RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA RA/AEMP/DTDCDN/N° 126/2018
La Paz, 19 de noviembre de 2018

VISTOS:

El Auto Administrativo de fecha 18 de mayo de 2017 de inicio de Diligencias Preliminares; la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 94/2018 de 16 de agosto de 2018; los descargos presentados por Cervecería Boliviana Nacional S.A.; Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/N° 162/2018 de 15 de noviembre de 2018 e Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/CNC/N° 163/2018 de 16 de noviembre 2018 emitidos por la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP; la normativa aplicable vigente, y todo lo que se vio y se tuvo presente;

CONSIDERANDO: (Antecedentes)

Que, mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 94/2018 de 16 de agosto de 2018 (fojas 1626 – 1692; en adelante RA 94/2018), se dispuso:

PRIMERO. RECHAZAR *la denuncia de la empresa* ***Cervecería Nacional Potosí Ltda.*** *contra la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.****, por la presunta venta condicionada de productos, al no encontrarse suficientes indicios que se adecúen a la conducta anticompetitiva descrita en el artículo 11, numeral 3, del Decreto Supremo N° 29519.*

SEGUNDO. RECHAZAR *la denuncia de la empresa* ***Cervecería Nacional Potosí Ltda.*** *contra la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.****, por la presunta concertación entre varios agentes económicos para rehusarse a vender, al no identificarse suficientes indicios que se adecúen a la conducta anticompetitiva descrita en el artículo 11, numeral 5, del Decreto Supremo N° 29519.*

TERCERO. INICIAR *a denuncia de la empresa* ***Cervecería Nacional Potosí Ltda.****, procedimiento administrativo sancionador contra la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.****, por la presunta infracción de la conducta anticompetitiva prevista en el artículo 11, numeral 8, del Decreto Supremo N° 29519, en razón al otorgamiento de incentivos a los puntos de venta (PDV) en el mercado relevante determinado a nivel de* ***Comercialización*** *de cerveza en la ciudad de Potosí, con el requisito de no adquirir ni vender los bienes producidos, distribuidos o comercializados por* ***Cervecería Nacional Potosí Ltda.*** *o por otros agentes económicos, durante los meses de enero de 2016 a diciembre de 2016.*

CUARTO. INICIAR *a denuncia de la empresa* ***Cervecería Nacional Potosí Ltda.****, procedimiento administrativo sancionador contra la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.****, por la presunta infracción de la conducta anticompetitiva prevista en el artículo 11, numeral 10, del Decreto Supremo N° 29519, en razón al establecimiento de distintos precios de venta de su producto* ***Paceña Pilsener de 1 litro*** *para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones en el mercado relevante determinado a nivel de* ***Distribución Secundaria****, durante los meses de marzo de 2016 a diciembre de 2016.*

QUINTO. RECHAZAR *la denuncia de la empresa* ***Cervecería Nacional Potosí Ltda.,*** *contra la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.,*** *por la presunta acción de incrementar los costos, obstaculizar su proceso productivo y reducir su demanda, al no identificarse suficientes indicios que se adecúen a la conducta anticompetitiva descrita en el artículo 11, numeral 11, del Decreto Supremo N° 29519.*

SEXTO. INICIAR *procedimiento administrativo sancionador contra los directores y ejecutivos de la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.,*** *por su participación durante el ejercicio de sus funciones en las decisiones que motivaron la comisión de las presuntas conductas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10 del Decreto Supremo Nº 29519, en el siguiente orden:*

- ***MARCIO FROES TORRES,*** *en su condición de* ***PRESIDENTE DEL DIRECTORIO*** *de* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.***
- ***HERNÁN GUILLERMO ATELLA*** *en su condición de* ***GERENTE GENERAL*** *de* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.***
- ***JOSÉ ANDRÉS ABRAHAM HANDAL,*** *en su condición de* ***GERENTE DE VENTAS*** *de* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.***
- ***SERGEI CHRISTIAN GOMEZ UZQUEDA,*** *en su condición de* ***GERENTE DE PLANEAMIENTO, PRECIO Y RTM*** *de* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.***
- ***PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA,*** ***GERENTE REGIONAL DE VENTAS*** *de* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.*** *para Potosí.*

SÉPTIMO. INICIAR *procedimiento administrativo sancionador contra la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.,*** *por la presunta* ***distorsión de información*** *que señala el artículo 39, numeral 4 del Reglamento de regulación de la competencia en el marco del Decreto Supremo Nº 29519, aprobado por Resolución Ministerial Nº 190 de mayo de 2008 y el artículo 25 del Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el marco del Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento, aprobado por Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 071/2014, modificada por la Resolución Administrativa AEMP/DTDCDN/N° 082/2016 de 17 de octubre de 2016, en razón a la posible distorsión de información referente a los precios sugeridos a los PDV de la cerveza Paceña Pilsener de un (1) litro, de acuerdo al análisis contenido en la presente Resolución Administrativa.*

OCTAVO. INICIAR *procedimiento administrativo sancionador contra la empresa* ***Cervecería Boliviana Nacional S.A.,*** *por el presunto* ***ocultamiento de información*** *que señala el artículo 39, numeral 4 del Reglamento de regulación de la competencia en el marco del Decreto Supremo Nº 29519, aprobado por Resolución Ministerial Nº 190 de mayo de 2008 y el artículo 25 del Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el marco del*

Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento, aprobado por Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 071/2014, modificada por la Resolución Administrativa AEMP/DTDCDN/N° 082/2016 de 17 de octubre de 2016, en razón al posible ocultamiento de información requerida en el punto 28 del Anexo–CBN-Período 2014-2016 del Auto administrativo de 18 de mayo de 2017 relacionado con los insumos importados, de acuerdo al análisis contenido en la presente Resolución Administrativa.

La referida Resolución Administrativa de inicio de procedimiento sancionador fue notificada en fecha 29 de agosto de 2018 al señor José Andrés Abraham Handal; en fecha 03 de septiembre de 2016 a CBN; en fecha 04 de septiembre de 2018 a Marcio Froes Torres y en fecha 10 de septiembre de 2018 a Patricio Fernando Olmos Ardaya, Sergei Christian Gómez Uzqueda y Hernán Guillermo Atella.

A través del memorial presentado en fecha 06 de septiembre de 2018, CBN solicitó la aclaración y complementación de la RA 94/2018 alegando la existencia de incongruencias y ambigüedades en su contenido; de igual manera, el señor Hernán Guillermo Atella en fecha 12 de septiembre de 2018 solicitó la aclaración y complementación de la referida resolución. En respuesta a ambas peticiones, se emitió el Auto Administrativo de fecha 13 de septiembre de 2018 (fojas 1749 – 1766) que dispuso su rechazo ya que ninguna de las solicitudes se enmarcaba en lo previsto por el artículo 36, parágrafo I, de la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo (Ley N° 2341).

El citado Auto Administrativo dispuso a su vez, corregir, de oficio, errores materiales advertidos en las páginas 33, 36, 57, 70, 89 y 109 de la RA 94/2018, y, en fecha 20 de septiembre de 2018, fue notificado a los presuntos infractores, así como a la empresa denunciante.

Mediante Auto Administrativo de fecha 11 de octubre de 2018, se dispuso la apertura del término para la producción de pruebas dentro del procedimiento administrativo sancionador iniciado, acto que fue notificado en fecha 12 de octubre de 2018 a todos los involucrados.

En fecha 11 de octubre de 2018, CBN solicitó la anulación del procedimiento iniciado arguyendo que la AEMP no solicitó al denunciante la ratificación de su denuncia, y, a su vez, presentó argumentos y pruebas en calidad de descargo consistente en 22 anexos; ante ello, se emitió la providencia de fecha 16 de octubre de 2018 disponiendo no ha lugar a la anulación solicitada considerando que en aplicación del artículo 35, parágrafo II y del artículo 36, parágrafo IV, de la Ley N° 2341, las nulidades y anulabilidades pueden invocarse únicamente mediante recursos administrativos. En cuanto a los hechos descritos en el citado memorial y la documentación aportada, se dispuso tenerlos por presentados para su consideración en observancia del artículo 46, parágrafo II, de la Ley N° 2341.

Adicionalmente, en la citada providencia se dispuso también la notificación de CNP con el referido memorial presentado por CBN para que ratifique su denuncia en el plazo de cinco (5) días hábiles administrativos computables a partir del día siguiente hábil a su notificación con dicha providencia. En respuesta, mediante memorial presentado en fecha 24 de octubre de 2018, CNP realizó la ratificación de la denuncia, por presuntas prácticas anticompetitivas,

interpuesta ante la AEMP en fecha 03 de agosto de 2016, actuación que fue arrimada a los antecedentes del proceso sancionador iniciado contra CBN.

Así también, CNP, mediante memorial presentado en la AEMP en fecha 29 de octubre de 2018, ratificó pruebas documentales y materiales cursantes en los antecedentes de la denuncia que presentó contra CBN, por lo que, mediante providencia de fecha 30 de octubre de 2018, se tuvieron por ratificadas las mismas.

Posteriormente, en fecha 05 de noviembre de 2018, CBN ratificó su memorial de descargos de fecha 11 de octubre de 2018 así como la prueba adjunta al mismo y, adicionalmente, complementó la información presentada como anexo 22, adjuntando documentación a través de los anexos 1 y 2; de igual manera, complementando el punto IV de su memorial de descargos, presentó documentación en su anexo 3. En el mismo escrito CBN reiteró la existencia de violaciones al debido proceso pidiendo nuevamente se anule el procedimiento hasta el vicio más antiguo. En respuesta, se emitió la providencia de fecha 08 de noviembre de 2018, disponiendo que la anulación solicitada se ajuste a lo dispuesto por los artículos 35, parágrafo II y 36, parágrafo IV de la Ley N° 2341.

Mediante Auto Administrativo de fecha 06 de noviembre de 2018, se dispuso la clausura del término de prueba y se convocó a las partes a audiencia para el día martes 13 de noviembre de 2018, a efectos de escuchar sus alegatos, acto administrativo que fue realizado en la fecha prevista con la participación de representantes de **CBN** y **CNP,** los ejecutivos de **CBN** MARCIO FROES TORRES, HERNÁN GUILLERMO ATELLA, JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL, SERGEI CHRISTIAN GOMEZ UZQUEDA, y PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA no se presentaron a la audiencia de alegatos. Por otra parte, cabe señalar que **CNP** presentó memorial de alegatos en la misma fecha de la audiencia.

CONSIDERANDO: (Valoración técnica y jurídica de los descargos, alegaciones, y explicaciones presentadas)

Que, en respuesta a los cargos formulados mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 94/2018 de 16 de agosto de 2018, CBN presentó descargos, alegaciones y explicaciones a través del memorial de fecha 11 de octubre de 2018; asimismo, en vigencia del término de prueba dispuesto mediante Auto Administrativo de fecha 11 de octubre de 2018, ratificó lo alegado y presentado a través de su memorial de descargos y presentó nueva documentación adjunta al escrito de fecha 05 de noviembre de 2018.

Que, asimismo, de antecedentes se evidencia que habiéndose formulado cargos contra MARCIO FROES TORRES, Presidente de Directorio, HERNÁN GUILLERMO ATELLA, Gerente General, JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL, Gerente de Ventas, SERGEI CHRISTIAN GOMEZ UZQUEDA, Gerente de Planeamiento. Precio y RTM, y PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA, Gerente Regional de Ventas para Potosí, los citados, a pesar de su legal notificación no presentaron descargo alguno dentro del procedimiento administrativo sancionador, y si bien, el segundo de los nombrados ejecutivos se apersonó en el proceso fijando inclusive domicilio a efectos de futuras notificaciones, dicha actuación se circunscribió a solicitar la aclaración y complementación de la RA 94/2018, sin haber expresado en su contenido, argumentos de descargos en relación a los cargos referidos

Mediante **Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/Nº 162/2018 de 15 de noviembre de 2018 e Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/CNC/Nº 163/2018 de 16 de noviembre 2018**, cuyo contenido se encuentra plasmado en la presente resolución, se realizó el análisis técnico-económico y jurídico de la conducta de **CBN** en los mercados de comercialización y distribución secundaria de cerveza, y la valoración de los argumentos, descargos y pruebas presentadas por **CBN**, en los que se señala:

1 Respecto a violaciones al debido proceso

CBN, en su memorial señala que la notificación de cargos ha prescindido del procedimiento administrativo legalmente establecido en los artículos 16 de la RM 190 y 43 de la LPA, refiriendo que:

> ***13.*** *Al respecto, el artículo 16 de la RM 190 concordante con el artículo 43 de la LPA expresamente establece:*
> *"...la Superintendencia requerirá al interesado para* ***que ratifique la denuncia,*** *subsane la deficiencia o acompañe la información faltante, con la indicación de que, si así no lo hiciera en un plazo de cinco (5) días hábiles administrativos, se dictará resolución teniendo por desistida su solicitud y disponiendo el archivo del caso." (énfasis agregado).*
>
> ***14.*** *Sobre el particular, hacemos notar que la jurisprudencia del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP), en un caso prácticamente idéntico al nuestro ha establecido:*
>
> *"[s]obre el particular y efectuando el análisis del contenido conceptual del término* ***"Requerirá", se tiene que el mismo implica el hecho de demandar o exigir algo indispensable; es decir que por tal precepto se entiende que la administración tiene la obligación de exigir al interesado, la ratificación de su denuncia esencialmente*** *y en su caso se proceda a la corrección o complementación. Al efecto es que, si bien se podría suponer que la denuncia presentada por ADISERCRUZ, cumplía con todos y cada uno de los requisitos del Artículo 41 de la Ley de Procedimiento Administrativo, así como el hecho de que también contaba con todos los elementos necesarios para el inicio del proceso;* ***la norma establece de manera imperativa que se debía "Requerir la Ratificación de la denuncia";*** *elemento al que además se le ha fijado un periodo de tiempo (...).*
>
> *En tal sentido es que se puede evidenciar que de una y otra forma, primero que la Autoridad Administrativa (AEMP) no cumplió con el procedimiento establecido, pues a más de solicitar en reiteradas oportunidades información a la empresa denunciada,* ***ha omitido requerir la ratificación de la denuncia conforme lo establece la norma,*** *por un lado; pero por otro y con peores consecuencias,* ***se puede configurar el desconocimiento flagrante del principio de imparcialidad, inserto en el inciso f) Artículo 4 de la Ley No. 2341, por el cual las Autoridades deben actuar evitando cualquier discriminación o diferencia entre los administradores,*** *elemento que también implica la vulneración del principio de igualdad y prohibición de discriminación, presunción de inocencia y derecho a la defensa de la empresa*

*denunciada, consiguientemente se desconocen elementos esenciales y configurativos del debido proceso; aspectos que no pueden ser soslayados en el presente análisis [...] (énfasis agregado) (Resolución Jerárquica MDPyEP N° 003/2017 (**Anexo 1**).*

***15**. A partir del razonamiento indicado, el MDPyEP anuló el procedimiento concluyendo que la AEMP: "(...) no ha dado estricto cumplimiento con el procedimiento establecido, **con lo que vulneró la norma vigente,** omitió tratar a las partes con igualdad y afectó la capacidad de administrado de defenderse de manera efectiva" (énfasis agregado).*

***16**. Como vuestra Autoridad podrá apreciar de la lectura del extracto citado, el caso que nos ocupa ES EXACTAMENTE IGUAL, en cuanto a la omisión de la ratificación de la denuncia, tal como ocurrió en la Resolución Jerárquica MDPyEP N° 003/2017, ya que al igual que en el mencionado caso, la AEMP no solicitó al denunciante la ratificación de la denuncia en los plazos legamente establecidos, vulnerando de esta forma la normativa procesal vigente, y los derechos al debido proceso y a la igualdad procesal de CBN.*

***17**. En tal sentido, en cumplimiento de la normativa procesal aplicable y de la jurisprudencia emitida por la autoridad jerárquica superior, el procedimiento administrativo debe anularse hasta el vicio más antiguo, subsanando el vicio procesal apuntado, que lesiona los derechos constitucionales de nuestra empresa.*

Al respecto, conforme se ha señalado en el acápite de antecedentes se tiene que mediante providencia de fecha 16 de octubre de 2018, se dispuso la notificación de **CNP** con el memorial presentado en fecha 11 de octubre de 2018, para que ratifique la denuncia en virtud de la cual se inició procedimiento sancionador en contra de **CBN** y sus ejecutivos, lo cual dio lugar a la presentación del escrito de fecha 24 de octubre de 2018, en cuyo contenido **CNP** ratificó expresamente la denuncia que interpuso en fecha 03 de agosto de 2016, habiéndose de esa manera atendido lo requerido por ésta autoridad y en consecuencia lo observado por **CBN**.

No obstante, en fecha 05 de noviembre de 2018, **CBN** reiteró su alegación referente a la existencia de supuestos vicios de nulidad pidiendo nuevamente la anulación del procedimiento sancionador iniciado en su contra, petición que, a efectos de su consideración y respuesta de fondo, amerita ser ajustada a lo previsto por los artículos 35, parágrafo II y 36 parágrafo IV de la Ley N° 2341, tal como se ha referido en la providencia de fecha 08 de noviembre de 2018 e interponer el recurso de revocatoria respectivo; en consecuencia, en esta instancia, la autoridad no se encuentra facultada para resolver la nulidad alegada por **CBN**.

Al respecto, es necesario dejar constancia que cuando **CBN** reiteró su solicitud de anulación en fecha 05 de noviembre de 2018, el supuesto vicio de nulidad que alegó, ya no existía, ***pues en estricta aplicación de lo previsto por el artículo 55 del Decreto Supremo N° 27113, a esa fecha la AEMP adoptó las medidas más convenientes para corregir el hecho observado***, requiriendo a **CNP** la ratificación de su denuncia ya que en fecha 24 de octubre de 2018 **CNP** ya había ratificado su denuncia, resultando fuera de lugar que CBN reitere la anulación del procedimiento.

Asimismo, corresponde se tenga presente que las facultades que otorga el artículo 55 del Decreto Supremo N° 27113 a la autoridad administrativa, para que, ***en cualquier estado del procedimiento***, disponga la nulidad de obrados hasta el vicio más antiguo, o, ***adopte las medidas más convenientes para corregir los defectos u omisiones observadas***, son excluyentes entre sí, lo que significa que a la fecha, al haberse ratificado la denuncia de **CNP** y corregido de esa manera la omisión argüida por **CBN**, no existe necesidad alguna de declarar la nulidad de obrados en el presente caso.

Debe tenerse en cuenta también que el artículo 35 de la Ley N° 2341, señala taxativamente los casos en los cuales los actos administrativos son nulos de pleno derecho, casos cuya concurrencia no se ha identificado en la petición de **CBN**, lo que constituye un hecho más que hace innecesaria una declaratoria de nulidad en el presente procedimiento. La misma norma en su artículo 36, dispone que cuando el acto administrativo incurra en cualquier infracción distinta a las previstas en el artículo 35 referido, es anulable, situación que al igual que en el caso anterior no ha acontecido, por lo que su consideración también resulta innecesaria.

No obstante, y aún en el supuesto de haber acaecido alguno de los casos referidos, corresponde tener presente que el Tribunal Constitucional Plurinacional, a través de la Sentencia Constitucional N° 1646/2014 de 21 de agosto de 2014, en cuya fundamentación jurídica cita a la SC 0242/2011-R de 16 de marzo, determinó:

> *"... el que demande por vicios procesales, para que su incidente sea considerado por la autoridad judicial, debe tomar en cuenta las siguientes condiciones: 1) El acto procesal denunciado de viciado le debe haber causado gravamen y perjuicio personal y directo;* ***2) El vicio procesal debe haberle colocado en un verdadero estado de indefensión; 3) El perjuicio debe ser cierto, concreto, real, grave y además demostrable****; 4) El vicio procesal debió ser argüido oportunamente y en la etapa procesal correspondiente; y, 5) No se debe haber convalidado ni consentido con el acto impugnado de nulidad. La no concurrencia de estas condiciones, dan lugar al rechazo del pedido o incidente de nulidad.* (Énfasis agregado).
>
> *Dichas condiciones deberán ser explicadas, además, por el incidentista en su solicitud, señalando, en forma concreta, clara y precisa, la existencia del perjuicio que le haya causado el acto impugnado; deberá mencionar y demostrar expresamente, los medios de defensa de los que se ha visto privado de oponer o las que no ha podido ejercitar con la amplitud debida, ya* ***que la sanción de nulidad debe tener un fin práctico y no meramente teórico o académico, pues, no basta la invocación genérica a la lesión al derecho a la defensa, por ejemplo, sino que el perjuicio debe ser cierto, concreto, real y además grave, ya que las normas procesales sirven para asegurar la defensa en juicio y no para dilatar los procesos o entorpecer de resolución****".* (Énfasis agregado).

En ese contexto, es evidente que en el caso que nos ocupa, aún a pesar de no haberse identificado causal alguna de nulidad o anulabilidad, no se advierte la existencia de un perjuicio cierto, concreto, real, grave y demostrable, situación que permite corroborar que la providencia de fecha 16 de octubre de 2018 por la cual se requirió a **CNP** la ratificación de su

denuncia en atención al presunto vicio observado por **CBN** en su memorial de descargos de 11 de octubre de 2018, constituye la medida más conveniente a efectos de corregir la omisión observada, y no así la declaratoria de nulidad o de anulación.

Por otro lado, en cuanto a la forma de inicio de un procedimiento administrativo, la Sala Plena del Tribunal Supremo de Justicia, en relación a lo previsto por el artículo 15 del Reglamento aprobado por la Resolución Ministerial N° 190, a través de la Sentencia 171/2017 de 23 de marzo de 2017, estableció que: ***"...la forma de inicio del procedimiento sancionador no tiene ninguna incidencia, ni afecta al derecho de la empresa a asumir su defensa o el debido proceso..."***; fundamento jurídico que al ser emergente del ejercicio de la atribución prevista en el numeral 9 del artículo 38 de la Ley N° 025 de 24 de junio de 2010, sienta jurisprudencia con efecto vinculante para autoridades que con carácter previo resuelven casos análogos.

Ahora, en cuanto a la documentación que **CBN** adjuntó en calidad de jurisprudencia para respaldar su solicitud de anulación del procedimiento expuesta en el punto II del memorial de fecha 11 de octubre de 2018, consistente en el Anexo 1 que contiene la Resolución Jerárquica MDPyEP N° 003/2017, cabe aclarar que el citado fallo jerárquico, en el marco de la legislación vigente[1] en nuestro país, no constituye jurisprudencia, por lo que, la utilización de dicho término resulta inapropiado para referirse a una resolución jerárquica.

No obstante ello, considerando que la citada resolución fue emitida por una autoridad superior jerárquica, como lo es el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP), la misma constituye un **precedente administrativo**, pero no en todos los elementos que la componen, sino específicamente en su *ratio decidendi*, es decir en cuanto a las razones expuestas en su contenido, vinculadas de forma directa y necesaria con la decisión; en ese contexto y en consideración a que el citado fallo jerárquico refiere en su ratio decidendi (página 21/25) que:

> *"... si bien se podría suponer que la denuncia presentada por ADICERCRUZ, cumplía con todos y cada uno de los requisitos del Artículo 41 de la Ley del Procedimiento Administrativo, así como el hecho de que también contaba con todos los elementos necesarios para el inicio del proceso; la norma establece de manera imperativa que se debía* ***"Requerir la Ratificación de la Denuncia"****..."*.

Acorde a la citada *ratio decidendi*, esta Autoridad, a través de la providencia de 16 de octubre de 2018, requirió a la empresa **CNP** la ratificación de su denuncia en un período determinado de tiempo para su presentación. La constancia de atención al requerimiento se encuentra en antecedentes, cursante a fojas 2058, dando así cumplimiento al artículo 16 del reglamento aprobado por la Resolución Ministerial N° 190 y estricta observancia al precedente administrativo contenido en la Resolución Jerárquica MDPyEP N° 003/2017.

[1] De acuerdo a lo previsto por el artículo 15, parágrafo II de la Ley N° 254, Código Procesal Constitucional, constituyen jurisprudencia y tienen carácter vinculante para los Órganos del poder público, legisladores, autoridades, tribunales y particulares, las razones jurídicas de la decisión, en las resoluciones emitidas por el Tribunal Constitucional Plurinacional.

En mérito a lo señalado, resulta infundado pretender que la AEMP, en cumplimiento del precedente descrito, declare la nulidad del procedimiento administrativo iniciado contra **CBN** al igual que lo hizo el MDPyEP en el caso del cual emergió la citada resolución jerárquica, ya que la obligatoriedad del mismo no radica en asumir una misma decisión, sino, en aplicar el razonamiento jurídico que motivó la decisión asumida, que en el caso concreto consistió en solicitar la ratificación de la denuncia a **CNP**, lo cual fue debidamente realizado por esta Autoridad, por lo que no corresponde ahondar más al respecto.

2 Respecto a las consideraciones previas

CBN, en el acápite III del memorial de prueba de descargos, hace referencia a los siguientes puntos:

> ***19.*** *CBN, de manera general, CBN vende sus productos a los puntos de venta (en adelante "PDVs") y otros participantes en la comercialización, como pueden ser los Distribuidores.*
>
> ***20.*** *Los productos de CBN, por lo general llegan a los PDVs, a través de los Transportistas, quienes por encargo y cuenta del PDV compran, retiran y entregan el producto al PDV; por lo que CBN emite la factura por la venta del producto a nombre del PDV.*
>
> ***21.*** *Asimismo, en algunas ocasiones los Transportistas compran el producto a su nombre, actuando en tal circunstancia, en calidad de Distribuidores, y procediendo por su parte a la comercialización de dichos productos a sus clientes finales para lo cual facturan los mismos (productos), a nombre de sus clientes.*
>
> ***22.*** *A la luz de lo anterior, en adelante cuando hagamos referencia a los "Distribuidores" estaremos incluyendo tanto a los PDVs como a aquellos Transportistas que actúan en calidad de Distribuidores, comprando el producto y comercializando por cuenta propia, de acuerdo a las explicaciones referidas en los puntos precedentes.*

Llama la atención de esta autoridad, por ser un aspecto nuevo, la consideración realizada por **CBN** respecto a que se incluye a PDV cuando se haga referencia a distribuidores, toda vez que cuando se realizó la solicitud de información[2] respecto a los requisitos que debe tener un distribuidor para comercializar su cerveza por departamento y los requisitos de los PDV para comercializar el mismo, **CBN** presentó dicha información, sin la aclaración que hoy realiza. Por el contrario, la información reportada en su momento, permite diferenciar de forma clara a los distribuidores de los PDV.

Por otro lado, la base de datos sobre ventas[3] facturadas de cerveza proporcionada por **CBN** describe a distribuidores, minoristas, supermercados y varios, cada uno identificado debidamente con un código de cliente.

[2] Auto Administrativo de fecha 18 de mayo de 2017. Fs. 000394.

[3] Memorial presentado por **CBN** en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 12 y 13. Fs. 000843.

Así, la definición de distribuidor que **CBN** realiza es contradictoria con todo lo presentado hasta el momento. Sin embargo, la diferenciación entre distribuidor, transportista y PDV seguidos por la AEMP se mantendrá dentro del caso sujeto de investigación, con el objeto de mantener la misma línea de análisis.

3 Respecto a las prácticas anticompetitivas relativas: sobre la regla de la razón

Entre los **parágrafos 23 – 28, CBN** señala la manera en la cual, de acuerdo a la RM 190 (artículo 11) y el D.S. 29519 (artículos 11-12) analizan la existencia de conductas anticompetitivas relativas, identificando: los requisitos, objeto o efecto y la aplicación de la **regla de la razón** para su análisis. Precisando lo siguiente sobre esto último:

> ***29.*** *Como se indicó anteriormente, las prácticas anticompetitivas relativas, en nuestra legislación, deben ser evaluadas bajo la regla de la razón (Conforme lo señala tanto el Decreto Supremo 29519 como el Manual de Prácticas Anticompetitivas del MDPyEP). En tal sentido, la práctica será ilegal si, realizada está* [sic], *en las circunstancias en que se dio, afecta razonablemente la competencia y la eficiencia económica, bajo los criterios establecidos en el artículo 11 y 12 del DS 29519.*
>
> ***30.*** *Si bien en Bolivia no tenemos jurisprudencia sobre la regla de la razón, traemos a su consideración jurisprudencia mexicana, la cual resulta sumamente relevante, pues nuestra norma tiene como fuente la Ley Federal de Competencia Económica de México ("LFCE").*
>
> ***31.*** *Al respecto, el Primer Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, a tiempo de resolver el Amparo en revisión 70/2014, de Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V., (**Anexo 2**) ha establecido que para la procedencia de las denuncias de prácticas anticompetitivas relativas debe demostrarse el **impacto negativo en la competencia y en la eficiencia económica**:*
>
> > *"En las denuncias de prácticas monopólicas relativas resulta necesario no sólo demostrar la existencia de los actos u omisiones a que se refiere el artículo 10 de la Ley Federal de Competencia Económicas abrogada, **sino, además, que generan un impacto negativo en la competencia y en la eficiencia económica** dentro del mercado o actividad en la que se tiene poder sustancial. **Para ello, es necesario acudir a la regla de la razón, es decir, valorar en su conjunto las circunstancias del caso para determinar si la práctica irroga afectación a la libre competencia y, desde luego, si impide una economía eficiente,** por el abuso del agente económico con poder sustancial" (énfasis agregado).*
>
> ***32.*** *En similar sentido, el mismo tribunal, en el Amparo en revisión 46/2014, de "Avícola Pilgrim's Pride de México, S.A. de C.V." (**Anexo 3**) determinó que (énfasis agregado):*
>
> > *"Entre las conductas anticompetitivas previstas en la abrogada Ley Federal de Competencia Económica se incluyen las prácticas monopólicas relativas que, en términos de sus artículos 10 y 11, son aquellas que realizan agentes económicos con poder sustancial en determinado mercado relevante, **con el objeto o efecto de desplazar indebidamente a otros agentes, de impedirles sustancialmente su acceso o de establecer ventajas exclusivas en su favor o de otras***

> ***personas,*** *y que pueden consistir, entre otras, en la imposición de restricciones verticales (a proveedores y distribuidores), restricción vertical de precios (a proveedores o distribuidores), ventas atadas (condicionar la venta de un bien a la compra de otro), exclusividades en la distribución de bienes o servicios, negativa de trato, descuentos por lealtad, o en la discriminación en precios (establecer precios y condiciones de venta distintos a agentes en igualdad de circunstancias). Sin embargo, no todos los acuerdos que pudieran configurar esas prácticas deben sancionarse, en tanto que algunos permiten obtener beneficios o niveles de eficiencia favorables para la actividad empresarial o comercial, el desarrollo nacional o para los consumidores,* ***sin tener un propósito de exclusión de la competencia; de ahí que para determinar si se configura este tipo de conducta anticompetitiva, debe realizarse una ponderación tanto de los beneficios, como de la afectación que pudiese ocasionar en casos concretos, lo que se conoce como "regla de la razón", es decir, valorar en su conjunto las circunstancias del caso para determinar la licitud del acuerdo, en función de sus fines y efectos"*** *(énfasis agregado).*

CBN en el **párrafo 33** señala que a la luz de lo anterior, demostrará que no ha incurrido en ninguna de las conductas anticompetitivas señaladas en la Notificación de Cargos.

Sobre lo expuesto por **CBN**, la RA 94/2018 recoge el análisis realizado en los informes técnico y legal bajo lo indicado en el D.S. 29519 y RM 190, que son acordes a la regla de la razón, toda vez que se realiza un razonamiento técnico-económico-legal profundo que no solamente demuestra la existencia de las conductas imputadas a **CBN**, sino que evalúa los efectos que las mismas provocaron en los mercados determinados. En ese marco, el análisis que realizó la AEMP, fue exhaustivo y minucioso sobre la base de la información reportada por las mismas empresas del sector, acreditando que **CBN** incurrió en dos prácticas anticompetitivas:

i) Otorgamiento de incentivos a los puntos de venta (PDV) en el mercado relevante determinado a nivel de Comercialización de cerveza con el requisito de no adquirir ni vender los bienes producidos, distribuidores o comercializado por **CNP** en la ciudad de Potosí; y

ii) Establecimiento de distintos precios de venta de Paceña Pilsener de 1 litro para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones en el mercado relevante determinado a nivel de Distribución Secundaria que incluye a los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija y al departamento de Potosí; no habiendo demostrado **CBN** que dichas prácticas hubieran generando un beneficio mayor en la competencia.

Respecto a los casos de competencia resueltos en México y que son citados por **CBN**, estos no contradicen, de ninguna forma técnica la RA 94/2018, por el contrario, respaldan sus conclusiones, toda vez que, como resultado de la valoración conjunta de las conductas analizadas bajo la normativa boliviana de competencia, acorde a la regla de la razón, se llegó a la conclusión de que dichas prácticas anticompetitivas tuvieron un impacto negativo en la competencia, tal y como se expresa en la RA 94/2018 según el siguiente detalle:

- Mercado relevante, páginas 9-31.
- Poder sustancial de mercado, páginas 31-38,
- Conductas anticompetitivas, páginas 40-105, 115-119.

