

RESOLUCIÓN
EXPTE. S/0202/09, Industria arrocerá

Consejo

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
D^a. Pilar Sánchez Núñez, Vicepresidenta
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
D^a. María Jesús González López, Consejera
D^a. Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 29 de julio de 2011

El Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia, con la composición expresada y siendo Ponente el Consejero Don Julio Costas Comesaña, ha dictado la siguiente Resolución en el expediente sancionador S/0202/09 Industria arrocerá, incoado por la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia contra HERBA RICEMILLS S.L., SOS CORPORACIÓN ALIMENTARIA, S.A, ARROCES Y CEREALES S.A., ARROCERIAS PONS, S.A., ARROCERÍAS ROVIRA BALLESTER S.L., PRODUCTOS LA CAMPANA S.L., ARROCERÍAS ANTONIO TOMAS, S.L. e HIJOS DE VICENTE CATALA PEIRO, S.A. por posibles conductas prohibidas en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, consistente en un supuesto acuerdo de fijación del precio de compra a los productores del arroz redondo.

ANTECEDENTES DE HECHO

1. Con fecha 30 de septiembre de 2009 la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-Asaja) presentó ante el Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana escrito en el que se denunciaba la existencia de pacto no escrito entre la industria arrocerá para comprar a los productores el arroz redondo, que es el que se produce en la Albufera y la Marjal Pego-Oliva, a un precio de 0,27 euros/Kg (270 €/t), por debajo del umbral de rentabilidad, 0,31 euros/Kg. Este mismo escrito de fecha 24 de septiembre de 2009 fue también remitido a la Comisión Nacional de la Competencia (CNC).

Con fecha 2 de octubre de 2009, el Servicio de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana inició una información reservada previa con el fin de determinar el ámbito de los hechos comunicados (folio 19) y se requirió la subsanación de la denuncia a AVA-Asaja de acuerdo con el artículo 39 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC). Con fecha 20 de octubre de 2009 se recibió la respuesta, en la que manifiesta su voluntad de no ser parte interesada (f. 33), y en la que denuncia a las siguientes empresas de la industria arrocera: ARROCERIAS PONS, S.A., ARROCERÍAS ROVIRA BALLESTER S.L., PRODUCTOS LA CAMPANA S.L., SOS CUETARA S.A., ARROCES Y CEREALES S.A., y HERBA RICEMILLS S.L. (folios 22-24). Posteriormente, a solicitud de la CNC, aportó facturas de las industrias denunciadas (a excepción de ROVIRA) y de otras dos empresas no señaladas en la subsanación: ARROCERÍAS ANTONIO TOMAS e HIJOS DE VICENTE CATALA PEIRO S.A. (f. 48-102).

El 30 de octubre de 2009 se recibió en la CNC, procedente del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana, la referida denuncia y las actuaciones practicadas. El 2 de noviembre de 2009 se decidió, de acuerdo con el artículo 1.1 de la Ley 1/2002, de 21 de Febrero, de Coordinación de las Competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de Defensa de la Competencia, que la CNC era la autoridad competente para la tramitación del expediente.

2. En el marco de la información reservada S/0202/09, de acuerdo con lo previsto en el artículo 39 de la LDC, la Dirección de Investigación (DI) de la CNC realizó diversos requerimientos de información a la Asociación denunciante, al Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), y a las industrias arroceras denunciadas y a las dos sobre las que AVA-Asaja aportó facturas: ARROCERIAS PONS (PONS), S.A., ARROCERÍAS ROVIRA BALLESTER S.L. (ROVIRA), PRODUCTOS LA CAMPANA S.L. (LA CAMPANA), SOS CUETARA S.A., actualmente SOS CORPORACIÓN ALIMENTARIA, S.A. (SOS), ARROCES Y CEREALES S.A. (ARCESA), HERBA RICEMILLS S.L. (HERBA), ARROCERÍAS ANTONIO TOMAS, S.L. (TOMAS) e HIJOS DE VICENTE CATALA PEIRO S.A. (CATALA).
3. Tras analizar la información obtenida del denunciante, los denunciados y el MARM, la DI consideró que de ella se desprendía indicios racionales de la comisión de una infracción de la LDC, por lo que con fecha 22 de febrero de 2010 se acordó la incoación de expediente sancionador contra HERBA, SOS, ARCESA, PONS, ROVIRA, LA CAMPANA, TOMAS y CATALA por posibles conductas prohibidas en el artículo 1 de la LDC y el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), consistente en un supuesto acuerdo de fijación del precio de compra del arroz redondo. En esa misma fecha se notificó el acuerdo de incoación a las partes.
4. A la vista de las actuaciones practicadas, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50.3 de la LDC, con fecha 16 de julio de 2010, la DI procedió a formular el Pliego de Concreción de Hechos (PCH) que menciona el artículo 33.3 del RD 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la

Competencia (RDC), que fue notificado a todos los interesados, y en el que la Dirección de Investigación concluye considerando que *“no ha quedado acreditada la existencia de conductas prohibidas por el artículo 1 de la Ley 15/2007, así como del artículo 101 del TFUE.”*.

Con fecha 29 de diciembre de 2010 se solicitó al Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana el informe preceptivo previsto en el artículo 33.2 del RDC, que tuvo entrada en la CNC el 28 de enero de 2011. Con fechas 12 y 13 de enero de 2011 tuvieron entrada en la CNC escritos de alegaciones de LA CAMPANA, ARCESA y SOS al PCH.

5. Conforme a lo previsto en el art. 33.1 del RDC, con fecha 24 de enero de 2011 se procedió al cierre de la fase de instrucción del expediente, siendo notificado a los interesados en esa misma fecha
6. El 22 de febrero de 2011, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 50.5 de la LDC y del artículo 43.2 del RDC, la DI remitió a este Consejo de la CNC el expediente de referencia, junto con un Informe en el que se incluye la Propuesta de Resolución (PR). En particular, la DI propone:

“Que se declare que no ha quedado acreditada la existencia de conductas prohibidas por el artículo 1 de la Ley 15/2007, ni del artículo 101 del TFUE, consistentes en un posible acuerdo o práctica concertada para la fijación de los precios de compra del arroz cáscara redondo por parte de SOS, HERBA, LA CAMPANA, ARCESA, ROVIRA, PONS, CATALA y TOMAS en la campaña 2009-2010.”.

7. Con fecha 14 de febrero de 2011 tuvo entrada en la CNC escrito de alegaciones a la Propuesta de Resolución de la empresa SOS, que señala no tener comentarios adicionales a las consideraciones realizadas anteriormente en los escritos de alegaciones y muestra su conformidad con la Propuesta (f. 4709).

Con fechas 17 y 18 de febrero de 2011 tuvieron entrada en la CNC escritos de alegaciones a la Propuesta de Resolución de las empresas LA CAMPANA, PONS y ROVIRA, en los cuales se expresa la conformidad con la Propuesta y la intención de no formular alegaciones (f. 4710 a 4714).

No se han recibido alegaciones a la PR de las empresas HERBA, ARCESA, CATALA y TOMAS.

8. El Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia terminó de deliberar y falló este expediente en su reunión del 27 de julio de 2011.
9. Son partes en este expediente:
 - SOS CORPORACIÓN ALIMENTARIA, S.A (SOS)
 - HERBA RICEMILLS S.L. (HERBA)
 - PRODUCTOS LA CAMPANA S.L. (LA CAMPANA)
 - ARROCES Y CEREALES S.A. (ARCESA)
 - ARROCERÍAS ROVIRA BALLESTER S.L. (ROVIRA)

- ARROCERIAS PONS, S.A. (PONS)
- HIJOS DE VICENTE CATALA PEIRO, S.A. (CATALA)
- ARROCERÍAS ANTONIO TOMAS, S.L. (TOMAS)

HECHOS PROBADOS

Conforme a lo recogido en el Pliego de Concreción de Hechos formulado por la Dirección de Investigación:

PARTES DENUNCIANTE Y DENUNCIADAS:

1. AVA-Asaja, con sede en Valencia y con más de 20.000 asociados, es una de las mayores organizaciones agrarias de la Comunidad Valenciana. Se trata de una entidad reivindicativa, de carácter empresarial, dedicada a la defensa de los intereses de agricultores y ganaderos (www.avaasaja.org).
2. HERBA RICEMILLS, S.L. (HERBA) tiene sede en Sevilla y su actividad se centra en el arroz redondo, largo, basmati, salvaje, integral, quick y también arroz vaporizado. Sus marcas son: La Cigala, Brillante, Rocío, Nomen, La Fallera, entre otras. HERBA es la empresa líder en el mercado del arroz y forma parte del grupo EBRO FOODS (www.herba.es). HERBA cuenta con 7 fábricas y 14 instalaciones productivas en Andalucía, Extremadura, Levante y Cataluña, todas ellas situadas junto a las principales zonas de cultivo. Es miembro del Gremio de Arroces y Derivados del Consulado de la Lonja de Valencia. Su marca de arroz La Fallera se encuentra amparada por Consejo Regulador de la Denominación de origen “*Arroz de Valencia*” (www.arrozdevalencia.org/empresas.html).
3. SOS CORPORACIÓN ALIMENTARIA, S.A. (SOS), anteriormente SOS CUETARA, S.A., con sede en Madrid, realiza la comercialización de arroz en España a través de la marca SOS, la más vendida en España: Arroz SOS Clásico, Largo, Basmati, Vaporizado, Integral, Salvaje, Salvaje con Vaporizado, Cocción Rápida. Sus marcas son: Arroz SOS, Saludaes, Lassie, Abu Bint y Comet. SOS cuenta en España con dos fábricas ubicadas en Sevilla y Algemés (Valencia), dedicadas al tratamiento del arroz y su posterior envasado, así como un secadero industrial de arroz situado así mismo en la provincia de Valencia. Su actividad es también internacional, encontrándose en los mercados europeo y mundial (www.gruposos.com).

