

MERCADOS CONCENTRADOS Y GANANCIAS EXTRAORDINARIAS

Aún en un año de recesión generalizada, las empresas más concentradas mejoraron sus ganancias.

UNDA
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
AVELLANEDA

OBSERVATORIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS
MODULO DE "POLÍTICAS ECONÓMICAS"

COORDINADOR: SANTIAGO FRASCHINA



Autoridades
**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE AVELLANEDA**

RECTOR

Ing. Jorge Calzoni

SECRETARIA GENERAL

A cargo de la Coordinación del
Observatorio de Políticas Públicas

Dra. Patricia Domench

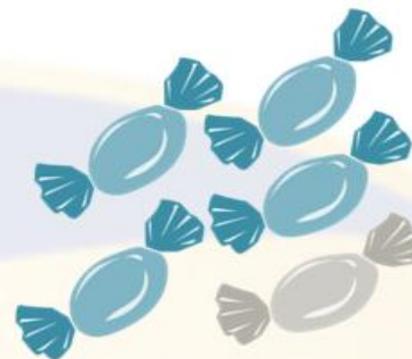
**COORDINADOR DEL MÓDULO
DE POLÍTICAS ECONÓMICAS**

Lic. Santiago Fraschina

Noviembre 2016

EMPRESAS	% de Mercado que Ocupa	Aumento de Ganancias
 SIDERAR	99%	162% (al tercer trimestre)
 MASTELLONE HERMANOS S.A.	22%	234% (al tercer trimestre)
 MOLINOS	12%	68% (al tercer trimestre)
 ARCOR	80%	60% (al tercer trimestre)
 Cablevisión	30%	55% (al primer semestre)
 aluar Aluminio Argentino	100%	160% (al tercer trimestre)

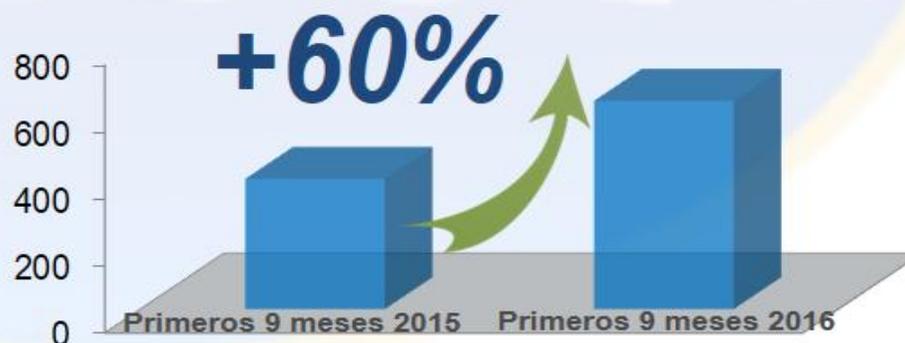
Arcor concentra el 80% del mercado de las golosinas



Arcor concentra el 78% del mercado de enlatados

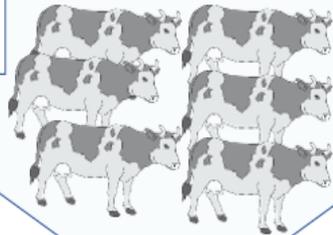


Aumentó sus ganancias en 233 millones de pesos



MASTELLONE HERMANOS S.A

**CIERRE DE
3 TAMBOS
POR DÍA**



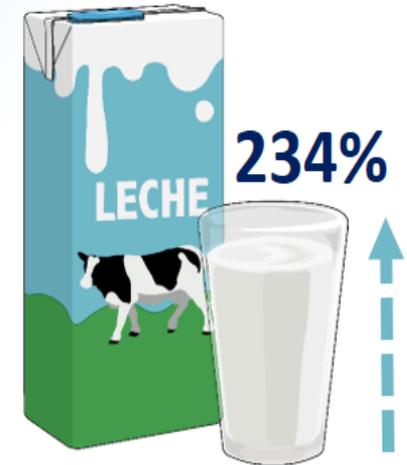
**PORCENTAJE QUE
RECIBE EL TAMBERO
DEL PRECIO FINAL**

Datos al primer semestre

2015	2016
25%	18%

COMO CONSECUENCIA DE LA POSICION
DOMINANTE DE LA EMPRESA EN EL
MERCADO DE PROCESAMIENTO DE LECHE,
ÉSTA PUEDE FIJAR EL PRECIO QUE SE PAGA AL
TAMBERO COMO EL QUE SE COBRA AL
CONSUMIDOR

AUMENTO



**DE LA
GANANCIA
NETA**



Ganancias

(al tercer trimestre):

160%

Gracias a la
devaluación y
su posición
dominante.