Por otro lado, **CBN** no acreditó algún tipo de posibles ganancias en eficiencia de las

conductas anticompetitivas analizadas, de acuerdo a lo previsto en el artículo 12, parágrafo I del D.S. 29519.

4 Respecto a la determinación del mercado relevante

La empresa **CBN** señala en el **párrafo 34**: *"de acuerdo a la doctrina y jurisprudencia comparada, la definición del mercado relevante, se realiza tomando en cuenta si los productos son intercambiables o sustituibles"*. Para lo cual, en los **párrafos 35-38** hace referencia a la jurisprudencia aplicada por la Comisión Europea (Anexo 4 del Memorial de **CBN**), México (Anexo 5 del Memorial de **CBN**) y Perú (Anexo 6 del Memorial de **CBN**) al momento de definir el mercado relevante. A continuación, **CBN** hace referencia al Manual de Prácticas Anticompetitivas (página 7) respecto al mercado relevante y en particular al concepto de sustituibilidad **(párrafo 39)**.

Sumado a lo indicado en el párrafo anterior, en el **párrafo 40, CBN** describe los criterios aplicados en el artículo 12 de la RM 190 para la determinación del mercado relevante, relacionados con la sustituibilidad de la oferta y de la demanda, resaltando que los criterios ahí señalados son los mismos que los determinados por la jurisprudencia mexicana, para luego indicar que la Notificación de Cargos (RA 94/2018) debía haber analizado cada uno de los mercados relevantes definidos (Distribución Secundaria y Comercialización) de forma autónoma e independiente **(párrafos 41-44)**, aspectos que serán demostrados por **CBN** posteriormente.

Respecto a las citas realizadas por **CBN** del razonamiento aplicado por distintas autoridades de competencia (i.e., Unión Europea, Perú y México), sobre la definición de mercado relevante, cabe indicar que estos no son más que un resumen de conceptos que emplean dichos países, no evidenciándose argumentos que puedan contradecir el análisis realizado por la AEMP sobre este tema, plasmado en la RA 94/2018.

En relación a lo indicado por **CBN** sobre la aplicación de los criterios señalados en el artículo 12 de la RM 190, este agente solo hace una descripción de los mercados relevantes definidos en la RA 94/2018, los cuales fueron definidos rigurosa y detalladamente entre las páginas 9 a la 31 de la RA 94/2018, por tanto, no se identifica agravio alguno hacia **CBN** que pueda ser valorado por esta Autoridad y será considerado únicamente como una introducción a los descargos que **CBN** presenta más adelante.

5 Respecto al mercado producto

5.1 Sustituibilidad por el lado de la demanda

El agente económico **CBN**, entre los **párrafos 45-46**, hace referencia al primer criterio utilizado en el artículo 12 de la RM para determinar el mercado relevante, específicamente el relacionado a la sustituibilidad del producto por el lado de la demanda, señalando lo siguiente:

> ***47.*** *Este criterio, en el caso de sostenerse la definición adoptada por la AEMP, implica un análisis de los flujos internados por contrabando, la venta minorista del mismo, la preferencia de los consumidores por otras bebidas alcohólicas, los otros productos*

ofertados por el propio proveedor, etc.

***48.** En este supuesto, la presión competitiva proviene del cambio en el volumen total de la demanda hacia productos o servicios competidores cuando exista un aumento en el precio correspondiente a los que son materia de análisis, lo que implica la necesaria estimación de las elasticidades precio de la demanda como herramienta metodológica básica para el análisis planteado por la AEMP.*

Sobre los argumentos planteados por **CBN**, la RA 94/2018 contiene el análisis de la sustituibilidad por el lado de la demanda, incluyendo lo siguiente:

- Características.- Se puntualizó que tanto las cervezas industriales o artesanales compiten entre sí para copar cierta cuota de mercado, dadas sus características propias del sector, presentación o calidad, lo que determina en definitiva que sean consideradas dentro de un mismo mercado, cerveza[4]. Entre otros temas, se señaló que la cerveza es la bebida alcohólica que contiene un grado alcohólico menor a otras bebidas alcohólicas entre un 4 % y 7 % en relación al ron y al whisky que tienen un grado alcohólico entre 30 % y 50 % y el singani cuyo grado alcohólico es de 40 %[5].

- Uso del producto.– Además de señalar el estudio del año 2015 de la OMS, para este acápite se tomó muy en cuenta los criterios expresados por **CNP** y **CBN** respecto a los patrones de uso de la cerveza, que la diferencian de otras bebidas, entre ellos: el uso o preferencia de consumo, ocasión de consumo, perecibilidad de la cerveza y la relación de competencia con otras bebidas llegando a observarse claramente que la diferencia en el uso de la cerveza respecto a otras bebidas alcohólicas es notable, no existiendo sustitutos cercanos de este producto[6].

- Canales de distribución y comercialización.- En la que después de una descripción de los canales se afirma que tanto **CBN** como **CNP** no identificaron diferencias entre las cervezas distribuidas y comercializadas en el canal on y en el canal off, debido a consideraciones como: i) no existen restricciones ni económicas ni legales para que los distribuidores atiendan cualquier de estos dos canales; ii) las marcas y tipos de cervezas son comunes para ambos canales; y iii) la red de distribución puede ser utilizada en ambos canales. Por tanto, ambos canales pertenecen al mismo mercado producto, cerveza[7].

- Precio.- De igual forma y siendo congruentes con el análisis, se realizó inicialmente una comparación de precios entre la cerveza y el singani siendo que ambos son parte de la canasta básica en la ciudad de Potosí, llegando a determinarse que la diferencia de precios es significativa (176 %), para posteriormente calcular el

[4] RA 94/2018, p. 11.

[5] RA 94/2018, p. 12.

[6] RA 94/2018, p. 13.

[7] RA 94/2018, p. 14.

coeficiente de correlación de precios (-0,66) que apoyaba la hipótesis de que no son sustitutos entre si la cerveza y el singani y por ende pertenecen a mercados relevantes distintos. Por lo que, se concluye que aun cuando la cerveza y el singani sean funcionalmente sustituibles, la presencia de altos costos de cambio y la correlación negativa entre sus precios, impide que la cerveza sea sustituida por el singani por parte de los consumidores[8].

- Precedentes nacionales e internacionales.– Se tomaron en cuenta, a nivel nacional la RA/AEMP/DTDCDN/N° 003/2017 de 16 de enero de 2017 (pp.130-131), a nivel internacional el trabajo realizado por Jon P. Nelson en materia de elasticidad precio de la demanda, la experiencia de la Comunidad Europea que considera al mercado de comercialización de cerveza un mercado diferente del de otras bebidas alcohólicas y no alcohólicas dadas sus especiales características de sabor, proceso de fabricación y patrón de consumo, también en cuestiones de concentraciones económicas, se tiene precedentes que limitan el mercado relevante de producto a la cerveza como ser la experiencia de la jurisdicción estadounidense, de la Unión Europea y Argentina[9].

De acuerdo al listado anterior, la determinación del mercado relevante producto adoptada en la RA 94/2018 se encuentra fundamentada con base a la normativa vigente en materia de competencia, D.S. 29519 y RM 190.

Respecto al tema de los "flujos internados por contrabando", este aspecto fue tomado en cuenta por la AEMP al momento de emitir la RA 94/2018, puesto que de acuerdo a la información proporcionada por **CBN**[10] se observaron dos aspectos relevantes que impidieron la utilización de dicha información en la RA 94/2018:

- La participación de contrabando en el caso de Potosí estaba muy por debajo del 1 % y que además dichos datos correspondían únicamente al periodo enero a agosto de 2016, por tanto, los datos proporcionados por CBN no eran significativos estadísticamente ni comprendían todo el periodo 2016.

- Para Potosí + Provincias se repite tal situación excepto a partir del mes de abril hasta agosto en el que se tiene datos mayores al 11 % cuestión que llamó la atención de esta Autoridad debido a que el incremento de 0,03 % a 11 % parece ser desproporcional y adicionalmente a que no se contaba con el periodo completo para una seriedad del análisis, dicha información no es estadísticamente significativa para establecer que el contrabando determina una fuerza disciplinadora de la cerveza en la región investigada, de tal manera de modificar lo determinado en la RA 94/2018.

Sumado a lo anterior, no corresponde a esta Autoridad realizar un análisis del contrabando por la propia naturaleza de dicha actividad ilícita que se encuentra fuera del alcance de la presente investigación y transcienden las atribuciones de la AEMP que se limitan al ámbito

[8] RA 94/2018, p. 15.

[9] RA 94/2018, p. 15-16.

[10] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 16, Fs. 000698.

de la competencia económica, existiendo otra autoridad competente como la Aduana Nacional a la cual se debió acudir para demostrar o no la existencia y cuantificación del contrabando.

En relación a la estimación de las elasticidades como herramienta metodológica básica según **CBN** para el análisis de la AEMP, cabe indicar que su utilización no está incluida en el primer criterio del artículo 12 de la RM 190, por tanto, no es de uso obligatorio. Sin embargo, este elemento será desarrollado en el siguiente acápite.

Sobre las elasticidades

CBN hace referencia a la inexistencia del cálculo de la elasticidad cruzada de la demanda para definir la existencia o no de sustitutos de la cerveza (**párrafos 50-52**), argumentando a continuación lo siguiente:

> ***53.*** *En el caso que nos ocupa, la AEMP, no realiza un estudio para Bolivia, ni mucho menos para el mercado de la ciudad de Potosí, que muestre cuál es la elasticidad precio, de la demanda de la cerveza, si no que infiere que la demanda de la cerveza es inelástica, en base a un meta estudio de Jon. P. Nelson que tiene como base países como Australia, Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Nueva Zelanda, Irlanda y otros. El objetivo del estudio es. Meta-analizar 178 estudios para evaluar* ***problemas de sesgo de estimación de la elasticidad precio de la demanda de cerveza.*** *El mismo autor señala los problemas y restricciones del estudio, así como el desfase de tiempos de los datos. En la página 13 del estudio, menciona "En general, el análisis indica que la elasticidad de precios promedio de cerveza es aproximadamente –0,20, que es 50% menos elástica que previamente promedios reportados".*
>
> ***54.*** *Una meta estudio no valida en ningún momento lo que sucede en un país con respecto de otro, incluso esta validación puede ser cuestionable entre los mismos países que participan del meta estudio; los resultados son promedios, presentan supuestos y comparan resultados de diferentes momentos en tiempo, teniendo de manera "general" tendencias.*
>
> ***55.*** *Por lo mencionado anteriormente, no es aceptable económicamente, el que se tome como cierto, considerando el respaldo del estudio de Jon P. Nelson, que la cerveza tiene una elasticidad "relativamente inelástica". Adicionalmente, no es racional que este supuesto será la base para concluir que, debido a la inelasticidad, los posibles sustitutos no representan restricción para incrementos en el precio de la cerveza.*

Sobre las elasticidades mencionadas por **CBN**, esta afirma que corresponde para los casos de definición de mercado relevante el análisis de la elasticidad precio de la demanda y de la elasticidad cruzada de la demanda; sin embargo, no presenta un cálculo de las mismas y se remite únicamente a realizar una apreciación teórica de su utilización, sin que producto de sus comentarios se pueda invalidar el análisis contenido en la RA 94/2018.

También **CBN** pretende desechar el estudio realizado por Jon P. Nelson que fue citado en la

página 15 de la RA 94/2018 señalando que el mismo tiene por base a países como Australia, Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Nueva Zelanda, Irlanda y otros, cuando en realidad el estudio corresponde a 24 países[11]. Lo observado por **CBN**, no contradice en términos económicos y econométricos los resultados obtenidos en el estudio de Nelson, por tanto, las apreciaciones de **CBN** tienen un carácter narrativo y no contradicen lo definido en la RA 94/2018.

El indicado agente económico refiere que el objetivo del estudio de Jon P. Nelson es meta-analizar 178 estudios para evaluar problemas de sesgo de estimación de la elasticidad precio de la demanda de cerveza, cuando en realidad el objetivo del trabajo es resumir y sintetizar estimaciones de la elasticidad precio de la cerveza, a tiempo de explicar la dispersión y los posibles sesgos debido a la heterogeneidad (fáctico y metodológico), la dependencia de las estimaciones por metodología y muestreo y selección de publicaciones[12]. Por tanto, **CBN** mal interpreta la dirección que sigue el meta análisis de elasticidades, es decir que, al partir de una premisa errónea arriba a una conclusión equivocada de desestimar los hallazgos a los cuales llegó Jon P. Nelson, que fueron tomados únicamente como referente internacional en la RA 94/2018 y no como su único sustento económico (p.ej., características y precios).

Sobre los problemas y restricciones del estudio que según **CBN** señala el mismo autor, es importante resaltar que dicha afirmación no es correcta toda vez que en el punto de "Discusión" de la página 13 citada por la indicada empresa, pero de forma incompleta, esta afirma (traducción no oficial):

> *Este estudio utiliza un meta análisis para corregir los resúmenes de promedios de las elasticidades precio de la cerveza para heteroscedasticidad, heterogeneidad, dependencia y sesgo de publicación. Primero, los promedios ponderados para una muestra de 191 estimaciones son -0.23 y -0.35 para modelos de efectos fijos y aleatorios. Segundo, corrigiendo el sesgo de publicación, la estimación del efecto fijo es -0.15, una reducción del 35% del promedio ponderado El uso de un meta análisis acumulativo arroja un promedio de -0.17 y -0.18 para el 10%. De estimaciones más precisas. En tercer lugar, corrigiendo la heterogeneidad y el sesgo de publicación, la estimación del efecto fijo para la categoría nula es -0.17 y par la estimación de efectos aleatorios es -0.20. Otras muestras o categorías no producen resultados que difieran ampliamente de estas estimaciones, como la dispersión debida a dependencia, efectos específicos del país, período de tiempo y métodos de estimación. En general, el análisis indica que la elasticidad precio promedio de la cerveza es -0,20, que es aproximadamente un 50% menos elástica, que los valores reportados anteriormente (...).*

Sobre la cita anterior, y comprobado que los argumentos expuestos por **CBN** están equivocadamente planteados, el estudio de Jon P. Nelson constituye un referente internacional válido, toda vez que indican que la cerveza tiene una elasticidad precio de la

[11] Nelson P. Jon. 2013. *Estimating the Price elasticity of beer. Meta-analysis of data with heterogeneity, dependence, and publication bias*. p. 2. Disponible en:

https://www.deakin.edu.au/__data/assets/pdf_file/0005/278951/demandforbeer.pdf. (Última visita: 17 de octubre de 2018).

[12] Nelson P. Jon. 2013. *Estimating the Price elasticity of beer. Meta-analysis of data with heterogeneity, dependence, and publication bias*, p. 1.

demanda negativa por lo que la misma es inelástica, es decir, que incrementos en los precios de venta no reducirían significativamente la cantidad vendida, por lo que la cerveza no tiene sustitutos. Conclusión que apoya lo señalado en la RA 94/2018.

Sobre el uso del producto

Por otro lado, **CBN** sobre el **uso del producto** señala lo siguiente:

> ***56**. Todo el análisis referido al USO del producto se reduce a indicar que:*
>
> *"No existe un sustituto de la cerveza por ser un producto de bajo grado alcohólico y de menor precio, diferente al singani, vino y otras bebidas espirituosas que son de alto grado alcohólico y mayor precio".*
>
> ***57.** Esta, es la única supuesta diferencia que ha encontrado la autoridad sobre los distintos usos del producto, y al no partir de un estudio técnico de la demanda, su conducta, su sensibilidad al precio y en consecuencia su comportamiento de mercado, por lo cual no puede ser aceptada desde un punto de vista técnico económico.*

El texto citado por **CBN** respecto al uso del producto, corresponde al punto referido a la "Relación de competencia con otras bebidas" que forma parte del conjunto de elementos analizados en la RA 94/2018 (página 13), siendo que no es la única respuesta que ha encontrado esta Autoridad sobre los distintos usos del producto, como lo afirma equivocadamente **CBN**. Así, esta Autoridad para diferenciar el uso de la cerveza de otras bebidas tomó en cuenta lo siguiente (RA 94/2018, pp. 12-13):

- El estudio realizado por la OMS titulado "Informe de situación regional sobre el alcohol y la salud en las Américas", disponible en su sitio de Internet http://www.paho.org/hq/index. Documento que define el porcentaje de consumo de bebidas alcohólicas, en particular, de la cerveza.

- El estudio de análisis de mercado de FAUTAPO – BID afirma que la cerveza es la bebida alcohólica de mayor consumo en Bolivia, con relación a la chicha, vino, whisky, ron y otras.

- Valoró también los criterios expresados por **CNP** y **CBN** respecto a patrones de uso de la cerveza, que la diferencian de otras bebidas, es decir, el uso o preferencia de consumo, ocasión de consumo, perecibilidad de la cerveza y la relación de competencia con otras bebidas.

El listado anterior, llevó a concluir de forma inequívoca que la diferencia en el uso de la cerveza respecto a otras bebidas alcohólicas es notable, no existiendo sustitutos cercanos de este producto. Por tanto, el argumento planteado por **CBN** de falta de fundamentación en la definición del mercado relevante producto (cerveza) a partir de su uso no contradice lo concluido en la RA 94/2018.

Sobre los canales de distribución y comercialización

CBN señala lo siguiente:

> ***58.*** *Se realiza una comparación de los canales de distribución y comercialización de la cerveza con las bebidas sin alcohol, sin embargo, no existe ningún análisis o comparación con los canales de distribución y comercialización de otras bebidas alcohólicas, lo cual tampoco es aceptable desde un punto de vista técnico económico.*

En relación a lo anterior, **CBN** se limita a observar una supuesta carencia de la RA 94/2018, sin embargo, deja de lado la descripción del *canal on* y *canal off*, basada en información proporcionada por la propia **CBN**, que se realizó en los siguientes términos[13]:

> En los distintos PDV el consumo de cerveza se caracteriza por estar dirigido a dos canales de comercialización, basados fundamentalmente por la ocasión de consumo: a) *canal on* (cuando se consume dentro del punto de venta); y b) *canal off* (cuando se compra y se consume en un lugar diferente al punto de venta (PDV)[14].
>
> El *canal on* lo componen los PDV donde el consumo se verifica inmediatamente y el local está debidamente habilitado para permitir el consumo de la bebida dentro de este, por ejemplo, bares, restaurantes, discotecas, quintas, chicharronerías, entre otros. El *canal off* lo componen PDV donde se comercializa la bebida para ser consumida en lugar distinto y en ocasión posterior al momento de la compra, por ejemplo, supermercados, tiendas y licorerías, entre otros.

La descripción anterior, fue complementada con el análisis de canales de distribución de bebidas sin alcohol realizado anteriormente por la AEMP, que tiene validez en el periodo analizado por su generalidad. Producto de ambas caracterizaciones (canal cervecero y de bebidas no alcohólicas) se llegó a la conclusión de que en el entendido que, tanto **CBN** como **CNP**, no identificaron diferencias entre los canales *on* y *off*, en base a que: i) no existen restricciones ni económicas ni legales para que los distribuidores atiendan cualquiera de estos dos canales; ii) las marcas y tipos de cervezas son comunes para ambos canales; y iii) la red de distribución puede ser utilizada en ambos canales. Por tanto, ambos canales pertenecen al mismo mercado producto, cerveza.

Por lo precisado sobre el criterio de canales de distribución y comercialización, queda claro que el análisis contenido en la RA 94/2018 es suficiente para establecer los mecanismos sobre los cuales se comercializa y distribuye cerveza en la región investigada. Por tanto, la supuesta insuficiencia planteada por **CBN** carece de todo fundamento económico.

Sobre el precio

En relación al **precio**, **CBN** sostiene lo que sigue a continuación:

> ***59.*** *En consonancia con la falta de información específica de los mercados señalados por la AEMP, el análisis comparativo de precios entre la cerveza y "otras bebidas"*

[13] RA 94/2018, pp, 13-14.

[14] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000698.

alcohólicas únicamente se compara a la cerveza con el singani, dejando de lado otras bebidas alcohólicas, que claramente pueden ser sustitutos de la cerveza.

***60.** Asimismo, la comparación se realiza en precios nominales, lo que metodológicamente representa un error ya que bajo esa variable, casi todas las bebidas alcohólicas, por litro, son más costosas. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que la demanda de los consumidores por bebidas alcohólicas está también relacionada al contenido de este en cada producto, por lo que se debe evaluar el precio promedio por gramo de alcohol. Bajo este concepto queda claro que las bebidas como el singani, vodka o incluso el vino, resultan reportar valores considerablemente menores a los observados para la cerveza, pudiendo considerarse por tanto la cerveza, como un producto "caro".*

	Precio promedio por litro (Bs.) Gestión 2016	***Gramos de Alcohol por litro (promedio)***	***Bolivianos por Gramo de Alcohol***
Cerveza	*14,9*	*40*	*0,37*
Chicha	*6,0*	*40*	*0,15*
Vino	*22,0*	*104*	*0,21*
Whisky	*120,0*	*320*	*0,38*
Vodka	*40,0*	*320*	*0,13*
Singani	*45,0*	*320*	*0,14*

Fuente: El precio de la cerveza corresponde a los datos del INE para 2016 en la ciudad de Potosí. El resto de los precios corresponden a estudios de mercado de la CBN para la gestión 2016 en la ciudad de Potosí. Los gramos de alcohol corresponden a la media de los grados alcohólicos utilizados por la AEMP en la RA 94-2018 convertidos a gramos (el valor medio por 8).

***61.** En este sentido, queda claro que se debe tomar en cuenta la gradación alcohólica de las bebidas, ya que esta juega un rol importante al momento de determinar el grado de sustituibilidad o no de un producto respecto a otro.*

***62.** De igual forma, la gradación alcohólica de las bebidas, también podría jugar un rol importante al determinar la elasticidad cruzada o no de un producto respecto a otro, pero esto sólo como parte de un estudio completo y serio, que en ningún momento fue efectuado a momento de emitir la notificación de cargos por parte de la AEMP.*

El análisis comparativo de los precios de la cerveza y el singani no corresponde a la falta de información como erróneamente afirma **CBN** o a una elección aventurada de la AEMP, la mima obedece a que ambos productos (cerveza y singani) forman parte de la canasta básica de alimentos de la ciudad de Potosí y por lo tanto son productos adquiridos de forma habitual, por lo que el análisis de estos, contenido en la RA 94/2018 se encuentra debidamente justificada.

Además, el calibre de una botella de cerveza (1000 cc) y de singani (750 cc) utilizados en la RA 94/2018 responden a la oferta de dichos productos en Potosí, de tal manera de que su comparación responde a la sustituibilidad a la cual se enfrenta un consumidor, puesto que resulta irracional el planteamiento de **CBN** al tratar de determinar que al momento de adquirir una bebida alcohólica se haga la conversión en "gramos de alcohol" y no así sobre el precio

al cual se oferta el producto.

Respecto al precio promedio por gramo de alcohol calculado por **CBN** se tiene las siguientes observaciones:

- La utilización en la RA 94/2018 de precios en términos nominales y no reales responde a una comparación del precio de la cerveza y el singani en el periodo 2016, año en el que sucedieron los hechos investigados y no así a una serie de tiempo que podría denotar el comportamiento de precios en el tiempo. En esta última situación correspondería descontar el efecto inflacionario para determinar si existieron fluctuaciones en los precios que responda a esta variable macroeconómica. Sin embargo, dada la estabilidad en materia inflacionaria en Bolivia dicho impacto es prácticamente limitado (4 % el 2016)15. Por tanto, atendiendo la observación de la CBN al respecto, esta no responde a la realidad del mercado investigado y no modifica relevantemente los valores obtenidos.

- No se presenta una metodología o base teórica de algún autor, organismo o autoridad competente que valide la conversión entre el precio medido en función al grado alcoholimétrico y aquel precio calculado a partir del gramo de alcohol de tal manera de sustentar **CBN** de manera técnicamente sólida sus afirmaciones y que de alguna manera puedan contrariar los datos estadísticos obtenidos por la AEMP.

- El precio promedio de la cerveza no corresponde a la fuente señalada, toda vez que para la gestión 2016 con base a los datos del Instituto Nacional de Estadística[16] se obtiene un precio promedio para la cerveza de 1 Litro en la ciudad de Potosí de 16,10 Bs/litro, dato que incide en el resultado de "Bolivianos por Gramo de Alcohol". Por tanto, al ser la fuente de **CBN** inconsistente con lo reportado por fuentes oficiales carece de todo sustento.

- En relación a los precios promedios de los otros productos alcohólicos, **CBN** señala que realizó estudios para el 2016 en la ciudad de Potosí, pero no anexa los mismos de tal manera que esta Autoridad pueda valorarlos estadísticamente. Al no ocurrir esto, se trata de simples valores carentes de sustento.

- Se advierten precios que a simple vista corresponden a presentaciones menores, es el caso del Singani de 750 cc el INE reporta un precio promedio para el 2016 en la ciudad de Potosí de 47,12 Bs[17] pero **CBN** obtiene un precio promedio de 45 Bs para el Singani de 1000 cc. Este último calibre no corresponde al usualmente consumido en Potosí, tratándose quizás a una aproximación estadística que hace **CBN** y no así a la realidad de productos ofertados en dicha región, en todo caso se trata de calibres y montos en bolivianos incontrastables y por ende carentes de valor probatorio.

[15] Indicadores de inflación reportados por el Banco Central de Bolivia para el año 2016, disponible en https://www.bcb.gob.bo/?q=indicadores_inflacion.

[16] Disponible en: http://web2.ine.gob.bo:8081/consultasIPC/Modulos/Formularios/ipc_frmPreciosProm.aspx.

[17] Disponible en: http://web2.ine.gob.bo:8081/consultasIPC/Modulos/Formularios/ipc_frmPreciosProm.aspx.

Por los elementos citados en los anteriores párrafos, la conclusión arribada por **CBN** en relación a que puede considerarse a la cerveza como un producto "caro", se encuentra totalmente desvirtuada desde el punto de vista técnico y económico, toda vez que los valores obtenidos por **CBN** carecen de consistencia; en consecuencia, el análisis contenido en la RA 94/2018 se mantiene.

Sobre este tema en particular, precios, en el memorial de **CBN** presentado ante la AEMP en fecha 5 de noviembre de 2018, la indicada empresa complementa su argumentación en los siguientes términos:

> *9.Tal y como indicamos en el punto iv) del memorial de descargos de fecha 11 de octubre, se debe tomar en cuenta la graduación alcohólica de las bebidas, ya que esta juega un rol importante al momento de determinar el grado de sustituibilidad o no de un producto respecto a otro.*
>
> *10. En ese sentido, tal como se puede observar en el Acta de Verificación Notarial de fecha 3 de noviembre de 2018 (**Anexo 3**), el precio del singani en el mercado potosino fluctúa entre 100 y 400 Bs. Por arroba[18]. En función de la equivalencia, se asume que cada arroba de singani corresponde en promedio a 16 litros, lo que implica que el costo promedio por litro de singani es el siguiente:*

	Precio por arroba (en Bs)		*Precio por litro (en Bs)*	
	Precio Mayorista	*Precio Minorista*	*Precio Mayorista*	*Precio Minorista*
Singani de Camargo	*350*	*380*	*21,9*	*23,8*
Singani de Camargo de Primera	*150*	*250*	*9,4*	*15,6*
Singani de Camargo de Segunda	*100*	*120*	*6,3*	*7,5*
Singani de Turuchipa	*400*	*400*	*25,0*	*25,0*

> *11. De lo anteriormente descrito, es claro que, en términos de una comparación directa con la cerveza, los precios de algunas marcas y calidades del singani son altamente competitivos. De hecho, si se sigue la línea planteada por la OMS, calculado el precio por gramo de alcohol, los valores obtenidos son los siguientes:*

	Gramos de alcohol por litro	*Precio mayorista por gramo de alcohol*	*Precio minorista por gramo de alcohol*
Singani de Camargo Especial	*320*	*0,07*	*0,07*
Singani de Camargo de Primera	*320*	*0,03*	*0,05*
Singani de Camargo de Segunda	*320*	*0,02*	*0,02*
Singani de Turuchipa	*320*	*0,08*	*0,08*
Cerveza	*40*	*0,30*	*0,37*

[18] Como medida de capacidad o volumen, la arroba se utiliza para medir líquidos; su valor varía dependiendo no sólo de las zonas, sino también del propio líquido medido. Así, para el aceite, la arroba equivale a 12,5 kg o arroba de masa lo que equivale al volumen ocupado de la misma que es 12,563 litros, mientras que si se trata de medir bebidas alcohólicas como el vino, su equivalencia es de 16,133 litros.

12. La tabla anterior demuestra la clara asimetría y alto costo de la cerveza en relación a otras bebidas alcohólicas, como el singani, de consumo masivo, vinculado también al consumo en ocasiones culturales en Potosí. Por otro lado, contradice lo expuesto la AEMP [sic], *en cuanto a los precios del singani, así como a la relación que esta bebida alcohólica tiene con la cerveza.*

Respecto a la nueva prueba presentada por **CBN** referida a la medición de la graduación alcohólica del singani *versus* la cerveza, se observa que los precios reportados del singani corresponden al 3 de noviembre de 2018 fecha en la que se elaboró el acta de verificación notarial, por lo que no pertenece al periodo del análisis contenido en la RA 94/2018, que comprende la gestión 2016, más allá del tiempo en el que los comerciantes de dichas bebidas afirman, según **CBN**, estar vendiendo los mencionados tipos de singanis en la ciudad de Potosí.

Por otro lado, si bien los comerciantes señalan que venden el producto desde hace muchos años atrás no refieren que el precio se haya mantenido desde entonces hasta la actualidad, en ese sentido el cálculo realizado por **CBN** del precio por gramo de alcohol no contradice el análisis contenido en la RA 94/2018 toda vez que esta última utilizó el precio promedio del singani y la cerveza reportado por el INE para la ciudad de Potosí en la gestión 2016, demostrándose con base a dicha información que existe una correlación negativa (-0.66) entre ambos precios, es decir, que no son sustitutos entre sí y por ende, pertenecen a mercados relevantes distintos, conclusión que **CBN** no pudo desvirtuar con los descargos presentados.

Sobre los precedentes

CBN, respecto a los **precedentes** declara lo siguiente:

***63.** Asimismo, la Notificación de Cargos utiliza precedentes de la jurisdicción Estadounidense, de la Unión Europea y de Argentina que señalan que la cerveza es un mercado producto, sin embargo dichos precedentes se, refieren a mercados diferentes y no pueden ser un justificativo para no realizar análisis alguno en el mercado relevante.*

Sobre lo anterior, en el **párrafo 64, CBN** presenta un precedente resuelto por la Autoridad mexicana de competencia (CFC) (**Anexo 7** del memorial de **CBN**), en el que se revocó un Oficio de Presunta Responsabilidad (lo que equivaldría en Bolivia a la Resolución de Formulación de Cargos), debido a que dicha autoridad no realizó un análisis de elasticidad cruzada considerando a las bebidas alcohólicas de bajo contenido alcohólico, como ser los "coolers". Sobre el particular, **CBN** expone lo siguiente:

***65.** A la luz de lo indicado, resultado evidente que, así como existen precedentes que señalan la cerveza es un mercado producto dentro del mercado geográfico identificado, existen otros precedentes, mucho más cercanos a nuestra realidad económica y nuestra legislación (siendo que nuestra norma se basa en la legislación de la competencia de México), que determinan que la autoridad de competencia debe realizar el análisis de sustituibilidad correspondiente, mismo que no ha sido realizado*

por la AEMP.

***66.** En el caso que nos ocupada, resulta evidente que el análisis de sustituibilidad de la Notificación de Cargos carece de rigurosidad técnica. La simple comparación y diferencia de precios, no es una metodología que la literatura económica reconozca para establecer si un bien es o no sustituto de otro, más aún cuando ni si quisiera se toma en cuenta la gradación alcohólica de las bebidas, para la comparación del precio.*

***67.** Reiteramos que las metodologías utilizadas son elasticidad cruzada de la demanda y modelaciones estadísticas (correlación, cointegración y causalidad), las cuales son metodologías comprobadas, sin sesgos de carácter cualitativo, que permiten dar opiniones fundamentadas económicamente. No sujetarse a las metodologías técnicamente aceptables, invalida irremediablemente el resultado del análisis de la Notificación de Cargos.*

En relación al caso resuelto por la autoridad de competencia de México sobre la consideración de las bebidas alcohólicas "*coolers*" en el mercado relevante corresponde a la realidad mexicana en la que se presume exista una participación considerable de este tipo de bebidas alcohólicas; sin embargo, en el caso boliviano los estudios de la Organización Mundial de la Salud (2015) y el de FAUTAPO-BID (2012) contenidas en la RA 94/2018 señalan:

- La cerveza, chicha, vino, *whisky*, ron y singani como bebidas de consumo en Bolivia y no así a las bebidas alcohólicas "*coolers*" de las que no se tiene registro alguno, puesto que no existe una definición de lo que se entiende por este tipo de bebidas ni su grado alcohólico, composición, precio o mecanismo de distribución y comercialización.