El 18 de abril de 2011 tuvo entrada en la CNC la notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición por EBRO FOODS, SA de determinados activos de SOS en el sector arrocero. La operación de concentración

se tramita con el nº de expediente C/0353/11, EBRO/ SOS Activos, y está pendiente de resolución por este Consejo. En particular, en España, se ceden la marca SOS y el negocio de productos envasados (arroz en diversos formatos y variedades con destino a los mercados de Retail y HORECA) y, con ello, las instalaciones fabriles de Algemés (Valencia).

4. **ARROCES Y CEREALES, S.A. (ARCESA)**, con sede en Valencia, cuenta con una planta para la elaboración y envasado diario, así como con una planta de secado. Se dedica a la elaboración y comercialización de todos los tipos de arroces, desde el arroz blanco de grano redondo, los de grano medio, largo, basmati, aromatizados, así como los vaporizados largos y los redondos. Sus marcas son: La perdiz, el León, entre otras. ARCESA trabaja con mercados de todo el mundo: Europa, Países Árabes y Centroamérica. Está integrada en el Consejo Regulador de la Denominación de origen "*Arroz de Valencia*" y es una empresa filial de grupo italiano EURICOM.
5. **ARROCERIAS PONS, S.A. (PONS)** tiene sede en Valencia y su centro de recogida y secado de arroz se encuentra en pleno Parque Natural de la Albufera. Lidera actualmente las ventas del arroz bomba, que es un arroz de grano redondo. Su arroz está amparado por la denominación de origen "*Arroz de Valencia*". Está asociada a la Lonja de Valencia por lo que recibe semanalmente la información de precios de arroces, cereales y subproductos.
6. **ARROCERÍAS ROVIRA BALLESTER, S.L. (ROVIRA)**, con sede en Valencia, cuenta con instalaciones situadas al lado de la zona productora de arroz del Parque Natural de la Albufera (www.arroceriasrovira.com). Elabora y envasa arroz de grano redondo, arroz de grano semilargo, arroz de grano largo y arroz vaporizado. Sus marcas son: Arroz de Valencia Ancora D.O., Ancora Extra, Ancora Largo, Ancora Vaporizado, El Valenciano, Coyote, Amaya y Mocosín. Es miembro del Gremio de Arroces y Derivados del Consulado de la Lonja de Valencia.
7. **PRODUCTOS LA CAMPANA, S.L. (LA CAMPANA)**, con sede en Valencia, cuenta con una instalación de secado, almacén y silos de almacenamiento en el Parque Natural de la Albufera (www.productoslacampana.com). Se dedica a los arroces redondo, largo, vaporizado, arroz venere y subproductos del arroz. Una característica a resaltar de LA CAMPANA, es la de pertenecer al Consejo Regulador de Denominación de origen "*Arroz de Valencia*". Es miembro del Gremio de Arroces y Derivados del Consulado de la Lonja de Valencia y a su vez actualmente (desde reunión del día 04 de abril de 2008) ostenta el puesto de Clavario del Gremio (cargo u oficio consular que, entre otras funciones, tiene la de ser el vocal de su Gremio en el Patronato del Consulado de la Lonja de Valencia).
8. **ARROCERÍAS ANTONIO TOMAS S.L. (TOMAS)** tiene sede en Valencia y desde su fundación emplea técnicas de elaboración artesanal del arroz. No cuenta con instalaciones de secado. Se dedica al arroz amparado bajo la Denominación de Origen Arroz de Valencia, pertenece a las variedades Bahía-Senia y Bomba, cultivadas en la zona reconocida por el Reglamento del Consejo Regulador, y se

comercializan exclusivamente en la Categoría Extra, controlado y certificado por la Denominación de Origen Consulado de La Lonja de Valencia (www.arroztomas.es).

9. HIJOS DE VICENTE CATALA PEIRO S.A. (CATALA) ubicada en L'Alquería de la Comtessa (Valencia), es hoy en día la empresa más antigua de su sector. Se trata de una empresa familiar, creada a finales del siglo XIX, que no cuenta con instalaciones de secado (<http://tic.ainia.es/lonja/catala/app/acercade.aspx>). Sus principales productos son el arroz Bahía-Senia y Bomba, que son exclusivamente de la zona de Valencia, analizándolos antes de su entrada en el molino para conseguir los de mejor calidad. Además, está integrada en el Consejo Regulador de la Denominación de origen “*Arroz de Valencia*”.
10. Algunas de las empresas que forman parte del expediente se encuentran o encontraban asociadas a la Unión de Industriales Arroceros de España (UNIADE) con domicilio social en Valencia y/o a la Asociación Nacional Fabricantes del Arroz (ANFA) con domicilio social en Madrid (disuelta en 2006).

CARACTERIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO:

11. Las prácticas objeto del PCH se enmarcan en el sector de la producción y la comercialización del arroz cáscara, en particular del arroz de grano redondo en el que se centra la mayor parte de la descripción del mercado.

La cadena de producción de arroz está formada por los agricultores productores y las entidades comerciales e industriales. El último eslabón de la cadena lo compone el comercio minorista, tanto en el canal HORECA como en el canal distribución.

12. Desde una perspectiva jurídica, el mercado agrícola en el que se integra el arroz es un mercado regulado a nivel europeo, fundamentalmente a través del Reglamento (CE) nº 1234/2007 del Consejo, de 22 de octubre de 2007, por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM), así como en cuanto a la aplicación de la legislación de defensa de la competencia a la producción y comercialización de los productos regulados por una OCM.

13. Producción de arroz cáscara:

- 13.1. En España, el arroz supone un cultivo importante en determinadas zonas de humedales como el entorno de Doñana, la albufera valenciana o el valle del Ebro, donde no sería posible plantar otra cosa, por lo que resulta determinante para la actividad productiva de la zona y mantiene a la población en el medio rural.
- 13.2. Conforme a la información aportada por HEBRA y SOS (f. 3621 y 3668), la producción española de arroz en 2009 fue aproximadamente de 882.000 t. En 2008 y según el estudio de Alimarket titulado “*Monográfico sobre el arroz*”, la producción se situó alrededor de las 657.620 toneladas, lo que supuso una

reducción interanual del 4,7%, con una superficie sembrada de un 5,6% menor que en el ejercicio precedente. Extremadura registró la principal producción de arroz de nuestro país, con cerca de 186.750 toneladas. A continuación aparecen Andalucía (147.600 toneladas), Cataluña (140.000 toneladas) y la Comunidad Valenciana (119.000 toneladas). A bastante distancia Aragón (46.670 toneladas), Navarra (14.000 toneladas), Murcia y Albacete (3.500 toneladas) y las Islas Baleares (100 toneladas). La producción de arroz cascara por zonas de cultivo fue la siguiente en 2008 y 2009:

Producción de arroz cáscara en España

	Superficie (ha)		Producción (t)	
	2008	2009	2008	2009 (*)
Andalucía	20.500	36.786	147.600	330.000
Aragón	9.335	12.701	46.675	70.000
Baleares	-	160	100	-
Cataluña	21.375	21.147	140.000	130.000
Extremadura	26.531	29.958	186.744	210.000
Murcia y Albacete	438	682	3.500	5.500
Navarra	1.750	2.285	14.000	15.000
Valencia	15.340	14.979	119.000	119.000
Total	95.269	118.699	657.619	879.500

(*) Previsión. Fuente: CCAE

Fuente: CCAE - Confederación de Cooperativas Agrarias de España

- 13.3.** En relación con la estructura de la oferta, la misma es diferente en las áreas tradicionales, donde está más fraccionada, especialmente la Comunidad Valenciana y Cataluña, en comparación con las de producción más reciente, sobre todo en Andalucía, que es donde la dimensión media de las explotaciones es mayor.
- 13.4.** Se trata de un producto no perecedero que admite el almacenaje. El arroz que se produce en España se divide en dos tipos principalmente, el **arroz Indica** (arroz largo, más de 6 mm) y el **arroz Japónica** (arroz redondo, grano tamaño medio o corto, entre 5,2 y 6 mm o menos de 5,2 mm). En 2008 se produjeron en España 349.900 t de arroz de la variedad japónica (450.000 t con los datos publicados por el MARM), destinada principalmente al consumo interno, frente a 307.730 t de arroz de la variedad indica, cuyo destino mayoritario es la exportación. En 2009 la producción de arroz redondo en España ha sido aproximadamente de 460.000 t (según datos de HERBA y SOS, f. 3621 y 3668).

La diferenciación del mercado de arroz en mercado de arroz japónica y mercado de arroz indica, ya se puso de manifiesto con anterioridad por el Tribunal de Defensa de la Competencia en el Informe de las concentraciones C6/92 y 7/92, EBRO - HERBA- /SEVILLANA/NOMEN.

13.5. El arroz se puede comercializar como **arroz cáscara** (*paddy* en la terminología comercial inglesa), que es el que aún conserva las glumas que protegen el grano, y como arroz ya despojado de la cáscara, que se denomina **arroz cargo** (arroz integral o pardo).