Concentración:

100%

En el
mercado en
aluminio
primario.

Precio:

50%

Más caro que
en los
mercados de
exportación.

Cablevisión

54% penetración del
mercado de cable en
los hogares

45% es la cuota de
mercado actual de
cablevisión

\$ 1.500 millones de
ganancias en los primeros
seis meses del 2016.

+55,4% de aumento

Mercados Concentrados y Ganancias Extraordinarias

Aún en un año de recesión generalizada, las empresas más concentradas mejoraron sus ganancias.

En contextos de crecimiento económico, del consumo y de la producción en general, es de esperar que las industrias acompañen la expansión de la actividad incrementando la inversión productiva, dando lugar a un círculo virtuoso en el cual todos los sectores se benefician. Se genera así un incremento de las cantidades producidas y comercializadas y, por ende, de las ganancias obtenidas en la mayoría de las firmas. Pero en contextos recesivos, donde cae el consumo, con alta inflación y aumento de costos, sólo aquellas empresas que tienen una posición dominante en el sector al que pertenecen tienen la capacidad de seguir la marcha con resultados positivos. Así resulta en el escenario actual de retroceso de la economía, que empresas de sectores altamente concentrados, no solo que han mantenido sus ganancias, sino que pasaron a ser mayores en comparación con periodos anteriores.

Siderurgia

El sector siderúrgico está integrado por las industrias que se ocupan de la extracción de metal y de los procesos posteriores para convertirlo en diversos subproductos. Se trata de un sector clave para la economía, ya que de este provienen la gran mayoría de insumos derivados de los metales que se utilizan tanto en la construcción como en el resto de las industrias.

Actualmente, el 99% del mercado de la chapa laminada en frío y el 84% de la chapa laminada en caliente lo concentra Siderar, empresa del Grupo Techint que nació de la fusión de Aceros Paraná (ex Somisa), Propulsora Siderúrgica y Aceros Revestidos, entre otras. Existen otras producciones derivadas del acero y de otros metales donde la concentración se repite, como el caso del aluminio y la firma Aluar. Esta



posición de dominio del sector, le permite a las empresas que encabezan la concentración contar con mecanismos para la fijación en cierto margen de los precios de los productos.

En el caso de Siderar, los despachos en toneladas de acero disminuyeron comparando tercer trimestre de 2016 con 2015, pasando de 641.100 toneladas a 577.800 (9,87% menos). Esta disminución de los despachos se dio en una porción por el incremento en los costos de las materias primas, pero no impidió obtener beneficios extraordinarios.



Las ventas pasaron utilizando la misma comparación de 5.957 millones de pesos en 2015 a 7.034 millones en 2016 (un incremento del 18%), arrojando un resultado neto de 499 millones en la medición del año pasado a 1.307 millones en el trimestre que culminó el 30 de septiembre de 2016 (162% de incremento). El incremento de la ganancia por parte de Siderar viene marcado por un cambio en la composición de los destinos de la producción, reconfiguración que viene dada debido a la caída que ha tenido el sector de la construcción y de producción automotriz. En el sector de la construcción el indicador sintético de la actividad viene cayendo todos los meses,



acumulando para los primeros nueve meses del año un 12,8%. Si miramos el apartado de consumos aparentes que publica el INDEC junto a los indicadores de coyuntura de la construcción, en el INSUMO denominado "Resto" (incluye tubos de acero sin costura), observamos una caída acumulada para los primeros nueve meses del 31,1%. En el sector automotriz se observa un escenario similar. Una caída de la industria automotriz y resto de la industria metalmeccánica de 22,5% de enero a septiembre de 2016, según el Estimador Mensual Industrial del INDEC, debido a la menor producción de automóviles como consecuencia de la caída de las ventas externas y la apertura de importaciones.