Esto último queda demostrado también por el cuadro reportado por **CBN** en la que realiza el cálculo de "Bolivianos por Gramo de Alcohol" y según señala se basa en un estudio que realizó en la ciudad de Potosí en la gestión 2016 y en cuya lista no se encuentran el tipo de bebidas "coolers", lo que determina de forma clara que ni siquiera **CBN** se atreve a plantear una definición de dichas bebidas o algún tipo de característica que pueda establecer que representa un sustituto de la cerveza y por ende estar incluido en el mismo mercado relevante.

Así, la AEMP al emitir de forma económicamente responsable la RA 94/2018, tomó en cuenta información de fuente primaria (INE) para establecer una comparación entre los precios de la cerveza y el singani, que son bebidas alcohólicas consumidas en Potosí y no así de bebidas que únicamente en el imaginario de **CBN** tendrían que tomarse en cuenta al momento de cumplir con el primer criterio del artículo 12 del D.S. 29519.

En síntesis, la simple comparación del caso mexicano con el nacional o el deseo de **CBN** de incluir las bebidas "coolers" dentro el mercado relevante no procede, más allá de corresponder a un precedente internacional, no es comparable con el caso investigado, toda vez que ni la misma empresa lo puede realizar por la falta de sustento técnico y económico, por lo tanto, el argumento del indicado agente económico no invalida el análisis contenido en

la RA 94/2018 y la inclusión de bebidas alcohólicas denominadas "coolers" no responde a un producto que pueda ser considerado sustituto de la cerveza en Potosí.

6 Sustituibilidad por el lado de la oferta

Sobre el contrabando y la separación de mercados

CBN en el **párrafo 68** de su recurso define lo que a su criterio se entiende como sustituibilidad por el lado de la oferta, para luego argumentar lo siguiente:

> ***69.*** *Bajo esta consideración, es claro que la separación de los mercados relevantes obliga a la inclusión de elementos, a priori, no considerados en el análisis, como el contrabando en zonas fronterizas, la comercialización de otras bebidas alcohólicas, el cambio en el poder adquisitivo de la región y sus variaciones en el tiempo, etc., análisis inexistente en la Notificación de Cargos.*
>
> ***70.*** *En particular, la separación de los mercados introduce la necesidad de evaluar también las alternativas que enfrentan los consumidores en el mercado. Por ejemplo, en el caso de los Distribuidores, el objetivo de la comercialización radica en la obtención de ,utilidades, a partir del transporte y/o reventa de un producto. Ante condiciones menos favorables, se debe evaluar la facilidad que esos tienen para transportar y/o distribuidor otros productos en pos de sostener el nivel de utilidades que buscan.*

Sobre la sustituibilidad por el lado de la oferta, la RA 94/2018 incluye un análisis exhaustivo y detallado sobre este criterio y descarta que empresas productoras de sectores industriales (distintos al cervecero) ingresen en el sector en el corto plazo; así, no considera el tema del contrabando por las cuestiones antes señaladas[19] y que no determinaron argumentos que puedan rebatir el hecho de que el mercado relevante producto sujeto de investigación es la cerveza.

En relación a la comercialización de otras bebidas alcohólicas, cambio en el poder adquisitivo de la región y sus variaciones en el tiempo, evaluación de las alternativas que enfrentan los consumidores en el mercado, el objetivo de la comercialización de los distribuidores que radica en la obtención de utilidades a partir del transporte y/o reventa de un producto y la evaluación de las facilidades que los distribuidores tienen para transportar y/o distribuidor otros productos, todo estos señalados por **CBN** y que a su criterio deberían formar parte del análisis, representan únicamente un listado de opiniones que no se encuentran debidamente justificadas y que no pueden ser valoradas, puesto que no presentan datos estadísticos, base teórica o precedentes que puedan apoyar la posición de **CBN**, de tal manera que esta Autoridad pueda valorarlos y contrastarlos con los resultados obtenidos en la RA 94/2018.

Sobre los costos y probabilidades de acudir a otros mercados

[19] Véase más arriba el análisis de los parágrafos 47 y 48 del memorial de CBN de 11 de octubre de 2018.

CBN en el **párrafo 71** se refiere a los **costos y probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados**, en ese marco señala:

> ***72.*** *Este análisis se hace aún más relevante si se ha separado el mercado en Distribución y Comercialización, ya que en el primer caso los consumidores son los Distribuidores cuya función de utilidad está relacionada a la obtención de beneficios por la distribución de un producto, que en este caso es la cerveza. Sin embargo, la tecnología con la que cuenta y operan en el mercado les permitiría también, ante elevaciones en el costo, operar con otros productos o mercados, tal como se muestra en la siguiente tabla, donde se puede apreciar que Villazón (como zona fronteriza y posible centro de abastecimiento) se encuentra dentro del área de influencia de los C-D delimitados por la AEMP dentro del mercado relevante, y no ha sido considerada dentro de los análisis.*

Potosí-	*Distancia (Km.)*	*Tiempo estimado de viaje (Hrs.)*
Huari-Oruro	*209*	*04:30*
Oruro	*311*	*05:50*
Tarija	*347*	*06:50*
Villazón	*344*	*06:15*

Fuente: Elaboración propia con datos de ABC

> ***73.*** *En tal sentido, en este apartado, la Notificación de Cargos, debería haber realizado un análisis de los costos que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados y productos sustitutos. Siendo que el departamento de Potosí, tiene frontera con Argentina y Chile, con acceso irrestricto y simple para cualquier transeúnte o habitante de cualquiera de las ciudades colindantes (especialmente Villazón), este análisis es más que relevante.*
>
> ***74.*** *Asimismo, con respecto a este punto, se debería también analizar si es posible para un Distribuidor que recoge producto en Tarija, satisfacer su demanda en la ciudad de Oruro (más de 670 Kilómetros) o si ello es prohibitivo, como a priori parece ser.*
>
> ***75.*** *Sin embargo, la Notificación de cargos no realizó este análisis, ni ningún otro, limitándose a describir el sistema de distribución de la cerveza e indicar aspectos relacionados a la marca e imagen de las cervezas, para concluir de forma inexplicable que:*
>
> > "Por lo anterior se determina que a nivel de la Distribución Secundaria de cerveza se tiene una dimensión geográfica que comprende a los C+D de Huari - Oruro, Oruro y Tarija que abastecen de cerveza al departamento de Potosi y la ciudad de Potosi a nivel de Comercialización Toda vez que las posibilidades que tienen los Distribuidores y PDV para adquirir el producto o de sustituir a un Productor o distribuidor están dadas por la existencia de C+D que proveen del producto y de distribuidores de otras marcas que cuenten con la infraestructura necesaria para atender el lugar en donde estén establecidas". *(...)*
>
> ***76.*** *Como se puede apreciar de todo el texto de esta sección (pp. 28 y 29), no existen*

ningún análisis referido a "los costos y probabilidades que tiene lo usuarios o consumidores de acudir a otros mercados", lo que pone en evidencia que la Notificación de Cargos ha incumplido con el mandato del artículo 12 de la RM 190.

La RA 94/2018 determina como mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria la venta de cerveza hacia Distribuidores (Canal Tradicional) desde los **C+D de CBN de Huari-Oruro, Oruro y Tarija** que abastecen de cerveza al **departamento de Potosí**, en ese marco, también se involucra a Villazón toda vez que es uno de los municipios del indicado departamento; sobre el particular, la información proporcionada por **CBN** se encontraba desagregada en ciudad y provincias de Potosí, siendo considerada el municipio de Villazón dentro del análisis.

La relación planteada por **CBN** respecto a la obtención de beneficios por parte de un distribuidor con otros productos y mercados no forma parte del análisis toda vez que se encuentra fuera del mercado relevante, además, no puede estar sustentada en la distancia y tiempo estimado de los C+D y Villazón hacia Potosí (este último no es considerado como C+D por parte de **CBN**). De esta manera, se advierte que **CBN** llega a una conclusión forzada y sin fundamento técnico y mucho menos económico a objeto de disolver su responsabilidad de aplicar distintos precios a distribuidores según el destino de la venta desde sus C+D.

Esto último, en el entendido que **CBN** plantea la "posibilidad" de que Villazón se defina como un centro de abastecimiento de cerveza, chilena o argentina, sin embargo, deja de lado lo siguiente:

- No presenta dato estadístico alguno que determine que exista algún agente económico, legal o ilegal, que realice la operación de importar cerveza de dichos países y la distribuya o comercialice en el departamento de Potosí.

- Tampoco define algún grado de "posible" participación de mercado de cerveza que tenga como sello de "Producto elaborado en Chile" o "Cerveza fabricada en Argentina" de tal manera que pueda establecer que esta Autoridad haya incurrido en un error al dimensionar el ámbito geográfico de la investigación. Lo anterior, en el entendido que las supuestas conductas anticompetitivas tuvieron su origen desde los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija y surtieron efectos en el departamento de Potosí, sumando al hecho de que **CBN** no vende cerveza en el exterior con destino a Bolivia.

- Además, **CBN** deja de lado que Bolivia y los países vecinos (Chile, Brasil, Perú, Paraguay y Argentina) no constituyen una zona de libre comercio, como por ejemplo la Comunidad Europea, y que el comercio se rige bajo el cobro de aranceles aduaneros, a lo que se suma las diferencias de tipo de cambio, costos de transporte, idioma y otras características propias de cada país, que en definitiva determina que Bolivia es un Estado separado del resto.

- Respecto a si es posible que un distribuidor recoja producto en Tarija o pueda satisfacer su demanda en la ciudad de Oruro la misma fue respondida por la RA 94/2018 en el texto extraído por CBN (página 29) donde queda totalmente claro que

los distribuidores pueden abastecerse de cualquiera de los C+D y no es prohibitivo como erróneamente lo afirma **CBN**.

- El análisis descrito en la RA 94/2018 sobre la relación de dependencia entre los distribuidores y los PDV fue precisamente para determinar los costos y probabilidades de estos últimos para acudir a otros mercados y al ser los distribuidores quienes abastecen a los PDV, los usuarios o consumidores únicamente pueden acudir a los distribuidores para abastecerse de cerveza. Para ello fue necesario determinar el sistema de distribución realizada por las empresas, la imposibilidad de que la competencia extranjera pueda disciplinar los precios, la imagen de la marca de las cervezas porque el consumidor no solo valora la imagen sino también la tradición de la calidad, las condiciones de competencias que enfrentan los propietarios de los PDV, entre otros.

Con base a lo anteriormente señalado, queda claro desde el punto de vista técnico-económico que la RA 94/2018 contiene el análisis riguroso y detallado de la normativa vigente en materia de competencia y en particular dando cumplimiento a lo previsto en el artículo 12, numeral 3 de la RM 190.

Sobre las restricciones normativas

En relación a las **restricciones normativas de carácter local, departamental, nacional o internacional que limiten el acceso** de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos, **CBN** señala lo siguiente:

> ***77.*** *La notificación de Cargos no analiza las restricciones del comercio internacional, de hacerlo, en este caso hubiera concluido que, como efecto del incumplimiento a normas nacionales sobre la importación legal de cervezas extranjeras (contrabando) no existe restricción práctica alguna y, por lo tanto, hubiera podido medir los efectos de dicha ilegalidad en el mercado de la cerveza en Potosí.*

De acuerdo a lo indicado por **CBN** en relación a las restricciones del comercio internacional, esta empresa omite el hecho de que en la RA 94/2018 se describe el análisis de restricciones legales en dos ámbitos: nacional e internacional. De esta manera, en el primero se describieron las restricciones normativas y de carácter local como ser el registro sanitario y los tipos de impuestos aplicados a las bebidas alcohólicas y en particular a la cerveza. En el segundo, se hizo referencia al arancel de importación (40 %) siendo que las características de las importaciones, como tal, fueron detalladas en la sustituibilidad por el lado de la oferta (página 19 de la RA 94/2018).

Sobre esto último, las conclusiones a las cuales arribó esta Autoridad sobre delimitar el ámbito geográfico de forma distinta a **CBN,** representa únicamente el deseo y la intención de esta empresa de cómo hubiera querido que sea definido el mercado relevante geográfico y no así a un análisis de la situación real del mercado cervecero objeto de investigación. Por tanto, el argumento de **CBN** es insostenible y carente de fundamento teórico, legal y estadístico.

Respecto al tema del contrabando el mismo ya fue explicado en acápites anteriores, aunque

también se hace necesario señalar que no corresponde realizar un análisis del contrabando por la propia naturaleza de dicha actividad ilícita que se encuentra fuera del alcance de la presente investigación y transcienden las atribuciones de esta Autoridad que se limitan al ámbito de la competencia económica.

Sobre las conclusiones de CBN del mercado relevante

Una vez argumentado sobre los criterios incluidos en el artículo 12 de la RM 190, concluye con lo siguiente:

> ***78.*** *A partir de todas las observaciones presentadas a la determinación de mercado relevante, resulta evidente que la Notificación de Cargos no comprueba ni teórica, ni empíricamente, lo establecido en el artículo 12 de la RM 190. Estas limitaciones repercuten directa y erróneamente en el análisis económico, los resultados y las consiguientes conclusiones.*
>
> **79**. *En consecuencia, se concluye que la Notificación de cargos no ha realizado un análisis conforme a la normativa vigente en el ordenamiento nacional sobre el tema competencia.*

Siendo la normativa relativa a la definición del mercado relevante una condición indispensable al momento de acreditar conductas anticompetitivas relativas, esta Autoridad se encuentra en la obligación de cumplir con el análisis de cada uno de dichos criterios y habiéndose acreditado que en la RA 94/2018 se describe de forma responsable y exhaustiva el análisis de todos los criterios incluidos en el en el artículo 12 de la RM N° 190, por tanto, se concluye que los argumentos presentados por **CBN** sobre este aspecto no logran desvirtuar las conclusiones arribadas al respecto. Es decir, los mercados relevantes definidos responden a lo siguiente:

Nivel	Mercado geográfico
Distribución Secundaria	C+D de Huari-Oruro C+D Oruro C+D Tarija Departamento de Potosí
Comercialización	Ciudad de Potosí

Fuente: RA 94/2018, Tabla N° 6, p. 31.

7 Respecto a la definición del mercado relevante geográfico

Al respecto **CBN** declaró lo que sigue a continuación:

> ***80.*** *Respetuosamente hacemos notar a vuestra autoridad que, en su forma más simple, el "mercado relevante" es el espacio geográfico en el que se ofrecen o demandan productos o servicios similares, lo que le otorga una triple dimensión: De productos o servicios, geográfica o territorial y temporal.*
>
> ***81.*** *El mercado relevante geográfico comprende un territorio geográficamente*

delimitado dentro del cual se deben analizar las posibilidades de sustituibilidad de los consumidores y todas las opciones que enfrentan ***dentro del área geográfica delimitada como mercado relevante.*** *En este contexto, se deben analizar también todas las otras posibilidades de provisión de los consumidores, lo que implica el análisis de distribución de otras bebidas alcohólicas, así como el de las demás cervezas producidas y comercializadas en el ámbito de influencia del mercado geográfico delimitado por su autoridad. Este análisis no ha sido presentado en la Notificación de Cargos.*

La definición del mercado relevante geográfico que se realizó en la RA 94/2018 tuvo el siguiente razonamiento:

i) que los C+D (origen) de Huari-Oruro, Oruro y Tarija proveen a distribuidores del producto (cerveza) y que posteriormente estos realizan sus ventas, entre otros, en el departamento de Potosí (destino), es así que se identificó primero la ubicación de la provisión del producto y luego la distribución del mismo, y

ii) que los PDV de la ciudad de Potosí reciben la cerveza de **CBN**, a través de sus distribuidores, en sus propios establecimientos y por tanto son objeto de posibles conductas anticompetitivas en la comercialización del producto por parte de **CBN**, por lo que el mercado relevante geográfico para ambos mercados relevantes fue correctamente determinado.

También, **CBN** opina que ciertos análisis: "otras posibilidades de provisión de los consumidores, lo que implica el análisis de distribución de otras bebidas alcohólicas, así como el de las demás cervezas producidas y comercializadas en el ámbito de influencia del mercado geográfico delimitado", no fueron presentados en la RA 94/2018; sin embargo, la simple apreciación de la indicada empresa no puede ser objeto de valoración toda vez que no se observa la presencia de descargos desarrollados sobre la base de un razonamiento técnico-económico que incida en el análisis desarrollo por la AEMP; en consecuencia, se ratifica el contenido de la RA 94/2018.

8 Respecto a la determinación del poder de mercado

CBN señala lo siguiente sobre el poder de mercado:

82. *Se debe señalar que según la información presentada por la CNP existe una diferencia sustancial entre la producción y las ventas reportadas por esta empresa, que en función de la información presentada en los Requerimiento Complementarios se encuentran en torno a un 28 % (veintiocho por ciento) por año. Esto quiere decir que la CNP ha estado manteniendo en stock cerca de un tercio de su producción anual, lo que puede llevar a incurrir en altos costos financieros y operacionales, atribuibles a una mala práctica gerencial y que podrían explicar, por el alto volumen que este stock representa, los problemas financieros que esta empresa enfrenta.*

Sobre los niveles de producción, ventas y situación financiera de **CNP** cabe indicar que dicha situación no fue objeto de análisis por la AEMP en la RA 94/2018 y tampoco **CBN** ha aportado algún elemento que pueda conectar dicha presumible realidad financiera y

operacional de **CNP** con el caso de investigación. Por tanto, se trata de un comentario descriptivo de **CBN** que no puede ser valorado por esta Autoridad.

CBN calcula en los **párrafos 83 y 84** que el tamaño del mercado en el departamento se encuentra en torno a los 140 mil HL anuales, de los cuales 58 % y 42 % corresponden a **CBN** y **CNP**, respectivamente[20]. Para lo cual, incluye un cuadro de producción (2014-2016) de ambas empresas. Adicionalmente, **CBN** señala en el **párrafo 84** una definición de mercado relevante de la normativa comunitaria en materia de competencia (página 16) y a continuación afirma:

> ***85.*** *El artículo 11 de la RM 190, exige el que el presunto responsable tenga poder "sustancial" sobre el mercado relevante. En el caso que nos ocupa, al haberse definido dos mercados relevantes distintos, el análisis de poder de mercado debe realizarse de forma independiente y autónoma sobre dichos dos mercados distintos, y por tanto, la Notificación de Cargos no cumple con ello.*

Respecto al cálculo de la cuota de mercado que realiza **CBN** utilizando la información reportada tanto por su empresa como por **CNP** se observa que la determinación corresponde a una situación "ideal" en la que únicamente competirían **CBN** y **CNP** en el mercado del departamento de Potosí, situación que no corresponde a la realidad, toda vez que se tiene la presencia de cerveza importada y artesanal que se encuentran debidamente identificadas y justificadas en la RA 94/2018 pero que fueron omitidas por **CBN** en su intento de minimizar su participación tanto en el mercado de Distribución Secundaria como en el de Comercialización y de esta manera diluir su responsabilidad.

Ahora bien, si se observa el dato obtenido por **CBN** para el 2016 se tiene un valor de 60,30% que no se encuentra alejado del valor obtenido por esta Autoridad que es de 62,16%, con la salvedad de que **CBN** obvió los datos de importación y de otros tipos de cerveza artesanal presentes en el mercado del departamento de Potosí.

Además, **CBN** omite todo el cálculo de cuotas de cada mercado relevante definido en la RA 94/2018 (páginas 31-33), cuyo resumen se presenta en los Cuadros Nº 7 y Nº 8 de la mencionada resolución y que a continuación se presentan:

Mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria
Participaciones de mercado por ventas de cerveza en el departamento de Potosí
Expresado en porcentaje según ingresos
Periodo: 2016

Empresas	Cuota (%)
Cervecería Artesanal Sabores Alemanes	0,0005
Cervecería Artesanal Vicos	0,0186
Cervecería Boliviana Nacional	62,16
Cervecería Nacional Potosí	33,63
Importadores	4,19

Fuente: AEMP con base a datos proporcionados por las empresas del sector y Aduana Nacional.
Nota 1: Para **CBN** la cerveza tiene como origen los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija.

[20] Información presentada en el memorial de CBN de fecha 14 de marzo de 2018 (p. 5). Esto bajo el supuesto que, CBN y CNP, fueran los únicos competidores en el departamento de Potosí. RA 94/2018, p. 32.

Mercado Relevante a nivel de Comercialización
Participaciones de mercado por ventas de cerveza en la ciudad de Potosí
Expresado en porcentaje
Periodo: 2016

Empresas	Cuota (%)
Cervecería Artesanal Sabores Alemanes[21]	0,0007
Cervecería Artesanal Vicos[22]	0,0255
Cervecería Boliviana Nacional[23]	63,99
Cervecería Nacional Potosí	34,62
Importadores	1,36

Fuente: AEMP con base a datos proporcionados por las empresas del sector y Aduana

De acuerdo a los dos cuadros anteriores, la RA 94/2018 llegó a las siguientes conclusiones:

- Para el mercado relevante a nivel de **Distribución Secundaria**, en el periodo 2016 la cuota de mercado de **CBN** alcanzó el **62,16 %**, seguida de **CNP** con el **33,63 %**.

- Por el lado de la **Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí en PDV, el año 2016 la mayor participación de mercado la tuvo **CBN**, que presentó un **63,99 %** de participación en el mercado y **CNP** un **34,62 %**[24], valor que es una primera aproximación para determinar el poder de mercado de **CBN** en el mercado relevante identificado.

Adicionalmente a la determinación de la participación de **CBN** dentro de cada mercado relevante, en la RA 94/2018 se definió para los mercados relevantes a nivel de Distribución Secundaria y de Comercialización de cerveza, los siguientes elementos con base al artículo 13 de la RM 190 (páginas 31-38):

- Existencia de barreras de entrada que disuaden a potenciales entrantes de participar en los mercados relevantes definidos debido a las grandes inversiones publicitarias, creación de marcas, fidelidad alta de los consumidores, las inversiones necesarias para desarrollar sistemas de distribución y comercialización paralelos, la capacidad instalada que facilita la existencia de una capacidad ociosa, las economías de escala

[21] Empresa de cerveza artesanal cuyo producto es destinado a grupos específicos de consumidores ubicados generalmente en las ciudades, por lo tanto, se asume que todos los ingresos de la indicada empresa fueron generados en la ciudad de Potosí.

[22] Empresa de cerveza artesanal cuyo producto es destinado a grupos específicos de consumidores ubicados generalmente en las ciudades, por lo tanto se asume que todos los ingresos de la indicada empresa fueron generados en la ciudad de Potosí.

[23] Con base a los volúmenes de venta (cajas de 1 Litro) de CBN, se asume que aproximadamente el 75 % de los ingresos de la indicada empresa son generados en la ciudad de Potosí, criterio que fue replicado para CNP.

[24] De acuerdo al Memorial presentado por CBN en fecha 14 de marzo de 2018 (p. 5), la participación de CBN y CNP es del 58 % y 42 %, respectivamente; esto bajo el supuesto que, CBN y CNP fueran los únicos competidores en el departamento de Potosí.

Según CBN, y de acuerdo a la consultora Nielsen: "(...) el comercializador más importante de cerveza en Potosí es CNP, con un volumen cercano al 70 % del consumo de cerveza en dicho mercado". Véase el Anexo 1 de su memorial de 14 de marzo de 2018.

en la producción, altos niveles de inversión en equipo, maquinaria y *know how*; así como, las barreras arancelarias, paraarancelarias (Registro Sanitario del SENASAG), logística, transporte y legales que deben de enfrentar los competidores de **CBN**;

- Los agentes económicos competidores de **CBN**, a partir de sus limitadas cuotas de participación en cada mercado relevante no tienen el poder para contrarrestar el accionar de **CBN**;

- Existe disponibilidad de insumos y materia prima para la producción de cerveza, ya sea a nivel nacional o internacional, los problemas que se pudieran presentar son solventables.

- **CBN** no tiene registrados comportamientos recientes en materia de competencia;

- Existencia de un alto nivel de concentración (HHI) en los mercados relevantes definidos, producto principalmente de la alta cuota de mercado de **CBN**, obteniéndose para el efecto el Cuadro Nº 9 que se replica a continuación:

Índice Herfindahl–Hirschmann (HHI) por mercado relevante
Periodo: 2016

Mercado	Distribución Secundaria	Comercialización
HHI	5.012	5.295

Fuente: RA 094/2018, pp. 36-37.

Lo anterior, demuestra que la RA 94/2018 contiene el análisis pertinente para la definición del poder sustancial de **CBN**, en los mercados relevantes definidos a nivel de Distribución Secundaria y Comercialización.

En síntesis, en la RA 94/2018 se calcularon las cuotas de mercado de todos los agentes participantes, de forma independiente para cada mercado relevante definido, en cumplimiento al primer criterio señalado en el artículo 13 de la RM 190, por tanto, la afirmación de **CBN** de que no se habría realizado dicho análisis es infundada.

CBN prosigue su argumentación, planteando lo siguiente:

> ***86.*** *Al separar los mercados relevantes, y como ya se ha hecho notar, la AEMP debe tomar en cuenta que los "consumidores" sobre los que se realizan los análisis son dos clases de agentes completamente diferentes. En el caso de la distribución, los consumidores presentan una demanda derivada, ya que el objetivo final es la comercialización y/o transporte de la cerveza para obtener un rédito económico (verdadero objeto de la demanda de los consumidores). En ese sentido, se debe analizar la factibilidad de que la tecnología y capital del que dispone los Distribuidores pueda aplicarse, ante modificaciones en las condiciones del mercado de la distribución, a otras actividades en las que el rédito económico sea más alto, así como la competencia que enfrentaría, etc.*

87. *Por tan simple motivo, a modo de ejemplificar el argumento expuesto, es que un Distribuidor podría fácilmente cambiar los productos que traslada o revende, en caso de que estos nuevos productos (como ser bebidas sin alcohol, materias primas, materiales u otros), le entreguen una mejor tarifa por viaje o reventa, o pueda conseguir otros productos igualmente rentables, que le brinden ganancias económicas mejores a las obtenidas a través del traslado o reventa de la cerveza.*

88. *En el caso de comercialización, los consumidores son aquellos compradores finales, cuya demanda busca maximizar su una utilidad* [sic] *por consumo, por lo que el comportamiento de estos agentes, ante cambios en los precios, condiciones de mercado, oferta, productos sustitutos, etc. que enfrentan van a ser completamente diferente a los anteriores.*

89. *En ese sentido, la evaluación del poder de mercado en ambos casos depende del comportamiento de cada uno de los consumidores, y por lo tanto, no es posible inferir directamente el resultado de un mercado en función del otro, sin un estudio profundo que valide estas aseveraciones.*

90. *La Notificación de Cargos no ha realizado este análisis, por lo tanto, sus conclusiones sobre poder de mercado no pueden ser válidas y no son coherentes.*

La RA 94/2018 contiene el análisis de determinación de poder sustancial en los mercados relevantes a nivel de Distribución Secundaria y de Comercialización de cerveza. Lo señalado por **CBN** de la forma o los criterios a ser tomados para tal efecto (párrafo 86), no son los mismos que se encuentran incluidos en el artículo 13 de la RM 190, por tanto, únicamente reflejan la forma en la cual **CBN** hubiese preferido que se analice el poder sustancial de mercado y no así un argumento válido que pueda desacreditar los resultados obtenidos en la RA 094/2018 de poder sustancial de mercado de **CBN** en cada mercado relevante definido.

También, la RA 94/2018 resalta que los **distribuidores de cerveza tienen incidencia directa sobre los distintos PDV, toda vez que los primeros se encargan de abastecer a los segundos, que venden cerveza a los consumidores y usuarios finales**[25]. Es así que, inicialmente, en la RA 94/2018 se realiza el cálculo de la participación de las empresas en el mercado de Distribución Secundaria nivel de departamento de Potosí y C+D, y para la comercialización de cerveza en los PDV en la ciudad de Potosí, de forma independiente. Posteriormente, se determina que como resultado de la participación de mercado **CBN** podría estar en la capacidad de fijar precios de manera independiente y unilateral (página 33, RA 94/2018).

En la determinación de la existencia de barreras se toma en cuenta investigaciones realizadas por la AEMP respecto a casos similares y el desarrollo propio de la investigación en la que se realiza un análisis de los distribuidores y los PDV y del mercado producto al nivel requerido por la investigación concluyendo que las barreras identificadas constituyen un obstáculo importante para que un nuevo competidor pueda tomar la decisión de iniciar el negocio de la cerveza en el mercado de distribución secundaria y comercialización, siendo el

[25] RA 94/2018, p. 31.

indicado análisis suficiente, válido y coherente con la investigación realizada por esta Autoridad.

De acuerdo a lo expuesto, la AEMP dio cumplimiento a lo indicado en el artículo 13 de la RM 190 al momento de calcular de forma independiente la participación de mercado de CBN en cada mercado relevante definido. Por tanto, las conclusiones llegadas en la RA 94/2018 son válidas y coherentes, y no pueden contradecir el hecho que **CBN** poseía una cuota de mercado, durante año 2016, del **62,16 %** en el **mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria** y el **63,99 %** del **mercado relevante a nivel de Comercialización**, porcentajes que determina la capacidad para fijar precios por parte de **CBN** en cada mercado relevante.

9 Respecto a la inexistencia de los requisitos para determinar la realización de prácticas anticompetitivas relativas

CBN hace referencia al poder de mercado y mercado relevante como requisitos incluidos en el al artículo 11 de la RM 190 (**párrafo 91**), para a continuación señalar:

> ***92.*** *En el caso que nos ocupa, no existe un análisis de mercado que cumpla con los requisitos del artículo 12 de la RM 190, ni tampoco una determinación de poder de mercado adecuado respecto a los mercados de Comercialización y de Distribución de la cerveza, por lo que no se cumple el primer requisito para determinar que existen conductas anticompetitivas relativas.*

Según el artículo 11 de la RM 190, para se sancionen prácticas anticompetitivas relativas deberán comprobarse las siguientes condiciones:

1 Que el presunto responsable tiene poder sustancial sobre el mercado relevante; y
2 Que se realicen respecto de bienes o servicios que correspondan al mercado relevante de que se trate.

Sobre la primera condición, el análisis realizado de acuerdo a lo señalado en el artículo 12 de la RM 190 se encuentra debida y ampliamente desarrollada en la RA 94/2018, en las páginas 9-30 al nivel de la exigencia demandado por las características del caso de competencia sujeto de investigación.

A esto último, la RA 94/2018 desarrolla de forma amplia, detallada y exhaustiva la determinación del poder sustancial de mercado, en ambos mercados relevantes (páginas 31-38), llegándose a concluir que **CBN** tiene poder sustancial en el mercado relevante definido a nivel de Distribución Secundaria de cerveza y en el mercado relevante a nivel de Comercialización, ambos sujetos de investigación. Entre otros aspectos se advierte una clara participación de mercado de **CBN**, del 62,16 % en el mercado relevante de Distribución Secundaria y del 63,99 % en el mercado relevante de Comercialización. Con lo anterior, se dio cumplimiento a la primera condición incluida en el artículo 11 de la RM 190.

En relación a la segunda condición de la norma antes citada[26], la RA 94/2018 (página 70) señala que la conducta prevista en el artículo 11 numeral 8 del Decreto Supremo N° 29519,

[26] R.M. N° 190, artículo 11 numeral 2.

denunciada por **CNP**, podría tener como objeto el posible desplazamiento indebido de **CNP** a nivel del mercado de Comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí.

Sumado a lo anterior, en la RA 94/2018 (página 96) se determinó que **CBN** estableció **ventajas exclusivas** para ciertos distribuidores en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria **(objeto)** específicamente al venderles el producto (cerveza Paceña Pilsener de 1 litro) a aquellos que destinaban el producto a la ciudad de Potosí como a provincias del departamento de Potosí, a un precio menor en comparación del cobrado a los distribuidores que destinaban el mismo producto a otros departamentos (p.ej., Chuquisaca (Sucre) y Tarija), pese a que tanto los distribuidores que comercializan el producto a otras ciudades del país lo adquirían del mismo centro de distribución (Huari-Oruro, Oruro y Tarija).

Además, la RA 94/2018 (página 96) determinó que la aplicación de distintos precios por parte de **CBN** de la cerveza Pilsener de 1 Litro a sus distribuidores en el departamento de Potosí (ciudad y provincias) respecto a los que tenía como destino Sucre y Tarija, de carácter recurrente entre marzo y diciembre de 2016, pudo haber sido el causante de la reducción significativa del volumen de ventas de la cerveza de 1 L de **CNP**, y por ende, haber tenido el probable **efecto de desplazar indebidamente** a esta última empresa del departamento de Potosí, sobre todo a partir del mes de julio, contrario al comportamiento de las ventas de **CBN** que fueron en sentido ascendente.