13.6. En el informe de superficies y cultivos del MARM de 2009 (<http://www.mapa.es/es/estadistica/pags/superficie/superficie.htm>), se recoge sobre el arroz cáscara el análisis provincial de producción del año 2008 (campana 2007/08) distribuida por tipos de arroz indica y japónica (Nueva división o clasificación según el Reglamento (CE) nº 543/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2009, relativo a las estadísticas sobre productos agrícolas):

Provincias y Comunidades Autónomas	Producción por subespecies (toneladas)	
	Distribución por tipos	
	Indica	Japónica
NAVARRA	—	12.092,50
Huesca	—	32.905
Teruel	—	234
Zaragoza	—	14.948
ARAGON	—	48.087
Girona	31	4.377,20
Lleida	—	465,75
Tarragona	8.873	106.327
CATALUÑA	8.904	111.170
BALEARES	101	—
Albacete	767	—
CASTILLA-LA MANCHA	767	—
Alicante	—	647
Castellón	—	760
Valencia	73	118.521
C. VALENCIANA	73	119.928
R. DE MURCIA	1.726	—
Badajoz	29.373	117.659
Cáceres	7.189	28.743
EXTREMADURA	36.562	146.402
Cádiz	14.256	—
Huelva	2.000	—
Sevilla	119.358	12.662
ANDALUCIA	135.614	12.662

ESPAÑA

183.645

450.342

13.7. Las variedades y categorías más cultivadas en España son:

- * Bomba: grano pequeño y redondo (Valencia, Calasparra, Delta del Ebro).
Se trata de una variedad minoritaria que alcanza precios muy elevados en el mercado y que no es objeto de las conductas investigadas en este expediente.
- * Senia bahía: de tipo medio (Valencia, Delta del Ebro, Aragón).
- * Balilla: grano redondo (Calasparra, Aragón).
- * Guadamar: grano redondo (Andalucía, Navarra, Aragón).
- * Gleva: grano redondo (Valencia).
- * Monsianell: grano redondo (Valencia, Delta del Ebro).
- * Fonsa: grano redondo (Valencia, Delta del Ebro, Extremadura, Andalucía).
- * Tebre: grano redondo (Delta del Ebro).
- * Arborio P: grano redondo (Andalucía).
- * Cripto: grano redondo
- * Libero: grano redondo
- * Hispagran: grano redondo (Extremadura, Aragón).
- * Marisma: grano redondo (Extremadura).
- * Orellana: grano redondo (Extremadura).
- * Sollana: grano redondo (Aragón).
- * Thaiperla: grano redondo (Andalucía, Extremadura).
- * Thainato, Puebla, Maso: grano redondo (Andalucía).
- * Puntal thaibonnet: grano largo (Andalucía, Extremadura).
- * Extra.
- * Primera.
- * Segunda.

13.8. La oferta de arroz cáscara está formada por los proveedores de arroz que son agricultores, cooperativas agrarias o Sociedades Agrarias de Transformación (SAT).

13.9. Gran parte de los productores se organizan en cooperativas. Éstas llevaron a cabo en 2003-2004 importantes procesos de concentración, con el propósito de hacer frente a la liberalización del mercado y compensar la bajada de los precios de intervención comercializando parte de su producción

Según la CCAE, el arroz es uno de los productos en el que tienen más peso las cooperativas, comercializando el 80% del arroz cáscara según el estudio *“Diagnóstico y análisis estratégico del sector agroalimentario español. Análisis de la cadena de producción y distribución del sector del arroz”* del MARM 2004.

13.10. En ocasiones, la propia industria es oferente de arroz cáscara. La realización de operaciones de compra-venta entre las industrias obedece a diferentes motivos, siendo los más frecuentes el atender necesidades puntuales de stock u oportunidades derivadas de ofertas de otras industrias que cuentan con excedentes (f. 3665).

13.11. El arroz redondo es mayoritario en las producciones del Delta del Ebro, Valencia, Huesca, Navarra y Murcia, aunque tiene también una presencia importante en Andalucía y Extremadura, con un total de 12.000 – 15.000 Ha. de cultivo, en función del año (f. 3682).

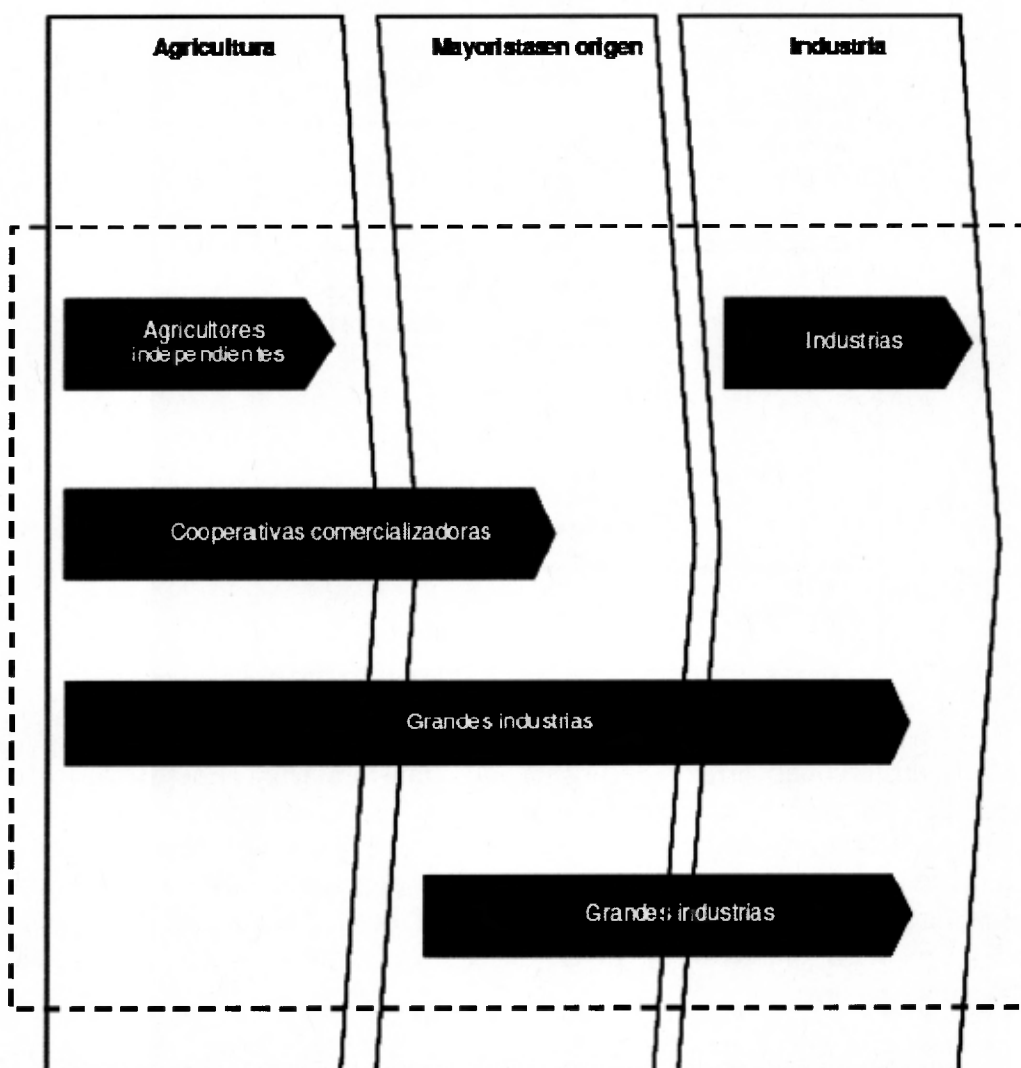
Las Cooperativas controlan en su conjunto más del 60% de la producción de arroz cáscara redondo en España. En las mayores Comunidades Autónomas productoras de arroz (Andalucía y Extremadura), las cuotas de producción de arroz de sus cooperativas llegan a ser en torno al 65 y al 80%, respectivamente (f. 3682).

14. Industria arroceras:

14.1. Del lado de la demanda, los agricultores y cooperativas venden el arroz a (i) mayoristas en origen que a su vez lo revenden, (ii) industriales arroceros (que realizan el descascarillado y/o el blanqueado), los cuales lo revenden, a su vez, a (iii) envasadores (que realizan el envasado o la transformación en plato preparado). A su vez, los envasadores venden el arroz envasado o como plato preparado al mercado minorista.

Estas distintas funciones pueden estar verticalmente integradas, como en el caso de algunas de las industrias de este expediente, que no sólo realizan el proceso industrial de blanqueado sino también el envasado y la transformación en plato elaborado (f. 4167).

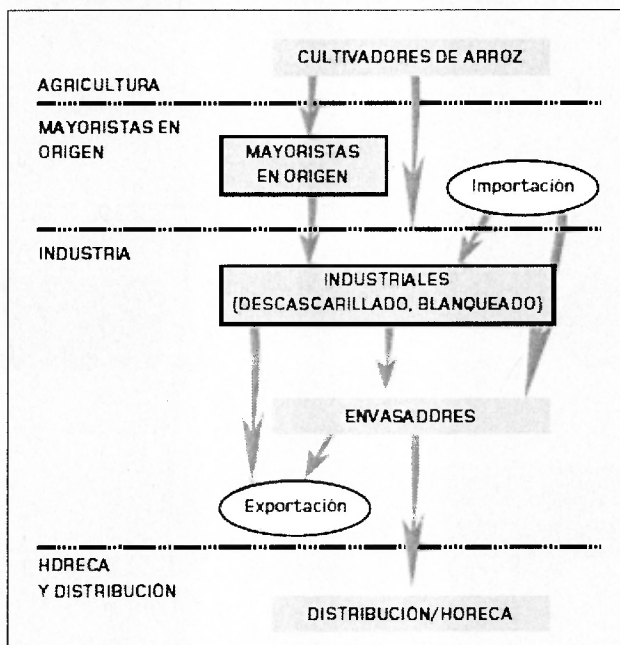
14.2. Las empresas presentes en el sector del arroz desarrollan su actividad en una o varias de las fases, teniendo una particular importancia la existencia de relaciones de coordinación vertical de naturaleza cooperativa. Se resume la estructura empresarial de la cadena de producción en el siguiente gráfico:



Fuente: estudio “*Diagnóstico y análisis estratégico del sector agroalimentario español. Análisis de la cadena de producción y distribución del sector del arroz*”. MARM 2004.

- 14.3.** Dentro del sector industrial se diferencian dos subsectores: un primer subsector, dedicado al secado y almacenamiento del arroz, en gran medida en forma de cooperativas, y un segundo sector encargado de la transformación (descascarillado y blanqueado del arroz), envasado y comercialización del arroz. Y dentro de este segundo subsector, las entidades comerciales e industriales, se distinguen en dos fases: el descascarillado y el envasado, teniendo cada una de ellas características específicas. Algunas cooperativas también realizan el descascarillado.
- 14.4.** La primera operación que se lleva a cabo en la industria consiste en la limpieza y posterior descascarillado del arroz. Después se somete a un proceso de molturación y pulido. El resultado final es el arroz pulido o arroz blanco que es envasado en la misma industria.

