas en los países comunitarios. El corto lo vende, en su mayor parte, a mayoristas, bien a granel o bien, en menor medida, con sus marcas propias. Por último, HERBA es el principal importador en España tanto en régimen de importación definitiva como de tráfico de perfeccionamiento.

El volumen de ventas de HERBA ha sido:

1989	13.107 millones de pesetas
1990	20.928 millones de pesetas
1991	38.744 millones de pesetas

En la actualidad el grupo HERBA es el primero en el mercado español y en el europeo del arroz largo.

2.2. SEVILLANA

Es una compañía pequeña constituida en 1961, domiciliada en Madrid, Quintana 15 y con una instalación industrial consistente en un molino, maquinaria envasadora y almacenes arroceros, situados en Dos Hermanas (Sevilla). Ha sido regentada desde su constitución por D. José Rufí Andrés.

Tiene un capital de 24 millones de pesetas que pertenecen a:

HERBA	20,00 %
D. José Rufí Andrés.....	13,12 %
D ^a . Isabel Izquierdo.....	12,50 %

El resto está dividido entre 23 accionistas.

Su Consejo de Administración está constituido por:

Presidente: D. José Rojo García

Consejero Delegado y Secretario: D. José Rufí Andrés

Vocales: D^a. Isabel Izquierdo Fernández
D. Narciso Amorós Rica
D. Elías Hernández Barrera

Su actividad es la compra de arroz para su reventa previa su preparación y envasado. Su actividad transformadora es muy escasa, dedicándose casi exclusivamente al envasado para la venta bajo sus marcas "Miura" y "El Torero". El principal suministrador del arroz que envasa es HERBA. Opera fundamentalmente en el mercado andaluz.

Su volumen de ventas ha sido:

1989	5.601 millones de pesetas
1990	5.484 millones de pesetas
1991	4.842 millones de pesetas

2.3. NOMEN

Es una Sociedad de origen familiar con domicilio social en Tortosa, Amposta 13.

Tiene un capital social de 100 millones de pesetas que corresponden a:

NOTO S.A.	35,5 %
TARSA.....	39,5 %
HERBA	25,0 %

NOTO S.A. y TARSA son sociedades que controla D. Enrique Nomen Borrás.

NOMEN participa en el CONSORCIO INTERNACIONAL NOMEN S.A. (50%) y en INVERPYME (1%).

El Consejo de Administración está constituido por:

Presidente: D. Enrique Nomen Borrás

Vicepresidente: D. Elías Hernández Barrera

Vocales: D. Luis de Pereda Sáez
D^a. Carmen Torres Lletjos

Secretario no Vocal: D. Manuel Solé Avasa

Aunque tiene un objeto social muy amplio, NOMEN centra sus actividades en el mercado del arroz, dedicándose a envasarlo para venderlo bajo sus marcas. Todo el arroz que compra le es suministrado por HERBA. También produce pastas alimenticias y tiene otras actividades de menor cuantía.

Opera en el mercado nacional -no exporta- y sus ventas han sido:

1989	3.236 millones de pesetas
1990	3.513 millones de pesetas
1991	3.760 millones de pesetas

3. DESCRIPCION DE LA OPERACION

3.1. Operación EBRO (HERBA) - SEVILLANA (Exp. 6/92)

Afirman los interesados que SEVILLANA es una sociedad que desde su constitución ha estado dirigida por una persona, D. José Rufí, que es en la actualidad titular del 13,12% de su capital. HERBA tiene un 20% y el resto de las acciones está en manos de pequeños accionistas que no tienen experiencia ni interés en intervenir personalmente en el mercado del arroz. D. José Rufí sigue siendo el gestor de la compañía. Al llegar a la jubilación ha ofrecido sus acciones al resto de los accionistas, quienes, ante el abandono de la gerencia de la sociedad, por quien la llevaba, también se han mostrado interesados en desprenderse de las suyas. En estas circunstancias HERBA ha comprado todas menos 504 (2,15% del total) que son de dudosa titularidad por estar pendientes de un juicio de testamaría. Es decir, que la iniciativa para esta operación no habría procedido de HERBA, según declaran en la notificación.

El precio por acción ha sido de 3.750 ptas (sobre un nominal de 1.000 ptas) ascendiendo en total el valor de la compra a ... ptas. Ha sido íntegramente pagado al contado y la venta ha sido pura, sin condiciones, restricciones o reservas.

La compra se ha formalizado en tantas escrituras como enajenantes que se han otorgado ante el Notario de Madrid D. Gerardo Muñoz de Dios el día 25 de marzo de 1992.

Afirma la sociedad adquirente que no ha contado con apoyo financiero, público ni privado, para realizar la operación.

3.2. Operación EBRO (HERBA) - NOMEN (Exp. 7/92)

HERBA tiene ya un 25% del capital de NOMEN y la operación consiste en adquirir otro 50% para llegar en total a poseer el 75%. La operación se facilita porque los otros dos accionistas con que cuenta NOMEN, NOTOSA y TARSA, están controladas por D. Enrique Nomen Borrás, actual Presidente de NOMEN y de su Consejo de Administración, puesto que continuará desempeñando -se afirma- una vez realizada la venta.

No se concreta en la notificación el precio fijado para la compra, que queda condicionada, se dice, a su ratificación una vez finalizada la auditoría de NOMEN que se está realizando.

Una vez efectuada la notificación ha tenido lugar la venta definitiva, que se ha formalizado el 14 de mayo de 1992 mediante dos pólizas que recogen la compra por HERBA de las 2.300 y 2.700 acciones, al precio de ... ptas por título (nominal de 10.000 ptas). Suponen en total ... ptas.

Las dos compras se han realizado sin ninguna condición, restricción o reserva.

4. EL MERCADO DEL ARROZ

4.1. Introducción

Este capítulo va a tratar de analizar todo el proceso de la producción, procesamiento y comercialización del arroz, desde el productor al consumidor. Este producto se encuentra regulado en la producción. España como miembro de la CEE encuentra su producción arrocería regulada por la política agraria común (PAC), y por ello igualada al resto de los otros once socios de la Comunidad. En concreto, la materia prima se encuentra regulada en su producción, calidades, precios y comercio exterior a nivel europeo de forma bastante uniforme.

A un nivel más avanzado del proceso, las empresas, y sus marcas que acceden al mercado minorista son bastante diferentes de un país a otro entre los Estados Miembros.

Los diversos niveles de este proceso se analizan a continuación, teniendo en cuenta dos vectores principales, cual son el mercado europeo y el español, por un lado y, por otro, el camino desde la producción al consumo.

4.2. Política Agrícola Común (PAC)

4.2.1. Principios de Organización de Mercados

La producción de arroz en España estuvo limitada en el pasado mediante un sistema restrictivo con intervenciones toscas poco compatibles con el juego del mercado, las cuales se articulaban por medio de concesiones administrativas (cotos arroceros), y el comercio exterior se efectuó en el marco del "comercio de estado".

Con la integración de España en la CEE se producen dos hechos fundamentales:

- a) Desaparecen las intervenciones directas estatales en el comercio exterior.
- b) Desaparecen las trabas a la producción y, por tanto, ésta se desarrolla en completa libertad, beneficiándose los agricultores de la protección establecida por la Organización Común de Mercado (OCM) en la CEE.

La entrada en la CEE supone para este sector una profunda liberalización, fundamentalmente debida a la utilización de instrumentos de regulación más acordes con el mercado. En efecto, del sistema de concesiones administrativas y comercio de estado se pasa a otro de libertad de producción y comercio libre, aunque con "prelevements" a la importación y restituciones a la exportación. Aún así, el sector está fuertemente regulado, como se verá a continuación, y por consiguiente protegido tanto de las oscilaciones de los precios internacionales como de las propias oscilaciones internas.

La protección se consigue por el sistema clásico de la PAC de "precio garantizado", que tiene un doble aspecto:

- Posibilidad de ofrecer arroz cáscara cosechado en España al Servicio Nacional de Productos Agrarios (SENPA); organismo de intervención, que tiene la obligación de adquirirlo a dicho precio garantizado, como instrumento del FORPA.
- Protección en frontera; por la que, en aras de la preferencia comunitaria, el arroz procedente de países terceros, está sujeto a un gravamen variable (prelevément), que debe abonar el importador antes de su despacho al mercado interior.

4.2.2. Clasificación de los arroces

En la OCM del arroz se consideran tres clases: arroz redondo, medio y largo. En función de la concisión, ahorramos la descripción por la que se definen cada uno de los tipos en función de su longitud y anchura, si bien, a nuestros efectos, incluiremos en arroz redondo, las dos primeras clases denominadas "arroz japónica" y en arroz largo, "arroz índica".