En síntesis, queda comprobado que las conductas anticompetitivas notificadas a **CBN** se realizaron respecto del bien (cerveza) correspondiente a los mercados relevantes definidos, tal y como lo exige la norma señalada.

En ese marco, queda demostrado que la RA 94/2018, con base a fundamentos técnicos-económicos y legales, determinó la posible existencia de posibles conductas anticompetitivas relativas, cometidas por **CBN**, en cada mercado relevante definido. Lo anterior, sujeto de comprobación en el presente documento.

10 Respecto a la inexistencia de incentivos sujetos a condición

CBN en el **párrafo 93** realiza una introducción que a su criterio demostraría que **CBN** no habría cometido ninguna práctica anticompetitiva. Al respecto, en el **párrafo 94** enuncia el numeral 8 del artículo 11 del D.S. 29519, para luego indicar en el **párrafo 95** lo siguiente:

> 95. Durante las Diligencias Preliminares demostramos que CBN no otorga "incentivos" bajo condiciones de no vender o comercializar, productos de terceros. A dicho efecto, presentamos fotografías, declaraciones notariales y actas de verificación notariadas que demuestran de forma clara que los Distribuidores y PDVs que comercializan productos de CBN son libres de vender cualquier producto de terceros, demostrando que tanto los productos de CBN como de CNP, así como equipos de frío de ambas empresas conviven y coexisten en PDVs de la ciudad de Potosí.

Respecto a la documentación presentada por **CBN**, esta fue valorada en la RA 94/2018 según el siguiente detalle:

- Documentos notariados de **CBN**, páginas 61-65, concluyéndose que las mismas fueron aplicadas a PDV diferentes a los citados en la denuncia de **CNP**, por lo que estas no lograron contrastar las manifestaciones y afirmaciones de los documentos notariados presentado por **CNP** en su denuncia.

- Contratos de comodato de **CBN**, página 66, se identificó cláusulas de exclusividad que determina que la indicada empresa utilizó esta política de comercialización en la ciudad de Potosí por lo que constituye un indicio de una posible conducta anticompetitiva.

- Programas establecidos por **CBN** según canal de ventas en Potosí, páginas 66-68, los incentivos proporcionados por la indicada empresa según canal *on* u *off* definen una política comercial de la cual no se tiene respaldo sobre si fue, o no, sostenida en el tiempo por dicha empresa, o si su frecuencia puso ser repetida durante toda la gestión 2016, por lo que no son considerados como indicios de una posible conducta anticompetitiva.

Producto del listado anterior, en la RA 94/2018 se concluyó:

> Por el análisis expuesto y al analizar de manera integral los hechos descritos, se considera que existen indicios suficientes de la comisión de la conducta prevista en el **numeral 8 del artículo 11 del D.S. 29519**, consistente en que el agente económico con poder sustancial en el **mercado relevante a nivel de Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí, es decir, **CBN** otorgue descuentos o incentivos a los PDV a través de sus distribuidores, sujetos al requisito de no comercializar productos de terceros, para este caso en concreto, la cerveza **Potosina** de **CNP**.

De acuerdo al análisis contenido en la RA 94/2018 sobre las pruebas presentadas por **CBN** respecto a que durante las Diligencias Preliminares demostró que la indicada empresa no otorgaba "*incentivos bajo condiciones de no vender o comercializar productos a terceros*", esto último resulta ser equivocado, toda vez que, la información presentada ante la AEMP, no fue suficiente para desvirtuar el análisis detallado y completo contenido en la RA 94/2018.

Luego, **CBN** entre los **párrafos 96-99**, hace referencia a la inspección administrativa realizada por esta Autoridad en febrero de 2018[27], transcribe el Resuelve Tercero de la RA 94/2018 (posible conducta anticompetitiva en razón de otorgamiento de incentivos, numeral 8, artículo 11 del D.S. 29519), indica la base que sostiene la formulación de cargos (las declaraciones notariales presentadas por **CNP** y los contratos de comodato presentados por **CBN**), para finalmente, concluir que demostrará que todo el análisis descrito en la RA 94/2018 sobre esta posible conducta anticompetitiva, fue incorrecto.

En lo que corresponde a la inspección administrativa realizada por la AEMP en la ciudad de Potosí (febrero, 2018), esta Autoridad llegó a la conclusión que no se observaron elementos, de los cuales, se pueda inferir que los indicios denunciados por **CNP** se mantengan hasta el

[27] Tanto CNP como CBN solicitaron a la AEMP que realice inspecciones in situ durante la etapa de Diligencias Preliminares. Sin embargo, la inspección administrativa se realizó dos años más tarde, en febrero de 2018.

presente (febrero 2018). Este último aspecto, no desvirtuaba el indicio que durante el periodo de la denuncia de **CNP**, correspondiente a la gestión 2016, la empresa **CBN** podría haber aplicado incentivos; por tanto, la afirmación realizada por **CBN**, en sentido que la AEMP habría verificado que no se observaron los hechos denunciados, corresponde al momento en que se realizó la inspección (gestión 2018) y no así al periodo sujeto de investigación en la RA 94/2018 (año 2016).

En relación a lo indicado entre los **párrafos 97 y 99** del memorial de descargos de **CBN**, al tratarse estos de una introducción, carecen de valor probatorio, puesto que no argumentan ningún aspecto en contra de la RA 94/2018, por lo tanto, no serán valorados.

Sobre las declaraciones presentadas por CNP

En el **párrafo 100** del memorial de descargos presentado por **CBN**, esta hace referencia a la página 58 de la RA 94/2018 sobre los documentos notariados de **CNP**, el **párrafo 101** cita la página 59 de la RA 94/2018 sobre la relevancia de los documentos notariados de **CNP** y finalmente el **párrafo 102** resalta la página 61 de la RA 94/2018 de la conclusión a la que se llegó de forma posterior al análisis de los documentos notariados. Adicionalmente, el agente económico **CBN** realiza observaciones del **contenido de las declaraciones presentadas por CNP**, argumentando lo que sigue a continuación:

> ***103.*** *Al respecto, realizamos las siguientes observaciones, respecto al contenido de las declaraciones presentadas por CNP:*
>
> ***i)*** *En primer lugar, conforme indicamos a lo largo de la etapa de Diligencias Preliminares, las declaraciones presentadas por CNP, no pueden acreditar ninguna conducta anticompetitiva supuestamente cometida por CBN, toda vez que dichas declaraciones no identifican quienes serían los "supuestos distribuidores" o "supuestos personeros de CBN" que habrían ofrecido "incentivos a cambio de no vender cerveza de CNP". Nuestra empresa, conoce y cumple en todo momento la normativa aplicable, y por ello, no otorga incentivos sujetos a ninguna condición.*
>
> *Desconocemos si algún Distribuidor, a cuenta propia, alguna vez habría cometido tales hechos, pero como las denuncias y declaraciones de CNP no identifican a ninguna persona en particular, sino que se limitan a acusar a los "distribuidores" en abstracto, tampoco podemos investigar y mucho menos comprobar los supuestos hechos denunciados.*
>
> ***ii)*** *En segundo lugar, si bien las declaraciones presentadas por CNP fueron realizadas en los meses de julio y octubre de 2016, dichas observaciones, (salvo la del Sr. Juan Carlos Menacho Colque, a quien desconocemos) no especifican* ***cuándo se habrían producido los supuestos hechos denunciados****, por lo que no es claro si dichos supuestos hechos corresponden siquiera al periodo de investigación (enero a diciembre de 2016).*
>
> ***iii)*** *Más aun, pese a que desconocemos y NO aceptamos las mismas, las declaraciones de julio de 2016 no podrían ser utilizadas en contra de CBN,*

debido a que los cargos fueron notificados a CBN recién en agosto de 2018 [sic], *en tal sentido, cualquier afirmación en contra de nuestra empresa anterior a agosto de 2016, no puede tener ningún valor legal, por el término de la prescripción (2 años desde los supuestos hechos).*

iv) En suma, la Notificación de Cargos cuenta con una sola declaración (que legamente podría entrar dentro del periodo de investigación) en la cual el Sr. Juan Carlos Menacho dice ser dueño de "una pensión" (sin indicar el nombre de su supuesta pensión, ni la dirección exacta de la misma), y que "trabajadores de CBN le habrían ofrecido productos [...] a cambio de no vender cerveza Potosina", sin identificar a ningún Distribuidor o trabajador de CBN.

***104.** Al respecto, reiteramos que CBN no conoce al Sr. Juan Carlos Menacho Colque, ni tampoco pudo identificar su supuesto PDV debido a la falta de especificidad de la dirección contenida en la Declaración presentada por CNP.*

La RA 94/2018 afirma de forma fehaciente que, las declaraciones expuestas en los documentos notariados, constituyen indicios de posibles conductas anticompetitivas en la figura de otorgación de incentivos por parte de **CBN**, bajo la condición de no comprar productos de **CNP**, es decir, que a los PDV señalados CBN les habría otorgado incentivos con la condición de no vender la cerveza de **CNP**, afirmación coincidente con las declaraciones realizadas en la reunión de los distribuidores independientes de la **CNP** con base al documento notariado de fecha 6 de julio de 2016.

Sobre lo anterior, la simple afirmación de **CBN** respecto a que las declaraciones de **CNP** no pueden acreditar ninguna conducta anticompetitiva porque no se identifica quiénes serían los supuestos distribuidores o personeros, no es suficiente para invalidar el análisis descrito en la RA 94/2018, toda vez que **CBN** tiene identificados a todos sus distribuidores que comercializan sus productos en la ciudad y las provincias del departamento de Potosí, así se advierte del cuadro remitido por dicho agente económico[28] en relación al punto 29 del Anexo del Auto Administrativo de fecha 18 de mayo de 2017, en cuyo contenido se encuentra individualizado el nombre de cada uno de dichos distribuidores, su código y el centro del cual se aprovisiona de cerveza para su posterior comercialización en Potosí, por lo que desconocer a distribuidores que podrían haber otorgado incentivos a nombre de **CBN** no es razonable.

Respecto a que las declaraciones de **CNP** no especifican la fecha de cuando se habrían realizado y si corresponden al periodo de investigación, cabe señalar que su contenido tiene todo el valor probatorio con relación a los hechos denunciados toda vez que el procedimiento administrativo sancionador en materia de defensa de la competencia, no se constituye en un proceso estrictamente formal, al contrario, por el principio de verdad material, la investigación y la averiguación de la verdad de los hechos se realizan a través de toda información y documentación que expresen o guarden relación con los hechos que se pretenden demostrar.

[28] Información presentada por **CBN** a través del *flash drive* adjunto a su memorial de fecha 30 de junio de 2017, cursante a fojas 0698.

Que en ese sentido y con relación a la validez probatoria de los indicios, Pinkas Flint señala que:

> *"...la comprobación de la existencia de prácticas restrictivas de la competencia y de otras prácticas ilegales similares, generalmente se producirán en base a pruebas circunstanciales e indicios contingentes, que deben ser apreciados en conjunto por el juzgador para poder extraer presunciones que lo lleven a formar una convicción respecto de los hechos investigados".*[29]

Que, asimismo Pinkas Flint, en su obra Tratado de Defensa de la Libre Competencia, cita la Resolución Nº 0255-1997/5DC-INDECOPI del cual se extrae el siguiente análisis en relación a la investigación de conductas anticompetitivas:

> *"... la prueba de indicios y presunciones* ***resulta ser una herramienta fundamental para el adecuado funcionamiento del sistema legal de protección de la competencia****. En este sentido, la Sala ha expresado en anteriores oportunidades, refiriéndose al tema que nos ocupa, que:*
>
> *... si bien* ***no se requiere encontrar una prueba concluyente, como un acuerdo firmado o una grabación de una reunión en que se acuerdan medidas que restrinjan o limiten la competencia*** *entre las empresas que concurren en un mercado en particular, si es necesario que las pruebas o indicios evaluados en conjunto demuestren directa o indirectamente la existencia de tal acuerdo.*
>
> *En este orden de ideas, la comprobación de la existencia de prácticas restrictivas de la... competencia y de otras prácticas ilegales similares, generalmente se producirá en base a pruebas circunstanciales e indicios contingentes, que deben ser apreciados en conjunto por el juzgador para poder extraer presunciones que lo lleven a formar una convicción respecto a los hechos investigados.* ***Así puede darse el caso de un indicio, apreciado de manera aislada, no convenza al juzgador, pero que éste, apreciado al lado de otros indicios, lo lleven a formarse una auténtica convicción****".*

Que, de lo anterior podemos colegir que, la fecha en la cual cada uno de los propietarios de PDV declaró ante un Notario de Fe Pública[30] haber recibido la oferta de incentivos por parte de un distribuidor de **CBN** con la condición de no vender la cerveza de **CNP**, es el momento en el cual se da a conocer la existencia de una infracción a la normativa de defensa de la competencia, parámetro en virtud del cual se ha verificado que tales declaraciones corresponden al período de investigación; en consecuencia, su contenido se constituye en indicio de la conducta anticompetitiva prevista en el artículo 11, numeral 8, del D.S. 29519.

[29] Flint, Pinkas (2002). "Tratado de Defensa de la Libre Competencia", p. 989.

[30] De acuerdo al artículo 68 de la Ley del Notariado Plurinacional, la intervención de la notaria o el notario de un instrumento público extra-protocolar da fe de la realización del acto, hecho o circunstancia, de la identidad de las personas u objetos, de la suscripción y fecha del documento cuando corresponda.

Con relación al argumento expuesto por **CBN** referente a que "*...las declaraciones de julio de 2016 no podrían ser utilizadas en contra de CBN, debido a que los cargos fueron notificados a CBN recién en agosto de 2018 [sic), en tal sentido, cualquier afirmación en contra de nuestra empresa anterior a agosto de 2016, no puede tener ningún valor legal, por el término de la prescripción (2 años desde los supuestos hechos.*", cabe señalar que el artículo 7 del RM 190 que aprueba el Reglamento de Regulación de la Competencia en el marco del Decreto Supremo N° 29519, disposición normativa concordante con el artículo 79 de la LPA, señala que:

> ***Artículo 7. (Prescripción).*** *La acción de la Superintendencia para imponer sanciones prescribe en el plazo de dos (2) años computables a partir de los hechos, actos u omisiones constitutivos de la infracción, de conformidad a lo dispuesto por el artículo 79 de la Ley N° 2341. En el caso de hechos, actos u omisiones recurrentes o sucesivas, el plazo señalado se computará a partir de la fecha de la realización del último hecho acto u omisión.*
>
> *La interrupción de la prescripción, tendrá lugar desde el momento en que la Superintendencia realice un acto administrativo que recaiga sobre las infracciones cometidas y sea puesto en conocimiento del presunto infractor.*

Conforme al análisis contenido en las páginas 125 a 126 (inciso f) de la RA 94/2018, la existencia de indicios de la acción de **CBN** de otorgar descuentos o incentivos condicionados a los PDV en el mercado relevante de comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí, fue advertida tanto en los documentos notariales descritos en la tabla 7 de la RA 94/2018, como en el contenido de los nueve contratos de comodato suscritos con PDV. Sobre la base de tales documentos en su conjunto, se advirtió la comisión de actos sucesivos o recurrentes durante toda la gestión 2016, concurriendo ambos hechos (documentos notariales y contratos de comodato) en meses próximos (julio y octubre), y se estableció como último hecho conocido la vigencia del último de los contratos de comodato, dentro del período de investigación previsto, es decir, en el mes de diciembre de 2016.

Al respecto, el Tribunal Constitucional Plurinacional, a través de la Sentencia Constitucional Plurinacional N° 2170/2013, refiriéndose al carácter sucesivo y permanente de las conductas y citando la Sentencia Constitucional 0140/2012señala:

> *"(...) el derecho administrativo disciplinario, por afectar la esfera de autodeterminación de las personas mediante la imposición de sanciones personales, alberga los principios del Derecho Penal en cuanto al debido proceso...".*
>
> *El Tribunal Constitucional aplicó este entendimiento a infinidad de casos que fueron resueltos en su jurisdicción entendiendo que* ***todos los principios y garantías propias del derecho penal se aplican también extensivamente en el ámbito administrativo sancionador.***" (Énfasis añadido)

Esta línea jurisprudencial se advierte también en la Sentencia Constitucional Plurinacional Nº 0851/2012 de 20 de agosto de 2012, la cual ha considerado en su análisis lo siguiente:

"La doctrina en materia de derecho sancionador administrativo es uniforme al señalar que éste no tiene una esencia diferente a la del derecho penal general y por ello se ha podido afirmar que las sanciones administrativas se distinguen de las sanciones penales por un dato formal, que es la autoridad que las impone, es decir sanciones administrativas, la administración y sanciones penales, los tribunales en materia penal'. (García de Enterría, E. y Fernández, T. R., Curso de derecho administrativo, II, Civitas, Madrid, 1999, página 159)".

En ese contexto, los principios aplicables en el procedimiento penal, también son extensibles en su aplicación al presente procedimiento administrativo sancionador iniciado mediante la RA 94/2018 de 16 de agosto de 2018.

El Código de Procedimiento Penal en su artículo 30 señala que: *"El término de la prescripción empezará a correr desde la media noche del día en que se cometió el delito o en que cesó su consumación"*, reconociendo de esa manera la existencia de conductas permanentes en el tiempo, las cuales son equivalentes a las infracciones recurrentes o sucesivas referidas en el artículo 7 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial Nº 190 (RM 190) citado precedentemente.

Al respecto, de acuerdo a la Sentencia Constitucional N° 0190/2007-R, el plazo de prescripción en las conductas sucesivas, se computa a partir de la fecha del último hecho, acto u omisión, así se advierte de los textos que se citan a continuación, contenidos en su acápite de fundamentación jurídica:

"La jurisprudencia del Tribunal Constitucional contenida en la SC 1190/2001-R, de 12 de noviembre, hizo referencia a la clasificación de los delitos por la duración de la ofensa al bien jurídico, señalando, entre ellos a los tipos instantáneos y a los tipos permanentes, conforme al siguiente entendimiento: "En los delitos instantáneos, la ofensa al bien jurídico cesa inmediatamente después de consumada la conducta típica (Ej. El delito de homicidio); en cambio, en los delitos permanentes, la actividad consumativa no cesa al perfeccionarse la acción típica sino que perdura en el tiempo, de modo que todos los momentos de su duración, se imputan como consumación de la acción delictiva".

Posteriormente, la SC 1709/2004-R, 22 de octubre puntualizó aún más la diferencia entre delitos instantáneos y permanentes, al determinar que: "(...) en función a la duración de la ofensa al bien jurídico vulnerado, los hechos ilícitos se dividen en delitos instantáneos, que -como se tiene referido en la Sentencia constitucional citada precedentemente- son aquellos que con la sola realización de la conducta, acción u omisión, por el sujeto activo quedan realizados o tipificados, sin que se requiera acción posterior para su continuidad o vigencia. ***Los delitos permanentes, son los que se caracterizan porque el hecho que los constituye o realiza da lugar a una situación dañosa o de peligro, que se prolonga en el tiempo a causa de la continuidad del comportamiento del sujeto. Para la existencia de estos delitos, es necesario que el estado dañoso o de peligro, provenga de la conducta del sujeto activo de manera continua, es decir, que no se agote en un solo instante, sino que prosiga durante determinado tiempo; y que la prórroga de la situación antijurídica se deba a la exclusiva conducta voluntaria del sujeto, que prosigue con ella ininterrumpidamente después de la realización del hecho que constituye el delito.*** *Sin embargo, la doctrina también considera dentro de esta clasificación a los delitos*

instantáneos con efectos permanentes, que son aquellos cuya conducta destruye o disminuye el bien jurídico tutelado, en forma instantánea, en un solo momento, pero permanecen las consecuencias nocivas del mismo". (Las negrillas son nuestras).

Conforme a la jurisprudencia glosada precedentemente, en los delitos instantáneos, la acción coincide con el momento de consumación del delito, en tanto que en los delitos permanentes, la consumación del delito se prolonga en el tiempo. Ambos tipos de delitos están previstos, de manera indirecta en el art. 30 del CPP, cuando la norma que establece el momento desde el cual empieza a computarse el término de la prescripción. Así, para los delitos instantáneos, el cómputo se inicia desde la media noche en que se cometió el delito, y para los permanentes, desde que cesó su consumación"[31]. (SC 1190/2001-R).

Asimismo, en una conducta sucesiva o permanente en los términos del Código de Procedimiento Penal Boliviano, no es posible considerar únicamente el momento de su inicio, debe considerarse además el tiempo de su duración y el momento de su culminación o el último momento en el que fue conocido, lo cual coincide con el citado artículo 7 de la RM 190.

Por lo expuesto y de la investigación y análisis técnico a la conducta que fue objeto de investigación, se tiene que la otorgación de incentivos realizada por **CBN**, se mantuvo hasta el mes de diciembre de 2016, y es a partir de ese mes de diciembre que se puede computar el plazo de 2 años de la prescripción; por lo que en el presente caso el plazo de prescripción no ha operado considerando que el mismo fue interrumpido en septiembre de 2018 con la notificación de cargos a través de la RA 94/2018 practicada en fecha 03 de septiembre de 2018, correspondiendo rechazar la prescripción alegada por **CBN**.

En ese contexto, la prescripción que según **CBN** sería aplicable a la infracción administrativa emergente de la acción de otorgar incentivos a cambio de no vender la cerveza de **CNP**, no se ha producido debido que el plazo de dos años computables desde el último hecho conocido (diciembre de 2016) previsto conforme al artículo 7 de la RM 190 para que opere la prescripción, ha sido interrumpido con la notificación al infractor (*CBN*) de la RA 94/2018, consiguientemente, la prescripción alegada por el nombrado agente económico resulta infundada.

Respecto a los **contratos de comodato CBN**, en el **párrafo 105**, hace referencia a las cláusulas de exclusividad señaladas en la RA 94/2018 (página 66), afirmando lo que sigue a continuación:

> "De acuerdo a los documentos proporcionados por CBN y CNP se identifican **cláusulas de exclusividad** que determinan que ambas empresas utilizaron esta política de comercialización en la ciudad de Potosí. Sin embargo, CBN tiene poder sustancial en el mercado de comercialización de cerveza en PDV y no así CNP en consecuencia los contratos en comodato de CBN constituyen un indicio de una posible conducta anticompetitiva". (pp. 66)

[31] Sentencia Constitucional Nº 0190/2007-R; Sucre 26 de marzo de 2007; Expediente: 2006-13795-28-RAC; Distrito: La Paz; http://www.tribunalconstitucional.gob.bo/resolucion16022.html.

> ***106.*** *La cita anterior es incorrecta, toda vez que los contratos de comodato de CBN no tienen ninguna cláusula de exclusividad. En efecto, únicamente restringen el uso de los equipos de frío, sin embargo, los PDV tiene total libertad para comercializar productos de CNP o de cualquier otro tercero, conforme fue acreditado en las Actas Notariadas presentadas por CBN, que fueron descartadas en la Notificación de Cargos.*
>
> ***107****. Además de lo expresado en el punto anterior, la limitación de uso de equipos de frio es una conducta ampliamente aceptada por autoridades de defensa de la competencia, y no se considera anticompetitivas, al contrario, se considera una conducta que genera eficiencias y que evita la conducta parasitaria o el "free riding".*

Sumado a los dos párrafos anteriores, en los **párrafos 108-109** del memorial presentado por **CBN**, esta hace referencia al caso Pepsi-Cola Mexicana vs. Coca Cola en México (**Anexo 8** del memorial de **CBN** de 11-oct-2018) y a la Resolución Administrativa Regulatoria 001/2010 de la AEMP (págs. 20-21) señalando lo que sigue:

> ***110.*** *Si bien, la RA 001/2010 fue dejada son efecto [sic], por la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N 014/2013, el motivo fue que la misma resultaba muy restrictiva de la competencia, al tratar una práctica relativa (los incentivos condicionados) como una práctica absoluta, sin analizar los efectos (negativos y positivos) de los acuerdos de exclusividad de acuerdo a la regla de la razón.*
>
> ***111.*** *Conforme a la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N 014/2013, la exclusividad no puede ser declarada ilegal per se, sino que debe ser evaluada conforme a la regla de la razón, pues existen una serie de ganancias de eficiencia que podrían derivar de dicha conducta.*

El análisis contenido en la RA 94/2018 sobre los contratos de comodato se refiere al hecho de que **CBN** tendría como objetivo mantener refrigerados únicamente sus productos y a que dichos contratos no señalan de forma clara y explícita que el PDV tendría la total libertad para comercializar otros productos, como lo afirma **CBN** en su presentación de descargos.

Por otro lado, **CBN** declara que la limitación del uso de equipos de frío, es ampliamente aceptada por autoridades de competencia pero no detalla mayores datos para su valoración correspondiente, toda vez que, no acredita las posibles ganancias en eficiencia producto de la citada restricción y no aclara de qué manera la restricción podría frenar la condición de "free riding" de algún PDV, por tanto, lo señalado por **CBN** se trata de una simple afirmación que no puede incidir en las conclusiones arribadas en la RA 94/2018 según lo señalado en el numeral 8, artículo 11 del D.S. 29519.

Respecto al Anexo 8 presentado por **CBN**, consistente en la cita del autor Francisco Gonzales de Cossio en relación al caso Pepsi-Cola Mexicana vs. Coca Cola de México, este corresponde a un mercado totalmente distinto al que nos ocupa (i.e., bebidas gaseosas), toda vez que se trata de una cita (página 1) incompleta que no refleja el contexto íntegro del caso mexicano propuesto como descargo. Así, la COFECE determinó que la restricción

relativa a utilizar los refrigeradores dados en comodato con productos de marcas diversas era aceptable.

Sin embargo, seguidamente en el mismo caso, la COFECE estableció que "(...) *La inversión de Coca Cola es recuperada con la restricción de uso del refrigerador,* ***pero el uso del equipo no podría justificar una exclusividad que prohíba la venta de productos de la competencia, en toda la tienda detallista***" (énfasis agregado). Por tanto, la jurisprudencia comparada utilizada por **CBN** aplicada en México, en lugar de apoyar su argumentación, la contradice, dejando en claro que la entrega del bien en comodato no debía implicar un derecho de **CBN** de imponer al PDV la condición de no vender el producto de CNP, lo cual concuerda con las conclusiones arribadas en la RA 94/2018 sobre lo que precisa el numeral 8, artículo 11 del D.S. 29519.

Adicionalmente, en la misma cita (Anexo 8) propuesta por **CBN**, el nombrado autor refiere que la conclusión de todo el caso, fue que: 1. **Exclusividades de detallistas:** ***no presentan ganancias en eficiencia que incidan favorablemente en el proceso de competencia. Los gastos de promoción e incentivos excluyen la comercialización de productos de competidores****. No representan inversiones específicas que justifiquen exclusión de productos de competidores dentro de detallistas, por lo que* ***no inciden favorablemente en el proceso de competencia.***" (Las negrillas son de la AEMP)

Los textos transcritos precedentemente, permiten advertir que las aseveraciones de **CBN** referentes a que la limitación del uso de equipos de frío no es considerada una conducta anticompetitiva, carece de sustento en el marco del citado anexo, pues, de su contenido se ha evidenciado más bien que las exclusividades en tiendas detallistas, asimilables en nuestro medio a los PDV (tiendas de barrio en su mayoría), no identifican razones de eficiencia que las justifiquen, lo cual permite advertir que la cláusula identificada en los contratos de comodato que **CBN** suscribe con los propietarios de PDV, en virtud de la cual se impone a estos últimos la obligación de: "*...Garantizar que en los bienes* ***figuren solamente marcas comerciales y logotipos de los productos de la COMODANTE*** *o autorizados por ella...*"[32], a diferencia de lo infundadamente alegado por CBN, sí tiene una incidencia negativa en el mercado de comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí.

Sumado a lo anterior, es necesario resaltar que, en virtud a lo señalado por CBN en el párrafo 106 de su memorial de descargos, existe un reconocimiento expreso por parte de dicho ente económico sobre la restricción que los contratos de comodato que suscribió con los PDV establecen en cuanto al uso de equipos de frío, conducta que por las consideraciones analizadas y las características particulares del caso en cuestión, corrobora los cargos establecidos en la RA 94/2018.

Respecto a la Resolución Administrativa Regulatoria No. 001/2010 de 02 de julio de 2010 emitida por la entonces Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas que **CBN** refiere en su memorial, la misma fue dejada sin efecto por la misma Autoridad mediante Resolución Administrativa **RA/AEMP/DTDCDN/N° 0124/2013** de 31 de diciembre de 2013 y no por la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 014/2013 que fue citada

[32] Cláusula (en algunos casos Sexta – 6.2 y en otros Séptima 7.2) identificada en los nueve contratos de CBN descritos en la RA 94/2018.

erróneamente por **CBN**. Por lo que, no corresponde mayores consideraciones respecto a resoluciones que no se encuentran vigentes y que no se encontraban vigentes dentro el periodo de investigación correspondiente al presente caso.

La Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 0124/2013 que deja sin efecto la Resolución Administrativa Regulatoria No. 001/2010, en lo pertinente de sus consideraciones para el presente caso de análisis, establece claramente que el Decreto Supremo N° 29519: *"...es disposición suficiente para regular las relaciones de exclusividad..."* y que: *"...establece la posibilidad de no sancionar relaciones de exclusividad siempre que las ganancias en eficiencia superen los efectos anticompetitivos"*. Estas ganancias en eficiencia no fueron acreditadas por **CBN** como es su deber según el artículo 12 del Decreto Supremo **N° 29519**, y no acompañan a las exclusividades de detallistas o PDV impuestas a cambio de incentivos según la cita del autor Francisco Gonzales de Cossio extraído del Anexo 8 propuesto por **CBN.** Por tanto, por sus mismos argumentos **CBN** es consciente que, al no haber acreditado ganancias en eficiencia que justifiquen los incentivos ofrecidos y equipos de frio otorgados a los PDV, no desvirtúa el análisis contenido en la RA 94/2018.

Sobre las pruebas presentadas por CBN

Respecto a las **pruebas presentadas** y según **CBN** no valoradas por la notificación de cargos, en los **párrafos 112-115** la indicada empresa cita la CPE en su artículo 8.II, la Sentencia Constitucional N° 1112/2013 de fecha 17 de julio de 2013 (**Anexo 9** del memorial de **CBN**), la Sentencia Constitucional N° 0235/2015 – S1 de fecha 26 de febrero de 2015 (**Anexo 10** del memorial de **CBN**), ambas sentencias referentes al principio de igualdad procesal y las Sentencias Constitucionales N° 0238/2018-S2 y N° 1215/2012, mismas que están relacionadas a la valoración de la prueba (pág. 21-22). A continuación, **CBN** declara:

> ***116.*** *En el caso que nos ocupa; la Notificación de Cargos, ha omitido totalmente el principio de igualdad procesal, lesionando el derecho constitucional de CBN al debido proceso en su elementos de valoración integral de la prueba, pues, por una parte: i) otorgó validez plena a las declaraciones notariadas presentadas por CNP (al respecto reiteramos las observaciones presentadas en el punto 5.1.3); ii) en contravención a la razonabilidad y equidad, desestimó por completo las declaraciones y actaś notariadas presentadas por CBN, documentos públicos que como indicó la Notificación de Cargos tiene "validez probatoria plena" (excepto para CBN); iii) omitió de manera arbitraria la consideración de las fotografías presentadas por CBN.*

La RA 94/2018 no ha desestimado las declaraciones y actas notariadas y tampoco omitió de manera arbitraria las fotografías presentadas por **CBN**, tal y como se demuestra en el siguiente acápite.

Sobre las declaraciones y actas notariales presentadas por CBN

CBN en relación a las **declaraciones y actas notariales presentadas**, refiere lo siguiente:

> ***117.*** *Resulta totalmente arbitrario, contrario a la igualdad procesal, a la razonabilidad y a la equidad, que la Notificación de Cargos acepte como "prueba válida" los documentos notariales presentados por CNP y descarte los documentos y actas*

notariadas, presentadas por CBN. Legalmente ambos documentos tienen el mismo valor legal y deberían haber sido valoradas por igual.