Estructura industrial de la cadena de producción del arroz



14.5. En la industria del arroz (encargada de transformación –descascarillado, blanqueado-, envasado y comercialización del arroz) existen grandes grupos con estrategias internacionales muy consolidadas, empresas de menor tamaño, empresas familiares y cooperativas con capacidad de transformación y envasado. Es importante señalar la presencia internacional de los grupos HERBA, líder mundial, y SOS, ambos muy diversificados e importantes en el mercado internacional del arroz.

14.6. Las industrias se encuentran asociadas en la Unión de Industriales Arroceros de España (UNIADE), que se constituyó en 1996 y que en la actualidad sigue activa y reúne a empresarios de Valencia fundamentalmente, y también de Tarragona y Badajoz. Asimismo, algunas industrias estaban asociadas a la Asociación Nacional Fabricantes del Arroz (ANFA), que se disolvió en el ejercicio 2006.

La industria arrocerera también se encuentra asociada en las lonjas, cuya caracterización se analiza *infra* (HP 16).

14.7. La mayoría de las industrias arroceras se encuentran ubicadas en la zona de Valencia, a pesar de que en ella sólo se produce el 26,63 % de la cosecha de arroz redondo a nivel nacional (Datos MARM de 2008), de modo que compran en las restantes zonas productoras, como se ha observado en las facturas e información aportadas a la CNC por las propias industrias objeto de investigación (HERBA, SOS, PONS, TOMAS).

15. Formación del precio del arroz:

15.1. La fórmula de negociación de precios de la industria arrocerera con los productores de arroz redondo varía en función de si la compra se realiza en el período de

recolección o fuera del mismo, es decir, si es arroz húmedo o seco. Dentro del período de recolección el arroz se entrega sin secar y sin limpiar, partiendo de un precio base que toma como referencia una serie de factores entre los que los agentes consultados destacan los siguientes (f. 336-337, 4168): (i) Precio campaña anterior; (ii) Stock de inicio de campaña; (iii) Calidad y producción por hectárea; (iv) Disponibilidad y precio países terceros; (v) Expectativas de la campaña.

La siega o campaña de recolección es un período corto de tiempo, de 2-3 semanas (entre septiembre-octubre en Valencia, en Huesca se alarga hasta diciembre, Sevilla todo el mes de octubre), que va desde la recolección a la venta de la cosecha, es lo que se denomina agrícolamente como período de campaña.

- 15.2.** En el período de inicio de campaña, en la compra del arroz verde o húmedo, existe en unas zonas concretas una gran concurrencia de compradores en el mismo tiempo y para cantidades similares (f. 2825 y 2826).

El arroz verde es el que se compra en campaña, durante la siega, que aún no se ha llevado a secar. El arroz puede presentar después del trillado una humedad del 25 al 30%, por lo que debe secarse hasta alcanzar un grado de humedad inferior al 14%.

- 15.3.** El “precio de campaña” o “precio de inicio de campaña”, común en los sectores agrícolas cuya recolección se da en un mismo marco de tiempo, a su vez llamado “temporada de recolección o campaña”, hace referencia simplemente al precio del mercado en ese momento temporal. Este precio tiene tendencia a mantenerse sin grandes variaciones en la época de campaña, dado el corto intervalo de tiempo que dura la misma. No obstante, finalizada la época de campaña o recolección, las materias primas almacenadas por los agricultores y cooperativas sí pueden sufrir cambios sustanciales en los precios, en función de la evolución de todas las variables que afecten a los distintos mercados (f. 3561 y 3562, 3616, 3699).

- 15.4.** Los precios de compra de este arroz redondo, que, según información aportada por las partes, se acuerdan con los agricultores y cooperativas o SAT, dependen de muchas variables (no todas las industrias coinciden en las variables relevantes), y estas variables son diferentes para cada industria (pues no se da por igual en todas las industrias), destacando (f. 191, 192, 265, 417, 2149, 3561, 3628, 3698, 4176, 4177, 4298):

- Volumen de las partidas de arroz contratadas.
- La entrega inmediata o el almacenamiento por la vendedora.
- El grado de humedad (normativamente, una vez envasado, el arroz no sobrepasará el 15% en contenido de humedad) para hacer descuentos.
- Si se vende descascarillado o cargo.
- Nivel de impurezas.
- Descuentos por bajos rendimientos.
- Si son variedades con denominaciones de origen o valor agronómico especial.
- El momento pactado de liquidación.
- El volumen de compra habitual al proveedor y su relación con la empresa en campañas anteriores.
- Si existe stock de la campaña anterior.

- El volumen de producción de la campaña actual.
- Precios en el mercado nacional e internacional.
- Costes indirectos de adquisición (transporte, trabajos logísticos agrícolas) a veces asumidos por la industria, otras por el proveedor.

15.5. HERBA y SOS señalan que, en función de la calidad del producto, se realizan descuentos sobre el peso de la mercancía y no sobre el precio (f. 4178 y 4297). En las facturas de LA CAMPANA y PONS se reflejan estos descuentos sobre el peso de la mercancía (f. 79-85, 96 y 98). Por tanto, si bien puede existir una aparente similitud de precios en factura, los agricultores cobran cantidades distintas por tonelada de arroz en función de la calidad del arroz entregado, pero esto solo queda reflejado en las toneladas contabilizadas y no en el precio €/t de la factura. Según AVA-Asaja son penalizaciones en el precio por humedad (folio 1223). En este mismo sentido se pronuncian las propias cooperativas y SAT, que reconocen que negocian los factores de corrección de humedad e impurezas (f. 3561).

De las facturas que constan en el expediente resulta que no todas las industrias aplican los mismos descuentos (por los mismos conceptos) y que los porcentajes o formas de cálculo de los mismos tampoco son coincidentes (entre otros, f. 92, 95-97, 99, 100, 192, 595).

15.6. La forma de negociar el precio es la misma de una campaña a otra. No obstante, la situación de mercado cambia, ya que se ve condicionada por las circunstancias que afectan a la producción, factores relacionados con la coyuntura internacional, expectativas de cambios legislativos o permisos en relación con el comercio exterior (f. 2141).

15.7. Muchas industrias arroceras compran el arroz a través de agentes comerciales que actúan como mediadores en operaciones de compra-venta de arroz. Los agentes comerciales o corredores son figuras independientes de la industria o las cooperativas, cuya función consiste en intermediar en operaciones de compraventa percibiendo como contraprestación una comisión sobre las operaciones cerradas. Los agentes comerciales trabajan en ocasiones para una sólo industria, pero lo más frecuente es que actúe un mismo agente de intermediario con varias cooperativas e industrias arroceras (f. 1806, 3336, 3339, 3340, 3352, 3415, 3673). Se trata por tanto de agentes independientes de ambos eslabones de la cadena que disponen de información de precios de compra de las distintas empresas arroceras y que entran en contacto con las cooperativas para cerrar los acuerdos de compraventa.

SOS señala que la mayoría de estos corredores son agricultores que al mismo tiempo comercializan su propio arroz. En particular afirma que de los 10 corredores con los que trabaja en España, 6 son agricultores y ninguno de ellos pertenece a una cooperativa o SAT (f. 4171).

15.8. En el precio del arroz tiene especial interés el rendimiento en molino o porcentaje de granos enteros sobre el total de los cosechados, pues este valor depende sobre todo de la variedad, pero también varía en función del momento de la recolección, ya que si el arroz se siega muy verde, el período de manipulación se incrementa en el secadero, con el resultado de una disminución en dicho porcentaje. Por el

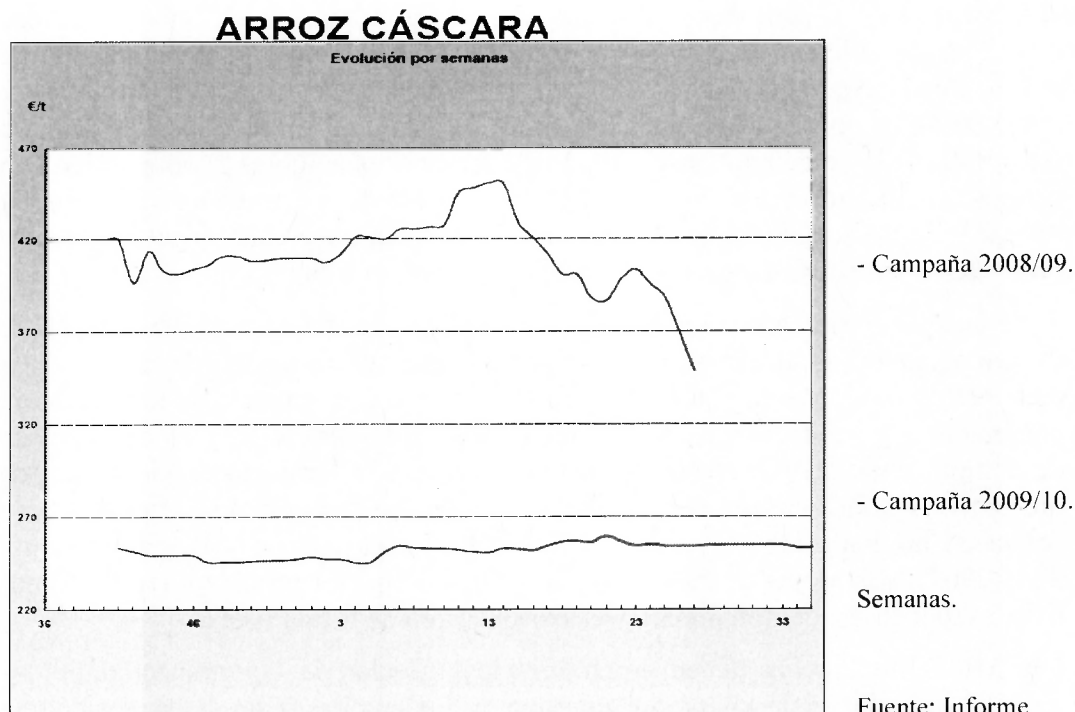
contrario, si el arroz se siega muy maduro poseerá menor porcentaje de humedad, aunque aumentan correlativamente los riesgos de pérdidas del mismo por desgrane. (Véase Informe “*Variedades y Mejora del Arroz (Oryza sativa, L.)*” de la Universidad Internacional de Cataluña, 2004; <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz.htm>).