4.2.3. Los arroces de base y los partidos

A diferencia de lo que existe en otros cereales, donde sólo contempla un producto original sin transformar, en el subsector arroz la OCM, considera, en función del grado de elaboración, cuatro productos base:

- a) Arroz cáscara: los granos están aún cubiertos de glumas y glumillas (cáscaras fácilmente desechables), es el grano después de trillado y comercialmente se conoce como arroz paddy.
- b) Arroz descascarillado, arroz cargo o arroz pardo, es arroz al que ya se le ha quitado la cáscara.
- c) Arroz semiblanqueado, es el anterior cuyos granos han sido despojados de su segunda cascarilla, del germen, pero aún mantiene sus capas internas.
- d) Arroz blanco: el arroz al que por un mayor proceso de elaboración le han sido eliminadas las capas externas e internas del pericarpio. Es el arroz comercial de uso casero.

Importancia relativamente grande tiene el "arroz partido", por una parte por su gran influencia en los rendimientos de los procesos fabriles para obtener arroz blanco, condicionando su porcentaje la calidad de éste, y por otra, por su incidencia en otros mercados, fundamentalmente en el sector maltas y sector piensos, y su implicación comercial con otros productos destinados a estos fines.

4.2.4. Régimen de intervención

Las campañas de comercialización se inician el uno de septiembre de cada año, y finalizan el treinta y uno de agosto del año siguiente.

Se establecen por la CEE, antes del inicio de campaña, los precios comunes, aplicables en todos los Estados miembros, utilizándose para su conversión en moneda nacional el tipo verde aplicable al subsector arroz.

Los precios comunes se establecen de la forma siguiente:

Precios de intervención: sobre arroz cáscara de calidad tipo y variedad redondo. A partir de éste se determina el precio indicativo sobre calidad tipo de arroz cargo, y a partir de ambos se derivan los precios de compra (94% del precio de intervención), y, por tanto, el precio de garantía a pagar el producto por el organismo de intervención.

Se establece igualmente el precio indicativo, para una calidad tipo de arroz cargo, y a partir de éste, se determina el precio de entrada, que es el nivel mínimo al que puede importarse en la CEE el arroz cargo procedente de países terceros. En correlación con este precio, se determina el precio de entrada del arroz elaborado y también los precios de entrada de los "partidos" de arroz, teniéndose en cuenta los precios de entrada de maíz.

Los precios a los que venimos haciendo referencia, y con objeto de facilitar una comercialización escalonada, tienen unos incrementos mensuales que se aplican sobre los precios comunes antes reseñados.

4.2.5. Condiciones de entrega de mercancía a intervención

Las condiciones para que el productor pueda efectuar la entrega de su mercancía a la intervención están sujetas a diferentes determinaciones:

- a) Determinación de calidad tipo.
- b) Análisis de granos de la partida.
- c) Período de intervención (enero-julio).
- d) Cantidad mínima a ofertar (20 Tm).

- e) Determinación del punto de ubicación donde será aceptada la oferta.
- f) Calificación varietal, bonificaciones o depreciaciones que correspondan a la calidad; rendimientos en molino (enteros, partidos y global).
- g) Ajustar por transportes, sobre el lugar en que se recibe la mercancía.
- h) Tiempo transcurrido hasta la realización efectiva del pago.

El examen somero de lo anteriormente expuesto lleva implícitamente determinadas las grandes dificultades en las que se encuentra inmerso el pequeño productor para acceder al sistema de intervención y, de ahí, que la venta directa de su cosecha en el mercado sea el procedimiento habitual. Pero un almacenista, una cooperativa u otro intermediario puede acceder a este sistema, así como un gran productor.

4.2.6. Venta de arroz en poder del organismo de intervención

La propia Comisión decide el momento y la modalidad de la puesta en venta de los arroces en poder del organismo de intervención, siempre según adjudicación por licitación.

Los arroces pueden ser destinados al mercado interior comunitario, a un precio que no perturbe las operaciones normales del comercio, o a la exportación a países terceros, en condiciones (restitución y plazos) que se precisan para cada operación.

4.2.7. Régimen de intercambios

El mercado arrocero tanto español como comunitario está protegido frente a los arroces y partidos de terceros países, que tienen precios más bajos que los comunitarios en general. En todo caso, los precios del mercado mundial y de los EE.UU. son inferiores a los europeos.

El flujo de importaciones y exportaciones entre la CEE y el resto del mundo se posibilita con el pago del "prelevément", a la importación, para elevar los precios internacionales al nivel del "precio de entrada" o con el abono por parte de la CEE de restituciones (subvenciones) sobre exportaciones de arroces blancos o elaborados, a fin de hacerlos competitivos en el mercado mundial.

No obstante, existen determinadas concesiones (reducción del prelevément), para arroz procedente de los países ACP (firmantes del Acuerdo de Lomé), y de Egipto, en otros arroces aromáticos tipo Basonati.

Por tanto, la circulación y comercio de arroz entre España y el resto de la CEE es de libre circulación, con la excepción de Portugal donde existe un Montante Compensatorio de Adhesión (MCA) por ser sus precios institucionales distintos del resto de los Estados miembros. Portugal también disfruta de un mecanismo adicional restrictivo de la importación, es el mecanismo complementario de intercambios, con efectos similares a una cuota de importación.

En el subsector del arroz no se aplican, a diferencia de lo que ocurre en otros cereales y otros productos, los montantes compensatorios monetarios (MCM) para compensar las desviaciones que se producen entre los tipos verdes y los centrales un tipo de cambio específico, con lo que se consigue a efectos prácticos un efecto equivalente a los MCM para la conversión de "restituciones" y "prelevement", en el juego de comercio internacional.

4.2.8. Declaración de cosechas y existencias

En la Organización Común de Mercados del arroz se declara con carácter obligatorio ante el Organismo de intervención:

- a) Cosechas y existencias, por parte de los agricultores, por tipos y variedades, antes del treinta y uno de octubre.
- b) Por parte de industriales y comerciantes, y con anterioridad a treinta y uno de agosto, arroz en su poder con distinción de grado de elaboración (cáscara, cargo y blanco), indicando, en su caso, si el cereal en cuestión es de origen comunitario o procedente de importaciones de países terceros.

Especificando lo anterior, anualmente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, publica una Orden Ministerial en la que se regulan las declaraciones mencionadas.

4.2.9. Ayuda a la producción de arroz tipo "índica"

A partir del ingreso de España en la CEE y para orientar la producción hacia arroces tipo largo, demandado por los Estados miembros del Norte, y en los que la Comunidad es muy deficitario, se arbitró una ayuda por hectárea a determinar anualmente por el Consejo para que los agricultores realicen la siembra de estas variedades, siendo España por sus condiciones de clima y suelo el país donde verdaderamente ha tenido respuesta y concretamente en Andalucía en donde la

empresa HERBA ha logrado aclimatar unas variedades. Esta ayuda tiene una duración limitada y podría desaparecer próximamente.

4.2.10. Precios de regulación actuales. Campaña 1991/92

El precio de intervención para el arroz cáscara es de 313,65 ECU/Tm en la CEE, salvo que, para Portugal se fijó en 338,39 ECU/Tm. El "precio indicativo" para toda la Comunidad, es de 546,13 ECU/Tm.

Los incrementos mensuales, tanto en intervención como en compra para arroz cáscara, son 2,07 ECU/Tm, a partir de octubre de cada año.

Los precios de compra y de entrada referidos al mes de julio de 1992 son en ptas/Tm los siguientes:

Arroz cáscara redondo	(Precio compra)	46.654,27
Arroz cargo redondo	(Precio entrada)	85.346,02
Arroz blanco redondo	(Precio entrada)	113.415,11
Arroz blanco largo	(Precio entrada)	124.722,69

Por último, para terminar este capítulo, la cuantía de ayuda a la producción de arroz "índica", para determinadas variedades (encontrándose incluidas todas las que se siembran en España), fue determinado por Orden del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (31-5-1991) en 37.707 ptas/Ha.

4.2.11. Conclusiones sobre la PAC

El mercado español se encuentra unificado con el europeo en cuanto a la producción de la materia prima. Las características especiales del mercado portugués son la excepción más relevante, aunque en todo caso de relativa poca importancia y de alcance temporal limitado. La política agraria común establece la libre circulación del arroz, el sistema de regulación, y la tipificación de los productos, que en el caso del arroz es muy elevada.

Todo ello da lugar a un mercado fuertemente intervenido en el que no caben grandes oscilaciones. Variaciones de precios en España relativamente moderadas pueden desatar fácilmente importaciones o exportaciones con origen o destino en otros Estados miembros, o de fuera del mercado común. A esta actuación del sector privado se superpondría si fuera necesaria la actuación pública tomando acciones encaminadas a estabilizar los precios a nivel productor-mayorista, en caso de desajustes respecto a la OCM.

4.3. Producción y consumo en Europa

4.3.1. Producción

Dado el alto nivel de protección, el mercado europeo tiene una producción relativamente elevada. Los principales países productores son Italia y España, seguidos a cierta distancia del resto de los países sureños de la CEE.

PRODUCCION DE ARROZ CASCARA Y SUPERFICIE CULTIVADA DE ARROZ EN LA CEE. AÑO 1991				
	Producción (Tm)		Superficie(Ha)	
Italia	1.278.016		206.345	
España	581.900		93.484	
Portugal	160.000		32.000	
Francia	116.200		20.215	
Grecia	89.020		14.680	
Total CEE	2.225.136		366.724	

La producción es de la variedad japónica, salvo la ya citada de España en la variedad indicada.