***118**. Sin embargo, la Notificación de Cargos desestimó por completo las Declaraciones y Actas Notariadas presentadas por CBN, debido a dos "excusas" totalmente ilegítimas que se alejan de los marcos legales de la razonabilidad y de la equidad, dichas excusas son: i) las Declaraciones y Actas Notariadas realizada por CBN fueron aplicadas a PDV diferentes a los citados en la denuncia de CNP; y ii) las Declaraciones y Actas Notariadas obtenidas por CBN no abarcaron todo el periodo analizado y solo se refieren a un día 26 de septiembre de 2016 (pp.65).*

***119**. Conforme pasamos a explicar, la exigencia de la Notificación de Cargos, para hacer valer las Declaraciones y Actas Notariales presentadas por CBN es imposible y contraria a toda razonabilidad.*

***120.** En primer lugar, como vuestra autoridad habrá advertido, las declaraciones presentadas por CNP no han identificado claramente la dirección de los PDVs en los que supuestamente obtuvieron declaraciones, por lo que identificar a dichos PDVs, resultaba extremadamente totalmente* **[sic]** *complejo.*

***121.** En segundo lugar, aun cuando se hubiera podido ubicar a los PDVs, resulta totalmente improbable que CBN pueda obtener declaraciones notariales de las mismas personas o PDVs que las declaraciones de CNP, afirmando un hecho contrario. El tal sentido [sic], resulta totalmente improbable que las personas que declararon a favor de CNP en un documento público, vayan a desestimar sus declaraciones, en otro documento público.*

***122**. En tercer lugar, la Denuncia de CNP fue notificada a CBN, en fecha 30 de agosto de 2016. Por otra parte, CBN tomó conocimiento del periodo de investigación con la Notificación de Cargos, notificada a nuestra empresa en fecha 4 de septiembre de 2018. A partir de lo anterior, resulta imposible que CBN haya podido presentar declaraciones notariales que abarquen "todo el periodo de investigación". ¿Cómo pretende la AEMP que CBN haya obtenido declaraciones en los meses de enero a agosto de 2016?,* [sic] *Asimismo ¿Cómo esperaba la AEMP que hubiésemos obtenido declaraciones de diciembre de 2016, si recién con la Notificación de Cargos de agosto de 2018 se definió el periodo de investigación?*

***123**. Al respecto, hacemos notar que las declaraciones notariales presentadas por CNP tampoco abarcan todo el periodo de investigación, es más como observamos en el punto 135, dando que dichas declaraciones no especifican la fecha en la que supuestamente "alguien" les habría ofrecido incentivos condicionados, no se tiene ninguna certeza de que las misma correspondan al periodo de investigación siquiera, sin embargo, ello jamás fue observado por la AEMP.*

***124.** Asimismo, es importante notar que resulta totalmente arbitrario e injusto que se reproche a CBN de que sus declaraciones "no comprenden todo el periodo de investigación", cuando nuestra empresa solicitó y reiteró a la AEMP, durante el periodo de investigación, que realice inspecciones administrativas en la ciudad de*

Potosí, inspecciones que se hicieron recién en febrero de 2018, ***es decir dos años después del mentado "periodo de investigación".*** *Por otra parte, según consta en la Notificación de Cargos, las inspecciones de la AEMP tampoco se realizaron en los mismos PDVs de las declaraciones de CNP, seguramente porque los funcionarios de la AEMP tampoco pudieron ubicarlas, en base a la limitada descripción de sus direcciones.*

125*. Finalmente, recordamos a vuestra autoridad que la defensa de la competencia protege la "competencia y eficiencia en los mercados". En tal sentido, las Declaraciones y Actas Notariales presentadas por CBN tenía el objeto de demostrar que en "mercado de la ciudad de Potosí" no existen incentivos sujetos a condición, por parte de nuestra empresa.*

126*. En suma, CNP ha presentado una sola declaración, que podría entrar en el término de investigación (Juan Carlos Menacho Colque), dicha declaración se encuentra dentro del término de las Declaraciones y Actas aportadas por CBN (septiembre de 2016). Un análisis racional y equitativo de la prueba habría concluido que el Sr. Carlos Menacho Choque no puede representar todo el "mercado relevante" y que las cinco Declaraciones y las cinco Actas Notariadas aportadas por CBN* ***sobre el mismo periodo*** *desvirtúan por completo el supuesto "indicio" de que en septiembre de 2016 existían incentivos condicionados* ***en el mercado de cerveza de la ciudad de Potosí.***

Respecto a las declaraciones y documentos notariados presentados por **CBN**, estos fueron debidamente valorados en varios acápites de la RA 94/2018; en relación a los documentos notariados se concluyó lo siguiente[33]:

Páginas 61 al 65

En relación a los documentos notariados ofrecidos por CBN, se observó que son cinco (5) los PDV visitados, de cada uno de ellos se levantaron dos documentos (i.e., acta de verificación y declaración voluntaria); al respecto, en las actas de verificación se constataron las visitas de personeros de CBN a los PDV y en las declaraciones voluntarias, lo manifestado por los propietarios de dichos PDV.

Al respecto, se observa el hecho que las declaraciones y actas notariadas realizadas por CBN fueron aplicadas a PDV diferentes a los citados en la denuncia de CNP, por lo que estas no logran contrastar las manifestaciones y afirmaciones de los documentos notariados presentados por CNP en su denuncia.

Página 112

(...)

[33] RA 94/2018. p. 62

En ese sentido, al ser los documentos notariales[34] (declaraciones voluntarias y actas de verificación) señalados precedentemente, el elemento común aportado por las partes en respaldo de sus aseveraciones y pretensiones, deben tenerse en cuenta las siguientes consideraciones:

- *Las actuaciones del Notariado Plurinacional se presumen legítimas, salvo expresa declaración judicial en contrario.[35]*

- *La intervención de la notaria o el notario en la elaboración de un instrumento público extra-protocolar da fe de la realización del acto, hecho o circunstancia, de la identidad de las personas u objetos, de la suscripción y fecha del documento cuando corresponda.[36]*

Página 113

*(...) si bien **CBN** presentó de igual manera documentos notariales, todos de fecha 26 de septiembre de 2016, estos particularmente dan cuenta que a la fecha de su emisión los PDV descritos en su contenido (5 PDV), ubicados en la ciudad de Potosí, comercializan tanto la cerveza de **CBN** como la de **CNP**; que la venta de productos de **CBN** no estaría sujeta a ninguna condición; y que los equipos de frío les fueron otorgados por **CBN** mediante contratos de comodato que no incluyen cláusula de exclusividad; no obstante, tales documentos no contienen elementos suficientes para desvirtuar la documentación aportada por CNP, pues hacen referencia a hechos acaecidos en PDV y momentos distintos a aquellos en los cuales presuntamente se habrían cometido las infracciones; prueba de ello, es que las actas de declaraciones juradas voluntarias presentadas por **CBN**, cursantes a fojas 139 a fojas 142 de antecedentes, corresponden a PDV distintos a los identificados por la empresa denunciante y, en todos los casos, datan de fechas posteriores a las de los hechos denunciados, por lo que, tales documentos notariales no se constituyen en un contraindicio[37].*

Lo anterior demuestra de forma fehaciente que los documentos notariados presentados por **CBN** fueron valorados debidamente; sin embargo, los mismos no lograron contrastar o desvirtuar evidentemente lo declarado en los documentos notariados de **CNP**, toda vez que no abarcaron a los mismos PDV denunciados por **CNP**, y todos los documentos notariados de **CBN** señalaban respecto a la fecha el término "actualmente".

En relación a lo aseverado por **CBN** sobre las supuestas exigencias de la RA 94/2018, para la valoración de las declaraciones y actas notariales, se tiene a bien señalar lo siguiente:

[34] Según dispone el artículo 39, parágrafo I de la Ley N° 483 **del Notariado Plurinacional, son** aquellos que la notaria o el notario elabora, redacta, interviene o autoriza, confiriendo fe a los actos, los hechos y las circunstancias que presencia.

[35] Previsión contenida en el artículo 2 de la Ley N° 483 del Notariado Plurinacional.

[36] Artículo 68 de la Ley N° 483.

[37] De acuerdo al razonamiento expuesto en la Sentencia N° 295/2017 de 18 de abril de 2017, emitida por el Tribunal Supremo de Justicia, *contraindicio* es cualquier prueba que invalida (infirma) un indicio.

- **Primero**, que las actas notariales identifican la dirección al nivel de la información proporcionada por ambas empresas, toda vez que cuando se solicitó a **CBN**[38] y a **CNP**[39] remitir datos de los PDV atendidos por las mismas en el departamento de Potosí, en muchos de los casos presentaron únicamente la calle principal sin identificar el número ni mucho menos las calles aledañas, por lo que no extraña a esta Autoridad la determinación de la dirección en los documentos notariados.

- **Segundo**, **CBN** afirma en el párrafo 121 del memorial del 11 de octubre de 2018 que "(...) *resulta totalmente improbable que CBN pueda obtener declaraciones notariales de las mismas personas o PDV", que las declaraciones de CNP, afirmando un hecho contrario. El* [sic] *tal sentido, resulta totalmente improbable que las personas que declararon a favor de CNP en un documento público, vayan a desestimar sus declaraciones, en otro documento público".* Sin embargo, posteriormente, de manera contradictoria a su argumento de descargo, presenta como prueba de reciente obtención un documento notariado que contiene la declaración de la propietaria de uno de los PDV, respecto a los cuales CNP presentó documentos notariados adjuntos a su denuncia, la cual será valorada más adelante en el presente documento.

  Al margen de lo señalado, si la intención de **CBN** era demostrar que no existieron indicios de conductas anticompetitivas en los PDV detallados en la RA 94/2018, debió agotar los medios posibles para demostrar la verdad material y no limitarse a señalar que es improbable obtener declaraciones notariales de personas o PDV. Por ejemplo, en lugar de observar que las declaraciones presentadas por **CNP** no consignaban una dirección precisa, **CBN** se encontraba facultada para solicitar la dirección exacta de tales PDV durante los 15 meses en que se llevaron a cabo las diligencias preliminares a efectos de desvirtuar los hechos denunciados, sin embargo, revisados los antecedentes del proceso, no cursa solicitud al respecto.

  Por otra parte, **CBN** presentó declaraciones con valor probatorio que evidencian que en determinados PDV no existieron indicios de conductas anticompetitivas, sin embargo no tienen valor probatorio respecto a los PDV en los cuales si se presentaron indicios de conductas anticompetitivas y sobre los cuales recaen cargos contra **CBN** en la RA 94/2018.

- **Tercero**, respecto al periodo de investigación, la RA 94/2018 observó de los documentos notariados de **CBN** que no mostraban ni la duración o frecuencia de los hechos, es decir, que si bien estos afirmaban la coexistencia de ambas marcas (**CBN** y **CNP**) lo hacían a una fecha determinada (1 día); por tanto, estos no lograron contrastar lo señalado por los documentos notariados de **CNP**.

Sumado a lo anterior, **CBN** también alude los documentos notariados de la **CNP** respecto al periodo de investigación y a que dichas declaraciones no especifican la fecha en la que

[38] Prueba 30 de las Diligencias Preliminares.

[39] Prueba 27 de las Diligencias Preliminares.

supuestamente "alguien" les habría ofrecido a PDV incentivos condicionados, estas observaciones ya fueron analizadas cuando se valoró el **parágrafo 103** del memorial presentado el 11 de octubre de 2018 por **CBN,** por lo que corresponde remitirse al mismo para acreditar que lo determinado en la RA 94/2018 se encuentra correctamente fundamentado.

En la inspección administrativa realizada por la AEMP en febrero de 2018, tal y como lo señala la RA 94/2018, aleatoriamente se visitaron PDV en la ciudad de Potosí y no se observaron elementos de los cuales se pueda inferir que los indicios denunciados se mantengan hasta el presente, lo que no desvirtuaba el indicio que durante el periodo de la denuncia de **CNP**, correspondiente a la gestión 2016, la empresa **CBN** podría haber aplicado los incentivos para que los PDV no comercialicen los productos de la competencia, en particular, la cerveza comercializada por **CNP en la ciudad de Potosí.**

El hecho de que la conducta sujeta de sanción (numeral 8, artículo 11 del D.S. 29519) haya sido llevada a cabo después de dos años corresponde, entre otros factores, al procedimiento de investigación seguido por la AEMP del presente caso y a la disponibilidad de los datos para la inspección, toda vez que las empresas (**CBN** y **CNP**) complementaron la información solicitada a través de las Diligencias Preliminares hasta diciembre de 2017. Además, en relación a los PDV comprendidos en la visita, estos fueron elegidos de forma aleatoria en la ciudad de Potosí por lo que las direcciones no tuvieron incidencia alguna en los resultados obtenidos. Asimismo, cabe citar que el dato de las direcciones de los PDV, proporcionadas tanto por **CBN** y **CNP**, fue limitado en cuanto a su descripción.

En síntesis, la RA 94/2018 refirió de forma clara que los documentos notariados de **CBN** declaraban a una fecha exacta (26 de septiembre de 2016) que coexistían ambas marcas en los PDV y que la indicada empresa vendía sus productos en los PDV sin condición alguna. Pero estas pruebas no lograban contrastar lo declarado en los documentos notariados de **CNP**, por los aspectos antes expuestos.

De lo precedentemente mencionado, se advierte que **CBN** habría efectuado una lectura parcial del contenido de la RA 94/2018, pues conforme a su contenido se aprecia que los documentos notariados que presentó en respuesta a la denuncia, fueron analizados y valorados oportunamente, y que, como resultado de dicha tarea se estableció que su contenido no constituye un contraindicio de los hechos denunciados por **CNP** en relación a la presunta comisión de la práctica anticompetitiva prevista en el artículo 11, numeral 8, del D.S. 29519; en consecuencia, sus aseveraciones referentes a la omisión del principio de igualdad procesal así como del debido proceso, carecen de sustento.

Además, debe tenerse presente que la AEMP en observancia del deber impuesto a toda autoridad que emite una resolución, ha fundamentado fáctica y legalmente su criterio en relación a las declaraciones y documentos notariados presentados por **CBN**, y que el hecho que la empresa denunciada no lo comparta o pretenda se le asigne un otro valor probatorio, de ninguna manera justifica una presunta vulneración a la igualdad procesal o al debido proceso.

En relación a la declaración notariada del señor Juan Carlos Menacho Colque, presentada por **CNP**, la cual según **CBN** se constituiría en el único documento notariado que cuenta con

la identificación de la fecha, que comprende el periodo de análisis, en el que un distribuidor de **CBN** habría otorgado incentivos bajo la condición de no comprar productos de **CNP**, cabe indicar que se trata de una apreciación propia de **CBN**, que no considera el conjunto de elementos que llevaron a esta Autoridad a determinar que existirían[40] indicios de posibles conductas anticompetitivas, según lo indicado en el numeral 8 del artículo 11 del D.S. 29519.

Sobre las fotografías presentadas por CBN

En relación a las **fotografías presentadas por CBN,** esta empresa señala lo siguiente:

> ***127**. En su respuesta a la Denuncia, CBN presentó varias fotografías que acreditan de forma clara e irrefutable que, en el mercado de cerveza de la ciudad de Potosí, coexisten las marcas de CBN y de CNP.*
>
> ***128**. De la lectura integra de la Notificación de Cargos, resulta evidente que la AEMP omitió de manera arbitraria la consideración de estas pruebas, lesionando el derecho al debido proceso de CBN y la búsqueda de la verdad material, pues no existiendo ninguna valoración o análisis sobre las mismas.*

En cuanto a la supuesta omisión de parte de la AEMP, de valorar las fotografías presentadas por CBN, cabe señalar que en el memorial presentado en fecha 27 de septiembre de 2016, a través del cual **CBN** dio respuesta a la denuncia presentada en su contra por **CNP**, adjuntó como "**Anexo 2**", trece (13) impresiones de fotografías; al respecto, se tiene lo siguiente:

i. Ninguna de las citadas fotografías permite evidenciar que las mismas hayan sido tomadas en PDV ubicados en la ciudad de Potosí.

ii. Se desconoce cuál la fecha en que se tomaron tales fotografías por lo que es incierto si las mismas pertenecían al periodo de análisis (gestión 2016).

iii. Cuatro (4) de las citadas impresiones corresponden a equipos de frío de la cerveza paceña, cerveza Potosina y algunos sin marca. Cinco (5) de las trece (13) referidas impresiones de fotografías se refieren a la coexistencia de propaganda de CNP y CBN. De las restantes cuatro (4) impresiones, se evidencia la venta de productos varios.

iv. Pese a encontrarse impresas a color, ninguna de las fotografías aportadas por CBN es nítida y permite identificar con certeza la marca del producto. Asimismo, en ninguna de las impresiones adjuntas se puede visualizar el nombre del PDV al que corresponden. Los nombres de los PDV son colocados por CBN en la hoja que contiene las impresiones.

Los citados aspectos, permiten advertir que las impresiones de fotografías que conforman el **Anexo 2** del memorial a través del cual **CBN** dio respuesta a la denuncia presentada por **CNP**, carecen de relación con la conducta prevista en el artículo 11, numeral 8, del D.S.

[40] Elementos analizados en el punto 3.4.3 del Considerando de Análisis técnico económico de la investigación (páginas 50 a 70) y c.2 del Considerando de valoración jurídica (páginas 112 a 115) de la RA 94/2018.

29519, respecto a la cual se inició el presente proceso sancionador, pues no desvirtúan de modo alguno los presuntos incentivos que en el periodo de investigación se habrían otorgado a los PDV para no comercializar la cerveza de **CNP**, ya que la existencia de equipos de frío en PDV o de propaganda en su exterior, constituyen características propias de todo punto de venta de productos como la cerveza.

En ese sentido, considerando la falta de relación entre las referidas impresiones de fotografías y la conducta anticompetitiva denunciada por **CNP**, es evidente que no desvirtúan los indicios establecidos en la RA 94/2018, por lo que un mayor análisis resulta innecesario y sin propósito.

En ese marco, y con base a la explicación realizada, la intención de la RA 94/2018, en ningún momento fue omitir de manera arbitraria tales fotografías, como equivocadamente lo afirma **CBN**, consiguientemente, no corresponde la alusión de **CBN** respecto a una presunta violación al debido proceso, cuando este, en los hechos, fue iniciado a partir de los cargos identificados en la RA 94/2018 y en sustento a la documentación e información descrita en su contenido, sin que las impresiones de fotografías referidas, constituyan respaldo de ningún indicio establecido en contra de **CBN**, pues conforme se señaló precedentemente, las mismas carecen de toda relación con los hechos que motivaron el inicio del presente procedimiento sancionador.

Sobre la prueba de reciente obtención

CBN hace referencia al tema de **prueba de reciente obtención** afirmando lo siguiente:

> ***129.*** *En un intento de cumplir con los desmedidos requerimientos probatorios de la Notificación de Cargos, intentamos constituirnos en los PDVs que ofrecieron declaraciones notariales a CNP, a fin de poder validar y conocer los supuestos hechos que configuraron acciones competitivas, el momento de la ocurrencia de las mismas, o en su caso, de qué supuestos trabajadores o "Distribuidores" de nuestra empresa hubieran efectuado las acciones anticompetitivas denunciadas.*
>
> ***130.*** *Sin embargo, conforme constan el Acta de Intervención Notarial adjunta (**Anexo 11**), tres (3) de los cinco PDV cuyas declaraciones presentó CNP fueron imposibles de ubicar debido a las ubicaciones poco precisas incluidas en tales declaraciones.*
>
> ***131.*** *Al respecto, conforme consta en el expediente, los tres supuestos propietarios de dichos lugares, se apersonaron a la notaria a presentar sus declaraciones, por lo que ni siquiera se tiene ninguna constancia de que los supuestos PDVs existan. Asimismo sobre este punto, conforme a nuestra base de datos, no tenemos ninguna constancia de que CBN haya vendido producto durante la gestión 2016 a ninguno de estos tres supuestos PDVs.*
>
> ***132.*** *Por otra parte, conforme a la declaración notariada de la Sr. [sic] Carol Claure Casablanca en su calidad de propietaria de la Fricasería La Paz (**Anexo 12**), queda claro que, CBN jamás le ofreció ningún incentivo a cambio de no vender cerveza de CNP, al contrario, conforme ella misma, siempre ha sido libre de vender cualquier cerveza.*

> ***133.*** *Asimismo, en el caso de la Quinta Ck'halita, fuimos dos veces sin embargo el lugar se encontraba cerrado. Al respecto, vamos a volver a intentar averiguar sobre las acusaciones de supuestas conductas anticompetitivas.*

Es preciso señalar que en el análisis descrito en la RA 94/2018, no se realiza requerimientos de ninguna índole y menos de carácter "desmedido" como equivocadamente señala **CBN**, si bien la indicada empresa intentó constituirse en los PDV que ofrecieron declaraciones notariales a **CNP**, esta es una acción propia del agente económico para conocer los hechos imputados en su contra y que de ninguna manera responde a solicitudes efectuadas por la RA 94/2018.

Por otra parte, el anexo 11 del memorial de **CBN** que contiene el acta de intervención notarial, cuyo contenido refiere que la abogada Marcia Castro Cuellar, Notario de Fe Pública N° 7, se habría hecho presente en la avenida Circunvalación, zona Alta de la ciudad de Potosí, juntamente con dos funcionarios de la empresa **CBN**, para ubicar la pensión La Justa, la pensión de propiedad de Juan Carlos Menacho y el punto de venta de María Cleofe Flores Tapia; al respecto, luego de revisar dicho documento, se advierte que no posee validez probatoria respecto a los cargos formulados en la RA 94/2018,en mérito a lo siguiente:

i. No consigna fecha de emisión ni la fecha en que se habría realizado la presunta búsqueda de los PDV mencionados en su contenido.

ii. Conforme al acta notarial de declaración voluntaria realizada por la señora María Cleofe Flores Tapia de Maldonado (fs. 000209), su tienda de barrio se encuentra ubicada en la calle Final Almagro, zona San Martin y no en la Av. Circunvalación, zona Alta de la ciudad de Potosí como afirma el acta presentada por **CBN** por lo que esta incoherencia en el domicilio del PDV, permite asumir que no se trata del mismo PDV citado en la RA 94/2018.

iii. Del contenido del acta notarial de declaración voluntaria realizada por la señora Justina Choque Chuquisea (fs. 000205), no se advierte que la dirección de su pensión llamada La Justa, se encuentre ubicada en la Av. Circunvalación, zona Alta de la ciudad de Potosí; consiguientemente, no existe certeza que la citada acta presentada por CBN corresponda a ese mismo establecimiento comercial.

Las mencionadas observaciones permiten establecer que la prueba de reciente obtención (anexo 11) en virtud del cual **CBN** pretende desvirtuar los documentos notariados presentados por la empresa denunciante, y que motivaron el inicio del proceso sancionador en su contra, carece de elementos mínimos como la falta de relación y coherencia con los cargos establecidos en la RA 94/2018, para ser considerada como descargo válido; por tanto, dicha acta no incide en el análisis contenido en la RA 94/2018 toda vez que no invalida ningún hecho.

Por otro lado, en relación al argumento de **CBN** referente a que no existiría constancia de la existencia de los citados PDV (pensión Justa, pensión de Juan Carlos Menacho y tienda de María Cleofe Flores) toda vez que sus propietarios se habrían apersonado a la oficina del

Notario de Fe Pública para realizar sus declaraciones, cabe señalar que el mismo carece de asidero legal, pues en el marco de lo previsto por el artículo 68 de la Ley del Notariado Plurinacional, la intervención de la notaria o el notario de un instrumento público extra-protocolar[41] da fe de la realización del acto, hecho o circunstancia, de la identidad de las personas u objetos, de la suscripción y fecha del documento cuando corresponda; en ese sentido, las referidas declaraciones ostentan legalidad en cuanto a la otorgación de incentivos a los PDV por parte de **CBN** a cambio de no vender la cerveza de **CNP** (hecho declarado en su contenido), la cual constituye una de las conductas anticompetitivas objeto de la investigación realizada por este ente regulador.

Ahora bien, en relación al **Anexo 12** presentado por **CBN** como prueba de reciente obtención, el cual comprende el Acta de Declaración voluntaria realizada por la señora Carol Teresa Claure Salamanca en su condición de propietaria del PDV Fricasería La Paz, se tiene que la aseveración expuesta en su contenido, referente a que "*...desde el inicio del mencionado negocio hasta la fecha actual he sido libre de vender cualquier cerveza, ni CBN ni ninguna otra empresa me han ofrecido algún incentivo o me han presionado para que venda únicamente su producto....*", es completamente opuesta a la declaración contenida en el acta de verificación notarial presentada por **CNP** a tiempo de presentar su denuncia (fojas 00071), en la cual contrariamente se arguyó la otorgación de incentivos a cambio de no vender la cerveza potosina; en consecuencia, considerando que en observancia de la Ley del Notariado Plurinacional ambas declaraciones constituyen instrumentos públicos y que ambos corresponden a un mismo punto de venta, el valor probatorio de ambos documentos se excluye entre sí ante la expresa contraposición de hechos.

Respecto a la *Quinta Ck'halita* **CBN** no adjuntó el resultado de las averiguaciones que se hubieran realizado a este establecimiento comercial, por tanto, la RA 94/2018 se mantiene firme respecto al análisis que involucre a este PDV.

Sobre los efectos exclusorios

Respecto a la **inexistencia de efectos exclusorios, CBN** refiere en los **párrafos 134-136** (memorial recibido el 11 de octubre de 2018) a la doctrina latinoamericana sobre acuerdos de exclusividad y su efecto nocivo o peligroso como el cierre de acceso a mercados o la creación de barreras de entrada. **CBN** apoya su posición (**parágrafos 135 y 136**) citando al tratadista mexicano Francisco Gonzales de Cossio (**Anexo 13**) y al profesor peruano Alfredo Bullard (**Anexo 14**).

Sobre la base teórica sostenida por Francisco Gonzales de Cossio (**parágrafo 135**) y Alfredo Bullard (**parágrafo 136**), estos refieren aspectos sobre el tema de exclusividad, el extracto que cita **CBN** en el caso concreto de Gonzales de Cossio en el **Anexo 13** del memorial presentado, se encuentra cortado por lo que no se puede tener una lectura integra del texto mencionado, aunque también es importante señalar que las apreciaciones ahí vertidas no tienen incidencia alguna sobre la RA 94/2018 ya que el agente económico a través de dicho texto no comprueba o invalida ningún aspecto contenido en la mencionada resolución.

[41] Conforme dispone el artículo 67, parágrafo I, inciso a), de la Ley del Notariado Plurinacional, las actas notariales son documentos notariados extra-protocolares.

En relación al texto de Alfredo Bullard (**parágrafo 136**) enunciado por **CBN**, se observa claramente que **CBN** nuevamente, al igual que en el anterior caso, no realiza un análisis integral del texto, toda vez que únicamente hace referencia a *"la proporción de canales de distribución que quedan disponibles para otros fabricantes"*, uno de los principales aspectos que deben ser analizados a efectos de determinar si el establecimiento de exclusividades en la distribución restringen o no la competencia, omitiendo otro de los principales aspectos que es *"la posición en el mercado del fabricante y de sus competidores"*, que afirma:

> *Se analiza el poder de mercado relativo de la empresa que realiza el acuerdo de exclusividad con relación a sus competidores, determinando si la empresa que realiza la práctica cuenta con posición de dominio en el mercado.*
>
> *Por ejemplo, si el fabricante a favor del cual se establece la exclusividad cuenta con una participación claramente mayoritaria en el mercado y, además, si existen barreras significativas para el ingreso de nuevos competidores. En tales circunstancias el riesgo de que la práctica tenga efectos dañinos sobre la competencia se incrementa, Por el contrario, si el beneficiario de la exclusividad es un producto con una participación modesta en el mercado, el riesgo de daño a la competencia no se presenta.*

De acuerdo a la cita anterior, queda claro que cuando en el mercado analizado se tienen agentes económicos con una participación mayoritaria de mercado y presentan barreras significativas para el ingreso de nuevos competidores a este, el riesgo de que la práctica de exclusividad tenga efectos dañinos sobre la competencia: se incrementa. Asimismo, el indicado autor cita también un tercer aspecto relacionado a *justificaciones legítimas de negocios*, cuyo texto se encuentra cortado. En ese marco lo citado por **CBN,** no incide en la RA 94/2018 por el contrario refuerza en análisis desarrollado por esta Autoridad.

En este punto en particular, resulta necesario enfatizar que ni el artículo 11 del D.S. 29519 ni el artículo 10 del reglamento aprobado por la RM 190 exigen como requisito para considerar cualesquiera de los casos enumerados en su contenido como una conducta como conducta anticompetitiva relativa, que ésta determine únicamente un *"efecto exclusorio"; al contrario, ambos preceptos* consideran conductas anticompetitivas relativas a los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser **desplazar indebidamente a otros agentes del mercado**; **impedirles sustancialmente su acceso**, **establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.**

A partir de ello, se advierte que lo expuesto en el punto 6.2.5 del memorial de descargos de **CBN**, parte de una premisa errónea (efectos exclusorios) y en consecuencia llega a una conclusión también errada sobre el proceder de la AEMP en relación a los indicios establecidos en la RA 94/2018, pues sus argumentos, sin sustento, se limitan a desconocer el análisis técnico y legal contenido en la RA 94/2018, como es el caso de su página 115, que señala:

> *"...de acuerdo al citado artículo 11 primer párrafo, el posible **objeto** inmediato del acto unilateral que configura la conducta anticompetitiva relativa, es el de desplazar indebidamente a **CNP** del **mercado relevante a nivel de Comercialización**, toda vez que **CBN** al ofrecer incentivos a cambio de no adquirir*

*los productos de **CNP**, estaría fidelizando a los PDV quienes se verían obligados a dejar de adquirir y vender el producto de **CNP**. Los indicios de este objeto se configuran al ofrecer incentivos a los PDV como ser: Televisores, mesas, sillas y refrigeradores; Refacción del PDV (puertas, vidrios, pintado de paredes), a cambio de no vender el producto de **CNP**, con lo cual se podría estar desplazando a **CNP** del mercado."*

Posteriormente, **CBN** continúa señalando lo siguiente:

> ***137.** A partir de lo anterior, la Notificación de Cargos debería haber analizado si las supuestas conductas de las cuales se acusa a CBN habrían cerrado los canales de distribución (PDVs) a los productos de CNP en la ciudad de Potosí, impidiendo a CNP y/o a otros distribuidores a acceder a canales de distribución para sus cervezas en la ciudad de Potosí.*
>
> ***138.** De hecho, si se hubieran analizado las pruebas aportadas por CBN, la Notificación de Cargos habría advertido de forma incontrastable que, en la ciudad de Potosí, coexisten los productos de ambas empresas, por el cual no se advierte ningún efecto nocivo o peligro para la competencia.*
>
> ***139.** No obstante, la Notificación de Cargos no ha realizado el análisis indicado, ni ningún otro análisis sobre desplazamiento, sin embargo, concluye, sin prueba o indicio alguno que "la conducta de que se acusa a CBN podría tener el objeto del posible desplazamiento indebido de CNP".*

La RA 94/2018 (página 70) llegó a la conclusión que la conducta de **CBN** podría tener el objeto del posible desplazamiento indebido de **CNP**, debido a factores tales como:

- La frecuencia de la conducta;
- La duración de la conducta;
- La evidencia sobre el dinamismo competitivo en el mercado.

De acuerdo al punteo anterior, que fue desarrollado en la RA 94/2018 el argumento planteado por **CBN** de que no se habría realizado tal valoración carece de total validez. Sumado a lo anterior, la intención de **CBN** de que esta Autoridad haya tenido que analizar el cierre de los canales de distribución es una cita de cómo esta hubiera querido que se realice el análisis del posible objeto de la conducta y no así sobre la forma en que esto podría desacreditar el hecho que **CBN** cuenta con más del 63 % de participación de mercado, lo que evidencia que el mercado no es dinámico toda vez que los pocos competidores de **CBN** además de **CNP**, mantienen una participación marginal por debajo del 1 %.

CBN en los **párrafos 140-141** de su memorial de 11 de octubre de 2018, hace referencia a la página 70 de la RA 94/2018 sobre la frecuencia de la conducta en el mercado de Comercialización de cerveza relacionada a impedir sustancialmente el acceso de **CNP** y desplazarla, señalando a continuación lo siguiente:

> ***142.** Tal como afirma la Notificación de Cargos, de los documentos presentados por CNP, NO se evidencia ningún indicio de que la supuesta frecuencia de la conducta*

haya sido tal que pueda tener como objeto o efecto excluir a CNP. Coincidimos plenamente con vuestra autoridad, en efecto, reiteramos que ni siquiera se tiene evidencia alguna de que los documentos aportados por CNP correspondan al periodo de investigación.