- 15.9.** Además de por los factores descritos, los precios del arroz se encuentran fuertemente influenciados por la situación de los mercados internacionales, tanto de la UE como extracomunitarios.

En lo que respecta a la política de la UE, ésta se encuentra marcada por la drástica reducción de aranceles aplicada durante los últimos años sobre todo a países emergentes, lo que permite la entrada en la UE de arroz cargo (integral o pardo) a precios muy reducidos, provocando un descenso generalizado de precios en nuestro mercado interior en el transcurso de las últimas campañas, con excepción de la 2007-2008. (Según resulta de la Nota resumen sobre la producción y comercialización de arroz redondo en España aportada por el MARM).

- 15.10.** Los precios del arroz en origen (**arroz cáscara**) se siguen por observatorios de precios en el MARM, en determinadas Comunidades Autónomas y en algunas Lonjas (Lonjas de Valencia, Extremadura y Tortosa).

La evolución semanal de los precios del arroz cáscara (sin distinguir por variedad) recogidos por el MARM en la campaña 2008/09 (precios superiores, alrededor de 400-300 euros/t) y en la 2009/10, se presenta en la siguiente gráfica. Se observa en la gráfica la estabilidad de precio en la campaña 2009/10.



semanal coyuntural del MARM, 13 de octubre de 2010.

- 15.11. Asimismo, existen cotizaciones internacionales del arroz siendo la Cámara de Comercio de Vercelli (Italia) el mercado de referencia para el arroz en la Unión Europea (f. 188, 472, 1804).

Los precios del **arroz redondo** en Vercelli en los primeros meses de la campaña 2009/2010 se situaron en media en torno a 240 euros/t. (f. 199, 220, 1700, 1804).

El precio de la variedad Balilla y similares fue de 220,00 euros/t en septiembre 2009, 238,75 euros/t en octubre 2009, y 265,00 euros/t en noviembre 2009. El precio de la variedad Selenio y similares fue de 215,00 euros/t en septiembre 2009, 221,25 euros/t en octubre 2009, y 242,50 euros/t en noviembre 2009. Ambos arroz redondo.

16. Las Lonjas en el sector arrocero:

- 16.1. En España hay cuatro lonjas que abarcan el arroz: Valencia, Extremadura, Tortosa y la Lonja Agropecuaria del Ebro. No existe una Lonja de referencia (f. 190 y 3930), y tampoco las lonjas son lugares de comercialización física ni financiera de arroz en España (f. 477).
- 16.2. El Consulado de la lonja de Valencia es un organismo que tiene su origen en la época medieval. En la actualidad se rige por Estatutos publicados por el Ministerio de Comercio en 1952. Sus servicios más destacables son la información de precios, el laboratorio de análisis y los contratos oficiales. Se emite semanalmente un boletín de precios en los que aparece la cotización de arroz cascara redondo (variedades: Gleva, Senia, Monsianell y Fonsa) de operaciones realizadas en la semana anterior a la publicación (f. 996-999).
- 16.3. La Lonja de Tortosa no tiene personalidad jurídica propia, es una actividad dentro de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Tortosa, que se rige por la Ley 3/1993, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación y por la Ley catalana 14/2002. Esta lonja ofrece un servicio de información del mercado, para que los diferentes operadores y el público, en general, puedan tener una referencia de los precios de mercado los lunes por la mañana. En la actualidad no se cierran operaciones concretas en la lonja entre productores y distribuidores, como tradicionalmente se había hecho.
- 16.4. La Lonja de Extremadura se constituyó al amparo de la Ley 191/1964, de 24 de diciembre, con la finalidad principal de promover la concentración de la oferta y la demanda de productos agropecuarios, estimulando la concurrencia de toda clase de compradores y vendedores de los mismos, para conseguir facilitar las operaciones de compraventa, contribuyendo al mismo tiempo a la formación racional de los precios y su difusión entre los sectores afectados. En la Lonja de Extremadura se cotiza en las llamadas Mesas de Precios que se rige por unos Reglamentos (f. 3958-3967). Las Mesas de Precios se componen del sector productor (vendedores) y de las industrias (compradores), y éstos concurren de forma física.

Las Mesas de Precios tienen como principal función la determinación de las cotizaciones medias de los productos establecidos en ellas. Esta determinación se realizará en base a la constatación de los precios de las transacciones normales de mercado que hayan sido realizadas en el transcurso del periodo que media entre la

sesión que se celebra y la anterior, una vez que entre sus componentes hayan sido contrastadas las operaciones y asegurada la fiabilidad de las mismas.

A la formación de precio orientativo y no vinculante con los operadores de mercado para el Arroz Cáscara Redondo, como de cualquier otro producto de la tablilla de precios, contribuyen todos los vocales que conforman la Mesa de Precios.

Los precios orientativos que se acuerdan en las distintas Mesas de Precios se difunden mediante los servicios que Lonja de Extremadura pone a disposición de los profesionales del sector: Pagina Web, contestador de respuesta audible, servicio de mensajes a móviles y correo electrónico. Asimismo, se hacen públicos en los diarios de tirada regional: periódico Hoy y periódico Extremadura. Puntualmente se ofrecen en programas de radio regional y nacional en los programas especializados sobre campo (f. 3928).

- 16.5.** La Lonja Agropecuaria del Ebro, desde 2007 no cotiza en sus tablillas de Arroz Cáscara redondo.

17. Comercio exterior:

- 17.1.** Respecto al comercio exterior, el mercado español obtuvo un saldo favorable durante los ocho primeros meses de 2008, ya que las exportaciones ascendieron a 96.273 t, mientras que las importaciones se situaron en 84.969 t. Para la variedad japónica las magnitudes de producción y consumo interno son muy similares (La importación es baja, aproximadamente 25.000 t. en la campaña 2007/08). Igualmente a nivel de la Unión Europea se exporta más arroz redondo que el que se importa, y el comercio exterior del arroz redondo respecto al de grano largo es de escasa importancia en volumen (f. 4359 y 4360).
- 17.2.** La industria se abastece no solo comprando a productores y cooperativas, si no también importando de países terceros. En el caso del arroz japónica, en un año de producción normal, las importaciones se sitúan solamente entre un 6% y un 12%, cantidad similar a la correspondiente a las exportaciones, ya que, el mercado español de arroz japónica es ligeramente excedentario (Según información aportada por el MARM, f. 471).
- 17.3.** En Europa, los principales países productores son Italia y España, aunque también puede encontrarse arroz en Grecia, Portugal y Francia (http://www.mapa.es/es/alimentacion/pags/consumo/libro/2003/cap2/cap_02.pdf). España es el segundo productor de arroz dentro de la Unión Europea, por detrás de Italia, que tiene una producción de 1.630.000 t. y una superficie de aproximadamente 238.500 hectáreas.

18. Mercado mundial del arroz:

- 18.1.** A nivel mundial, China se sitúa como el primer país productor de arroz, con unos 180 millones de toneladas. En segundo lugar aparece India, con 130 millones de toneladas, seguida por Indonesia (54 millones de toneladas), Vietnam (37 millones de toneladas) y Tailandia (30 millones de toneladas). En cuanto al arroz de tipo redondo, destaca Egipto como país productor y exportador (f. 634).
- 18.2.** Debido a las características del mercado mundial del arroz, este contribuye a la volatilidad de los precios: destacan las pequeñas cantidades comercializadas respecto a las cantidades producidas o consumidas, por ello pequeños cambios en la producción o en el consumo de alguno de los principales productores/consumidores o países compradores / vendedores, puede dar lugar a un gran impacto sobre el volumen puesto en el mercado y, por tanto, sobre los precios.
- 18.3.** Otro aspecto a destacar es el alto grado de concentración entre los exportadores de arroz en el mundo, ya que el 85% de la exportación procede de 7-9 países, por tanto variaciones de la oferta de existencias de arroz, debidas a la climatología por ejemplo, repercuten finalmente sobre los precios.

Fuentes: Informe “*Variedades y Mejora del Arooz (Oryza sativa, L.)*” de la Universidad Internacional de Cataluña, 2004, y página web <http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/arroz.htm>

HECHOS ACREDITADOS:

- 19.** En la campaña 2009/2010, el precio de compra del arroz redondo se ha mantenido con carácter general en torno a 270 €/t, desde septiembre de 2009 hasta junio de 2010.
- 20.** Esa estabilidad y similitud del precio de compra en la campaña 2009/10 queda acreditada, en primer lugar, a través de una muestra representativa de las facturas de compra de arroz redondo emitidas por la industria arrocera en el período de 10 de septiembre de 2009 a 9 de junio de 2010, y de las facturas aportadas por el denunciante (AVA-Asaja). En segundo lugar, a través de los precios publicados por determinadas lonjas y organismos oficiales.
- 21.** En la tabla sobre la campaña 2009/10 que figura en el Anexo I (confidencial, f. 4425-4227) del Informe y Propuesta Resolución (IyPR) de la DI (y de esta Resolución), que corresponde a precios base que figuran en las facturas de compra de las ocho industrias arroceras, se aprecia esa estabilidad y similitud, ya que en su mayoría se sitúan en torno a 270 euros/t, aunque hay determinadas facturas en las que los precios base de compra se encuentran por encima o por debajo de ese nivel de precio.
- 22.** En la tabla que figura en el Anexo II del IyPR (y de esta Resolución) se presentan los precios base de compra del arroz (expresados en euros/t) de cada una de las

empresas arroceras por día y factura al inicio de la campaña 2009/10 (meses de septiembre y octubre) momento de la denuncia sobre un acuerdo de precio de compra, distinguiendo entre las aportadas por las empresas y las aportadas por el denunciante. El precio base en la mayoría de ellas es 270 €/t, otras 247,01 €/t, 270,05 €/t, 273,01 €/t ó 280 €/t (ver Anexo II). Los proveedores que aparecen en las facturas aportadas por el denunciante son en todos los casos agricultores (f. 479-484).