4.3.2. Consumo

El consumo aparente de arroz en Europa se equipara más o menos con la producción, teniendo en cuenta que las importaciones ascendieron el pasado año a 312.663 Tm y las exportaciones a 367.669 Tm. Sin embargo se produce una importante diferenciación entre el consumo de los países productores de arroz, que es mayoritariamente del que tradicionalmente se cultiva en Europa, o sea el redondo o variedad japónica, y el resto -los nórdicos- cuyo consumo se centra en el arroz índica o alargado, que importaban antes de sus colonias. El consumo de los primeros es de 4-5 Kg per cápita y el de los segundos de 2-3 Kg.

Los mercados del sur de Europa son muy marquistas, el arroz se vende con las marcas de los industriales e, incluso, aunque minoritariamente de los productores.

Dadas estas características del consumo y la producción, Europa exporta fundamentalmente de la variedad japónica, de la que es excedentaria, gracias a las restituciones a la exportación e importa de la variedad índica, de la que es deficitaria, ya que la única producción europea es la del delta del Guadalquivir con semillas aclimatadas por HERBA.

4.4. El arroz en España

4.4.1. Introducción

Nos encontramos con un cultivo clásico dentro de la producción cerealista española, muy ligado a las condiciones, clima agua-suelo, centrado en comarcas determinadas de Valencia, Delta del Ebro y Sevilla, que en los últimos años, debido fundamentalmente a la supresión de los "cotos arroceros", está desarrollándose con aumento importante de superficies. Es de destacar que estos aumentos de superficie, y en consecuencia de producciones, han sido, a partir de nuestro ingreso en la CEE, de arroces largos y no sobre el gran producto de consumo español que está centrado en arroces redondos.

El aumento de superficies de cultivo que comentamos lo ha sido fundamentalmente en Andalucía y Valle del Ebro (Huesca, Tarragona y Lérida).

4.4.2. La producción y su primera comercialización

La evolución del cultivo de arroz en los últimos años ha sido creciente:

PRODUCCION, SUPERFICIE Y RENDIMIENTO DE ARROZ			
Años	Superficie Miles Ha	Rendimiento Tm/Ha	Producción Miles Tm
1980	68,4	6,33	433,2
1983	40,8	5,49	224,0
1984	73,0	6,03	440,4
1985	74,6	6,20	462,3
1986	78,5	6,32	496,3
1987	76,4	6,12	483,3
1988	79,9	6,34	506,6
1989	58,5	5,84	341,7
1990	90,4	6,32	571,3
1991	93,5	6,02	563,0

Fuente: MAPA. Datos proporcionados por los notificantes.

Es de destacar, que los rendimientos obtenidos en España, tanto en arroz "redondo" como "largo", se encuentran entre los primeros del mundo. En el mismo sentido debe señalarse que la totalidad de la producción de arroz española procede de superficies de riego, por lo que, dadas las necesidades de suelos muy específicos, la producción se encuentra concentrada en muy pocas áreas.

La distribución regional de la producción tiene importancia en este informe, debido a la diferente implantación en cada zona de las diferentes empresas, en concreto de las concentradas. HERBA, en concreto, tiene una fuerte implantación en la zona

SEVILLANA de las marismas del Guadalquivir, la cual es además productora del arroz, o largo, o índica.

DISTRIBUCION REGIONAL DE LA PRODUCCION DE ARROZ	
Producción	(%)
Sevilla	40
Tarragona-Ebro	28
Valencia	18
Extremadura	14
TOTAL	100

Zona de Sevilla

Con una superficie de 34.000 Ha. la zona arrocera de Las Marismas del Guadalquivir es la principal zona arrocera de España. Su clima y suelo, muy adecuados para este cultivo, la sitúan entre las tres primeras del mundo en rendimiento por hectárea. Su producción asciende a 240.000 Tm de arroz cáscara.

La zona de Sevilla es la pionera del cultivo de arroz largo índica introducido por ARROCERIAS HERBA S.A. Prácticamente el 100% de su producción pertenece a esta variedad que se destina mayoritariamente a la exportación.

En Sevilla existe un apreciable movimiento cooperativo que agrupa a cinco cooperativas que totalizan 100.000 Tm de producción.

Todas las cooperativas cuentan con secaderos y silos de almacenamiento. Dos de estas cinco cooperativas están dotadas de instalaciones de molino y de hecho comercializan arroz transformado.

ARROCERIAS HERBA mantiene una sólida implantación en el sector agrícola y cooperativo de Sevilla. Téngase en cuenta que ha sido la investigación e iniciativa del GRUPO HERBA la que ha permitido que esta zona se convierta en líder en Europa en la producción de arroz variedad índica. El GRUPO HERBA compró en el pasado ejercicio 150.000 Tm de arroz cáscara de agricultores y cooperativas. El destino del 90% de esta producción fue su exportación a la CEE.

Zona de Tarragona-Ebro

A la zona tradicional del Delta del Ebro se han añadido en los últimos años Lérida, Huesca y en menor escala Navarra.

El total de hectáreas cultivadas ascendió en la campaña 91/92 a 27.000 con una producción aproximadamente de 165.000 Tm de arroz cáscara. La zona del Delta, con 18.000 hectáreas, es una zona de importante implantación de cooperativas. Existen cuatro cooperativas que controlan el 70% del arroz del Delta. Estas cooperativas tienen todos molinos arroceros y venden su producción con su propia marca (la Cámara Arroceros de Amposta, con su marca Montsia tiene gran importancia) o con marcas de los distribuidores o blancas ("Vegé", "Spar", "Hipers", etc.).

Es la zona del Delta la principal suministradora de "marca blanca" para los distribuidores. Se puede estimar que aproximadamente 115.000 Tm de arroz cáscara, que equivalen a 70.000 Tm de arroz blanco, se venden por las cooperativas a distribuidores e industriales.

El Grupo HERBA tiene su industria instalada en Aldea (Tarragona). Compra en esta zona unas 30.000 Tm de arroz cáscara, equivalentes a 18.000 Tm de arroz blanco, con destino exclusivo de suministrar a NOMEN S.A. el arroz necesario para su marca.

Todo el arroz de la zona es de grano redondo o medio y se vende en su práctica totalidad en España.

Zona de Valencia

La superficie de cultivo de Valencia se ha ido reduciendo en los últimos años y actualmente asciende a 15.000 hectáreas que producen unas 100.000 Tm de arroz cáscara.

El tipo de arroz es de grano redondo o medio.

Existen diversas cooperativas de secado y almacenaje que venden el arroz a las principales industrias locales: "Sos", "La Fallera", "Ibérica", "Cebolla".

ARROCERIAS HERBA posee una industria en Silla (Valencia), pero prácticamente permanece inactiva, ya que sus compras anuales se sitúan en torno a las 4.000 Tm.

Zona de Extremadura

Es una zona en expansión debido al abandono del maíz por parte de muchos agricultores. Su superficie actual se sitúa en torno a las 14.000 Ha que producen unas 80.000 Tm de arroz cáscara.

La producción está fundamentalmente en manos de cuatro cooperativas de secado y almacenaje. El arroz de Extremadura es comprado tanto por la industria marquista de Valencia como por ARROCERIAS HERBA.

En la campaña 91/92 las compras de HERBA ascendieron a 30.000 Tm de arroz cáscara.

En conclusión, HERBA es claramente dominante en la zona de Sevilla, destacada en la extremeña con el 35/40% de las compras y, para abastecer a NOMEN, en Tarragona, con el 18% de las compras.

4.4.3. Industrias elaboradoras de arroz

El proceso de descascarillado en sus diversas escalas constituye el gran núcleo de esta actividad industrial; otras actividades de preparación tienen mucha menor importancia, aunque evidente futuro, por ejemplo arroz parboiled. Existe una diferenciación, en algunos casos, entre las industrias y los vendedores finales de marcas, por ello, su estudio es interesante a los fines de esta concentración económica.

Las industrias elaboradoras de arroz se encuentran agrupadas en la Asociación Nacional de Fabricantes de Arroz (ANFA), quien a su vez lo está en la Federación de Industrias Alimentarias y Bebidas (FIAB), y está dentro de la CEOE. Es digno de señalar que el domicilio social de ANFA es el mismo que el de ARROCERIAS HERBA S.A. en Madrid, ostentando esta empresa la presidencia de tal asociación. Esta asociación tuvo importancia anteriormente, ahora es simplemente una reliquia de su pasado.

Las empresas industriales de arroz se encuentran distribuidas, según datos facilitados por el MAPA, de la siguiente forma:

Andalucía: Cinco empresas arroceras, destacando ARROCERIAS HERBA S.A., que a su vez es la mayor industria arroceras de Europa.

Valencia: Cinco empresas de nivel medio grande y aproximadamente otras treinta que elaboran a máquina para las industrias grandes, o sólo elaboran por temporada o a tiempo parcial.