***143.** Por otra parte, sobre el segundo elemento para analizar la supuesta "frecuencia" de la conducta, hacemos notar que la Notificación de Cargos no puede utilizar los supuestos incentivos en el canal on y off, pues la misma Notificación de Cargos páginas adelante (pp. 68) dispuso que los supuestos incentivos en el canal on y off, NO puede ser considerados como indicios de una posible conducta anticompetitiva.*

*"En consecuencia, los incentivos de CBN traducidos en programas establecidos según el canal de venta señalados en el presente apartado, **no pueden ser considerados como indicios de una posible conducta anticompetitiva** en los términos del **artículo 11, numeral 8 del D.S. 29519**".*

***144.** En suma, no se tiene ningún indicio de que la frecuencia de la supuesta conducta haya sido tal que se pudiera inferir que tenía o podía tener, como objeto o efecto, la afectación al mercado de comercialización de la cerveza en la ciudad de Potosí.*

***145.** Seguidamente sobre la duración de la conducta, la Notificación de Cargos se basa únicamente en la duración de los contratos de comodato, pues actas de julio y octubre (las cuales reiteramos no especifican ninguna fecha de la ocurrencia de las supuestas conductas anticompetitivas), no pueden ser utilizadas para sostener que una supuesta conducta tuvo una duración de un año. Asimismo, respecto a los contratos de comodato, reiteramos que los mismos no contienen cláusulas de exclusividad, sino únicamente una limitación de los productos que pueden almacenarse sobre el equipo de frio, a fin de resguardar nuestros productos, práctica que no se considera anticompetitiva.*

***146.** Finalmente, la Notificación de Cargos menciona algunos aspectos sobre el "dinamismo en el mercado", concluyendo que el mercado relevante no es dinámico.*

147.** Lo cierto es que, aun aceptando las estimaciones de la AEMP, el grado de concentración de un mercado es importante solo en la medida en la que se establece, **de forma cierta, que afecta a la libre competencia.

***148.** En el caso que nos ocupa, no existe ningún indicio de que la supuesta conducta de exclusividad ha afectado el mercado de cerveza de la ciudad de Potosí.*

La RA 94/2018 contiene un análisis del objeto y efecto de la conducta en el mercado relevante de Comercialización de cerveza definido en la ciudad de Potosí, con base a tres elementos: la frecuencia de la conducta, la duración de la conducta y dinamismo competitivo en el mercado.

Respecto al **primer elemento**, la RA 94/2018 determinó que no se identificaban indicios para considerar que la frecuencia de la conducta en el mercado relevante a nivel de

Comercialización de cerveza, hubiera sido tal que se pudiera inferir que tenía o podía tener como objeto o efecto **impedir sustancialmente el acceso de CNP** u otro competidor a dicho mercado en la ciudad de Potosí, en relación a los incentivos proporcionados queda claro según lo señalado en la página 68 de la RA 94/2018 que estos no pueden ser considerados como indicios de una posible conducta anticompetitiva.

Sobre el **segundo elemento**, la RA 94/2018 estableció que los documentos notariados ofrecidos por **CNP** aportaban indicios para considerar que la conducta se mantuvo de manera sucesiva en el tiempo. Las afirmaciones de **CBN** respecto a la inexistencia de las fechas en las que los distribuidores de **CBN** habrían realizado dicha conducta en la ciudad de Potosí y la nueva declaración jurada que incide de forma directa en una de las pruebas de **CNP** fue analizada cuando se trató los **párrafos 103** y **132,** respectivamente del memorial de **CBN**.

Respecto al **tercer elemento** (evidencia sobre el dinamismo competitivo en el mercado), **CBN** no presenta consideración alguna sobre este que pueda ser valorado por esta Autoridad.

En referencia a los contratos de comodato, en la RA 94/2018 (página 66) se concluye con lo siguiente:

> De acuerdo a los documentos proporcionados por **CBN** y **CNP** se identifican cláusulas de exclusividad, que determinan que ambas empresas utilizaron esta política de comercialización en la ciudad de Potosí. Sin embargo, **CBN** tiene poder sustancial en el mercado de comercialización de cerveza en PDV y no así **CNP**, en consecuencia, los contratos en comodato de **CBN** constituyen un indicio de una posible conducta anticompetitiva.

En relación a la conclusión anterior, queda claro que esta Autoridad de acuerdo al análisis del contenido de los contratos de comodato, remitidos por la propia **CBN**, identificó la existencia de cláusulas de exclusividad y en razón al poder sustancial de mercado de dicho agente, se concluyó que dicha práctica era considerada desde el punto de vista de la competencia una conducta anticompetitiva. Por tanto, la política comercial que **CBN** aduce como justificación para que sus contratos de comodato establezcan una exclusividad para sus productos, dadas las características de los PDV beneficiados con los equipos de frío y la fundamentación realizada al respecto en la RA 94/2018, es considerada anticompetitiva.

En síntesis, queda establecido que existieron los indicios suficientes para determinar que las prácticas comerciales de **CBN** relativas a otorgar en comodato los equipos de frío, contienen cláusulas de exclusividad cuyo **objeto pudo ser desplazar indebidamente a CNP de la ciudad de Potosí.**

Sobre las ganancias en eficiencia

En relación a las **ganancias en eficiencia**, este es otro de los temas citados por **CBN** en los **párrafos 149-150**, refiriéndose a la RA/AEMP/DTDCDN/N 014/2013 [sic] y el artículo 12 del DS 29519, señalando a continuación lo siguiente:

151. *Como se verá más adelante, es generalmente aceptado por las autoridades de competencia que una de las motivaciones para las cláusulas de exclusividad (sobre todo en equipos de frío, mejoras en infraestructura y otros) es la eliminación del* ***free riding, así como la recuperación de la inversión realizada.***

152. *En efecto, los contratos de exclusividad buscan evitar que los competidores del productor se aprovechen de las inversiones realizadas por éste.*

153. *El análisis de las excepciones a la prohibición de exclusividad incluyen las ganancias de eficiencia y las mejoras en calidad, inversiones y su recuperación, oportunidades y servicio que impacten favorablemente en la cadena de distribución. En el caso de las cláusulas de exclusividad en el uso de los equipos de frio, es evidente que las mismas no causan un aumento significativo en precio, o una reducción significativa en las opciones del consumidor, sino que, por el contrario,* ***aumentan el bienestar del consumidor al tener un producto en óptimas condiciones,*** *todo ello, sin aceptar o dar por válida ninguna solicitud de exclusividad efectuada por CBN a sus clientes.*

Respecto a los anteriores párrafos, **CBN** en el **párrafo 154** se refiere a un caso resuelto por la Comisión para promover la competencia en Costa Rica (**Anexo 15** del memorial de **CBN**, recibido el 11 de octubre de 2018), que indicaba lo siguiente:

> "(...) no solo la distribución de helados requiere de equipo de frío, por razones obvias de conservación del producto, sino también los refrescos requieren de equipo de frío para que sean adquiridos por un mayor número de consumidores. Lo anterior, por cuanto son bebidas que tradicionalmente se asocian a satisfacer la sed, a refrescar, razón por la cual se consumen preferiblemente frías".

Para posteriormente, **CBN** indicar lo siguiente:

155. *Si bien la resolución citada se refiere a bebidas carbonatadas, similar es el criterio aplicable a la cerveza. En este sentido, CBN como muchos de sus competidores, han efectuado importantes inversiones con el fin de poder brindar un mejor servicio a sus clientes, lo cual deriva en una clara ganancia de eficiencia para el mercado.*

156. *A partir de lo anterior se tiene que CBN ha acreditado una ganancia de eficiencia; la otorgación de equipos de frío a algunos PDV de la ciudad de Potosí, beneficia a los consumidores y evita el "free riding" lo que sin lugar a dudas constituye una ganancia de eficiencia. Por su parte, la Notificación de Cargos no ha acreditado ninguna afectación al mercado, por lo que, la conducta de CBN no puede en ningún caso considerarse anticompetitiva.*

Inicialmente **CBN** realiza una equivocada cita de los antecedentes resueltos por esta Autoridad, siendo que quizás **CBN** se refería a lo indicado en la RA/AEMP/DTDCDN/N° 124/2013, cuyo texto afirma:

> *Que, por todo lo expuesto precedentemente, se establece que* ***las conductas empresariales de exclusividad en caso de justificar ganancias en eficiencia como exige el Decreto Supremo N° 29519, pueden resultar pro competitivas de acuerdo al análisis que realice el ente regulador para el caso concreto,*** *siendo además innecesaria la aplicación de las disposiciones contenidas en los numerales tercero, cuarto y quinto de la RAR N° 001/2010 (énfasis añadido).*

De acuerdo a la cita anterior, las ganancias en eficiencia son analizadas por la AEMP con base a lo indicado por el D.S. 29519 y pueden resultar pro activas, o no, de acuerdo al análisis que se realice para cada caso en concreto. Sin embargo, al no plantear ganancia alguna en eficiencia en los descargos y pruebas presentadas en la etapa de Diligencias Preliminares del presente procedimiento, esta Autoridad se encontró limitada en valorar argumentos que no fueron ofrecidos en su momento por **CBN** que pudiesen haber justificado la inclusión de cláusulas de exclusividad en los contratos de comodato de equipos de frío en la ciudad de Potosí.

Respecto a lo señalado por **CBN** sobre que una de las motivaciones para las cláusulas de exclusividad sobre equipos de frío es la eliminación del efecto "free riding"; así como, la recuperación de la inversión realizada, la AEMP tiene a bien señalar que los equipos de frío no transfieren: tecnología, *know how* en procesos de venta, conocimiento de mercado u otra característica nueva al producto (cerveza) para que este mejore su calidad, ni se adecúan a ninguna de las ganancias en eficiencia descritas en el artículo 12 parágrafo II del Decreto Supremo N° 29519.

Por el contrario, el equipo de frío le otorga a la cerveza una cualidad que es la de estar en una presentación "fría" como lo pueden exigir algunos consumidores, por ende, no hay una mejora de la inversión toda vez que los equipos de fríos están dados y su recuperación se hará efectiva con el uso que realicen los PDV de dichos equipos, como es el de tener el producto acorde a la exigencias de los consumidores, por tanto, no se idéntica ganancias en eficiencia de los equipos de fríos en los PDV de la ciudad de Potosí en los términos planteados por **CBN**.

Asimismo, cabe considerar que la ciudad Potosí se caracteriza por tener un clima notoriamente frío prácticamente durante todo el año, lo cual hace innecesaria la utilización de equipos de frío en lugares donde se comercializan bebidas como la cerveza, pues seguramente quienes sean consumidores de dicho producto preferirán en su mayoría consumirla en su estado natural y no fría, situación que difiere notoriamente de lo que acontece en el oriente y norte boliviano. En ese sentido, los referidos equipos de frío pueden ser considerados como un regalo para los PDV a efectos de fortalecer una relación de exclusividad con **CBN** más no una ganancia en eficiencia como arguye esta última.

Finalmente, **CBN** expone el caso de Costa Rica (**Anexo 15** del memorial de **CBN**, recibido el 11 de octubre de 2018), que como lo indica este agente a pesar de responder a un mercado relevante distinto a análisis en cuestión, es valorada por esta Autoridad. Así, la cita precisada en el caso costarricense no se encuentra relacionada a posibles ganancias en eficiencia producto de una práctica comercial de exclusividad, sino se limita a establecer la condición de preferencia de una bebida gaseosa, la cual es que esté fría. Además, de establecer la

importancia de la distribución de productos "fríos", el caso citado también señaló con respecto al uso del equipo de enfriamiento:

> *"Abstenerse de imponer, incluir o pactar en cualquier forma cláusulas de exclusividad con sus clientes respecto al uso del equipo frío, en aquellos locales donde no exista espacio para colocar otro equipo de refrigeración para productos considerados en esta resolución como parte del mercado relevante".*

De acuerdo a la cita anterior, queda claro que **CBN** no logra relacionar una base jurídica externa que pueda apoyar sus señalamientos de posibles ganancias eficiencia.

La RA 94/2018 determinó que las tiendas de barrio constituyen para **CBN** y **CNP** en gran proporción su PDV principal[42], en ese marco, dichos PDV en general se caracterizan por ser pequeños en cuanto a tamaño por lo que el primer agente económico en establecer un contrato de comodato acompañado de cláusulas de exclusividad respecto al uso del equipo de frío podría tener la exclusividad, toda vez que el ingreso de un segundo equipo de frio correspondiente a otra empresa no será posible por la inexistencia de espacio.

En síntesis, la acreditación de **CBN** de ganancias en eficiencia, por la simple otorgación de equipos de frío no puede ser valorada como tal toda vez que no se identifica la mejora en la calidad del producto (cerveza), la mejora en la inversión y su recuperación, la oportunidad y servicio que impacten favorablemente en la cadena de distribución tal y como lo exige el artículo 12 del D.S. 29519.

11 Respecto a la discriminación de precios

La empresa **CBN**, en el **párrafo 157** cita el numeral 10 del artículo 11 del D.S. N° 29519 y en el **párrafo 158** se refiere a la RA 94/2018 sobre discriminación de precios, seguidamente declara:

> ***158.*** *La Notificación de Cargos señala que existirían indicios de discriminación en la Paceña Pilsener de 1 litro, en el sentido de que dicha cerveza es vendida a un precio mayor a los distribuidores que destinan dicho producto a los departamentos de Chuquisaca o Tarija en relación al distribuidor que destina el mismo producto al Departamento de Potosí, sea en su ciudad capital o provincias respectivas.*
>
> ***159.*** *Al respecto, hacemos notar que ello no es cierto. De hecho, conforme consta en el expediente, y como acreditamos en el* ***Anexo 16,*** *a partir del 19 de agosto y por el resto del periodo de investigación (31 de diciembre de 2016) los Distribuidores de Sucre tuvieron precios más reducidos que los de Potosí, demostrándose con ello de forma concluyente que no es intención de CBN favorecer a ningún Distribuidor frente a otro y que simplemente la diferencia de precios se debe a las condiciones de cada mercado.*

[42] RA 94/2018, p. 21.

__160.__ CBN no está integrada verticalmente, en tal sentido no tiene ningún tipo de interés en excluir a los Distribuidores de los mercados descendentes. Por el contrario, la exclusión del mercado de alguno de sus Distribuidores o el debilitamiento de su posición competitiva le resultaría perjudicial.

__161.__ Lo cierto es que se trata de mercados geográficos distintos, en los cuales los precios responden a las condiciones particulares de cada mercado.

__162.__ La diferenciación de precios que CBN aplica a diferentes mercados geográficos no es una distinción arbitraria e injustificada, es una distinción totalmente lícita que aplican todas las empresas y se basa en principios globales de mercado, los cuales se replican en todas las latitudes del planeta. La diferenciación de precios es una conducta aceptable económica y socialmente por ser parte del desenvolvimiento de los mercados en todo el mundo.

__163.__ Como ha determinado la AEMP, el mercado relevante en el que se habría realizado la supuesta conducta anticompetitiva comprende la venta de cerveza hacia Distribuidores a nivel de los Centros de Distribución (C+D) de Oruro, Huari-Oruro y Tarija y el departamento de Potosí (reiteramos nuestras objeciones a la definición del mercado relevante y a la determinación de mercado).

__164.__ A partir de lo anterior, tenemos que CBN, ha vendido los mismos productos, al mismo precio, a __todos__ los Distribuidores de estas regiones.

Respecto al **Anexo 16** del memorial presentado por **CBN** el 11 de octubre de 2018 y a la afirmación realizada por este agente económico referente a que el análisis determinado de una posible conducta de discriminación de precios en la RA 94/2018 no es cierto, se tiene a bien demostrar lo contrario, toda vez que una simple declaración no es válida para descartar el análisis técnico y legal contenido en la RA 94/2018; en ese marco, los datos empleados por **CBN** toman en cuenta lo siguiente:

- Un periodo inferior al analizado en la RA 94/2018 (marzo – diciembre 2016); es decir, **CBN** analiza el periodo entre el 19 de agosto y 31 de diciembre de 2016.

- **CBN** sustenta sus hallazgos en precios promedios de todos sus distribuidores, cuando la AEMP se concentró en los precios aplicados en bolivianos por caja de forma individual para cada distribuidor, según origen de compra y destino de venta.

De acuerdo al punteo anterior, queda claro que los resultados obtenidos por **CBN** no logran contrarrestar ni refutar lo indicado en la RA 94/2018: una clara discriminación de precios entre distribuidores que adquieren la cerveza de 1 litro, según centro de distribución y destino de venta, conducta que tuvo como objeto el crear ventajas exclusivas para ciertos distribuidores y el efecto de poder desplazar indebidamente a **CNP**.

Sobre el último efecto de la conducta identificada en la RA 94/2018 en el mercado de Distribución Secundaria, **CBN** confunde dicha situación, al entender que un posible desplazamiento indebido se daría hacia sus distribuidores, criterio o conclusión

diametralmente opuesta a lo dispuesto por esta Autoridad; es decir, cuyo efecto pueda ser desplazar indebidamente a **CNP**).

En relación a los "mercados geográficos distintos" que hace referencia **CBN**, se tiene que la RA 94/2018 determina de forma clara que el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria incluye el espacio geográfico donde se encuentran ubicados los C+D de **CBN** localizados en Huari-Oruro, Oruro y Tarija y el departamento de Potosí, en ese marco los precios analizados corresponden a los aplicados (Bs/caja) a cada uno de los distribuidores, en las puertas del C+D, toda vez que según lo afirmado por la RA 94/2018 **CBN** cubre el costo del abastecimiento hasta sus C+D o plantas; y desde los C+D al resto del país y otros municipios, el agente que asume el costo de transporte es el distribuidor. En consecuencia, la diferenciación de precios que **CBN** afirma aplicar a diferentes "mercados geográficos" no se encuentra debidamente justificada ni mucho menos probada, por lo que una simple afirmación no invalida el análisis técnico y legal contenido en la RA 94/2018.

Respecto a la reiterada observación de **CBN** respecto a la definición del mercado relevante, cabe indicar que esta objeción es considerada una simple negación de **CBN** del resultado del alcance del producto y área geográfica definidos en la RA 94/2018, cuyo análisis se encuentra extensamente descrito entre sus páginas 9 y 31, y su conclusión expresa que el mercado relevante está definido a nivel de Distribución Secundaria por la venta de cerveza hacia Distribuidores (Canal Tradicional) desde los C+D de **CBN** de Huari-Oruro, Oruro y Tarija que abastecen de cerveza al departamento de Potosí.

Por otro lado, llama la atención, por ser contradictorias, las afirmaciones de **CBN**, toda vez que **inicialmente afirma que su diferenciación de precios obedece a los diferentes mercados geográficos, pero concluye que ha vendido los mismos productos, al mismo precio, a todos los distribuidores de estas regiones**, por lo que la contradicción en el argumento de CBN no desvirtúa el análisis contenido en la RA 94/2018 que considera la venta realizada por **CBN** a cada uno de sus distribuidores a partir de los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija. Asimismo, **CBN** no prueba sus aseveraciones desde el punto de vista técnico-económico, lo cual demuestra que lo señalado en la RA 94/2018 se encuentra correctamente fundamentado.

Sobre la diferenciación de precios aplicada hacia los distribuidores de CBN

CBN señala que la **diferenciación de precios se debe a que los distribuidores atienden distintos mercados geográficos**, respecto a ello declara lo siguiente:

> ***165.*** *La Notificación de Cargos reconoce que la diferenciación de precios se habría dado entre distribuidores que* ***atienden mercados distintos*** *(pp. 117 y sig.).*
>
> ***166.*** *El que existan precios distintos para los Distribuidores del departamento de Potosí, Tarija y Chuquisaca, no resulta injustificado, ello se debe a que los Distribuidores de Potosí, Tarija y Chuquisaca atienden* ***mercados geográficos distintos,*** *y por lo tanto no están en igualdad de condiciones.*
>
> ***167.*** *En el caso que nos ocupa se justifica el establecimiento de un tratamiento diferenciado de los precios basado, entre otros aspectos, en la existencia de*

diferentes elasticidades de demanda en diferentes grupos de consumidores ubicados en diferentes mercados geográficos.

168.** Las condiciones de competencia que se enfrentan en el departamento de Potosí no son las mismas que se enfrentan en los departamentos de Tarija o Chuquisaca, lo que justifica un tratamiento diferenciado. Se trata de mercados distintos con características que no son homogéneas (desde el factor clima, pasando por el factor estructura caminera, incluso tipo de producto y forma en que se comercializan los productos en los puntos de venta-frío). Por lo tanto, no se satisface una de las condiciones básicas para que se configure un supuesto sancionable en el marco del DS 29519, ya que no estamos ante "distintos precios...para diferentes compradores... situados en igualdad de condiciones". **Estamos frente a precios distintos para compradores situados en condiciones distintas.

La RA 94/2018 reconoce el posible establecimiento de distintos precios en la cerveza de Paceña Pilsener de 1 Litro desde los centros de distribución de Huari-Oruro, Oruro y Tarija de **CBN** con destino al departamento de Potosí a Sucre y Tarija. Al respecto, **CBN** nuevamente al igual que en la RA 94/2018[43] se limita a justificar la aplicación de distintos precios para distintos mercados geográficos; sin embargo, no proporciona documento alguno idóneo o estadísticas que puedan ser analizados técnicamente por esta Autoridad y que puedan justificar la aplicación de distintos precios para distribuidores de cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro, en el mercado geográfico determinado en la RA 94/2018.

La valoración de lo afirmado por **CBN** no puede ser llevada a cabo por el simple hecho de no contar con los descargos técnicos-económicos correspondientes. En ese sentido la RA 94/2018, sobre la base de la información proporcionada por **CBN** en la fase de investigación preliminar, determinó que los distribuidores que adquieren la calidad de compradores se encuentran en igualdad de condiciones por presentar las siguientes características[44]:

a) Todos ostentan la calidad de distribuidores de **CBN.**

b) Todos los distribuidores se aprovisionan de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro en puerta de un mismo C+D, sea este el de Huari-Oruro, Oruro o Tarija y a su vez la comercializan en los PDV del departamento de Potosí.

c) Los productos adquiridos por todos los distribuidores reúnen las mismas características de calidad y presentación de la cerveza Paceña Pilsener en botellas de vidrio de 1 Litro.

d) No existe diferencias en sus costos de producción de la cerveza Paceña Pilsener en botella de 1 Litro adquirida por los distribuidores.

e) **CBN** asume el mismo costo para vender a unos u otros distribuidores el mismo producto.

[43] RA 94/2018, pp. 84-85.

[44] RA 94/2018, p. 83.

Las características señaladas en la RA 94/2018 son observadas por **CBN** con la simple afirmación respecto a que "(...) *Estamos frente a precios distintos para compradores situados en condiciones distintas*", argumento que es insuficiente para desvirtuar lo concluido por esta Autoridad. Por el contrario, queda claramente establecido, una vez más, que **CBN** no cuenta con los argumentos y respaldo técnico-económico necesarios para hacer frente a la exhaustividad del análisis técnico y legal realizado por la AEMP en base a documentación aportada por la propia **CBN**, además de la contundencia de los hallazgos y conclusiones arribados en la RA 94/2018.

A continuación, en el memorial de 11 de octubre de 2018, el agente económico **CBN** continua su argumentación haciendo referencia a autores como Geradin y Petit (**párrafos 169-172**), que afirman, entre otros aspectos, que las condiciones de competencia en diferentes áreas no son homogéneas (**Anexo 17**); asimismo, cita la Resolución No 001-98-INDECOPI-CLC del 09 de enero de 1998 del Perú (**Anexo 18**) respecto a diferenciación de precios y cita un caso resuelto por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDFC) de Chile (Anexo 19) sobre discriminación de precios. Posteriormente argumenta lo siguiente:

> ***173.*** *De lo anterior se tiene que tanto la Autoridad peruana, como la chilena, realizaron estudios serios y emitieron resoluciones basadas en la regla de la razón, en las cuales se valoraron si las conductas de las empresas investigadas habían afectado, o eran capaces de afectar, la libre competencia, resultando los casos detalladps en los apartados anteriores, en esencia muy similares al presente caso, siendo que las Autoridades de la Competencia de ambos países pudieron discernir y llegar a la conclusión de que las conductas realizadas NO afectaban la libre competencia y por tanto no siendo las mismas sancionables.*
>
> ***174.*** *En particular para el caso chileno, la autoridad determinó de manera clara y precisa que la discriminación de precios en mercados geográficos distintos, no afecta la libre competencia, pues dicha conducta no es capaz de distorsionar el proceso competitivo entre rivales, toda vez que no es probable (no tendría sentido) que por el solo hecho de que un producto tenga un precio menor en una localidad, los compradores se trasladen a otra localidad para adquirir el producto a dicho precio menor.*
>
> ***175.*** *En el caso que nos ocupa, la AEMP debería haber razonado en similar sentido, considerando que el hecho de que los productos destinados al mercado de Potosí, únicamente en algunos meses del periodo de investigación, tenga un precio menor al precio de Chuquisaca y Tarija, no puede afectar la libre competencia en el mercado de Potosí, porque no es probable que los consumidores de Tarija y Chuquisaca se trasladen al mercado de Potosí a adquirir el producto a precios menores. Adicionalmente, la AEMP también debió haber evaluado que dichos menores precios en Potosí fueron coyunturales y no permanentes (no abarcan la totalidad del periodo de investigación) como queda demostrado en el Anexo 16 y explicado en el punto 6.3 anterior.*
>
> ***176.*** *La AEMP no ha realizado el análisis anterior, y tampoco ha realizado ningún otro análisis o si quiera explicado, y menos demostrado, por qué, a su criterio, el aplicar*

precios distintos a mercados geográficos distintos resultaría injustificado y contrario a la libre competencia.

***177.** Lo anterior lesiona el derecho de CBN al debido proceso en sus elementos de motivación y fundamentación de las resoluciones, pues la autoridad no ha explicado, menos demostrado por qué considera que la conducta de CBN resulta injustificada.*

***178.** Asimismo, la falta de pruebas y elementos de cargo sobre este elemento del tipo de discriminación de precios lesionan el principio de presunción de inocencia, pues la Autoridad de Empresas asume, sin prueba alguna, que la conducta de CBN resultaría injustificada y contraria a la libre competencia.*

Sobre los antecedentes doctrinales (**Anexo 17**) y a la jurisprudencia internacional (**Anexos 18 y 19**) presentados por **CBN** el 11 de octubre de 2018, cabe indicar su total conformidad por parte de esta Autoridad; es decir, el aplicar precios distintos a mercados geográficos diferentes no constituye una conducta contraria a lo señalado en el numeral 10, artículo 11 del D.S. 29519. Sin embargo, lo que se extraña es que **CBN** omite referirse al hecho de que a nivel de Distribución Secundaria de cerveza, en la RA 94/2018 (páginas 9-31) se haya definido de forma clara que el mercado relevante geográfico incluye a los Centros de Distribución de Huari-Oruro, C+D Oruro, C+D Tarija que abastecen de cerveza al departamento de Potosí.

Sobre lo anterior, **CBN** habría establecido distintos precios a distribuidores que compraron el producto en la puerta de los centros de distribución antes citados para su posterior comercialización en el departamento de Potosí, Tarija y Sucre, presentándose 25 casos (entre marzo y diciembre de 2016), según se resume en el siguiente cuadro:

Periodicidad de la conducta en el Mercado Relevante a nivel de Distribución Secundaria
Periodo: 2016

N° de Caso	Origen C+D	Destino del distribuidor	2016											
			Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1	C+D Huari Oruro	Ciudad de Potosí - Sucre			X									
2		Ciudad de Potosí - Sucre				X								
3		Ciudad de Potosí - Sucre					X							
4		Ciudad de Potosí - Sucre						X						
5		Ciudad de Potosí - Sucre							X					
6		Ciudad de Potosí - Sucre								X				
7		Provincias Potosí - Sucre			X									
8		Provincias Potosí - Sucre					X							
9		Provincias Potosí - Sucre						X						
10		Provincias Potosí - Sucre							X					
11		Provincias Potosí - Sucre								X				
12		Provincias Potosí - Sucre									X			
13		Provincias Potosí - Sucre											X	
14		Provincias Potosí - Sucre												X
15	C+D Oruro	Ciu Pts.-Sucre					X							
16		Ciu Pts.-Sucre							X					
17	C+D Tarija	Ciu Pts.-Tarija-Sucre						X						
18		Ciu Pts.-Tarija-Sucre											X	
19		Ciu Pts.-Tarija-Sucre												X
20		Ciu Pts.-Tarija-Sucre												

21	♠	Prov Pts.-Tarija-Sucre					X						
22		Prov Pts.-Tarija-Sucre						X					
23		Prov Pts.-Tarija-Sucre									X		
24		Prov Pts.-Tarija-Sucre										X	
25		Prov Pts.-Tarija-Sucre											X

Fuente: RA 94/2018, Tabla Nº 11, p. 94.

En lo que se refiere a la cita que realiza **CBN** respecto a la obra de Geradin y Petit (**Anexo 17**), respecto a la existencia de diferentes precios entre distintos mercados geográficos, no es suficiente para desvirtuar el análisis técnico y legal contenido en la RA 94/2018 debido a tres factores; primero, porque dicha aseveración corresponde al análisis de mercados relevantes muy distinto al análisis en cuestión. Segundo, porque el análisis se concreta sobre la base de casos y normas que no son actuales ni acordes a la evolución de las conductas anticompetitivas, toda vez que datan de los años noventa. Tercero, porque **CBN** no especifica ni demuestra técnica ni jurídicamente cual la relación con la RA 94/2018 y su incidencia en la misma. Por tanto, una simple "comparación" no es suficientemente válida para desechar el contenido de la RA 94/2018.

Respecto al caso peruano (**Anexo 18**), que plantea **CBN**, también se advierten los tres factores señalados en el párrafo anterior; sin embargo, llama la atención de la AEMP por el apoyo hacia las conclusiones de la RA 94/2018, el momento en que el INDECOPI afirma que la diferenciación de precios **no resulta sancionable** siempre y cuando podría justificarse con la **existencia de costos diferenciados, costos de transacción o de transportes o por tratarse de operaciones en mercados diferentes**, habiendo sido precisamente estos aspectos analizados en la RA 94/2018, toda vez que se determinó la inexistencia de costos de transporte diferenciados tratándose de un mismo producto, justificación que no fue aportada por **CBN**.

De acuerdo al párrafo anterior, **CBN** abastece con el producto desde las plantas de producción hasta los C+D (Distribución Primaria), lugar a partir del cual son los distribuidores quienes asumen los costos de transporte. Por último, el hecho que las operaciones no son realizadas en mercados diferentes, quedó establecido de forma clara en la RA 94/2018 al momento en que los distribuidores recogen el producto en la puerta del C+D y lo trasladan hacia su destino final (i.e., Potosí, Tarija o Chuquisaca).

Sobre el caso chileno nombrado por **CBN** (**Anexo 19**) y tomando en cuenta que el mismo corresponde a un mercado totalmente distinto (combustibles) al analizado en la RA 94/2018 (cerveza), se tiene que la empresa demandada justificó de forma razonable la aplicación de distintos precios en diferentes comunas de la región analizada. Sin embargo, no se encuentra un hilo conductor entre lo que **CBN** intenta acreditar al hacer referencia al caso chileno con el presente caso de investigación de tal manera de desvirtuar lo indicado en la RA 94/2018.

CBN confunde los hechos en virtud de los cuales se establecieron cargos por el presunto establecimiento de distintos precios en el marco del artículo 11, numeral 10, del D.S. 29519, pues sus descargos están relacionados a precios aplicados a nivel de comercialización al consumidor final en mercados geográficos diferentes, sin embargo, en el caso que nos ocupa, los indicios establecidos sobre discriminación de precios se advirtieron a nivel de

distribución secundaria, es decir por parte de la empresa **CBN** (fabricante-proveedor) hacia sus distribuidores mayoristas (quienes no venden de forma directa la cerveza al consumidor final, sino a los PDV).

En ese sentido, la pretensión del nombrado agente económico para que la AEMP razone en el mismo sentido que la autoridad chilena que resolvió el caso expuesto en su **Anexo 19**, es infundada, ya que es evidente que dichos casos corresponden a conductas advertidas en eslabones diferentes de la cadena productiva, por lo que, no pueden ni deben merecer un análisis idéntico, sino un razonamiento acorde a la etapa en la cual se presentaron las distorsiones advertidas, considerando además que cada una de dichas etapas tiene actores distintos, lo cual hace aún menos probable la existencia de un razonamiento común para ambos casos.

En conjunto, los casos de competencia que presenta **CBN**, no son más que referencias que no guardan relación con el análisis en cuestión y por tanto no inciden en la RA 94/2018, toda vez que ellos ni refieren a casos similares ni motivaron a **CBN** a presentar descargos válidos técnica y económicamente que realmente "desvirtúen" el trabajo desarrollado por esta Autoridad en el caso en concreto. Por el contrario, se demuestra una vez más que el análisis contenido en la RA 94/2018 se encuentra debidamente fundamentada toda vez que la misma **CBN** refiere a que "*(...) los productos destinados al mercado de Potosí, únicamente en algunos meses del periodo de investigación, tenga un precio menor al precio de Chuquisaca y Tarija* (...)", reconociendo de esta forma la aplicación de distintos precios que según la citada empresa fueron "*coyunturales y no permanentes*" pero que no demuestra debidamente por qué habría realizado dicha distinción de precios.

Ahora, considerando que a criterio de **CBN** el hecho de no haber actuado al igual que las autoridades peruana y chilena, y de presuntamente no haber fundamentado porqué su conducta resulta injustificada, cabe señalar que, conforme a lo referido precedentemente, los descargos presentados por **CBN** carecen de relación con los hechos que motivaron el establecimiento de cargos por la conducta prevista en el numeral 10 del artículo 11 del D.S. 29519, por lo que no existía necesidad alguna de fundamentar o motivar la RA 94/2018 en el sentido que se pretende.