23. En relación con el análisis de los precios de las lonjas, en el Consulado de la Lonja de Valencia el precio se mantiene a 270 €/t del 15 de septiembre a 28 de diciembre de 2009 (f. 3353-3413), a continuación el 14 de enero de 2010 sube a 273,43/276,47 €/t, se mantiene hasta el 11 de marzo de 2010 y del 17 de marzo de 2010 cotiza a 276,47 €/t hasta el final de la campaña, 15 de julio de 2010 (ver tabla campaña 2009/10 que figura en el Anexo III del IyPR de la DI, y de esta Resolución).
24. Según la información de la Lonja de Tortosa, el precio del arroz cascara redondo cotizado en la misma fue de 0,28 euros/kg (280 euros/t) en toda la campaña 2009/10, de 30 de noviembre (en los meses previos no hubo cotización de arroz cáscara) de 2009 a 4 de octubre de 2010. (f. 3807-3926).
25. En las actas de las reuniones de la Mesa de Precios de la Lonja Agropecuaria de Extremadura se observa una variación en precios entre campañas, dentro de cada campaña e incluso a veces dentro de cada semana de cotización (Cotizaciones correspondientes a los años 2006-2010). Se recoge el precio más bajo, el más alto y la media de los precios se presentan en la mesa. En concreto, en la campaña 2009/10 el precio más bajo fue 228,38 euros/t y el más alto 249,42 euros/t (f. 3943-3944 y 4106).
26. Por último, de acuerdo con la información ofrecida por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, en Sevilla también se cotizó a 27 euros/100kg (270 euros/t) del 12 de octubre al 26 de diciembre de 2009 (f. 3685-3696). Véase el Anexo IV del IyPR de la DI y de esta Resolución.
27. Esa similitud (que no identidad) y estabilidad en los precios base de compra del arroz cáscara redondo se ha acreditado en todo el mercado nacional y en campañas precedentes, a través de la comparativa realizada de los datos de precios por campañas y semanas de las tablas previstas en los Anexos I y III, en las que aparecen los precios base que figuran en las facturas que obran en el expediente, aportadas por AVA-Asaja y por las industrias implicadas.

Del examen de las facturas de compra a agricultores, cooperativas, SAT, y en ocasiones, a otras industrias de las campañas 2006/07, 2007/08, 2008/09 y 2009/10 se concluye que existe esa similitud y estabilidad en las campañas 2006/07 y 2009/10. En las tablas previstas en el Anexo I se presentan los precios de compra del arroz (expresados en euros/t) de cada una de las empresas arroceras investigadas sobre las 4 últimas campañas: 2006/07, 2007/08, 2008/09 y 2009/10 y se observa que en la campaña 2006/07 el precio se sitúa en torno a 220 euros/t durante toda la

campana, en 2007/08 en torno a 290 euros/t, en 2008/09 en torno a 420 euros/t y en 2009/10 en torno a 270 euros/t.

Igualmente se aprecia en los precios de compra (expresados en euros/kg) del arroz (variedades Gleva, Senia, Monsianell y Fonsa, que son de grano redondo) que se publican en Notas Agrarias Semanales de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Generalitat Valenciana según boletines del Consulado de la Lonja de Valencia (Anexo III, f. 3353-3413).

También en los precios que publica el MARM (f. 472-475 y 4358-4363) se observa esa similitud y estabilidad en los precios de compra del arroz cascara redondo (japónica).

Este hecho es igualmente destacado por Lonja de Valencia cuando señala, en el acta de la reunión de 04/04/2008 y en relación con la creación de una Mesa de precios para el arroz, que: *“no sería imprescindible que se realizaran sesiones semanalmente como se hace en otras mesas ya que las variaciones en los precios de arroces no son tan continuas.”* (f. 1059).

28. De la comparativa de las 5 últimas campañas, se puede concluir que en las campañas 2007/08 y 2008/09, en particular 2007/08, no se dio esa estabilidad y similitud, y que en las campañas 2005/06, 2006/07 y 2009/10 sí ha existido una estabilidad en los precios de compra durante toda la campaña, en el sentido de que las variaciones mensuales del precio son escasas.

Los precios de los alimentos en los mercados mundiales se dispararon entre 2006 y 2008, en concreto el arroz tuvo una gran subida de enero a abril de 2008. El elevado precio del petróleo, la fuerte demanda de cultivos desde el sector de los biocombustibles, la disminución en las reservas de alimentos y la menor producción de cereales contribuyeron en su conjunto al aumento de los precios. Esta tendencia aumentó aún más debido al fuerte crecimiento económico y a las políticas monetarias expansivas que condujeron a bajos tipos de interés: Informe de la FAO de junio de 2010. Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/012/al296s/al296s00.pdf> (f. 1362, 3683). Información de la Nota resumen sobre la producción y comercialización de arroz redondo en España aportada por la SG de Fomento de Industria e Innovación del MARM en el marco del expediente (f. 3681-3683).

29. En un informe del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA; f. 733-736) se describe, entre otros, la evolución de los precios del arroz y contiene una serie de precios de veinte años (desde 1986 a 2005), en la que se han reseñado los precios mensuales del arroz cáscara percibidos por el agricultor para el tipo comercial redondo (La información procede de las Notas Agrarias Semanales de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Generalitat Valenciana). La serie, expresada en términos monetarios, se caracteriza por la escasa variación en los precios, que se han mantenido casi estables a lo largo de veinte años. En esta serie también se ha hallado la estacionalidad, la cual presenta una diferencia muy acusada a favor del periodo de febrero a agosto, en la que los precios se mantienen relativamente estables, mientras que se registra un segundo descenso en septiembre,

y a partir de este mes la tendencia es creciente sin recuperar el índice medio, que se supera a partir de febrero (f. 736, Tomo III).

FUNDAMENTOS DE DERECHO

Primero.- Objeto del expediente y valoración jurídica de la Dirección de Investigación

En el escrito presentado ante la CNC (y ante el Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunidad Valenciana) por AVA-Asaja se denuncia la existencia de un pacto no escrito entre determinadas empresas de la industria arrocera para comprar a los productores de arroz redondo a 0,27 €/kg, una cantidad que está por debajo del umbral de rentabilidad que se cifra en 0,31 €/kg (Antecedente de Hecho –AH– 1).

Tras analizar la información obtenida en el trámite de la información reservada, la Dirección de Investigación (DI) consideró que de ella se desprendían indicios racionales de la comisión de una infracción de la LDC, por lo que, con fecha 28/02/2010, acordó la incoación de expediente sancionador contra HERBA, SOS, ARCESA, PONS, ROVIRA, LA CAMPANA, TOMAS y CATALA por posibles conductas prohibidas en el artículo 1 de la LDC y el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), consistente en un supuesto acuerdo de fijación del precio de compra del arroz redondo. En esa misma fecha se notificó el acuerdo de incoación a las partes (AH 2).

En el marco del expediente sancionador de referencia, la DI solicitó nueva información a las partes, a terceros y a Administraciones Públicas. Como resultado de esa instrucción se adoptó un Pliego de Concreción de Hechos (PCH) del artículo 33.3 del RDC, en el que el órgano instructor considera que *“no ha quedado acreditada la existencia de conductas prohibidas por el artículo 1 de la Ley 15/2007, así como del artículo 101 del TFUE”* (AH 4). A este PCH presentaron alegaciones tres (LA CAMPANA, SOS y ARCESA) de las ocho empresas contra las que se dirigió la incoación.

En la Propuesta de Resolución (PR) notificada a las partes, la DI confirma su opinión de que no ha quedado acreditada la existencia de conductas prohibidas por los arts. 1 de la LDC y 101 del TFUE (AH 6). En esta Comisión se recibieron alegaciones a la PR por parte de SOS, LA CAMPANA, PONS y ROVIRA (f. 4709 a 4714), manifestando todas ellas su conformidad con la propuesta que la Dirección de Investigación realiza a este Consejo.

Segundo.- Ausencia de prueba directa de una infracción a la legislación de competencia

Los artículos 1.1 de la LDC y 101.1 del TFUE prohíben todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada que tenga por objeto, produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en todo o parte del

mercado nacional, siempre que además puedan afectar al comercio entre los Estados miembros (art. 101.1 TFUE).

El Consejo coincide con la Dirección de Investigación en que del análisis de los precios realizado en el expediente (HP 20 a 26) se puede deducir, dadas las similitudes que se aprecian, la existencia de indicios serios de un acuerdo o práctica concertada para la fijación del precio de compra por parte de la industria arrocera. Dichos indicios, y en particular la estabilidad de precios detectada en las facturas recabadas para la campaña 2009-2010 (270€/t), fueron precisamente los que motivaron al órgano instructor a adoptar el acuerdo de incoar el presente expediente sancionador contra diversas industrias del sector de las que se tenía constancia que habrían aplicado el precio de 270€/t en sus compras de arroz cáscara redondo con carácter general.

Sin embargo, tras las actuaciones de instrucción realizadas por la DI (consistentes en requerimientos a las empresas incoadas, cooperativas y SATS, agentes comerciales, lonjas, Consejerías de Agricultura, diversas Subdirecciones Generales del MARM y otras asociaciones e instituciones del sector), el Consejo coincide con el instructor en que no consta en el expediente ninguna prueba directa sobre la existencia de un acuerdo o de contactos entre las industrias arroceras investigadas con el objeto de fijar el precio de compra del arroz cáscara redondo.

Por tanto, en ausencia de prueba directa de concertación explícita entre competidores, para determinar si ha tenido lugar o no un acuerdo o práctica concertada de las prohibidas por los artículos 1.1 de la LDC y 101.1 del TFUE, es preciso acudir a la prueba de presunciones.