Ebro: Sólo existe una industria perteneciente al Grupo HERBA, aparte de seis cooperativas transformadores de tamaño medio.

Extremadura: Sólo existen tres empresas de pequeña dimensión. Las principales empresas del sector se pueden ver en el cuadro adjunto:

MAYORES INDUSTRIALES DE ARROZ		
Empresas	Proceso (arroz cáscara) Tm	Facturación millones ptas
ARROCERIAS HERBA S.A.	250.000	18.000
HIJOS DE J.SOS BORRAS S.A.	60.000	4.800
PRODUCTOS CORAL S.A.	50.000	4.100
MAICERIAS ESPAÑOLAS S.A.	40.000	3.000
IBERICA DE ARROCES S.A.	40.000	5.400

Fuentes facilitadas por ANFA a la Dirección General de Industrias Agrarias y Alimentarias.

4.4.4. Marcas, envasados y graneles

Este último escalón en la producción viene dado por la venta de arroz a consumidores finales.

Sólo nos referimos en este apartado a la actividad comercial del arroz blanco en nuestro país.

El arroz blanco procedente de la elaboración efectuada en la industria se pone en el mercado bajo tres modalidades:

- a) Arroz con marca del industrial.
- b) Arroz con marca del distribuidor.
- c) Arroz a granel, entendiendo en este grupo los envases superiores a 5 Kg ya que la modalidad estrictamente granelero no se da en este mercado finalista.

Las principales empresas comercializadoras y envasadoras de arroz se exponen en el cuadro de la página siguiente.

Del análisis del cuadro se puede apreciar que hay una empresa de gran importancia en el volumen total comercializado, cuya actividad de envasado marquista es muy reducido relativamente a su importancia en el sector; se trata de HERBA, cuya actividad como mayorista es del 88% y del 12% como marquista. Su enorme importancia a nivel europeo, como ya se ha visto anteriormente y, su alta participación en el comercio exterior español, permiten describir a esta sociedad como la gran multinacional mayorista y desde luego en España la más importante en el mercado mayorista, del cual en el subsector del arroz largo goza de una cuota de mercado abrumadora, pero en el mercado marquista español su cuota de mercado ha sido pequeña. Las operaciones de concentración que se informan van a dar a HERBA una importante participación en el mercado marquista.

El resto de las empresas son de pequeño tamaño en comparación con HERBA. En ellas, la participación de envasado es superior a los dos tercios de su actividad en el sector en SOS, NOMEN, CORAL, CAMARA ARROCERA DE AMPOSTA, COTEMSA y PASAMAR, las cuales tienen una actividad primordial, por consiguiente, en el mercado de marcas. Las empresas IBERICA DE ARROCES Y MAICERIAS ESPAÑOLAS, aún teniendo marcas acreditadas, su actividad marquista es de menos de la mitad de su actividad por lo que la industria y el consumo institucional es de mayor importancia para ellas.

PRINCIPALES ENVASADORES Y COMERCIALIZADORES DE ARROZ (Tm)							
Nº Empresa	Ubicación	Vol.Comer.90		Envasado	Vol.Comer 91		Marca Principal
		Total			Total Principal		
1 HIJOS J. SOS BORRAS S.A	Algemesi (Valencia)	45.000		32.000		47.000	Sos
2 ARROCERIAS HERBA S.A.	S.J. Azanalf (Sevilla)	182.000		28.000(*)		232.143	La Cigala
3 NOMEN, P.ALIM.S.A.	Tortosa (Tarragona)	26.259		26.913		28.682	Nomen
4 PROD. CORAL S.A.	Banfayó (Valencia)	33.410		24.000		34.000	La Fallera
5 CAMARA ARROC. AMPOSTA	Amposta (Tarragona)	22.111		20.722		30.172	Montsia
6 IBERICA DE ARROCES S.A.	Oliva (Valencia)	100.000		18.000		33.000	Signo/La Perdiz
7 MAICENAS ESPAÑOLAS S.A.	Almacera (Valencia)	23.800		16.000		32.000	Dacsa
8 COTEMSA	Las Cabezas SJ (Sevilla)	13.000		11.400		14.300	Rocio
9 PASAMAR S.A.	Albalt de la R. (Valencia)	10.000(*)		10.000		10.000(*)	Embajador
10 ARROCERIAS DORADO S.A.	D. Benito (Badajoz)	10.000		9.000		15.000	Arroz Dorado
11 ARROCERIAS PONS S.A.	Massanassa (Valencia)	7.500		7.300		7.300	Arrospons
12 ALIMENT. NATURALES S.A.	S. Feliu Llobr (Barcelona)	11.000(+)		7.000		7.000	Garrido
13 INDUSTRIAS RACIONERO S.A.	Madrid	2.150		2.200		2.200	Miau
14 ARROCERIA SEVILLANA S.A.	Sevilla (Sevilla)	6.500		5.850		6.500	Miura
15 CAMARA ARROCERA LA CAVA	Deltebre (Tarragona)	7.500		5.000		7.500	La Cava
16 H. DE EDUARDO GALIANA S.L.	Tabernes (Valencia)	4.795		4.775		4.775	La Victoria
17 PRODUCTOS LA CAMPANA S.A.	Catarroja (Valencia)	3.500		3.570		4.200	La Campana
18 COOP. ARROCERA CARMALES	Carmales (Tarragona)	6.600		3.270		4.770	La Torre
19 ARROCERIAS CEBOLLA	Sollana (Valencia)	2.200		2.000		2.000(*)	Cebolla
20 H. VIE. CATALA PEIRO S.A.L.	Villanueva S. (Badajoz)	4.350		1.875		3.282	Catala
21 ARROCERIAS DARSENA	Sevilla	8.000		1.800		8.000(*)	Dársena
22 COOP.VIRGEN ESPERANZA	Calasparra (Murcia)	1.100		1.200		1.200	Virgen Esperanza
23 ARROSSAIRES DELTA EBRO	Amposta (Tarragona)	1.000		1.000		1.000	Deltebro
24 PRODUC. JOSE RAMON S.A.	Gijón (Asturias)	850		600		600	La Asturiana
25 COOP. ARROCERA BAJO EBRO	L' Aldea (Tarragona)	3.000		400		3.300	Cabe

(*) Estimación (+) Dato de 1989. Fuente: ALIMARKET

4.4.5. Consumo, sustitutivos y precios

El consumo de arroz se comporta como un bien inferior, en el estricto sentido microeconómico del término, con una elasticidad de renta negativa: al aumentar la renta disminuye el consumo. Además, la elasticidad respecto al precio parece en principio escasa -el consumo varía poco al subir el precio- debido al escaso efecto renta y al escaso de sustitución, como se verá a continuación.

En nuestro país el arroz se consume, a diferencia de países de otras latitudes, sólo en el tipo "arroz blanco" y, de él, el 98% de variedades de "arroz redondo" si bien se aprecia una ligera iniciación al consumo de "arroz largo" por parte de las personas de menor edad.

Las compras totales de "arroz blanco", durante el año 1990 han sido de 5,7 Kg por persona, correspondiendo el 88% a los hogares, un 8% a hostelería y restauración, y el 4% a consumo institucional. Este consumo es marcadamente sensible a las vacaciones de verano, julio y agosto, con menor consumo, y también es menor el consumo en hogares en las áreas metropolitanas (4,8 Kg), respecto a la medida de (5,1 Kg) en hogares. Igualmente, el consumo de arroz tiene una clara correspondencia con el status socioeconómico, disminuyendo a medida que aumenta éste. Por razones tradicionales, el consumo en Levante supera en un 43% a la media nacional y, por el contrario, es mínimo en el Norte con 4,1 Kg por persona.

El consumo de arroz en hogares, según se desprende de "consumo alimentario", editado por el MAPA y correspondiente a 1990, aumenta en los hogares con amas de casa de mayor edad.

El gasto en arroz de los hogares ha supuesto en 1990, 652 ptas por persona y ha disminuido respecto a 1989 en un 10% ya que las subidas de precio se compensaron con la disminución del consumo.

Los precios variaron de forma patente, pagándose en Canarias y Noroeste 10 ptas/Kg más caro que la media nacional y por contra en Levante costó 11 ptas/Kg menos.

Por último, hay que reseñar, que el "coste per cápita" nacional en 1990 fue de 652 ptas significándose Levante con 853 ptas y, por contra, Norte con 525 ptas.

Los productos sustitutivos del arroz tenidos en cuenta para establecer su comparación de precios han sido espaguetis, fideos, macarrones, garbanzos y alubias blancas.

Los datos que se ofrecen a continuación se refieren a precios al consumidor obtenidos de las encuestas del Ministerio de Economía y Hacienda, en las que se ha homogeneizado la presentación a fin de ofrecer el precio expresado en pesetas por kilogramo.

Del análisis de dichos datos se puede comprobar que los precios de los principales productos sustitutivos del arroz son notablemente más elevados que los del arroz, y que aboca a pensar que una subida del precio del arroz no parece que fuera a incidir en una disminución del consumo significativa.