En este contexto de crecimiento de la ganancia empresaria y con un poder de fijación de precios que se acrecienta mucho más a falta de mecanismos de controles antimonopolios, las suspensiones y despidos resultan llamativos. A la fecha se conocieron dos situaciones de desafectaciones por parte de la empresa. La primera, ocurrida pasando la segunda quincena de diciembre, de 177 personas en la planta de General Savio de la empresa tercerizada Comau Argentina S.A. La segunda, de 700 personas en la planta de Ramallo en el mes de marzo de este año. Si tomamos los costos de desvinculación presentados en los balances trimestrales de la empresa vemos que en comparación de septiembre 2015/2016, se incrementó un 31% y además los costos para septiembre de 2016 representan ya un 96% del costo anual en 2015.

Sector Lácteo

El sector lácteo se compone aproximadamente de 900 empresas (datos a febrero de 2016 según un informe del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación), de las cuales 3 de ellas dominan el 80% del mercado local (Mastellone, Sancor y Nestlé). La capacidad nacional de procesamiento de leche cruda se sitúa entre

12.800 y 14.200 millones de litros por año. Mastellone Hnos (“La Serenísima” en conjunto con Danone) es el líder del mercado, procesando aproximadamente el 22% de la producción nacional. Le sigue en importancia Sancor que recibe alrededor de un 13% de la leche. Otras 5 empresas importantes son Molfino Hermanos (Saputo), Williner, Verónica, Milkaut y La Sibila. En conjunto, estas 7 empresas compran el 66% de la leche producida en Argentina. Esta fuerte concentración llevó a las empresas dominantes a tener la capacidad de fijar los precios no solo a los que venden los productos elaborados y semielaborados sino también de la materia prima a los tamberos (la leche cruda), deviniendo en la actualidad en una crisis láctea por el bajo precio que reciben los productores por litro de la misma. Según un estudio de la Fundación FADA, 3 son los tambos que cierran por día debido a los bajos



precios. Paradójicamente, a pesar de menores tambos se produce más leche, dejando en claro el incremento de la eficiencia en el sector y el aumento de conductas anticompetitivas que surge como causa del problema. Hoy se producen más de 5.000 millones de litros más que en 1995, con 19.041 tambos menos. Otra evidencia de la actitud monopólica de las empresas es la escasa traducción que tienen las mejoras en el precio internacional respecto a los precios internos. Un estudio reciente realizado por el Observatorio de la Cadena Láctea muestra que en enero de este año el productor recibía por su leche un 18% del precio final pagado por el consumidor, valor bastante menor al del 25% recibido como promedio para 2015. Este aumento del margen recibido por la etapa de la industria y comercio tiene como resultado para el productor lechero un precio el 25% menor que el que obtendría si el margen de industria y comercio se hubiera mantenido inalterado. Respecto a los datos arrojados por los estados contables de Mastellone Hermanos S.A. se evidencia en el tercer trimestre del 2015 un resultado neto trimestral negativo de 74.698.000 de pesos y un acumulado para los primeros nueve meses de ese año de 265.146.000 millones de pesos negativos. En el 2016 esa tendencia negativa se revirtió con creces. El resultado neto del tercer trimestre arrojó una ganancia de 100.223.000 de pesos y el acumulado para los nueve primeros meses de 96.202.000 de pesos. Es decir, un incremento de más de



234% interanual entre tercer trimestre de ambos años. Este resultado sólo se explica por la eliminación en los controles sobre el sector lechero, dejando libertad de acción para la empresa de poder fijar los precios no solo de venta al consumidor sino también negociar con los tamberos, desencadenando la ya

mencionada crisis lechera. Por otro lado, las ventas disminuyeron un 4% lo que refuerza la hipótesis de concentración del mercado junto a la capacidad de fijación de precios. Un dato aún más curioso es que debido al incremento que recibe la leche al consumidor final, las ventas en el mercado interno disminuyeron un 9% mientras que la exportación incremento 25%.