Respecto del uso de esta técnica probatoria en el ámbito del Derecho de la competencia, el Tribunal Supremo en diversas sentencias (STS de 3 de febrero de 2009 en el recurso nº 3073/2006 y STS de 6 de marzo de 2000 en el recurso nº 373/93) ha señalado lo siguiente en relación con el derecho fundamental a la presunción de inocencia y la prueba de presunciones:

“De la doctrina del Tribunal Constitucional, contenida en reiteradas sentencias (174/1985 [RTC 1985, 174], 175/1985 [RTC 1985, 175], 229/1988 [RTC 1988, 229]), puede sentarse que el derecho a la presunción de inocencia no se opone a que la convicción judicial en un proceso pueda formarse sobre la base de una prueba indiciaria; pero para que esta prueba pueda desvirtuar dicha presunción debe satisfacer las siguientes exigencias constitucionales: los indicios han de estar plenamente probados –no puede tratarse de meras sospechas– y se debe explicitar el razonamiento en virtud del cual, partiendo de los indicios probados, ha llegado a la conclusión de que el imputado realizó la conducta infractora; pues, de otro modo, ni la subsunción estaría fundada en Derecho ni habría manera de determinar si el proceso deductivo es arbitrario, irracional o absurdo, es decir, si se ha vulnerado el derecho a la presunción de inocencia al estimar que la actividad probatoria puede entenderse de cargo.

Hay que resaltar que estas pruebas tienen una mayor operatividad en el campo de defensa de la competencia, pues difícilmente los autores de actos colusorios

dejarán huella documental de su conducta restrictiva o prohibida, que únicamente podrá extraerse de indicios o presunciones. El negar validez a estas pruebas indirectas conduciría casi a la absoluta impunidad de actos derivados de acuerdos o conciertos para restringir el libre funcionamiento de la oferta y la demanda.”.

Estas misma doctrina jurisprudencial ha sido aplicada por el extinto TDC (entre otras, RTDC de 3/06/1997, Expte. 352/94 Industrias Lácteas; RTDC de 19/10/2001, Expte. 2035/99; RTDC de 13/06/2003, Expte. 543/02) y por este Consejo de la CNC (RCNC de 29/05/2009, Expte. 2789/07 Entidades de crédito y RCNC de 2 de julio de 2009, Expte. 2759/09 Teléfonos móviles), resultando de esa práctica decisonal que para imputar la comisión de un acuerdo o práctica concertada restrictiva de la competencia es preciso que se cumplan conjuntamente los requisitos expuestos; esto es: (i) la existencia de unos hechos plenamente probados; (ii) una relación causal entre esos hechos y los indicios de infracción plenamente razonada; y (iii) que no exista explicación alternativa plausible al concierto de voluntades.

Tercero.- Sobre la aplicación de la prueba de presunciones

Las facturas de compra de arroz que constan en el expediente, así como la información procedente de diversas administraciones públicas y de determinadas Lonjas acreditan documentalmente la existencia de una cierta similitud tanto en las variaciones (de una campaña a otra) como en las cuantías de los precios base de compra del arroz redondo, así como cierta estabilidad de los mismos por campaña, en especial en la campaña 2009/10 (HP 21, 22 y 27 a 29).

Esta similitud y estabilidad constituye en sí un indicio de infracción, pero es preciso resaltar, por una parte, que no existe identidad plena en los precios base de compra entre las industrias, sino que en las propias facturas analizadas se observan diferencias, aunque pequeñas, en dichos precios base (HP 21), que se han repetido también en otras campañas (HP 27).

Por otro lado, el precio base o de referencia (270 euros/t) no es un precio final o real, pues los precios se negocian individualmente por las empresas y varían en función de las características del mercado, de la calidad del producto y del aplazamiento del pago, entre otras circunstancias (HP 15.4). Además, está acreditado que la industria realiza descuentos sobre el peso de la mercancía entregada, de modo que el precio base por tonelada entregada que figura en la factura no es el realmente pagado (folios 4178 y 4297). Las facturas que constan en el expediente también permiten apreciar que no todas las empresas descuentan por los mismos conceptos (humedad, demérito, impurezas), y que el porcentaje o sistema de cálculo del peso a descontar tampoco es coincidente (HP 15.5). Por tanto, de esta información se puede concluir que existe una cierta competencia en precios vía descuentos o penalizaciones entre la industria arrocera.

Con todo y como se ha señalado, la similitud y estabilidad de los precios base (antes de descuentos) que figuran en las facturas es tan elevada en la campaña 2009/2010 que la aplicación de las reglas de la lógica permiten razonadamente presumir que no pueden ser sino consecuencia de algún tipo de coordinación del comportamiento de los

prohibidos por los artículos 1 de la LDC y 101 del TFUE, que exigen a los operadores económicos determinar de forma independiente su política comercial.

Esta obligación subyacente a la prohibición de acuerdos colusorios, sin embargo, no impide a los operadores económicos adaptarse de forma inteligente al comportamiento actual o previsto de sus competidores, cuando el contexto jurídico y económico del mercado relevante permite este comportamiento adhesivo. Por tanto, para que la precitada presunción de que el paralelismo en precios acreditado en el expediente tiene un origen concertado conduzca a concluir que existe una infracción de la legislación de competencia es preciso aún que no exista una explicación alternativa plausible a ese origen colusorio, que en este caso la Dirección de Investigación encuentra en las características del producto y en el funcionamiento tradicional del mercado.

En este sentido la extraordinaria reducción del precio de referencia de la campaña 2009/2010 respecto de los precios de referencia o base de la campaña anterior podría tener cierta justificación en la excepcionalidad de las dos campañas precedentes (particularmente, de la campaña 2008/2009), así como en la existencia de un notable exceso de oferta. Además, el precio de referencia o medio de 270€/t del arroz cáscara redondo de esta campaña 2009/2010 no es muy inferior al de la campaña 2007/2008 (en torno a 290 €/t), y es superior a los 220 €/t en que se situó el precio de referencia en la campaña 2006/2007 (HP 27).

En cuanto a la acreditada similitud y estabilidad del precio de referencia en la campaña 2009/2010, la DI concluye en su valoración jurídica que la propia lógica del mercado fundamenta una explicación alternativa plausible a la colusión. En este sentido, el órgano instructor señala que determinadas características del sector del arroz redondo determinan la existencia de un alto grado de transparencia de los precios base o de referencia en el mercado de compra de arroz cáscara redondo en España (HP 15):

- El arroz es una materia prima o producto básico y homogéneo, lo que hace que se establezca con mayor facilidad un precio de referencia similar para todas las transacciones, en tanto que esa falta de diferenciación dificulta normalmente que las empresas puedan actuar sobre el precio base.
- Existen cotizaciones nacionales e internacionales del arroz que influyen a escala global sobre el nivel de precios de compra del arroz. Es un mercado con gran incidencia europea e internacional. De hecho, la Cámara de Comercio de Vercelli en Italia es la lonja de referencia a nivel de la UE (HP 15.1). El precio en el mercado español se guía en gran medida por los precios de Vercelli de forma que la diferencia de precios no será mayor que los gastos de transporte de Italia a España, porque el arroz se compraría entonces en Italia y se importaría a España.
- Es un mercado relativamente concentrado en la industria. De acuerdo con los datos que figuran en la Propuesta de Resolución de la DI, los dos primeros operadores sumaban una cuota de mercado superior al 50%, y las seis mayores industrias arroceras españolas sumaban más del 80% del mercado de arroz redondo en España, de acuerdo con datos de campaña 2007/08. Una situación que no parece haber experimentado cambios importantes hasta la actualidad de acuerdo con la información obrante en el expediente.

- La existencia de un líder barométrico (HERBA) con presencia y una política de precios internacional. De hecho, SOS afirma que una vez conocido el precio que maneja HERBA, es habitual que el mercado siga esa misma línea y que, al menos para ella, es el elemento determinante (f. 4139).
- Cierta poder de negociación del sector productor a través de las cooperativas, pues representan en torno al 60% del sector y tienen capacidad de almacenaje y, a su vez, son competidores de la industria en la medida en que en algunos casos están verticalmente integradas (HP 13.9 y 11).
- Se trata de un mercado dominado en cuotas por empresas multinacionales que compran arroz en todas las partes del mundo y adoptan sus políticas comerciales a nivel internacional (HP 15.9).
- La compra de arroz en España se hace por zonas de producción en las que concurren prácticamente los mismos vendedores y compradores, lo que facilita conocer el precio al que se está vendiendo en cada momento (HP 15.2)
- Las transacciones durante la siega o campaña son instantáneas, en el sentido de que se hacen en un corto plazo, por lo que no hay margen temporal suficiente para que los precios varíen mucho en campaña en función de los diferentes factores que podrían influir en un período más largo de tiempo.
- Es frecuente que las industrias compren a través de agentes comerciales o corredores, que normalmente no actúan en régimen de exclusiva sino simultáneamente. En este sentido SOS señala que seis de sus 10 corredores son agricultores que al mismo tiempo comercializan el arroz que ellos producen (HP 15.7).
- Los propios agricultores son transmisores asimismo del precio ofrecido por la industria arrocera, dada la proximidad existente con los restantes productores de la zona, y los industriales a veces son clientes de otros industriales para formar sus stocks, lo que también supone un mayor conocimiento de los precios del competidor.
- La existencia de fuentes de información pública sobre precios del arroz. En este sentido, la Lonja de Valencia publica precios medios del arroz de la semana vencida en su Boletín semanal tras una ronda telefónica con los industriales y corredores, información que es difundida por la Consejería de Agricultura de la Comunidad Valenciana mediante un servicio de voz que informa telefónicamente de dicho precio medio (f. 4171 y HP 16).

El Consejo considera que en ausencia de prueba directa alguna de concertación entre las empresas investigadas en este expediente, el conjunto de estas características de funcionamiento del mercado relevante permite construir una explicación alternativa plausible a la similitud observada en el precio base de compra de arroz cáscara redondo en la temporada 2009-2010, tanto en cuanto a variaciones como a cuantía.

La información disponible indica que la variación importante de los precios base suele producirse entre campañas y no dentro de una misma campaña, y que parece estar determinada por las propias circunstancias existentes en el mercado.