PRECIOS MEDIOS NACIONALES PONDERADOS DE VENTA AL PUBLICO DEL ARROZ Y PRODUCTOS SUSTITUTIVOS (Semana del 4 al 10 de marzo)			
	Precio máximo	Precio más frecuente	Precio mínimo
Arroz (paquete de Kg)	178,19	150,95	135,22
Fideos (paquete de 250 g)	286,28	234,28	198,32
Macarrones (paquete de 250 g)	269,36	229,8	190,84
Garbanzos (50/55 g/onza)	309,64	268,20	222,70
Garbanzos (56/60 g/onza)	245,24	215,86	198,66
Alubias blancas extra	350,12	280,60	248,81
Alubias blancas corrientes	294,94	249,20	217,34

Fuente: Ministerio de Economía y Hacienda y elaboración propia.

La evolución de los precios al consumo del arroz muestra una notable estabilidad a lo largo del tiempo, sin variaciones estacionales, introduciendo un factor de estabilidad en su subepígrafe de IPC.

Gráfico n.º 1

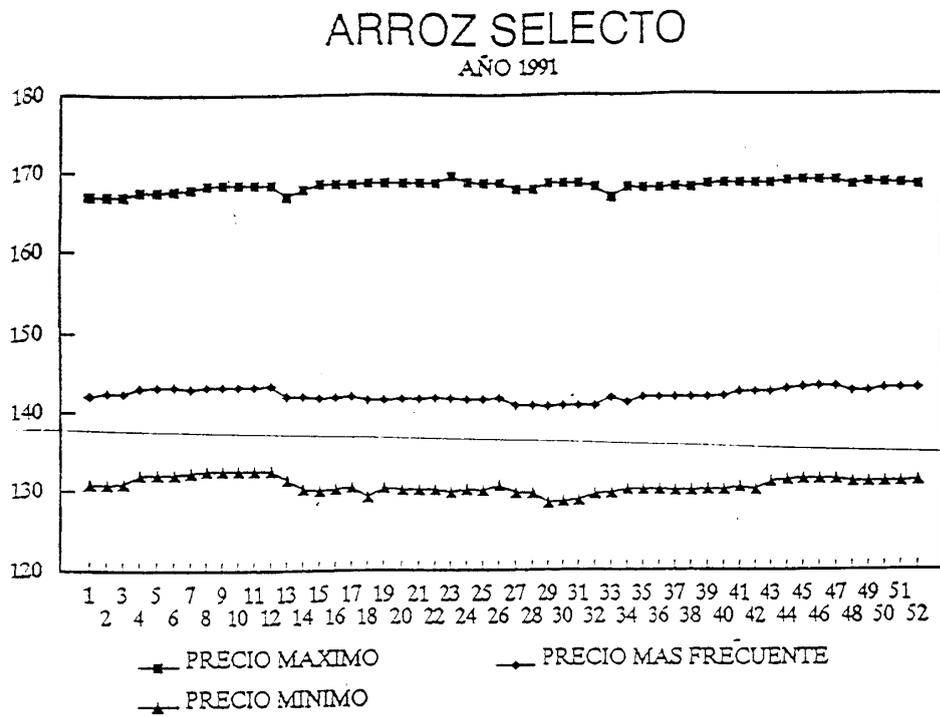
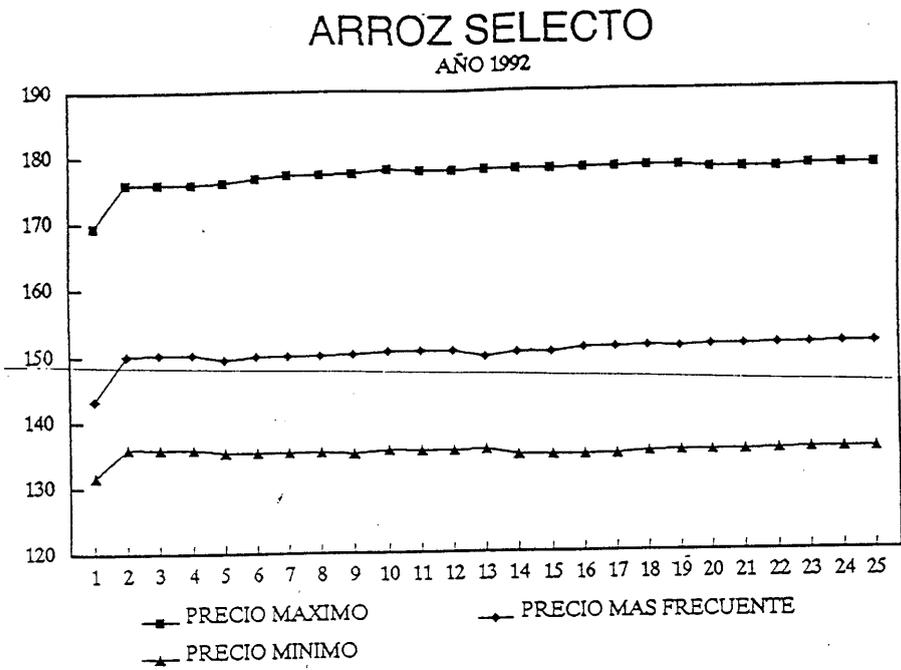


Gráfico n.º 2



4.5. El Comercio Exterior Español

4.5.1. Algunos datos de comercio exterior

En la última campaña, (la actual), así como en el año natural 1992 hasta el 26 de junio, las importaciones y exportaciones fueron, según grado de elaboración de arroz las indicadas en el cuadro siguiente.

Los datos más recientes confirman una vez más la posición exportadora de España en el sector arrocero. El desglose por países del comercio exterior de este producto muestra que las grandes áreas de exportación se centran en los países deficitarios de la CEE. El alto comercio con Italia se explica en gran manera porque el arroz de este país es un sustitutivo perfecto del español -el consumidor español no aprecia la diferencia- por lo que en muchos casos las importaciones desde Italia se han envasado en marcas españolas. Las exportaciones a Italia en parte se justifican más que por su consumo en ese país, por gran especialización en exportaciones con apoyos comunitarios a países del tercer mundo.

En cuanto a los grandes abastecedores de fuera del área de la CEE, las importaciones de EE.UU. de arroz largo se reexportan a Europa.

Tipo	País	Importación	Cuota %	Exportación	Cuota %
Arroz cáscara	Italia	357,355	402	673,98	395
	Grecia	269,269	303	18,635	10
	U.S.A.	193,108	217	---	---
	Portugal	40 257	45	437 172	256
	Francia	---	---	501,521	294
Arroz cargo	Australia	440,504	591	---	---
	U.S.A.	345,106	402	---	---
	P.Bajos	652	0	1998450	233
	U.K.	1,724	0	371,66	40
	Bélgica	587	0	4070582	435
	Portugal	157	0	356,024	39
Arroz blanco	U.S.A.	539,002	347	2,826	---
	Australia	304,369	254	---	---
	Thailandia	337,368	208	---	---
	Francia	200,878	8	637,487	102
	Italia	209,441	79	79,743	18
	Portugal	22,896	7	691,801	116
	Bélgica	26,066	2	193,127	29
	U.K.	5,534	1	1374675	209
	Países Bajos	2,379	0	475,353	81
	Argelia	---	0	373,434	148
	R.F. Alemania	---	0	120,597	18
	Senegal	---	0	45,317	12
	Ghana	---	0	46,853	22
	Angola	---	0	182,208	54
Mozambique	---	0	90,635	24	

Fuente:

SENPA.

4.5.2. Principales empresas españolas en el comercio exterior

En el presente epígrafe se recogen las importaciones y exportaciones realizadas por empresas españolas durante el año 1991, diferenciándolas por grado de industrialización, y de acuerdo con el arancel integrado de aplicación "TARIC" para el año 1991.

IMPORTADORES DE ARROZ CASCARA			
Empresa	Valor en ptas	Kg	Cuota %
COMARROZ S.A.	344.315.330	7.147.553	38,77
IBERICA DE ARROCES S.L.	158.475.820	6.625.922	17,84

El siguiente importador fue PRODUCTOS CORAL S.A. con una cuota del 1,10% y volumen cifrado en 9,7 millones de pesetas.

EXPORTADORES DE ARROZ CASCARA			
Empresa	Valor en ptas	Kg	Cuota %
INSTITUTO HISPANICO DE ARROZ	111.381.614	1.939.280	6,54
ARROCERIAS DORADO S.A.	376.346.547	3.543.262	22,1

La siguiente empresa en el ranking, corresponde a INTERNACIONAL HERNANDEZ con una cuota del 3,73% y un volumen de 63.511.075 ptas.

IMPORTADORES DE ARROZ CARGO			
Empresa	Valor en ptas	Kg	Cuota %
IBERICA DE ARROCES S.L.	136.587.139	4.140.539	17,16
MAICERIAS ESPAÑOLAS S.A.	15.756.210	446.753	1,98

El resto de importadores no alcanzó, en ningún caso, una cuota de participación del 0,5%, por tanto no son significativos.