Adicionalmente, corresponde enfatizar que no es evidente que la AEMP no haya explicado por qué el actuar de **CBN**, consistente en el establecimiento de distintos precios a distribuidores situados en igualdad de condiciones, es injustificado, pues en el punto 3.4.4 del Considerando de análisis técnico económico de la investigación de la RA 94/2018, se ha expuesto de manera detallada cada uno de los argumentos expuestos por **CBN** en cuanto a la conducta en cuestión y se ha valorado en su integridad la información presentada por dicho agente económico así como la obtenida durante las diligencias preliminares, habiéndose utilizado los datos proporcionados por la misma **CBN** para ejemplificar los indicios advertidos en cada centro de distribución que integra el mercado relevante de distribución secundaria, con la mención detallada de nombres de distribuidores, meses y precios de adquisición por cada uno de ellos, como se puede observar de la lectura de la RA 94/2018.

Sobre la base de ello, la RA 94/2018 contiene además un análisis que preliminarmente subsume los hechos advertidos en el artículo 11, numeral 10, del D.S. 29519 a efectos de

verificar que el actuar de **CBN** se adecuaba presuntamente a los presupuestos que dicho precepto legal establece para considerar un acto o hecho como conducta anticompetitiva, lo cual puede verificarse de la lectura del punto c.3 del Considerando de Valoración jurídica de la investigación, páginas 115 a 120 de la citada resolución de cargos.

En ese contexto, las alegaciones realizadas en los párrafos 177 y 178 del memorial de descargos de **CBN**, referentes a una presunta vulneración al debido proceso en sus elementos de motivación y fundamentación, así como del principio de presunción de inocencia carecen de sustento, y reflejan solamente la ligera revisión que dicho agente económico hizo del contenido de la RA 94/2018.

Por otro lado, la valoración tanto del **Anexo 16** como del punto 6.3 señaladas por **CBN** fue realizada en los acápites correspondientes al **parágrafo 159**.

En síntesis, la RA 94/2018 contiene un análisis sustentado en el D.S. 29519 y RM 190, ambas concordantes con la regla de la razón, además, desarrolló de forma detallada la conducta de discriminación de precios, durante la gestión 2016, en los que **CBN** habría aplicado distintos precios a distribuidores que se encontraban en igualdad de condiciones y que recogieron un mismo producto (cerveza Paceña Pilsener de 1 L) de un mismo C+D, este último localizado en Huari-Oruro, Oruro y Tarija; en ese marco, queda demostrada por la RA 94/2018 la conducta de **CBN** en el mercado relevante determinado, tal es así que la empresa no ha logrado desvirtuar ni mucho menos demostrar lo contrario a través de argumentos técnicos y económicos acordes con el caso en cuestión.

Sobre la igualdad de condiciones de los distribuidores

CBN afirma que los **distribuidores no están en igualdad de condiciones**, argumentando lo siguiente:

> ***179.*** *Conforme se explicó en el punto que antecede, no existe una conducta de discriminación de precios, pues los Distribuidores de Potosí, los Distribuidores de Tarija, y los Distribuidores de Chuquisaca* ***no se encuentran en igualdad de condiciones****, ya que ellos atienden* ***mercados distintos****.*

En el **párrafo 180** la indicada empresa, hace referencia a la página 83 de la RA 94/2018 sobre la igualdad de condiciones: "(...) b) Todos los distribuidores se aprovisionan de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro en puerta de un mismo C+D, sea este el de Huari-Oruro, Oruro o Tarija y a su vez la comercializan en los PDV del departamento de Potosí". En seguida sostiene:

> ***181.*** *El punto b) No se cumple, en efecto conforme se explicó en el punto 6.3.1. los Distribuidores que se aprovisionan en los CDs de Huari-Oruro, Oruro o Tarija comercializan producto en los departamentos de Potosí, Tarija y Chuquisaca y no exclusivamente en el departamento de Potosí, como equivocadamente afirma la notificación de Cargos.*

> ***182.*** *Asimismo, todos los Distribuidores (léase Puntos de Venta o Distribuidores) que comercializan cerveza en la ciudad o departamento de Potosí reciben el mismo trato, por lo que no existe ninguna discriminación.*
>
> ***183.*** *En consecuencia, dado que las premisas que utiliza la AEMP para alegar que existe igualdad de condiciones no han sido comprobadas, no se puede afirmar de ninguna manera que existe igualdad de condiciones, por lo tanto, no se confirma otro de los elementos del sine qua non para que se configure la conducta de discriminación de precios.*

La RA 94/2018 ha determinado a través del análisis desarrollado que existe igualdad de condiciones citando cinco aspectos claves, entre ellos el inciso b) que refiere que todos los distribuidores se aprovisionan de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro en puerta de un mismo C+D, sea este el de Huari-Oruro, Oruro o Tarija y a su vez la comercializan en los PDV del departamento de Potosí, en el texto no se advierte la presencia del término "exclusivamente" como erróneamente lo señala **CBN** en el intento de diluir su responsabilidad.

Sumado al párrafo anterior, la RA 94/2018 contiene una comprensión integral de quienes son los distribuidores (nombre y apellido) que se aprovisionan en cada uno de los C+D, tal es así que el análisis detalla los distintos precios (Bs/caja) aplicados a distintos distribuidores en la puerta de los C+D, con destino a la ciudad y provincias de Potosí, Sucre y Tarija, en consecuencia el inciso b) de criterios para acreditar la igualdad de condiciones (RA 94/2018 página 83), se cumple.

Respecto a distribuidores que comercializan cerveza en la ciudad o departamento de Potosí la RA 94/2018 no describe ningún análisis al respecto, puesto que concentra solo una parte del alcance del mercado relevante de Distribución Secundaria de cerveza, por lo que no corresponde pronunciarse al respecto.

En conclusión, la RA 94/2018 identifica ejemplos o casos durante la gestión 2016, de los cuales se advierten indicios de una posible conducta de **CBN** de establecimiento de distintos precios para distribuidores que se encontraban en igualdad de condiciones en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria de cerveza. Por tanto, queda demostrado que los ejemplos o casos identificados por la RA 94/2018 no han sido desvirtuadas por **CBN**.

Sobre los efectos contrarios a la libre competencia

CBN indica en su memorial de descargos que **no existe ningún efecto contrario a la libre competencia (párrafos 184-185)** citando extractos sobre la creación de ventajas exclusivas y el desplazamiento indebido de **CNP** contenidos en la RA 94/2018 (páginas 96 y 120). A continuación, **CBN** puntualiza aspectos relacionados a la **"supuesta creación de ventajas exclusivas"** en los siguientes términos:

> ***186.*** *Conforme se indicó en el punto IV, para que exista una sanción por supuesta discriminación de precios se debe demostrar que ha habido un daño a la competencia. Dicho daño se debe manifestar en la generación de desventajas*

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

competitivas entre los clientes supuestamente afectados por parte del presunto discriminador.

En los **párrafos 187 y 188** el agente económico **CBN** hace referencia a un caso resuelto por la Corte de Justicia de la Unión Europea, Nils Wahl asunto C-525/16 (**Anexo 20** del memorial de **CBN** recibido el 11 de octubre de 2018) y el de la Corte Suprema de Justicia de Estados Unidos de América sobre Volvo Trucks North América, Inc. v. Reeder-Simco GMC, Inc. (**Anexo 21** del memorial de **CBN** recibido el 11 de octubre de 2018), ambos sobre conductas anticompetitivas relacionadas a la discriminación de precios. A continuación, **CBN** explica:

> ***189.*** *En el caso que nos compete, los Distribuidores de Potosí, no compiten con los Distribuidores de Tarija, ni tampoco con los distribuidores de Chuquisaca. Al ser ello así, el otorgamiento de un trato diferenciado según mercado destino de la cerveza no tiene en realidad un efecto exclusorio a nivel de los distribuidores de CBN y tampoco es capaz de afectar o distorsionar la competencia entre éstos. Se trata de mercados diferentes con condiciones diferentes.*
>
> ***190****. Lo señalado se demuestra en los hechos del procedimiento, donde la AEMP únicamente señala en teoría y sin brindar prueba o argumento alguno, que los afectados por la diferenciación de precios serían los distribuidores de Chuquisaca y Tarija, sin establecer concretamente cual sería la afectación a la libre competencia, y sin valorar que desde el 19 de agosto y hasta diciembre de 2016, los distribuidores de Chuquisaca tenían precios menores con respecto a los Distribuidores de Tarija y Potosí, debido a las condiciones de cada uno de los mercados en el momento dado.*
>
> ***191****. En este caso dicha "ventaja" no es objeto de las normas de competencia, en tanto precisamente no es capaz de alterar la competencia entre los distribuidores de diferentes mercados.* ***No podemos hablar de una ventaja competitiva entre Distribuidores o Puntos de Venta que no compiten entre sí, y la ventaja competitiva es la única que interesa en materia de competencia y a efectos de este procedimiento.***
>
> ***192.*** *Los Distribuidores que están bajo la misma condición reciben un mismo tratamiento. Por lo demás, ninguno de ellos se ha quejado o ha presentado una denuncia por un supuesto tratamiento diferenciado, ya que la supuesta conducta ilegalmente sancionada por la AEMP, no ha existido.*

Inicialmente, el artículo 11 del D.S. 29519 señala que "Se oonsideran conductas anticompetitivas relativas los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso, establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas (...)", enumerando 11 casos, entre los cuales se encuentra el numeral 10 relativo a "El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones".

Sumado a lo anterior, el artículo 11 de la RM 190 identifica dos condiciones para establecer si las prácticas anticompetitivas relativas deban ser sancionadas: i) Que el presunto responsable tiene poder sustancial sobre el merçado relevante; y ii) Que se realicen respecto

de bienes o servicios que correspondan al mercado relevante de que se trate. Respecto a lo señalado en la RA 94/2018, esta resolución corresponde a la etapa de formulación de cargos, que contiene criterios que establecen la posibilidad de existencia de conductas anticompetitivas.

No obstante lo anterior, **CBN** hace referencia a que la condición para que una conducta anticompetitiva sea sancionada se establezca un daño a la competencia, además de precisar que este responda a la generación de desventajas competitivas entre los clientes supuestamente afectados. Al respecto, **CBN** en claro desconocimiento del procedimiento administrativo acusa a la AEMP de no haber incluido criterios suficientes para sancionar la conducta (párrafo 192), siendo que el objeto de la RA 94/2018 es establecer cargos en contra de **CBN** y no así la determinación de una sanción que podría corresponder a una etapa posterior; por tanto consideramos impertinente exigir que la RA 94/2018 de cargos, contenga el análisis de criterios para la sanción de una conducta.

En particular, el análisis técnico y legal contenido en la RA 94/2018 en la etapa de formulación de cargos, cumplió con estos aspectos al definir el mercado relevante (Distribución secundaria de cerveza), establecer el poder sustancial de mercado de **CBN** en el mercado relevante y definir la existencia de posibles conductas anticompetitivas relativas al establecimiento de distintos precios a distribuidores de cerveza ubicados en igualdad de condiciones al adquirir el producto de los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija. Por tanto, la apreciación de **CBN** sobre los criterios que deben ser tomados en cuenta por esta Autoridad al momento de aplicar el procedimiento administrativo sancionador es incorrecta.

Por otra parte, **CBN** guiada por la normativa de la Unión Europea en temas de competencia y concretamente por el asunto C-525/16 de la Corte de Justicia respecto al caso de GDA sociedad cooperativa de gestión colectiva de derechos de artistas e intérpretes y MEO proveedor y cliente de GDA, señala que para demostrar la existencia de una discriminación de precios se debe manifestar la generación de "desventajas competitivas" entre los clientes supuestamente afectados por el presunto discriminador, omitiendo lo dispuesto en el D.S. 29519 y RM 190 sobre la cual el análisis técnico y jurídico contenido en la RA 94/2018 sustentó sus conclusiones, señalándose de forma clara, que se consideran conductas anticompetitivas relativas:

> (...) los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser, entre otros, "*establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas*" cuestión que fue debidamente demostrada toda vez que como resultado del análisis detallado caso por caso, se estableció ventajas exclusivas para ciertos distribuidores en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria (objeto).

De acuerdo a lo anterior, específicamente **CBN,** al vender el producto (cerveza Paceña Pilsener de 1 litro) a aquellos distribuidores que destinaban el producto a la ciudad de Potosí como a provincias del departamento de Potosí a un precio menor en comparación del cobrado a los distribuidores que destinaban el mismo producto a otros destinos como Sucre y Tarija, pese a que tanto los distribuidores que comercializan el producto a la ciudad de Potosí y a su provincias como aquellos que destinaban el producto a otras ciudades lo

adquirían del mismo centro de distribución (Huari-Oruro, Oruro y Tarija), define una situación clara de igualdad de condiciones entre distribuidores.

Respecto al caso citado por **CBN**, sobre Volvo Trucks v Reeder-Simco, de la jurisprudencia estadounidense y el hecho de si los clientes discriminados no se encuentran en relación de competencia no puede existir sanción por discriminación de precios, es preciso indicar lo siguiente:

- Primero, dicha conclusión corresponde a la determinación del análisis elaborado para el caso en concreto por ende corresponde a las particularidades del mismo, no pudiendo ser extrapoladas y mucho menos valoradas para el presente caso debido a que el mismo agente económico **CBN** se limitó únicamente a citar la jurisprudencia pero no realizó la presentación de documentación que contenga información o datos estadísticos o valoraciones técnico económicas relacionadas al mercado relevante en análisis que puedan crear un nexo entre ambas situaciones;

- Segundo, **CBN** indica que los distribuidores de Potosí no compiten con los distribuidores de Tarija y Chuquisaca por lo que el otorgamiento de un trato diferenciado según mercado destino no tiene un efecto exclusorio, al respecto, es importante reiterar a este agente económico que la RA 94/2018 no estableció un efecto exclusorio entre distribuidores, sino un presunto otorgamiento de ventajas exclusivas como un posible objeto de su conducta, al vender **CBN** el producto (cerveza) a distribuidores en los mismos C+D (Huari-Oruro, Oruro y Tarija) a un precio distinto, favoreciendo a los que compran el producto a un precio más bajo, en comparación de otros que adquieren el producto del mismo punto de venta, análisis contenido en la RA 94/2018, por lo que la apreciación de **CBN** en relación al nivel de competencia de estos no corresponde a los cargos establecidos en la citada RA.

Por otra parte, **CBN** afirma equivocadamente que la AEMP únicamente señala teoría y no brinda prueba o argumento alguno respecto a la diferenciación de precios, cuando en realidad la RA 94/2018 entre las páginas 85 y 94, con base en la información transmitida por la misma empresa, realiza un análisis detallado de los precios (Bs/caja) aplicados a cada distribuidor según C+D y destino, examen que no ha sido desvirtuado por **CBN,** puesto que esta Autoridad sustentó sus hallazgos basada en información proporcionada por dicho agente, quien se ha limitado en indicar la aplicación de distintos precios para distintos mercados geográficos; sin embargo, no proporciona documento alguno o estadísticas que puedan justificar la aplicación de distintos precios para distribuidores de cerveza Paceña de 1 Litro, en el mercado geográfico determinado a nivel de Distribución Secundaria.

El punto de vista de **CBN** sobre "ventajas exclusivas" fue considerado cuando se hizo la valoración de los **párrafos 186-192** del memorial recibido el 11 de octubre de 2018 de la indicada empresa.

Sobre el desplazamiento de CNP

CBN sobre el supuesto desplazamiento a CNP señala:

193. *El análisis realizado por la Notificación de Cargos sobre el supuesto indebido desplazamiento sufrido por la CNP (pp 96 y 97) a partir de la introducción de un producto nuevo por parte de la CBN no toma en cuenta todo el conjunto de información presentado por la CNP, ya que al ser la cerveza un producto de alto consumo estacional y también pro cíclico, es necesario evaluar el comportamiento de las ventas a lo largo de diferentes periodos para observar si las variaciones reportadas están efectivamente fuera del patrón histórico de ventas.*

194. *Si se sostiene, tal como lo hace la AEMP, que los calibres diferentes de presentación no constituyen en realidad productos diferentes, ya que el contenido es el mismo, el* ***análisis de desplazamiento debe realizarse sobre el total de ventas de la CNP y no así sobre un calibre en particular.***

195. *Tal como se ha sostenido en las etapas preliminares, el análisis de la variación en las ventas de la CNP también debe tomar en cuenta las propias acciones de esta empresa, ya que tal como se ha mostrado, es posible que sean las propias decisiones gerenciales (como la introducción del calibre 1.250 cc., por parte de CNP) las que han repercutido en la reducción de la demanda de su propio calibre de 1.000 cc.*

En el **párrafo 196** de su memorial recibido el 11 de octubre de 2016, **CBN** analiza el comportamiento de las ventas totales de **CNP**, adjuntando un gráfico para las gestiones 2014 a 2016 (pág. 36), concluyendo que el supuesto desplazamiento sufrido por la misma no se puede sostener en base a la evidencia presentada.

Respecto al parágrafo 193, extraña a esta Autoridad la introducción del concepto de "introducción de un nuevo producto", propio de la acreditación de ganancias en eficiencia, que hasta el momento no fue señalado por **CBN**. Esto último, al no ser fundamentado por dicho agente económico en función a determinar que la cerveza "Champañera" podría ser considerado un nuevo producto carece de valor probatorio y por ende no es suficiente para contrarrestar los señalamientos realizados en la RA 94/2018 sobre discriminación de precios.

Sobre las conductas analizadas en la RA 94/2018, esta resolución determinó la existencia de indicios de posibles conductas anticompetitivas según el artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519, que se realizó en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria y que incluye el espacio geográfico donde se encuentran ubicados los C+D de **CBN** localizados en Huari-Oruro, Oruro y Tarija y el departamento de Potosí; y el producto analizado fue el de cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro; en consecuencia, el análisis del objeto o efecto de la conducta anticompetitiva determinada correspondió a dichas características.

En relación al **efecto de un posible desplazamiento indebido** de **CNP** en el mercado relevante definido por la RA 94/2018, **CBN** señala que tomó en cuenta, para su análisis, todo el conjunto de información presentado por **CNP** bajo la premisa de "*(...) que los calibres diferentes de presentación no constituyen en realidad productos diferentes ya que el contenido es el mismo (...)*", afirmaciones que no son del todo correctas, puesto que según lo indicado en la RA 94/2018 de forma clara se estableció que el mercado producto es la

cerveza a nivel de Distribución Secundaria, identificando el posible establecimiento de distintos precios en el caso particular de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro" que[45]:

> En consecuencia, se concluye que las cervezas adquiridas por los distribuidores y comercializadas por los PDV en el mercado geográfico definido, reúnen las mismas características de calidad y presentación, toda vez que ambas se encuentran en presentaciones de 1 L; así como, el líquido contenido e información del producto, en ambas, corresponde a la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro de CBN.

Con base en lo anterior queda absolutamente claro, que la RA 94/2018 identificó a la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro como aquel producto, del total de tipos de cervezas ofertadas según calibre y presentación, en el cual se identificaba una posible conducta anticompetitiva de establecimiento de distintos precios. Así, la AEMP comprobó que la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro, denominada por **CBN** como Araceli y Champañera, reunían las mismas características de calidad y presentación, por lo tanto eran un mismo producto, en consecuencia el análisis desarrollado en la RA 94/2018 refiere de forma particular a la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro y no así sobre el "total" de productos que señala equivocadamente **CBN**; en ese marco, el análisis de la indicada empresa no incide en los resultados planteados de forma fehaciente en la RA 94/2018, sobre el efecto de desplazamiento de **CNP**, debido a los siguientes factores:

i) Las decisiones gerenciales de **CNP** no son objeto de investigación del presente análisis por lo que no fueron ni serán valoradas.

ii) El análisis del comportamiento de las ventas "totales" de **CNP** que según **CBN** corresponden al perfil observado en gestiones anteriores, omite totalmente llevar a cabo un contraste de dichos datos con los de la empresa denunciada en lo que corresponde a la cerveza de 1 Litro, calibre comparable entre ambas empresas.

iii) No corresponde a **CBN** observar las acciones gerenciales tomadas por **CNP**, cuestión que difiere del análisis desarrollado en la RA 94/2018, toda vez que cuando se determinó el probable efecto del desplazamiento de **CNP** en el mercado relevante definido, la indicada Resolución demostró esa posible situación a través del análisis de la evolución de las ventas (expresada en litros) de cerveza Pilsener de 1 Litro en el departamento de Potosí[46], tanto de la empresa **CBN** (en aumento) como de **CNP** (en disminución)

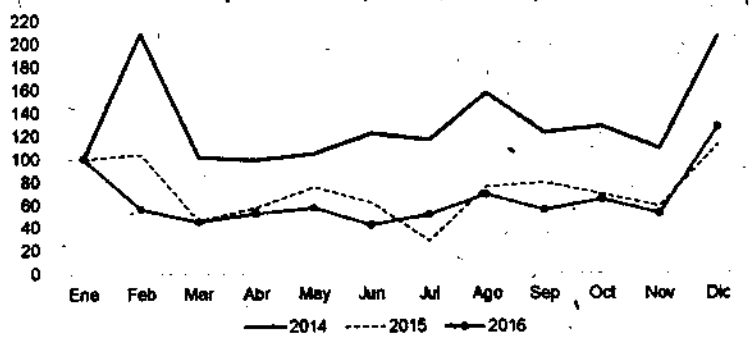
Por último, sobre el gráfico de "Evolución de ventas totales de cerveza Pilsener de la CNP", periodo 2014-2016, presentado por **CBN**, esta Autoridad elaboró el mismo gráfico con las mismas características, utilizando como base de datos la información proporcionada por **CNP** durante las diligencias preliminares[47] y el resultado fue el siguiente:

[45] RA 94/2018. p. 82.

[46] Análisis que se encuentra expuesto en el Gráfico N° 2, página 97 de la RA 94/2018

[47] Memorial de **CNP** presentado en fecha 20 de diciembre de 2017. Punto 12.

Evolución de las ventas totales (Litros) de la cerveza Pilsener de la CNP de las gestiones 2014-2016
(En índice, enero =100)

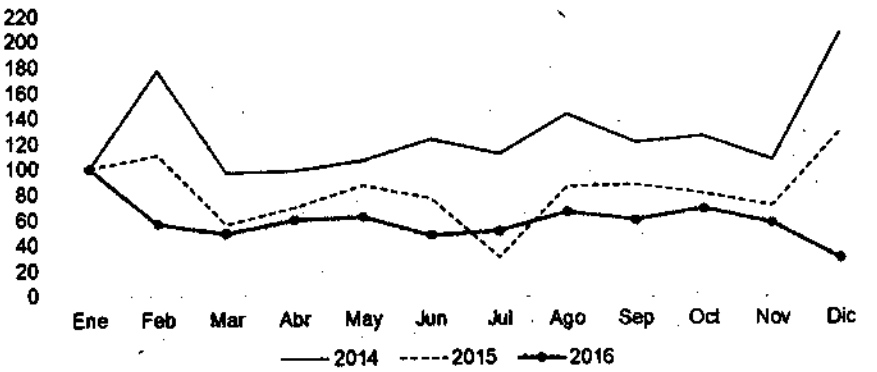


Fuente: Memorial de CNP de fecha 20 de diciembre de 2017. Punto 12.
Elaborado: AEMP/DTDCDN/UAE

Del gráfico anterior, se puede observar de forma clara y contundente que el comportamiento de las ventas totales de **CNP** para la gestión 2016 no corresponde de ninguna manera al comportamiento de las gestiones 2015 y ni mucho menos a la del año 2014, además, el 2016 se advierte la disminución de las ventas totales respecto al 2014. Por tanto, la utilización de un índice para verificar las fluctuaciones en las cantidades vendidas de todos los calibres y tipos de cerveza de **CNP**, no reflejan la realidad comercial de dicha empresa.

Por otro lado, como ya se explicó en los párrafos precedentes, la investigación se concentró en la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro, tomando en cuenta que es también el principal calibre vendido en el departamento de Potosí por parte de la empresa **CNP** (61 % en volumen, el 2016), de esta manera, se procedió a graficar el comportamiento de la cerveza de 1 litro de CNP, de tal manera de replicar el gráfico elaborado por **CBN**, obteniéndose lo siguiente:

Evolución de las ventas (Litros) de la cerveza de 1L de CNP, gestiones 2014-2016
(En índice, enero =100)

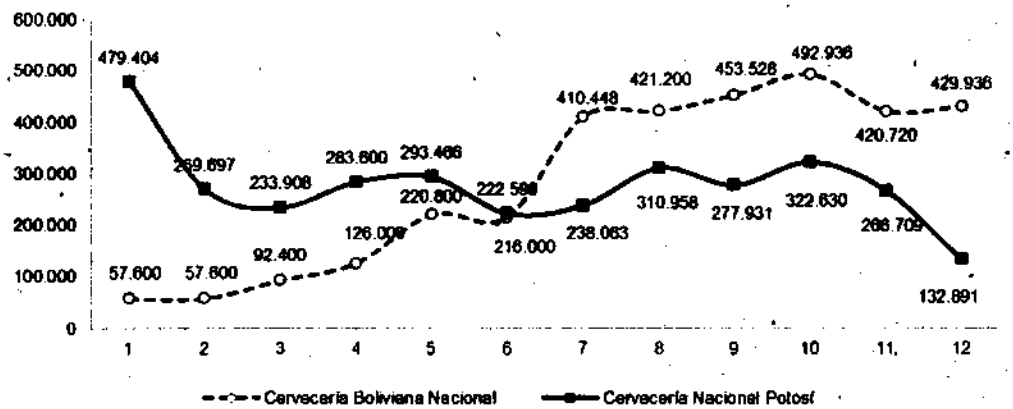


Fuente: Memorial de **CNP** de fecha 20 de diciembre de 2017. Punto 12.
Elaborado: AEMP/DTDCDN/UAE

Como se observa en el gráfico anterior, la disminución de las ventas de la cerveza de 1 litro de **CNP**, durante el periodo 2014-2016, es aún más notoria. El año 2016, la tendencia de las ventas es a la baja, además que dicho comportamiento no es para nada comparable con el 2015 y muchos menos con el 2014.

De acuerdo al último gráfico expuesto, el impacto de las políticas comerciales de precios aplicadas por **CBN** tuvieron su principal repercusión sobre las ventas de la cerveza de 1 litro de **CNP**, principal competidor de **CBN** en el departamento de Potosí. Esto último, como se observó en el **Gráfico Nº 2** de la **RA 94/2018,** replicado a continuación, tienen tendencias opuestas, concordantes con lo sucedido durante la gestión 2016:

Evolución de la venta de cerveza Pilsener de 1 Litro Pilsener en el departamento de Potosí, Expresado en litros
Periodo: 2016



Fuente: RA 94/2018, Gráfico Nº 2, pp. 96-97. AEMP con base a datos de CBN y CNP.

Por todo lo mencionado anteriormente, se tiene que el análisis realizado por **CBN** respecto al inexistente efecto de desplazamiento de **CNP** en el mercado relevante definido, no incide en el análisis desarrollado por la RA 94/2018 debido a que no contrasta ni desvirtúa las conclusiones arribadas en el mencionado acto administrativo, puesto que en definitiva existió una clara disminución del volumen de ventas de **CNP** en el departamento de Potosí.

Sobre las ganancias en eficiencia

En relación a las **ganancias en eficiencia,** la empresa **CBN** señala lo siguiente:

> ***197.*** *Adicionalmente hacemos notar que la supuesta conducta atribuida a CBN no ha creado ningún efecto negativo en el mercado. Al contrario, conforme indicó durante toda la etapa de Diligencias Preliminares, la introducción de la Cerveza Paceña*

Champañera en el mercado de Potosí ha creado sustanciales ganancias en eficiencia.

En el **párrafo 198 CBN** hace referencia al artículo 12, parágrafo II del D.S. N° 29519 respecto a las ganancias en eficiencia, seguidamente afirma lo siguiente:

> **199.** *La introducción de la Paceña Champañera en el mercado de Potosí, es por sí misma una ganancia de eficiencia expresamente establecido en el artículo citado, que ha sido acreditada por CBN en el presente procedimiento. La Paceña Champañera ha incrementado la oferta y reducido los precios de la cerveza en Potosí, incidiendo favorablemente en el proceso de competencia y aportando al bienestar del consumidor Potosino.*
>
> **200.** *En forma adicional, el impacto positivo de que CBN haya introducido este nuevo producto en el mercado de Potosí, además se revela en que CNP de forma posterior ha introducido también un nuevo producto, la "Yapadita" (ver: Respuesta al Memorial de 28 de octubre). La cerveza "Yapadita", contiene 1.25L, siendo mucho más barata que la Paceña Litro Champañera, ya que de acuerdo a publicaciones de prensa y declaraciones de la misma empresa CNP definió el precio de la "Yapadita" en Bs. 14 para las agencias (lo que equivale a Bs. 11,20 por litro), siendo este producto más de un 25% (veinticinco por ciento) más económico que la Paceña Litro Champañera, la cual tiene un precio sugerido al consumidor de Bs. 15.*
>
> **201.** *La introducción de nuevos productos, demuestran que el mercado de Potosí es un mercado altamente competitivo, donde las innovaciones que realizan las empresas se traducen en ganancias de eficiencia que inciden favorablemente en el proceso de competencia beneficiando a los consumidores del mercado de Potosí, que ahora tienen, al menos, dos nuevos productos con precios competitivos.*
>
> **202.** *Otro elemento que valida las ganancias de eficiencia a las que se hace mención es el incremento de la oferta disponible de producto para el consumidor final, ya que como muestran los datos provistos tanto por la CNP como por la CBN, los niveles de producción destinados al departamento de Potosí, en la gestión 2016, muestran un considerable aumento respecto a la gestión 2015 (8,16%) permitiendo que los consumidores enfrenten una oferta similar a la observada en la gestión 2014.*

PRODUCCION TOTAL DE CERVEZA PARA EL MERCADO DE POTOSÍ (en hectolitros)			
	CBN (1)	*CNP (2)*	*TOTAL*
2014	*80.281,0*	*61.090,5*	*141.371,5*
2015	*74.221,1*	*55.130,7*	*129.351,8*
2016	*84.574,0*	*55.334,4*	*139.908,4*

(1) Información proveniente de la prueba 16 presentada por la CNP en las Diligencias Preliminares.
(2) Información proveniente de la prueba 16 presentada por la CNP en los Requerimientos Complementarios.

En relación a lo anterior, **CBN** señala que habría introducido un nuevo producto y por tanto habría generado ganancias en eficiencia; sin embargo, la misma no pasa de una simple afirmación debido a que en el desarrollo del procedimiento no ha demostrado cuál habría

sido el nuevo producto al que refiere; por el contrario, la RA 94/2018, con base a la información remitida por la misma empresa ha establecido que la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro denominada por **CBN** como Aracely y Champañera presentan iguales características físicas y técnicas[48], que fueron ya identificadas en la RA 94/2018 (páginas 81-82):

i) Cerveza Lager tipo Pilsener de color dorado tenue, espuma blanca y destacable.
ii) Mismo calibre de 1000 cc.
iii) El mismo código de barras 7776-8254.
iv) Misma etiqueta de Paceña Pilsener.

No obstante el listado anterior, existe una diferencia en cuanto a la forma de la botella siendo la Aracely con hombros y la Champañera sin hombros, pero que en definitiva no determina una diferencia entre ambas suficiente para considerarlas como productos distintos. Al respecto, es relevante establecer, desde el punto de vista del análisis realizado de discriminación de precios, que los casos identificados corresponden al periodo marzo-diciembre de 2016, cuando únicamente la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro, denominada por **CBN** como Champañera, era ofrecida; por tanto, no se trata de la introducción de un nuevo producto.

Por otra parte, llama la atención de esta Autoridad cuando **CBN** afirma que "*La introducción de nuevos productos demuestran que el mercado de Potosí es un mercado altamente competitivo, donde las innovaciones que realizan las empresas se traducen en ganancias en eficiencia (...)*", toda vez que se hace referencia a "innovaciones" mismas que no fueron acreditadas por **CBN.** Al respecto, no puede ser considerada innovación la forma de una botella (con hombros/sin hombros) siendo que contiene un mismo líquido, nótese que según el artículo 12, parágrafo II del Decreto Supremo N° 29519, además ésta "innovación" considerada por **CBN** como ganancia en eficiencia, debe demostrar aportaciones netas al bienestar del consumidor. Por tanto, no se identifica una posible innovación al modificar la forma del envase, a lo que se suma que la conducta investigada de establecimiento de distintos precios al corresponder a los meses de marzo a diciembre de 2016 se refiere a un solo producto: Paceña Pilsener de 1 Litro.