Así, la DI señala que en relación con la bajada generalizada del precio desde la campaña 2008/09 a la 2009/10, ésta ha sido explicada por las partes señalando que la campaña 2009/10 era excedentaria y que ya existía stock de la campaña anterior, por lo que ante una cosecha excedentaria, siguiendo la ley del mercado, el precio se sitúa a la baja. El Consejo considera con la DI que estas circunstancias permiten explicar los menores precios, y que esa bajada se haya mantenido durante la mayor parte de la campaña, pero no tanto la alta similitud (270 €/t) del precio base que figura en las facturas que, no obstante y de nuevo en ausencia de prueba directa de concertación, encuentran cierta explicación plausible en las características de funcionamiento del mercado antes reseñadas y en lo que se añade a continuación.

En sentido contrario a lo sucedido en la campaña 2009/2010, en la campaña 2007/08 se produjo un exceso de demanda que supuso fuertes incrementos en el precio del cereal a nivel internacional y español, donde los precios a partir del inicio de la campaña (mes septiembre) experimentan una subida que se mantiene hasta el inicio de la campaña 2009/2010 (en torno a 220 €/t en 2006/2007; a los 290 €/t en 2007/2008, y sobre los 420 €/t en la campaña 2008/2009. HP 27).

Precisamente, en este mercado, dada la fuerte interacción internacional, parece que los movimientos de precios se producen al mismo tiempo en el entorno europeo e internacional, y no sólo en España (f. 4296). De la información que consta en el expediente, los precios en España se forman teniendo en cuenta, principalmente, el mercado europeo (Lonja de Vercelli).

En este sentido destaca la DI que los precios de mercado durante la campaña 2009/10 estuvieron condicionados por la situación del mercado en Vercelli, así como la tendencia bajista de los mercados internacionales. Las variedades de arroz redondo en Italia que compiten con las variedades de redondo español dentro de la UE se encontraban, entre septiembre y octubre, por debajo del precio de 270 euros/t denunciado por AVA-Asaja. En concreto, en septiembre de 2009 los precios se situaban en torno a los 215 - 220 euros/t (variedades Selenio y similares, y Balilla y similares), y en octubre de 2009 dichas variedades pasaron a 221,25 - 238,75 euros/t. En este sentido, cabe añadir que los precios de transporte de Vercelli a Valencia rondan entre 65-75 euros/t. Todo ello podría justificar el precio en el que se cerró la campaña en Valencia, en torno a los 270-273 euros/t (HP 15.11).

A su vez resulta plausible que la reseñada transparencia del mercado así como la presencia de importantes operadores que actúan a nivel internacional permitan a las pequeñas y medianas industrias arroceras adaptarse de forma individual a la línea marcada por la grande o las grandes que lideran el mercado. En un mercado como el definido, los operadores con poco poder (cuota menor del 10%) no tienen posibilidad de desafiar la posición de mercado de los operadores principales, por lo que no pueden actuar como competidores en precios ni a corto ni a largo plazo. Las empresas investigadas han señalado este aspecto (f. 294, 335, 417, 729, 2223, 3618, 4169 y 4171), pero también la propia denunciante AVA-Asaja ha indicado que *“No todas las industrias arroceras tienen la capacidad de marcar el precio de inicio de campaña ya que éste es de carácter nacional y, por tanto, limitada a las industrias ámbito nacional y que tengan un volumen importante negocio para que puedan influir en la estipulación del precio de inicio de campaña.”* (f. 1223).

En cuanto a la similitud de los precios que se aprecia en todo el territorio español, la misma también puede tener explicación alternativa plausible, en el contexto del mercado descrito, por la existencia de empresas que compran en las distintas zonas arroceras del país pero que toman sus decisiones de compra incluso a un nivel superior al nacional, teniendo en cuenta también lo que esté sucediendo en los mercados internacionales. En este contexto, resulta igualmente lógico que Valencia juegue un papel importante en la formación del precio a nivel nacional del arroz redondo porque: (i) casi el 100% del arroz que se cosecha en Valencia es redondo o japónica (f. 4166); (ii) ahí se recoge el arroz antes que en otras zona de País; es decir, se inicia antes la campaña de siega y, por tanto, las cotizaciones (HP 15.1); (iii) la mayoría de las grandes industrias arroceras de nuestro país tienen instalaciones allí; y (iv) es una de las principales zonas de producción por volumen de arroz japónica en España (HP 13.6 y 11). En este sentido, HERBA señala que sus responsables de compras en Valencia notifican el precio de salida de esta industria en los cuatro puntos de recepción de la zona de Silla, y que este precio es rápidamente conocido en todo el mercado (f. 3618).

Por último, ha quedado acreditado que también existe una cierta estabilidad en los precios dentro de cada campaña, lo que se refleja incluso en facturas de compra realizadas en una campaña de arroz procedente de otra campaña, en las que aparece el precio de la campaña anterior (Anexo I confidencial). Es cierto que generalmente se producen ciertas variaciones en el precio durante la campaña, pero estas son pequeñas sobre todo si se comparan con las variaciones habidas entre campañas (anexos I al IV).

Esta relativa estabilidad durante toda la campaña puede tener explicación en las características arriba reseñadas (el arroz es una materia prima; las transacciones se realizan en el corto plazo; conocimiento mutuo por parte de los operadores de ambos lados del mercado; la existencia de corredores que operan sin exclusivas...). Dadas estas características resulta plausible que el precio se mantenga similar y estable a lo largo de cada campaña puesto que el ajuste, en caso de existir divergencia de precios, se produce rápidamente por el funcionamiento ya descrito de este mercado. Es decir, las posibilidades de arbitraje de precios, siendo muy reducidas por la existencia de precios de salida de las industrias que lideran el mercado y referencias internacionales, se limitan a un plazo muy breve en caso de existir. Esto explicaría en un contexto de normalidad de los mercados internacionales la estabilidad del precio del arroz redondo sin necesidad de la existencia de un acuerdo. Esta idea también se ve apoyada por la opinión expuesta por la Lonja de Valencia que, en el acta de la reunión de 04/04/2008, señalaba que las variaciones en los precios de arroces no son tan continuas como en otros productos agrícolas. Con todo, en la campaña 2009/2010 (hasta enero de 2010) se observa una gran estabilidad, que puede encontrar explicación en el mencionado excedente de oferta.

En definitiva, en la medida en que no existe en el expediente prueba directa alguna de contactos o de cualquier otro tipo de coordinación entre las empresas investigadas para la fijación del precio de compra del arroz redondo, todas las circunstancias antes analizadas llevan al Consejo a concluir que la estabilidad y similitud del precio de compra o de referencia en la campaña 2009/10 encuentra una explicación alternativa a la coordinación del comportamiento que además resulta plausible por los motivos arriba expresados. A este respecto resulta relevante resaltar que el denominado precio base o

de referencia, aun siendo el que figura formalmente en la factura de compra, generalmente no es el precio finalmente pagado por la industria al productor, pues es tradicional en el sector que las industrias apliquen descuentos por diversos conceptos (principalmente por grado de humedad, pero también por impurezas o demérito), que actúan sobre el peso de la mercancía entregada, lo que conduce a que el precio que figura en las facturas coincida con el precio base o de referencia de la campaña. Además, el análisis de las facturas que constan en el expediente permite inferir que la industria arrocera compite en la aplicación de esos descuentos o penalizaciones sobre el peso, tanto en los conceptos que se aplican como en los porcentajes o cuantía de los mismos.

Cuarto.- Sobre la naturaleza y funcionamiento de las lonjas

El Informe y Propuesta de Resolución elevado por la DI a este Consejo contiene un cierto análisis sobre la naturaleza, composición y funcionamiento de cuatro lonjas en el sector del arroz: Lonja de Valencia, Lonja de Tortosa, Lonja de Extremadura y Lonja Agropecuaria del Ebro (párrafos 82 a 86). En el apartado relativo a la valoración jurídica (párr. 162 a 169), la DI señala que se ha analizado cómo se lleva a cabo el intercambio de información sobre precios en el seno de las mismas para determinar si ha existido práctica anticompetitiva, concluyendo que la información de precios que se realiza en las tres primeras de las lonjas citadas (desde 2007 en la Lonja del Ebro no hay cotización del arroz cáscara redondo) *“se lleva a cabo con las salvaguardas necesarias para que las empresas no puedan acceder a información de sus competidores que pudiera hacer quebrar la necesaria independencia de comportamiento de cada una de ellas, todo ello sin olvidar que, además, se trata de precios de operaciones pasadas. Por tanto, tampoco a través de las lonjas cabe concluir que hayan podido existir intercambios de información anticompetitivos que hubieran podido conducir a la fijación del precio de compra de arroz redondo en la campaña 2009-2010.”*.

En tanto que el expediente de referencia no se ha incoado contra las referidas Lonjas, el Consejo considera que no puede pronunciarse sobre su actividad en materia de intercambios de información relativa a precios. Pero incluso de compartir la conclusión de que no han incurrido en conducta competitiva alguna en su actividad de fijación de precios de compra del arroz redondo en la campaña 2009-2010, el Consejo considera que es preciso analizar con más detalle el funcionamiento de las Lonjas en materia de precios, la necesidad de los servicios que prestan y la influencia de esta actividad en la elevada transparencia existente en el mercado investigado en este expediente.

Por ello, este Consejo ha propuesto a la Dirección de Promoción de la CNC la realización de un estudio o informe sobre las Lonjas agropecuarias en el mercado del arroz y en otros productos agropecuarios con el objeto de realizar las propuestas de cambio que se desde la tutela de la libre competencia se puedan considerar necesarias.

Por todo cuanto antecede, vistos los preceptos legales y reglamentarios citados y los demás de general aplicación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia

HA RESUELTO

PRIMERO.- Declarar que en el presente expediente no se ha acreditado la existencia de conductas prohibidas por el artículo 1 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia, ni del artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, consistentes en un posible acuerdo o práctica concertada para la fijación de los precios de compra del arroz cáscara redondo por parte de SOS, HERBA, LA CAMPANA, ARCESA, ROVIRA, PONS, CATALA y TOMAS en la campaña 2009-2010.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que contra la misma no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo en la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.