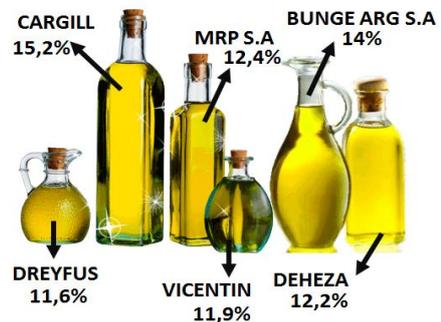
Sector Agroexportador y Aceitero

Este sector se distingue por el volumen de dinero que mueve no solo en conceptos de divisas en el mercado externo sino por su importancia en mercado local respecto a la traslación a precios que tienen los incrementos de los commodities al mercado interno. Según un informe del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación para el año 2013, 10 empresas concentran el 92,7% del mercado de

granos, tanto para la molienda para harina, la extracción de aceite y la exportación de granos directa; el 7,3% restante se reparten aproximadamente en 30 empresas. Los primeros dos lugares lo ocupan empresas de capitales norteamericanos y el tercer lugar Molinos Río de la Plata S.A, una de las grandes ganadoras del sector, no solo por el incremento en el tipo de cambio por encima de los 14 pesos a fines del 2015, luego de dismantelar los controles cambiarios, sino también beneficiado por la quita y reducción en las retenciones de los granos que comercializa. Según se desprende de los balances de Molinos Río de la Plata, la comparación por trimestre interanual arroja una disminución del 10% en la ganancia neta (en parte dada por la caída de la cosecha respecto al año pasado) pero si tomamos los 9 primeros meses tanto de 2015 y 2016 para eliminar el efecto de la estacionalidad de la cosecha se observa un incremento de la renta neta del

68% (pasa de 458.577 miles de pesos a 771.3999 miles de pesos). También es observable cómo cambian los destinos de la producción, donde los productos en unidades destinados a la exportación se incrementan un 9% en promedio y los destinados al mercado local caen un 4%. Esta tendencia responde a una baja en el consumo local y un incremento en los precios de los commodities que permite a la empresa tener rentabilidades mayores.

SEIS EMPRESAS CONCENTRAN EL 77,3% DEL MERCADO



INCREMENTO DE LA RENTA NETA
Molinos Río de la Plata
Acumulado 9 meses 2015/2016

Golosinas y Galletitas

El Grupo Arcor es un holding de empresas dedicado principalmente a la producción de comestibles (golosinas, chocolates, alimentos, etc.). Si bien su fuerte se encuentra en los comestibles, su producción no escapa a otros sectores industriales como la elaboración de cartón corrugado, films flexibles, jarabe de maíz, etc. Este holding de empresas es la principal productora de alimentos del país. En el rubro de las golosinas se trata de la primera productora de caramelos duros a nivel mundial. Es una de las empresas líderes en la producción de alfajores, galletas y cereales en Latinoamérica a través de Bagley Latinoamérica S.A., y en sociedad con Danone. Posee 40 plantas industriales: 30 en Argentina, 5 en Brasil, 3 en Chile, 1 en México y 1 en Perú. En cuanto a las ventas de la empresa su dinámica escapa del resto de los sectores de la economía doméstica, que en general se muestran a la baja. En este sentido se estima que alrededor del 80% de la producción del Grupo Arcor S.A. se destina a la exportación por lo cual las ventas y las ganancias del holding se vieron favorecidas por las políticas del nuevo Gobierno en cuanto a la devaluación incrementó los ingresos en pesos de la compañía por cada producto vendido en el exterior. Según los datos que divulga la propia empresa el Grupo Arcor es el principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú. La concentración de los mercados en donde participa no solo es elevada, sino que tiende a intensificarse. A fines del año pasado, con una inversión de 50 millones de dólares, Arcor y Bagley, adquirieron un 25% del paquete accionario de Mastellone, consolidando su posición en el mercado lácteo. En el mercado de las galletitas, por ejemplo, dos empresas (Arcor-Danone y KraftFoods) controlan el 73% de las ventas domésticas mientras que en el rubro de las golosinas solo Arcor concentra un 80% del mercado. Cuestión similar ocurre en el caso de los enlatados, sector en el cual el Grupo Arcor acapara el 78% de las ventas domésticas. El Grupo Arcor se caracteriza por el elevado nivel de concentración en los mercados en los cuales participa y también por destinar gran parte de su producción al mercado externo.