EXPORTADORES DE ARROZ CARGO			
Empresa	Valor en ptas	Kg	Cuota %
ARROCERIAS HERBA S.A.	6.557.475.434	86.932.523	76,71
CAMARROZ S.A.	1.937.607.689	26.842.625	22,66

Es obvio que el resto de empresas no tienen nada más que presencia testimonial en este mercado.

IMPORTACIONES ARROZ BLANCO (INCLUIDO "PARBOILED")			
Empresa	Valor en ptas	Kg	Cuota %
ARROCERIAS HERBA S.A.	1.126.197.049	26.759.129	66,81
LUTON S.A.	173.094.915	2.655.130	10,26
ARROCERIAS DORADO S.A.	17.776.141	200.424	1,05

Ningún otro importador alcanza la cuota del 1%, es, por tanto, un mercado localista y oportunista.

EXPORTACIONES ARROZ BLANCO (INCLUIDO "PARBOILED")			
Empresa	Valor en ptas	Kg	Cuota %
ARROCERIAS HERBA S.A.	2.888.624.211	42.030.901	60,01
COMARROZ S.A.	574.887.684	6.702.185	11,94
IBERICA DE ARROCES S.L.	430.062.793	7.159.754	8,93
ARROCERIAS DORADO S.A.	117.688.770	1.585.410	2,44

Una vez más en este segmento ARROCERIAS HERBA S.A. sigue siendo el número uno ampliamente destacada.

El resto de exportadores en este tipo de arroz no llega a alcanzar la cuota del 1%.

4.6. El mercado del arroz largo

En este epígrafe se explica la producción y consumo del arroz largo que hasta ahora se ha integrado en las estadísticas generales, concediéndole tan sólo comentarios marginales, aunque sea una parte importantísima de la actividad de HERBA. Se trata aparte porque se va a excluir del mercado relevante a este tipo de arroz, ya que en España tiene un consumo mínimo y la sustituibilidad para el consumidor español parece muy escasa, por lo menos a los niveles de precios superiores que tiene el arroz largo.

Como ya se ha comentado, España produce anualmente 240.000 Tm de arroz cáscara del tipo "largo índica", equivalentes a 135.000 Tm de arroz elaborado blanco.

El consumo interior de este tipo de arroz es muy reducido y alcanza sólo las 16.000 Tm/año existiendo por tanto un excedente de 120.000 Tm de arroz blanco, que se exporta íntegramente a países de la CEE.

El Grupo HERBA comercializa con marcas propias el 55% del arroz largo consumido en España, y NOMEN el 20%.

El arroz largo excedente es exportado, semielaborado, a países comunitarios. HERBA, con una amplia experiencia exportadora y disponiendo de una red de filiales elaboradoras y comercializadoras, realiza la mayor parte de dichas exportaciones españolas.

El resto de países comunitarios no producen apenas 60.000 Tm de arroz cáscara largo, lo que añadido a la producción española totaliza aproximadamente 300.000 Tm equivalentes a 165.000 Tm de arroz blanco. Esta cifra es claramente insuficiente para atender el consumo europeo de arroz largo, que se sitúa alrededor de las 500.000 Tm. Por lo tanto, este déficit es cubierto con importaciones desde países típicamente productores, como Estados Unidos, Tailandia y otros del cono sur americano y lejano oriente.

Las ventas consolidadas en la CEE de las empresas del Grupo HERBA, en este segmento de arroz largo, alcanzan las 140.000 Tm anuales, lo que supone el 28% del mercado. La mayor parte de estas ventas son realizadas a envasadoras, o con marca de distribuidor.

5. EFECTOS DE LAS OPERACIONES DE CONCENTRACION

5.1. Calidades y diferenciación del producto

Las calidades y tipos de arroz están tipificados con notable precisión como muchos otros productos "commodities" como el trigo, maíz, etc. Esta característica del producto introduce un elemento importante de transparencia y clarificación en el mercado del arroz. Los precios de la materia prima, sobre todo a nivel mayorista, no tienen otras diferenciaciones que el coste del transporte y, en el tiempo, del almacenamiento.

Los tipos y calidades del arroz variedad japónica italiano permiten su utilización como si fuera español: el consumidor español no aprecia la diferencia. De hecho, importaciones de Italia han cubierto históricamente déficits puntuales de arroz redondo español para abastecer el consumo.

Todos los expertos consultados han señalado que la materia prima utilizada por las diversas empresas marquistas españolas es la misma o, por lo menos, no es diferenciaba por el consumidor.

Evidentemente, ello no excluye la existencia de algunas variedades muy minoritarias, potencialmente diferenciales, su misma marginalidad las excluye de este estudio.

Las calidades se refieren al porcentaje de granos partidos.

La falta de diferenciación produce una notable dificultad para actuar sobre el precio.

Los esfuerzos de las empresas con el objetivo de producir diferenciación de producto se han encaminado a la creación de marcas. De esta manera se introduce una imperfección en el mercado, cuyo objeto es estabilizar las cuotas de mercado entre los diversos fabricantes. Esta estabilización de cuotas, llamada fidelidad del cliente, no es un hecho aislado, ni mucho menos exclusivo del arroz, pero lo que sí que se admite es que el grado o intensidad de esta fidelidad es muy elevado en el cliente español, lo que establece una barrera de entrada a nuevas marcas.

La fidelidad significa en términos económicos que existe, dentro de determinados límites de precios, cierta rigidez de la elasticidad cruzada de demanda entre marcas: moderadas subidas de precio de marcas acreditadas no disminuyen significativamente su demanda, por lo menos a corto plazo a costa de una transferencia de demanda a otra marca. El consumidor tiene otros criterios aparte del precio al comprar arroz para su consumo, dentro de límites estrechos, claro está.

El arroz sólo presenta diferenciación de producto en parte del último escalón, el de venta al público. Las ventas a instituciones, industrias y otros clientes se hacen en un mercado perfecto en cuanto a producto.

5.2. El Mercado Marquista

Dadas las características del producto, el mercado de arroz envasado de venta al público es el único que resulta interesante a efectos de ver los resultados de una concentración económica. Los mercados de materia prima y graneles en un mercado tan regulado no pueden fácilmente producir alteraciones de precio y porque, en este caso concreto, NOMEN solamente interviene en el mercado marquista, ya que completa toda su producción a HERBA, no produciéndose ninguna alteración, por razón de la concentración, en el mercado al productor. El impacto de ARROCERIAS SEVILLANAS es mínimo, dada su importancia cuantitativa.

El mercado envasado supone algo menos de la mitad del arroz comercializado en España. En el cuadro adjunto se puede ver las empresas y marcas principales en el mercado, en el que se ha despreciado a aquéllas con un porcentaje inferior a 1,5 de este mercado.

CUOTA DE MERCADO DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS EN EL MERCADO DE ARROZ ENVASADO				
Empresa	Envasado (Tm)		%	Marca
HIJOS J. SOS BORRAS S.A.	32.000		13,12	SOS
ARROCERIAS HERBA S.A.	28.000		11,48	La Cigala
NOMEN PROD. ALIM. S.A. (2)	26.913		11,04	NOMEN
PRODUCTOS CORAL S.A. (3)	24.000		9,84	La Fallera
CAMARA ARROCERA	20.722		8,5	Montsia
IBERICA DE ARROCES	18.000		7,38	Signo/La Perdiz
MAICERIAS ESPAÑOLAS	16.000		6,56	Dacsa
C.O.T.E.M.S.A. (1)	11.400		4,67	Rocío
PASAMAR S.A.	10.000		4,10	Embajador
ARROCERIAS DORADO S.A.	9.000		3,69	Dorado
ARROCERIAS PONS S.A.	7.300		2,99	Arropons
ALIMENT. NATURALES S.A.	7.000		2,87	Garrido
ARROCERIAS SEVILLANA (2)	5.850		2,39	Miura
CAMARA ARROCERA LA CAVA	5.000		2,05	La Cava
H. DE EDUARDO GALIANA S.L.	4.775		1,93	La Victoria
PRODUCTOS LA CAMPANA	3.570		1,46	La Campana

(1) Empresas filiales de HERBA antes de la concentración.

(2) Empresas que se concentran con HERBA.

(3) Empresas que parece que se van a concentrar con HERBA.

A partir de estos datos, los índices de concentración calculados muestran un mercado marquista poco concentrado antes de las operaciones que se informan.

La compra por HERBA de NOMEN y SEVILLANA eleva los índices de concentración a niveles relativamente altos, pero todavía dentro de niveles no excesivamente preocupantes, que permiten calificar la situación de moderadamente concentrada. Pero conviene subrayar que el incremento del grado de concentración es muy elevado, de casi quinientos puntos de índice Herfindahl-Hirschman (IHH).