CONCENTRACIÓN EN LOS MERCADOS DE GALLETITAS GOLOSINAS ENLATADOS



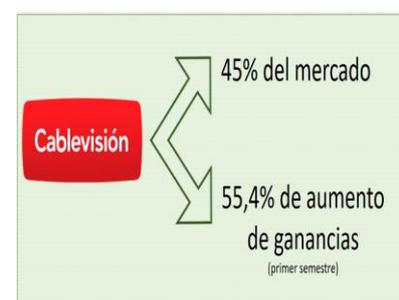
En este sentido sus ganancias netas evolucionaron a contramarcha de lo sucedido con el resto de los sectores de la economía nacional. Según sus últimos balances en los primeros 9 meses del 2016 las ganancias netas de la compañía crecieron un 182% con respecto a iguales meses del 2015, y la comparación interanual para el tercer trimestre arroja un incremento del 109%. Al ser una empresa con poder de mercado para fijar los precios de sus productos y al mismo tiempo al ser una empresa cuyo principal mercado es el externo fue beneficiada por las nuevas políticas en materia cambiaria. Así la ganancia neta del holding se ubicó muy por encima de la inflación. Se observa también un ligero incremento en las ventas locales de menos del 1% en contraste del incremento del 16,36% de las exportaciones. Esta tendencia muestra la caída del consumo interno en contraposición de la mejora en los precios que tuvieron para la venta en el exterior. Por otro lado, esta mejora en los resultados del Grupo Arcor, se produce en un contexto en el cual la empresa está llevando a cabo una disminución de su plantilla de personal. Así Arcor, bajo el pretexto de una supuesta caída en sus ventas, ya suspendió 400 operarios de su planta de Colonia Caroya (Córdoba), además de otros tantos despidos y vacaciones adelantadas que se sucedieron en plantas que posee la compañía en Buenos Aires y San Luis.



Cableoperadoras

La industria se compone de todas aquellas empresas dedicadas a la explotación del servicio de radiodifusión. Abarca no sólo a las que establecen su servicio a través del cable o demás medios radioeléctricos, sino también aquellas que lo canalizan por fibra óptica o cablemodem. En nuestro país, el mercado mantiene un importante grado de concentración en las cuatro compañías más grandes (Cablevisión, DirecTV, Telecentro y Red Intercable), las cuales explican actualmente el 75% del mercado. En particular, Cablevisión

como la principal cablera ya tenía una magnitud empresarial importante aún previa a la fusión con la segunda operadora vigente en el año 2007. Cabe recordar que entonces, ya la concentración era importante, donde Multicanal explicaba el 30,7% del mercado, mientras que Cablevisión mantenía un 29,8%. Si bien el objetivo primordial de esta fusión, por parte del grupo empresario, fue ganar en escala relativa para poder competir en el mercado global con “jugadores de dimensión cada vez mayor”, lo cierto es que esto tuvo amplias consecuencias a nivel interno. Es que, además del mercado de cable, la fusión tuvo repercusiones sobre otras empresas de prestación de servicio de internet vinculadas a ambas, como ser Fibertel y Flash (banda ancha) y Ciudad Internet (dial up), entre las más conocidas. A lo largo de los años, la situación se potenció, y el grado de participación de la fusionada ganó en profundidad y penetración de mercado. En la actualidad, Cablevisión y Fibertel mantienen casi 2 millones de clientes en todo el país, con presencia en más de 120 ciudades del país. En lo que hace al cable, y de acuerdo a datos del Indec, la penetración actual supera al 54% de los hogares, de los cuales más del 45% tiene a Cablevisión como su proveedor de servicio. Más aún, el próximo paso comercial de Cablevisión es abrirse paso en el mercado de la telefonía (fija y celular), algo que empezó a conseguir a partir de su adquisición de la cartera de la empresa de telefonía celular Nextel, junto con su cartera clientes. Esto radica en un debate que se está generando en los últimos meses, y se proyecta como un futuro debate en el congreso, en relación a lo que podríamos llamar “convergencia tecnológica” o “cuádruple play”. La motivación principal de las principales compañías del sector para presionar la autorización para operar en los distintos segmentos es poder brindar servicios múltiples de manera tal que puedan economizar recursos y hacer más eficiente su estructura de negocios, redundando en una mayor eficiencia productiva. El problema de fondo, una vez más, es que esto profundiza el efecto de concentración y mayor poder monopólico por parte de Cablevisión y el resto de las principales compañías.