INDICE DE CONCENTRACION HERFINDAHL-HIRSCHMAN	
1. IHH antes de la concentración	884,56
2. IHH HERBA compra NOMEN y SEVILLANA	1.370,24
3. Incremento del índice (3=2-1)	485,38

CUOTAS DE MERCADO	%
HERBA + COTEMSA	16,5
HERBA + COTEMSA SEVILLANA+NOMEN	29,58

Las cuotas de mercado del Grupo EBRO-HERBA pasarían del 16,15% actual al 29,58% tras la concentración.

Conviene resaltar, además, que todos los competidores que existen suponen cada uno de ellos individualmente menos del 10% de cuota de mercado, salvo "Sos", marca acreditada en el mercado nacional, con estructura que comprende todo el proceso productivo, especializada en la producción envasada y fundamentalmente con marca propia muy acreditada, cuya situación financiera es sólida y con beneficios.

5.3. Distribución y política comercial

Las ventas directas del fabricante a las grandes organizaciones constituyen una parte mayoritaria de la distribución, los canales tradicionales de distribución tienen una fuerte tendencia a disminuir. El arroz de venta al público es todo prácticamente envasado en paquetes de un kilogramo, aunque los paquetes de dos kilogramos también tengan aceptación.

Los graneles han desaparecido en este mercado

CANALES DE DISTRIBUCION DEL ARROZ			
	Cuota %	Número	
Hipermercados	28	157	
Supermercados grandes	13	752	
Supermercados pequeños	30	6.048	
Autoservicios de una caja	13	18.034	
Tradicionales	16	70.195	

Las grandes organizaciones de compra dentro del sector distribuidor (hipermercados, supermercados y cadenas) representan el 60% de las ventas, lo que supone un dato de gran importancia porque son estas organizaciones las que tienen la capacidad necesaria para ofrecer arroz con marcas blancas o propias.

Estas cifras muestran una fuerte capacidad negociadora de los distribuidores, que se enfrentan a las grandes empresas envasadoras contando además con la posibilidad de lanzar marcas blancas. Estas marcas son proporcionadas por un amplio espectro de empresas, entre ellas destacan las cooperativas y las cámaras arroceras, si bien las otras industrias son activas en este mercado.

Un aspecto importante, a destacar en este proceso de distribución, consiste en la limitación existente en los comercios incluso en los más grandes sobre el número de marcas que pueden tener en sus anaqueles. No se trata de una limitación física, sino de alcance práctico: no es interesante ni siquiera para los hipermercados y grandes supermercados tener más de 4-5 marcas acreditadas de arroz a la vista del cliente. El interés de esta cuestión reside en que, como resultado de este conjunto de concentraciones, HERBA está adquiriendo marcas acreditadas de alcance nacional. En teoría podría darse el caso, si el Grupo EBRO siguiese la política comercial de mantener todas las marcas que ha adquirido, que todas las marcas ofrecidas en los anaqueles de una cadena de tiendas fuesen del grupo concentrado. Si esto fuese así supondría evidentemente que la política dentro del Grupo EBRO era de competencia entre sus propias marcas; si quisieran subir el precio de todos sus productos simultáneamente por encima de los de la competencia no podrían copar los anaqueles de los hiper y supermercados. Estos, por otra parte, no se dejarían previsiblemente obligar por el Grupo EBRO, de doblegarse su política comercial sería de una ingenuidad inconcebible.

El panorama previsible, según el sentir de los competidores, sería la existencia de 3-4 marcas nacionales y una local en los anaqueles. Con o sin inclusión de marcas propias o blancas, las cuales las obtienen de varios grandes y medianos fabricantes

de arroz envasado. HERBA, por su parte y por lo que valga esta afirmación, ha indicado que su actividad en el abastecimiento de marcas blancas es nula.

En todo caso, la política comercial futura del Grupo HERBA y la de las grandes cadenas de compra será de gran interés y convendría seguir su evolución, porque se está produciendo un cambio en el mercado de honda significación.

A estos efectos, los datos de Nielsen sobre participaciones en el mercado en las principales regiones no muestran discrepancias muy grandes entre sí.

ACCIONES REGIONALES DE MERCADO DE ARROZ EMPAQUETADO									
	Vol. NaI.	Madrid	Barna	Cataluña	Levante	Andalucía	Centro	N.Oeste	N.Centro
Nomen	12	8,7	23,6	23,5	1,9	18,1	3,1	10,5	7,3
La Cigala + Brillante	12	11,2	2,4	7,8	5,1	17,1	8,2	32,7	18,4
Sos	19,1	40,2	9	13,3	9,8	10,9	40,7	14,3	34,7
La Fallera	9,1	4,8	6,9	6,8	17,3	8	8,1	8,1	5,8
Resto mercado	47,8	35,1	58,1	48,6	65,9	45,9	39,9	34,4	33,8
Mercado Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100
%Mercado Total	100	11,6	11,1	12,2	20,5	17,3	8,9	10	8,4

5.4. Barreras de entrada

La inexistencia de barreras comerciales a la materia prima no obsta a la existencia de una barrera comercial en el mercado marquista. Todos los agentes están de acuerdo en señalar que acreditar una nueva marca de carácter nacional es muy difícil y, en todo caso, muy cara. Ello se refuerza por el hecho indiscutible de la existencia de una fuerte posición en los productos "nuevos" o "minoritarios", relacionados con el arroz que tiene el Grupo EBRO (incluido NOMEN), en concreto en arroz largo, parboiled y otras combinaciones más o menos exóticas. Aunque estos productos sean muy minoritarios, están en crecimiento y tienen alta capacidad de penetración en públicos de nivel de renta elevado y en jóvenes.

6. CONCLUSION

El Grupo EBRO es un importante conglomerado con base en España, aunque con implantación igualmente en el resto de Europa. Su actividad se centra en el sector agroalimentario y derivados. En la industria azucarera y arroceras ocupa posiciones destacadas en el mercado español, actuando igualmente en otros sectores como catering, conservas, aceites, etc. Dentro del sector arrocero, la empresa HERBA, cuyo capital controla en un 60%, es la cabecera de un subgrupo de empresas en este sector.

La actividad de HERBA se concentra en la actividad mayorista y de exportación e importación de arroces, es abastecedor de empresas marquisas (NOMEN) y realiza su propia actividad en el mercado de marcas español. Gracias a un esfuerzo en I+D en el sector semillas ha logrado adaptar la variedad de arroz largo o índica a la Zona de Sevilla, convirtiéndola en la única área importante de producción de Europa y, por consiguiente, habiendo logrado que España sea un importante exportador de esta variedad hacia el resto de la CEE. No es, pues, necesario insistir en que se trata de la empresa más grande de España en el sector, con una cantidad de arroz comercializada 4-5 veces superior a la siguiente (Sos), pero cuya actividad en el mercado minorista español es muy limitada. Es el mercado europeo, en el que dispone de importantes filiales en la mayor parte de los Estados Miembros, su campo de acción principal, donde su actividad está fuera del sector de envasados-marcas, concentrándose en el escalón anterior industrial-mayorista. Es la primera multinacional del arroz de Europa, con una notable especialización en el arroz largo donde sus ventas consolidadas suponen el 28% de ese mercado. Este tipo de arroz se consume fundamentalmente en el Reino Unido, Benelux, Alemania y Dinamarca.

Las concentraciones que se estudian suponen una nueva estrategia de expansión de HERBA en el sector de envasados-marcas en España. NOMEN es un envasador con una marca acreditada que compra la totalidad de la materia prima a HERBA. La otra empresa adquirida es ARROCERIAS SEVILLANAS cuya actividad, además de la marquista, incluye el proceso industrial.

Se ha tratado en este informe con gran amplitud la regulación del mercado del arroz, realizada por la PAC, para subrayar el hecho de que el mercado español se encuentra unido con el europeo en lo que a materia prima se refiere. En efecto, la PAC establece la libre circulación de arroz, un sistema de regulación común y la tipificación de los productos, todo ello dentro de un mercado intervenido, donde variaciones de precios relativamente moderadas desatarían movimientos de importación y exportación dentro del área, o desde fuera, aparte de la intervención pública dentro del marco de la PAC. En concreto, cualquier déficit o incremento de precios de la variedad japónica consumida en España, daría lugar a importaciones

de Italia, cuyas producciones no se diferencian del producto autóctono por el consumidor español. En conclusión, el mercado mayorista español de un producto tan tipificado y homogéneo está directamente conectado con el europeo. En el mercado español existe una oferta de elasticidad casi perfecta procedente, como se ha dicho, de un país y un área (Italia y Europa) excedentarios de arroz redondo o japónica.

No se puede decir lo mismo del arroz largo en el que Europa es deficitario; solamente se produce el 60% del consumo, del cual la mayor parte es español y comercializado por HERBA. Este tipo de arroz prácticamente no se consume en España.

La actividad de HERBA y de las empresas que adquiere no se ha contemplado en el mercado mayorista español a efectos de calcular su nivel de concentración. En el caso del arroz redondo, porque las posibilidades de modificar los precios son muy limitadas -el coste del transporte desde Italia es de ± 7 ptas/Kg-; debido a la competencia existente y a la intervención pública se puede hablar de un mercado europeo. Por otra parte, de las empresas adquiridas NOMEN adquiere toda su materia prima de HERBA, con lo que difícilmente la operación afecta a este mercado, y ARROCERAS SEVILLANAS es de muy pequeña dimensión.