Ingresando en el análisis financiero, cabe destacar que el desempeño de las principales distribuidoras de cable y de telecomunicaciones mantiene su dinamismo en el corriente año, a pesar de la depresión generalizada del resto

de la economía. Por ejemplo, Cablevisión, registró un aumento de ingresos del 55,4% en el primer semestre de 2016. Este incremento de ingresos por encima de sus costos operativos, determinó una ganancia semestral superior a los \$1.500 millones. Esto es, 31,1% superior a los de igual período de 2015. En tanto, su resultado financiero, que se obtiene luego de incorporar las depreciaciones y demás resultados de operaciones de capital, trepó casi un 130%, al pasar de algo menos de \$600 millones a más de 1.300. Más en detalle, los \$14.200 millones de ingresos se explican en primer lugar por el segmento de cable e internet (\$12.500 millones) y en menor medida por el servicio de telefonía (\$1.600 millones). La mejora expuesta se debe, en primer lugar, al avance en la tarifa de los precios de los productos comercializados y, en segundo lugar, al incremento en la cantidad de suscriptores. Por ejemplo, el total de abonados (consolidados) de la compañía superó los 3,5 millones a mitad del corriente año, aumentando en algo más de 20.000 en relación a hace un año atrás. Con esto, consolidó su primacía en el mercado y pasó a explicar el 47% de la participación total, porcentaje muy superior al que mantiene la principal cablera en países desarrollados, como ser el 30,2% de Francia, el 38% de España o el 25,3% de Alemania.

Metalurgia

La metalurgia y el tratamiento de los metales básicos ha sido una de las industrias más pujantes en el proceso de sustitución de importaciones de mitad del siglo pasado. Entre sus principales vertientes se encuentra la aleación de aluminio, una de las industrias por excelencia en la transformación metalífera. En ese marco, en nuestro país encontramos a Aluar como una de las principales compañías de producción de aluminio en el abastecimiento del mercado interno y de exportación. Dada la magnitud de su estructura productiva y las altas barreras a la entrada de nuevos participantes en este mercado, Aluar es el único productor de aluminio primario en nuestro país y hace años ha alcanzado una escala global que la ubica entre las principales cotizantes en el mercado accionario. La concentración de mercado es tal que, producto de la posición dominante que ejerce como único oferente, Aluar comercial localmente el aluminio primario casi un 50 por ciento más caro que

en Londres, y del mismo modo que ocurre con la chapa, el precio de la chatarra de aluminio en el país es prácticamente la mitad que en el país europeo.

La coyuntura de la dinámica sectorial, marca una producción industrial muy afectada por las políticas de apertura comercial y caída en la actividad económica. Es así que en lo que va del año la producción de aluminio primario cayó un 0,5% acumulado, en función al estimador mensual industrial que publica el

Indec. Esta cifra es ostensible, tratándose de un insumo de difícil reemplazo, esto es, de una baja elasticidad. No obstante, es interesante analizar que, a pesar de la caída de la industria local, el flujo de negocios de gigantes industriales como Aluar no se ve sensiblemente afectado. Su alto grado de concentración y su orientación al mercado de exportación le dan un mayor grado de protección en relación a otras empresas locales, que se resienten sensiblemente ante la caída en ventas y la devaluación con su consecuente inflación de costos. En números, en función a los resultados consolidados que la compañía presenta ante la CNV, se puede ver que Aluar más que duplicó sus ganancias en los primeros nueve meses de 2016, en relación al mismo período del año pasado, al pasar de una utilidad de algo más de \$178 millones a casi \$467 millones, esto es, un avance del 160%. Este resultado se debe a una mejora en su resultado operativo de más de 300 millones de pesos (casi 130% de alza interanual) explicada por un mejor resultado en materia exportable. Cabe destacar que, producto de este proceso de deterioro del mercado local, la distribución geográfica de las ventas pasó de estar equilibrada a fines del año pasado (50% para consumo interno y 50% para exportación) a ser explicadas en más del 67% por ventas al exterior.