No ocurre lo mismo con el mercado de arroz envasado y con marcas, compuesto por los empresarios arroceros, por un lado, y, por otro, por los distribuidores o expendedores al público en general, donde el producto es el arroz envasado (paquetes de un kilo y en mucha menor medida de dos kilos) y con marca, lo que introduce una imperfección al mercado: el consumidor español diferencia las marcas y las guarda fidelidad. En otras palabras, está dispuesto a sufrir moderadas variaciones de precio a corto plazo, sin que sea demasiado grande la correspondiente variación de demanda. Este hecho, junto con el menor precio del arroz respecto a los productos que son sus sustitutivos (alubias, espaguetis, macarrones, garbanzos, etc.) configura un mercado en el cual el grado de concentración es un elemento clave a tener en cuenta entre otros a la hora de emitir un dictamen sobre estos expedientes.

Como se vio en el apartado 5.2., el mercado marquista español se ha considerado como el mercado relevante. Antes de las operaciones de concentración económica que se informan, el grado de concentración del mercado era muy bajo, con muchas empresas y ninguna grande. Después de la adquisición por parte de HERBA de NOMEN y ARROCERIAS SEVILLANAS, todos los indicadores reflejan una situación en el grado de concentración que se puede calificar de moderadamente concentrada. No parece en principio plantear problemas graves.

En cualquier caso, es conveniente tener en cuenta otros aspectos. En primer lugar, por lo que a la distribución se refiere, conviene señalar que las grandes

organizaciones con central de compras (hipermercados, cadenas, supermercados), dentro de este sector suponen el 60% de las ventas, lo que evidentemente es un dato de gran importancia, pues son quienes tienen la capacidad necesaria para ofrecer arroz con marcas propias o blancas, en su caso incluso realizando importaciones, con el importante efecto de introducir competencia a los envasadores malquistas.

Dentro del mismo campo de la distribución, un segundo aspecto a tener en cuenta lo constituye la conveniencia de los hipermercados y grandes supermercados de no tener más que 4-5 marcas de arroz en sus anaqueles a la vista del cliente. Varias de esas marcas podrían pertenecer al Grupo HERBA ampliado. De cualquier manera, es previsible que en la nueva situación, y quizás tras un período de adaptación, los distribuidores finales deseen tener marcas de diversos orígenes empresariales. La única forma de intentar copar los anaqueles por parte de HERBA sería haciéndose la competencia entre sus propias marcas. Estas consideraciones tratan de llevar a la conclusión de que puede ser necesario un período de adaptación a las nuevas circunstancias del arroz envasado de las políticas comerciales de los principales actores: envasadores y distribuidores finales.

El cambio en las circunstancias es muy grande y las variaciones en la política comercial serán previsiblemente muchas, es imposible hacer previsiones fiables sobre la estrategia comercial de estas empresas. Parece aconsejable vigilar este proceso, fundamentalmente porque puede tener repercusiones sobre los precios de un producto de gran consumo, barato y con sustitutivos más caros (véase punto 4.4.5.)

El nivel de competencia en el mercado del arroz es elevado, entre otros aspectos, debido a que su consumo está tendencialmente en recesión y su producción en aumento. La batalla competitiva entre las empresas en estas circunstancias es siempre dura, como muestra la experiencia. Por otra parte, no se prevé la entrada de empresas extranjeras en el sector marquista, a no ser que fuese a través de adquisiciones.

Por último, no se puede dejar de reseñar la importante labor de innovación, basada en inversiones cuantiosas en investigación, de HERBA que han convertido a España en un exportador importante, dentro de la CEE, de una variedad de arroz consumido en los países del norte de esa área económica y del cual ésta es deficitaria. La estrategia de HERBA de tratar de conseguir una cuota significativa en el mercado de marcas español parece congruente con el desarrollo de su actividad principal de mayorista a escala europea. De esta forma introduce, aparte de una ampliación de un área de negocio importante, un fuerte elemento de estabilidad en su operativo, ya que el mercado marquista es estable, siendo el mayorista por el contrario más volátil.

Este reforzamiento de HERBA supone una mejora de la competitividad de la industria nacional, lo que tiene aplicaciones positivas no sólo sobre la propia industria arrocera sino sobre el sector agrario productor de arroz, sobre todo el de la zona sur. El continuado esfuerzo en I+D aclimatando variedades de arroz en las que Europa es deficitario, supone una mejora en los sistemas de producción basada en el progreso técnico.

Un factor adicional de gran importancia a la hora de tomar una decisión lo constituye la estructura y la propiedad de HERBA y del Grupo EBRO. HERBA y NOMEN pasaron de ser sociedades familiares a integrarse en un grupo multinacional. ARROCERIA SEVILLANA es una pequeña empresa que pivota alrededor de una persona al borde de la jubilación. Con la potencia financiera del Grupo EBRO y de KIO, su principal accionista, HERBA se ha extendido por Europa, en el mercado mayorista, sin embargo su participación en el mercado marquista de venta al público, salvo en Portugal, es mínima y en España pequeña. Su gestión es claramente española, teniendo en cuenta que ya tiene capital mayoritario extranjero, cualquier refuerzo encaminado a fijar su base en España es favorable a que su implantación (gestión y base operativo) continúe en nuestro país. No conviene olvidar que España es el segundo país de Europa en producción arrocera, con producción en expansión y prácticamente único productor de la variedad en la que la CEE es deficitario.

Por todo ello, el Tribunal de Defensa de la Competencia, de acuerdo con el artículo 16 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, emite el siguiente

DICTAMEN

A pesar de los efectos moderadamente restrictivos de las concentraciones notificadas, la limitada cuantía de éstos, más los efectos compensatorios que establece el propio mercado en sus aspectos de distribución y especialmente la interacción con el mercado europeo, se propone al Gobierno que no se oponga a la adquisición por parte de ARROCERIAS HERBA S.A., Compañía participado mayoritariamente por EBRO AGRICOLAS, COMPAÑIA DE ALIMENTACION S.A., de las empresas NOMEN PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A. y ARROCERIA SEVILLANA S.A.

Se aconseja que se imponga como condición el envío trimestral de un seguimiento de los precios venta al público de sus marcas de arroz envasado realizado por una empresa de análisis de mercado de reconocido prestigio, durante el plazo de 3 años.

ACUERDO DEL CONSEJO DE MINISTROS DE 9 DE OCTUBRE DE 1992

ACUERDO por el que, conforme a lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia, no procede oposición a las operaciones de toma de control de EBRO AGRICOLAS COMPAÑIA DE ALIMENTACION S.A. a través de ARROCERIAS HERBA S.A. sobre ARROCERIA SEVILLANA S.A. y NOMEN PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A.

El Ministro de Economía y Hacienda propone al Consejo de Ministros el siguiente Acuerdo:

VISTAS: las notificaciones voluntarias realizadas por EBRO AGRICOLAS COMPAÑIA DE ALIMENTACION S.A. (EBRO) referentes a la toma de control, a través de su participado ARROCERIAS HERBA S.A. (HERBA) sobre ARROCERIAS SEVILLANA S.A. y NOMEN PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A., notificaciones que dieron lugar a los expedientes NV-027 y NV-028 respectivamente.

RESULTANDO: que por la Dirección General de Defensa de la Competencia se procedió al estudio de los mencionados expedientes, elevando propuesta acompañada de informe al Excmo. Sr. Ministro de Economía y Hacienda, para su remisión al Tribunal de Defensa de la Competencia, por entender que dichas operaciones de concentración podrían afectar al mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de arroz envasado, según lo dispuesto en el artículo 15.4 de la Ley 16/1989 de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

RESULTANDO: que el Tribunal de Defensa de la Competencia, tras el estudio del mencionado expediente, ha emitido dictamen en el que, aunque aprecia la existencia de efectos restrictivos sobre la competencia, señala que éstos pueden ser compensados por el propio mercado en sus aspectos de distribución y especialmente por la interacción con el mercado europeo, aconsejando un seguimiento de precios en el mercado afectado.

CONSIDERANDO: que, según el artículo 17 de la Ley 16/1989, la competencia para decidir sobre estas cuestiones corresponde al Gobierno a propuesta del Ministro de Economía y Hacienda.

VISTOS los textos legales de general y pertinente aplicación.

EL CONSEJO DE MINISTROS, a propuesta del Ministro de Economía y Hacienda ACUERDA: no oponerse a las operaciones de adquisición por parte de ARROCERIAS HERBA S.A. Compañía participado mayoritariamente por EBRO AGRICOLAS, COMPAÑIA DE ALIMENTACION S.A. de las empresas NOMEN PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A. y ARROCERIA SEVILLANA S.A., debiendo notificar los interesados trimestralmente al Servicio de Defensa de la Competencia,

durante un período de tres años, la evolución de los precios de venta al público de las distintas marcas de arroz envasado.