En relación a que el incremento de la oferta disponible del producto para el consumidor sea considerado como ganancia en eficiencia desde el punto de vista de **CBN**, dicha afirmación no corresponde, por las siguientes razones:

i) El simple hecho de incrementar la oferta no se origina con el objetivo de aportar al bienestar del consumidor sino con el objeto de incrementar las ventas, llegar a nuevos mercados, captar nuevos clientes, entre otros;

ii) El incremento de la oferta por parte de **CBN** no obedece a nuevos equipos o nuevos procedimientos que hayan generado una mayor calidad en el producto toda vez que el mismo no fue demostrado como tal, por parte del agente económico,

[48] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 1. Fs. 000843.

iii) En su intento de demostrar las supuestas ganancias en eficiencia, **CBN** omite que el mercado geográfico determinado comprende, además del departamento de Potosí, a los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija.

De acuerdo al análisis precedente, **CBN** no acredita ganancias en eficiencia derivadas de la conducta anticompetitiva relativa identificada por esta Autoridad bajo la figura de la aplicación de distintos precios y los argumentos planteados por dicho agente no se ajustan a las ganancias en eficiencia descritas en el artículo 12 del D.S. N° 29519, además de ser infundadas e insuficientes para desvirtuar las conclusiones a las que se llegó en la RA 94/2018.

12 Respecto a la importación de botellas de la Argentina y el ocultamiento de información

En el **párrafo 203 CBN** hace referencia a la página 121 de la RA 94/2018 relacionada al ocultamiento de la información y a continuación expone lo siguiente:

> **204.** *Al respecto aclaramos a vuestra autoridad que, por un error involuntario, evidentemente no se presentó la información referida a la importación de las botellas de Argentina en fecha 30 de septiembre de 2016, pero esto obedece a un error de buena fe en la preparación de la información, ya que CBN presentó archivos de más de 2.000 (dos mil) ítems de insumos utilizados en su proceso de producción, lo cual obviamente puede conllevar la omisión de algunos de ellos.*
>
> ***205.** CBN jamás tuvo la intención de ocultar ninguna información a vuestra autoridad, de lo contrario jamás habría mencionado la importación de las referidas botellas. En el caso en particular, y como su autoridad podrá apreciar en el **Anexo 22,** CBN importó en la gestión 2016, más de 5,7 millones de botellas desde la Argentina, lo cual se encuentra reflejado en las Pólizas de Importación (DUI's), además de facturas comerciales adjuntas. Se aclara que la información presentada en el Anexo 22, NO constituye la totalidad de las importaciones de botellas efectuadas por CBN, desde Argentina, en la gestión 2016. Eso se debe a que aún nos encontramos en la búsqueda del resto de la información para poder respaldas nuestras cifras; sin embargo, la documentación adjunta representa una importante cantidad de las botellas Champañeras (sin hombros) traídas de Argentina en el año 2016.*
>
> ***206.** En la información señalada precedentemente (Pólizas de Importación y facturas comerciales), su autoridad podrá observar que los precios promedio por botella oscilan entre Bs. 1,34 y 1.45 por unidad. Con ello, los precios de importación de las botellas Champañeras fueron más económicas en más de un 50% con respecto a aquellas adquiridas en el mercado local, lo cual también infirió en el lanzamiento de un nuevo producto (Paceña Champañera de Litro), a un precio más competitivo.*

De la información presentada por **CBN**, se observa que la misma importó 3.263.520 *botellas de vidrio color ámbar usadas de una capacidad de 970 cc*, desde la Argentina a partir del 17 de junio de 2016 al 22 de noviembre de 2016, el mismo que representa el 57 % (3,26/5,7) del total indicado por **CBN,** quien también declara que se encuentra en la búsqueda del resto de información para poder respaldar el total de la cifra reportada. Sobre lo anterior, llama la

atención el calibre reportado por **CBN** (970 cc) en el entendido que la cerveza Paceña Pilsener objeto de investigación es de 1 litro.

Más allá de esta diferencia de 30 cc, entre el calibre importado y el utilizado, el periodo de importación corresponde a junio-diciembre de 2016; sin embargo, los casos en los cuales se identificó una posible conducta de discriminación de precios en la RA 94/2018, corresponden desde mucho antes de marzo-diciembre de 2016, por tanto, la incidencia del volumen importado de alrededor del 50 % de los meses analizados resulta ser limitada respecto a todo el periodo investigado,

Sobre lo expuesto en el párrafo anterior, no se identifica la relación entre un menor o mayor volumen de importación de botellas con el establecimiento de distintos precios de venta de la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro hacia distribuidores de **CBN**; sin embargo, aplicando el siguiente razonamiento: si existe un mayor volumen de botellas importadas a un costo menor entonces se debiera tener un menor costo total de producción, por tanto, el precio de venta también debiera ser menor. Sobre esto último, no existe constancia que este supuesto menor precio se haya aplicado a la totalidad de distribuidores de **CBN.** Según los datos obtenidos de **CBN**, los menores precios fueron aplicados únicamente a aquellos distribuidores que destinaban el producto a Potosí, lo que en definitiva determina el establecimiento de distintos precios a distribuidores ubicados en igualdad de condiciones, que no puede ser justificado por **CBN** con la importación de botellas de la Argentina.

Sobre los últimos argumentos planteados por **CBN**, en su memorial presentado ante la AEMP en fecha 5 de noviembre de 2018, esta complementó su posición señalando lo siguiente:

> *5. En forma adicional, complementamos la información presentada en el Anexo 22 del Memorial de Descargos referida a la importación de botellas Champañeras de la Argentina (**Anexo 1**).*
>
> *6. Asimismo, de conformidad con lo expuesto a lo largo del presente procedimiento y en especial en el punto 206 del Memorial de Descargos de 11 de octubre de 2018, se demostró que los precios promedio por botellas de la cerveza Champañera oscilan entre Bs. 1,34 y Bs 1,45 por unidad. Precios que pueden ser verificados de las pruebas aportadas en el Anexo 22 del Memorial de Descargos y de las pruebas adjuntas al presente (Anexo 1).*
>
> *7. Por otra parte, a efectos de demostrar que el costo de las botellas de la paceña Champañera se encuentran por debajo del costo de las botellas de la paceña Aracelli, adjuntamos las facturas de las botellas de la cerveza paceña Aracelly que evidencian que las botellas paceña litro Aracelli tiene un costo unitario de Bs 4,65 (**Anexo 2**).*
>
> *8. De la información adjunta al presente, (Pólizas de Importación y facturas comerciales), su autoridad podrá verificar que los precios de importación de las botellas Paceña Champañera fueron más económicos y en algunos casos, en más de un 70% (setenta por ciento) con respecto a aquellas adquiridas en el mercado local (botellas paceña Aracelli)*

En relación al objeto de la solicitud inicial de información qué, **CBN** omitió remitir a esta Autoridad, fue conocer el origen de los insumos y materias primas importadas por dicha empresa, de tal manera de ser un elemento dirigido a la definición del mercado relevante producto (sustituibilidad de la oferta), tal y como se detalla en la página 18 de la RA 94/2018:

> Los principales insumos utilizados según la información proporcionada por **CBN**[49] y **CNP**[50] son: cebada, malta, lúpulo, levadura, arrocillo, botellas de vidrio, latas y tapas de aluminio, casilleros plásticos, tapa coronas, cajas de cartón, etiquetas, cloruro de calcio, soda caustica, entre otros; los mismos que se encuentran disponibles en el mercado nacional e internacional.

De acuerdo a lo indicado en el párrafo anterior, **CBN** en su momento no incluyó el origen de las botellas de vidrio, para luego determinar su inclusión, argumentando un error por el número de ítems de insumos (2.000 según **CBN**) que debieron ser remitidos en el requerimiento inicial de información realizado por esta Autoridad (Autor de Diligencias Preliminares, punto 28).

Por otra parte, de la información adicional presentada por **CBN** (**Anexo Nº 22** del memorial de 11 de octubre de 2018 y **Anexo Nº 1** del memorial de 5 de noviembre de 2018), se tiene que la misma importó un monto de 405.600 botellas desde la Argentina, entre el 22 y 28 de septiembre de 2016, reportando un total de 3.669.120 botellas, es decir, el 64,37 % respecto a los 5,7 millones de botellas que afirmó haber importado; lo anterior, establece una cantidad menor (35,63 %), entre ambos datos proporcionados a esta Autoridad.

De acuerdo a lo expuesto por **CBN**, no se encuentra una conexión entre el mayor o menor volumen importado de botellas y su incidencia en el costo final de la cerveza de Paceña Pilsener de 1 Litro, pueda ser un determinante para que el precio de venta de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro a distribuidores de cerveza en los C+D de Oruro-Huari, Oruro y Tarija, haya tenido valores distintos. Es decir, el supuesto menor costo de las botellas importadas desde la Argentina debiera haber definido una disminución homogénea del precio de la cerveza para **todos los distribuidores** y no así para un grupo determinado de estos sin que medie un criterio económico que lo justifique.

Respecto al ocultamiento de información, a manera de antecedente, **CBN** a través del memorial presentado en fecha 30 de junio de 2017, en atención al punto 28 del anexo del Auto Administrativo emitido por la AEMP que dispuso el inicio de diligencias preliminares en el presente caso, remitió el detalle de materias primas e insumos importados durante la gestión 2016, dentro los cuales no se encontraban botellas que provengan de la Argentina; posteriormente, a partir de lo señalado en los párrafos 56 y 57 del memorial que presentó en fecha 14 de marzo de 2018, se evidenció una supuesta importación de botellas adquiridas de Argentina durante la gestión 2016, cuyo reducido precio de adquisición habría aminorado los costos de producción de la cerveza Champañera (cerveza Paceña Pilsener de 1 litro), advirtiéndose de esta declaración un presunto indicio de ocultamiento de información, por lo cual, en la RA 94/2018 se establecieron cargos al respecto.

[49] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 25. Fs. 000489.

[50] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 28. Fs. 000698.

Como resultado del análisis de los argumentos y documentación de descargo presentados por **CBN** en sus memoriales de fecha 11 de octubre y 05 de noviembre de 2018, se ha verificado que **CBN** ha reconocido su omisión de incluir en una primera instancia la información inherente a la importación de botellas de la Argentina cuando atendió el requerimiento de información referente al punto 28 antes mencionado, arguyendo un error de buena fe; para respaldar su afirmación, dicha empresa presentó documentación que acredita la efectiva importación de botellas por **CBN** durante los meses de junio y siguientes de la gestión 2016, aunque no en la cuantía que señaló.

En ese contexto e independientemente del análisis que mereció la referida documentación de importación en el punto 11 del considerando de valoración técnica y jurídica de descargos de la presente resolución, cabe resaltar que, si la intención de **CBN** hubiera sido ocultar la información relacionada a la importación de botellas provenientes de Argentina, producida el año 2016, no la hubiera dado a conocer a la AEMP a través de los párrafos 56 y 57 del memorial de fecha 14 de marzo de 2018, sin embargo, el nombrado agente económico fue quien reveló ese hecho de manera expresa y sustentó documentalmente su realización durante la sustanciación del presente procedimiento sancionatorio, hecho que denota su predisposición de aclarar el aspecto omitido.

Sumado a lo anterior, cabe señalar que la omisión de informar respecto a la importación de botellas de la Argentina, constituye un hecho cuya ocultación no favorecía a **CBN** en el marco de la investigación realizada; toda vez que parte de sus descargos en relación a la conducta prevista en el numeral 10 del artículo 11 del D.S. 29519, se sustenta en la importación de botellas.

En este sentido y considerando que la importación de botellas de la Argentina por parte de **CBN**, fue de conocimiento de la AEMP antes del inicio del procedimiento sancionador iniciado en su contra, no existen elementos suficientes que permitan la aplicación del artículo 39, numeral 4 del Reglamento de Regulación de la Competencia en el Marco del Decreto Supremo N° 29519, aprobado por Resolución Ministerial N° 190, en lo correspondiente al ocultamiento de información, más aun cuando la información fue dada a conocer por la propia empresa y la misma no le ha servido para obtener ventaja alguna en su favor respecto a los hechos investigados.

En consecuencia, los argumentos y documentación de descargo que **CBN** presentó al cargo por presunto ocultamiento de información establecido en su contra a través de la RA 94/2018, han desvirtuado los indicios advertidos al respecto, consiguientemente, no corresponde la imposición de la multa prevista en el artículo 39 numeral 4, del reglamento aprobado por la Resolución Ministerial N° 190.

13 Respecto a la distorsión de la información

En el párrafo 207 **CBN** se limita a exponer la RA 94/2018 relacionada a la distorsión de la información, seguidamente afirma:

> ***208.*** *En este punto, CBN se limitó a aclarar que los relevamientos manuales que efectúan sus Ejecutivos de Ventas, se realizan de manera eventual y como un tipo de*

muestreo de los precios a los cuales los consumidores finales adquieren sus productos, lo cual bajo ninguna circunstancia puede entenderse como una distorsión de la información.

***209.** CBN únicamente tiene como referencia los precios a los cuales facturan sus productos a sus clientes (Distribuidores o Puntos de Venta); sin embargo, NO puede, bajo ningún concepto, fijar los precios a los consumidores finales. En tal sentido, eventualmente nuestro equipo de ventas hace relevamientos en el mercado, para analizar los precios sugeridos. En tal sentido, resulta evidente que realizar una aclaración respecto a la temporalidad de los relevamientos de Precios Sugeridos, NO constituye ninguna distorsión de la información.*

CBN, respecto a este punto, se limita a señalar que los relevamientos manuales, de precios, que efectúan sus ejecutivos de ventas se realizan de manera eventual y como un tipo de muestreo y que bajo ninguna circunstancia puede entenderse como una distorsión de la información, aspectos que no tienen relación con lo señalado por la RA 94/2018 que establece que[51]:

(...)

- *Cuando se solicitó a **CBN** complementar el Punto 18 del Anexo al Auto de Inicio de Diligencias Preliminares, se observó que la información de los productos detallados en el siguiente cuadro (Cervezas Araceli y Champañera) ya no fueron incluidos por **CBN**[53], las referencias al Punto 18 de los requerimientos realizados por esta Autoridad se muestran en las anteriores impresiones de pantalla.*

  *La modificación advertida en la remisión de información proporcionada por **CBN** respecto a los precios sugeridos a los puntos de venta (PDV) en dos momentos, en específico de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro denominada por aquella como "Araceli" o "Champañera" representan indicios de una posible distorsión de información por parte de **CBN.***

En ese marco, la RA 94/2018 determina de forma clara que hubieron dos momentos en los que **CBN** presentó información modificada respecto al citado Punto 18 relativo a precios sugeridos de productos de **CBN** solicitado a través del Auto de Inicio de Diligencias Preliminares de 18 de mayo de 2017; es decir, en un **primer momento**[52] presentó información que contemplaba precios sugeridos de venta para las cervezas denominadas por éste como **Araceli y Champañera**; ante un requerimiento de ampliación de información, en un **segundo momento**[53] **CBN** volvió a presentar la información de precios sugeridos para sus productos pero esta vez, omitió los precios sugeridos para los dos tipos de cerveza antes señalados, por lo que se llegó a la conclusión de que este acto representaba indicio de una posible distorsión de información.

[51] RA 94/2018. p. 109.

[52] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 18.

[53] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 18.

En cuanto a lo alegado en este punto por **CBN** en sus puntos 208 y 209, corresponde inicialmente tener presente que **la aclaración referente a la temporalidad de los relevamientos de precios sugeridos**, constituye un argumento que **CBN** realizó durante la etapa de diligencias preliminares previas al inicio del presente procedimiento sancionador, concretamente para justificar su impedimento de presentar información mensual en cuanto a precios sugeridos a los PDV en general y no para explicar la eliminación de los precios correspondientes a los códigos 1361 (PACEÑA PILSENER RET X12 1LITRO) y 11081 (PACENA PILSENER RET X12 1000 S/H Champañera) en la información complementaria remitida en fecha 26 de septiembre de 2017, así se advierte del texto denominado **Complementación Prueba 18,** contenido en el CD adjunto a su memorial presentado en fecha 29 de diciembre de 2017[54].

En ese mismo texto **CBN** afirmó expresamente que *"actualmente solamente contamos con la información promedio anual que ya hemos proporcionado a la AEMP"*, lo que evidencia que la información presentada tanto en fecha 30 de junio de 2017 como el 26 de septiembre de 2017, no correspondía a relevamientos manuales ni temporales como ahora aduce, lo cual evidentemente no es cierto ya que al manejar información promedio anual, los datos de un par de ítems no pueden desaparecer de un momento al otro, sino que estos son actualizados constantemente y de no haber sido actualizada la información de estos dos ítems, debió habérsela mantenido como estaba y no distorsionarla. Consiguientemente, el argumento de **CBN**, de pretender justificar la distorsión de información advertida en la temporalidad de los citados relevamientos o en el hecho de que los mismos fueron descartados, resulta insuficiente para desvirtuar los indicios establecidos al respecto en la RA 94/2018.

Por otro lado, es necesario enfatizar que el hecho que dio lugar al segundo momento identificado precedentemente, fue una solicitud de "complementación" para que la información remitida en relación al punto 18 del Anexo del Auto Administrativo de fecha 18 de mayo de 2017, contemple los precios sugeridos de todos los productos de **CBN** (no solo de algunos como remitió en el primer momento referido); por lo que, no existía la necesidad, ni obligación alguna de eliminar datos en la información inicialmente proporcionada a la AEMP, ni de efectuar un relevamiento de precios como aduce **CBN**; constituyendo además un argumento notoriamente infundado la realización de relevamientos de precios sugeridos en la gestión 2017, cuando el período respecto al cual se pidió la información requerida comprendía la gestión 2016, es decir de hace un año atrás, lo cual no implicaba tarea adicional alguna.

CBN conocía que el producto a partir del cual **CNP** presentó denuncia en su contra y respecto al cual se había iniciado la investigación de conductas anticompetitivas, era la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro (indistintamente de su denominación Aracely o Champañera). Pese a esto, **decidió excluirlo de la información entregada a la AEMP en el segundo momento antes mencionado, precisamente la información faltante son las dos filas relativas a los precios sugeridos de dicho producto**, código 1361 (PACEÑA PILSENER RET X12 1LITRO) y código 11081 (PACENA PILSENER RET X12 1000 S/H Champañera).

[54] Memorial de CBN cursante a foja 1322 a 1323 de antecedentes.

Habiendo excluido la citada información, en el punto 10 de su memorial de fecha 26 de septiembre de 2017, afirmó expresamente que la documentación que adjuntaba, específicamente en relación a la prueba 18, consistía en *"Evolución de precio sugerido a los PDV, por marca, planta de producción y destino de venta* ***de sus 26 productos"*** (énfasis agregado), denotando que la información entregada en ese segundo momento se encontrara completa, pretendiendo de esa manera que la AEMP fundamente su análisis en la información distorsionada que presentó.

Sumado a lo anterior, debe tenerse presente que el cuadro remitido por **CBN** en el segundo momento referido, contiene una nota al pie que indica:

> *"(...) Asimismo, los productos que no tienen precio determinado en las tablas anteriores corresponden a importaciones extraordinarias o importaciones/producciones locales discontinuas.*
>
> *En respuesta a su requerimiento, la presente lista de precios corresponde a los 26 productos enunciados en la prueba 1."*

Respecto a la citada aclaración que **CBN** hace en su nota al pie, cabe señalar que el producto Paceña Pilsener de 1 litro (Aracely o Champañera), consignado inicialmente en dos filas, no aparecía. Por lo que mal se podría asumir que este producto correspondía a importaciones extraordinarias o importaciones/producciones locales discontinuas, siendo evidente que la información correspondiente a dicho producto había sido eliminada. Este hecho, incluso podría dar lugar a entender que, en el segundo momento referido, la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro (Aracely o Champañera) no era reconocida por dicho agente económico como uno de sus productos, lo cual distorsionaría aún más los hechos que fueron sometidos a investigación.

Al respecto, es necesario señalar también que durante la exposición que efectuó **CBN** en la audiencia de alegatos realizada en fecha 13 de noviembre de 2018, en relación a la distorsión de información señaló: *"...Se realizan de manera eventual relevamientos de información.* ***No existe ninguna obligación legal de conservar dicha información"***[55], aseveración que si bien ratifica sus descargos iniciales, introduce un nuevo elemento referente a la presunta falta de obligación de conservar la información requerida; ante ello, corresponde señalar que, al igual que sus argumentos anteriores, este también carece de sustento, pues del cotejo realizado de la información parcial de precios sugeridos de algunos de sus productos que inicialmente presentó **CBN** (30 de junio de 2017) y de la información complementaria presentada en fecha 26 de septiembre de 2017 respecto al total de sus productos, se aprecia que la información de los otros productos PILSENER 620 LA PAZ, HUARI 620, TAQUINA EXPORT 620, DUCAL 350, IMPERIAL 620 Y CORONA 355CC BOTELLA X24 enviada en fecha 30 de junio de 2017, de manera contradictoria a lo señalado fue conservada y se mantuvo incólume, habiéndose solamente variado el orden de su presentación, considerando la exclusión de las dos filas suprimidas, aspecto que demuestra que CBN, conservó la información inicialmente remitida a la AEMP, excepto en relación a los

[55] Aseveración contenida en la antepenúltima página de las diapositivas utilizadas por CBN en su exposición de alegatos y cuya copia fueron entregadas por sus abogados a la AEMP al concluir la audiencia de fecha 13/11/2018.

precios establecidos en las filas correspondientes a los códigos 1361 (PACEÑA PILSENER RET X12 1LITRO) y 11081 (PACENA PILSENER RET X12 1000 S/H Champañera) que coincidentemente fueron objeto de investigación y procesamiento.

En ese sentido, al ser evidente que el requerimiento de información referido (punto 18 del Anexo de 18/05/2017), versó puntualmente sobre precios sugeridos a los PDV por marca, planta de producción y departamento de destino, el hecho alegado como descargo por **CBN** es infundado y no justifica la distorsión de información acaecida durante la investigación iniciada (primer y segundo momento identificados).

Por lo expuesto, y con base a la información con la que se cuenta, los indicios de la presunta distorsión de información referidos no fueron desvirtuados por la indicada empresa, por lo que el análisis desarrollado en la RA 94/2018 se mantiene.

14 Respecto a los Anexos

El memorial presentado en fecha 11 de octubre de 2018 adjunta, según **CBN**, documentación de descargo a lo afirmado en la RA 94/2018, dicha documentación se halla dispuesta en 22 Anexos, los cuales fueron analizados en función al apoyo a las fundamentaciones realizadas por **CBN** en su momento, según el siguiente detalle:

Anexos 1 Resolución Jerárquica MDPyEP N° 003/2017

Corresponden a la Resolución Jerárquica MDPyEP N° 003/2017, emitida por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, respecto a la cual ya se efectuó el análisis respectivo en el apartado "Respecto a violaciones al debido proceso" del presente Considerando (parágrafos 13-17 del memorial de **CBN** recibido el 11 de octubre de 2018).

Anexo 2: Amparo en revisión 70/2014, de Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V.

Sobre el particular, el indicado documento hace referencia al caso de una empresa de telecomunicaciones, en el cual no se desarrolla con precisión cual sería la causal de la improcedencia del caso, al respecto, **CBN** no presenta mayor detalle. Como resultado del análisis lo referido por el documento citado no se enmarca dentro del presente caso ni contribuye al análisis realizado, puesto que no representa ningún argumento concreto. Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Respecto a las prácticas anticompetitivas relativas: sobre la regla de la razón" (párrafo 31 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 3: Amparo en revisión 46/2014, de Avícola Pilgrim's Pride de México, S.A. de C.V.

Sobre el particular, el indicado documento hace referencia al caso de una empresa avícola, cuyo análisis de restricciones verticales se sustenta en una ley que a la fecha fue abrogada, pese a ello y como resultado de la revisión efectuada se pudo determinar que: el mismo no contribuyó al análisis del presente caso y que además las conductas tipificadas no coinciden con las analizadas en el presente caso. Su contenido se encuentra valorado en el acápite

"Respecto a las prácticas anticompetitivas relativas: sobre la regla de la razón" (párrafo 32 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 4: Comunicación de la Comisión Europea relativa a la definición del mercado relevante

Los puntos 8 y 9 del indicado documento definen al mercado geográfico como el lugar donde realizan sus actividades de suministro de producto y de prestación de los servicios de referencia y donde se examina una cuestión de competencia combinando el mercado producto y el mercado geográfico. Este aspecto corrobora que el mercado geográfico incluye los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija y el departamento de Potosí debido a que existe un flujo comercial desde los C+D hacia el departamento de Potosí en la que la empresa **CBN** influye a través de la ejecución de sus prácticas anticompetitivas.

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Respecto a la determinación del mercado relevante" (párrafos 35-36 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 5: Comisión Federal de Competencia Económica. Amparos en Revisión.

Refiere a la definición conceptual del mercado relevante que no está establecido en la ley ni en el reglamento mexicano de competencia y que proviene de preceptos válidos para la realidad de un país en concreto pero que no pueden ser objeto de análisis por parte de esta Autoridad toda vez que **CBN** no establece la incidencia de la indicada definición sobre el análisis desarrollado en la RA 94/2018.

Su contenido se encuentra valorado entre en el acápite "Respecto a la determinación del mercado relevante" (párrafo 37 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 6: El informe N° 0035-2004

El citado informe refiere al caso peruano de una empresa de ferrocarriles, de la cual **CBN** extrajo un párrafo, de la revisión efectuada no se tiene el documento completo por lo que se desconoce detalles que podrían contribuir al análisis; además se observa que las conductas tipificadas en el caso propuesto, no corresponden a las analizadas en el presente caso.

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Respecto a la determinación del mercado relevante" (párrafo 38 del memorial de **CBN** de fecha 11 de octubre de 2018).

Anexo 7: Expediente D25-2004

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre los precedentes" (párrafo 64 del memorial de **CBN** de fecha 11 de octubre de 2018).

Anexo 8: "Competencia" Francisco Gonzales de Cossío. pp. 432

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre las declaraciones presentadas por CNP" (párrafos 108-109 del memorial de **CBN** de fecha 11 de octubre de 2018).

Anexo 9: Sentencia Constitucional Plurinacional 1112/2013 y Anexo 10: Sentencia Constitucional Plurinacional 0235/2015-S1

En virtud a que el acápite denominado: "Sobre las pruebas presentadas por CBN", contenido en el punto 10 del presente considerando, se ha demostrado la inexistencia de una presunta vulneración al debido proceso y al principio de igualdad procesal en cuanto a la valoración de la prueba, la jurisprudencia contenida en las sentencias constitucionales presentadas por **CBN** resulta inaplicable en el presente caso, al no advertirse la concurrencia de situaciones fácticas análogas entre el presente caso y los resueltos en dichos fallos, que ameriten su consideración.

Anexo 11: Acta de Intervención Notarial

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre la prueba de reciente obtención" (párrafo 130 del memorial de CBN de fecha 11 de octubre de 2018).

Anexo 12: Declaración notariada de la Sra. Carol Claure Casablanca

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre la prueba de reciente obtención" (párrafo 132 del memorial de **CBN** de fecha 11 de octubre de 2018).

Anexo 13: Competencia "Francisco Gonzales de Cossio" pp. 424

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre los efectos exclusorios" (párrafo 135 del memorial de **CBN** de fecha 11 de octubre de 2018).

Anexo 14: Consideración del profesor Alfredo Bullard

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre los efectos exclusorios" (párrafo 136 del memorial de **CBN** de fecha 11 de octubre de 2018).

Anexo 15: Voto 03-2011 de la Comisión para promover la competencia de Costa Rica

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre ganancias en eficiencia" (párrafo 154 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 16: Cuadro

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre la inexistencia de discriminación de precios" (párrafo 159 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 17: Price Discrimination under EC Competition Law, Geradin y Petit y Anexo 21: Corte Suprema de Justicia de Estados Unidos, caso Volvo Trucks North América Inc. v. Reeder-Simco GMC, Inc.

El artículo 47 de la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo, establece en su parágrafo I que: *"Los hechos relevantes para la decisión de un procedimiento podrán acreditarse por cualquier medio de prueba admisible en derecho".*

El artículo, 147, del Código Procesal Civil de Bolivia, señala en su parágrafo I.: "*La prueba documental será presentada por la parte a quien interesa o cuando la autoridad judicial así lo requiere en los casos en que la Ley o la naturaleza de los hechos lo precisare*".

Asimismo, el mismo Código y artículo en su parágrafo IV, señala: "*Cuando se trate de libros o documentos extensos, la traducción comprenderá sólo aquella parte o partes pertinentes al objeto del proceso*"; y respecto al idioma el artículo 155, parágrafo I, establece: Los documentos deberán presentarse en idioma castellano".

Por lo expuesto, considerando que el texto adjunto en los **Anexos N° 21 y 17** se encuentran en idioma inglés, los mismos no constituyen prueba admisible en derecho en el análisis de los descargos y pruebas.

No obstante, ambos documentos fueron tomados en cuenta en el acápite "Sobre la diferenciación de precios aplicada hacia los distribuidores de CBN" (párrafo 169 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 18: Resolución No. 001-98-INDECOPI-CLC del 09 de enero de 1998

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre la diferenciación de precios aplicada hacia los distribuidores de CBN" (párrafo 171 del memorial de CBN de 11 de octubre de 2018).

Anexo 19: TDLC Sentencia N° 107/2010. Considerandos Vigésimo Noveno a Trigésimo Segundo

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre la diferenciación de precios aplicada hacia los distribuidores de CBN" (párrafo 172 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 20: Corte de Justicia de la Unión Europea, Nils Wahl, en sus conclusiones sobre el asunto C-525/16

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre los efectos contrarios a la libre competencia" (párrafo 187 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 21: Corte Suprema de Justicia de Estados Unidos, caso Volvo Trucks North América Inc. v. Reeder-Simco GMC, Inc.

Véase el análisis realizado en el punto 14.16 anterior.

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre los efectos contrarios a la libre competencia" (párrafo 188 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018).

Anexo 22: Información sobre la importación de las botellas

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Respecto a la importación de botellas de la Argentina y el ocultamiento de información" (párrafos 204-206 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018 y párrafos 5-8 del memorial de **CBN** de 5 de noviembre de 2018).

El memorial presentado en fecha 5 de noviembre de 2018, a criterio de **CBN**, ratifica el memorial del 11 de octubre de 2018 y adjunta nueva documentación que se encuentra dispuesta en tres (3) anexos, los cuales fueron analizados en función al apoyo a las fundamentaciones realizadas por **CBN** en su momento, según el siguiente detalle:

Anexo 1: Póliza de importación de botellas Champañeras de la Argentina

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Respecto a la importación de botellas de la Argentina y el ocultamiento de información" (párrafo 5 del memorial de **CBN** de 5 de noviembre de 2018).

Anexo 2: Facturas de las botellas de la cerveza paceña Aracelli

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Respecto a la importación de botellas de la Argentina y el ocultamiento de información" (párrafo 7 del memorial de **CBN** de 5 de noviembre de 2018).

Anexo 3: Acta de Verificación Notarial de fecha 3 de noviembre de 2018

Su contenido se encuentra valorado en el acápite "Sobre el precio" (párrafo 10 del memorial de **CBN** de 5 de noviembre de 2018).

CONSIDERANDO: (Alegatos)

Que, habiéndose señalado audiencia pública en fecha 13 de noviembre de 2018, a horas 09:30, para que las partes expongan sus alegatos, cabe señalar que durante la realización de dicho acto tanto la empresa **CBN** como la empresa **CNP** expusieron sus alegatos, ratificándose en sus argumentos y documentación aportada, suscribiendo la respectiva acta una vez finalizada la audiencia.

Mediante memoriales de fecha 13 y 14 de noviembre de 2018, **CNP** presenta en documento físico los alegatos expuestos en la audiencia de 13 de noviembre. A través del citado memorial, **CNP** revalida los argumentos planteados en memoriales anteriores. A continuación se extraen aquellos argumentos técnicos que sostienen su posición inicial:

Incongruencias en los descargos de CBN

a. Sobre la producción vs ventas reportadas por CNP[56]

CNP señala lo siguiente:

[56] Memorial de Alegatos presentado por **CNP** en fecha 13 de noviembre de 2018, p. 16.

CBN, en los puntos 82 y 83 de su memorial de descargos, indica que **CNP** ha presentado información a la AEMP en la cual existe una diferencia sustancial entre la producción y las ventas reportadas manteniendo un stock de 28% por año. Asimismo **CBN** presenta el siguiente cuadro para respaldar sus afirmaciones de que **CNP** almacena un 28% de su producción anual en stock. Al respecto, **CNP** desconoce el origen de los datos de la columna 5 y la forma de cálculo ya que ésta no corresponde a los documentos presentados por la empresa, siendo la misma falsa por lo que esta debe ser rechazada sobre tablas.

PRODUCCIÓN Y VENTAS (EN HECTOLITROS) PARA EL DEPARTAMENTO DE POTOSÍ								
	VENTAS CBN EN EL MERCADO DE POTOSÍ			PRODUCCIÓN Y VENTAS REPORTADAS POR CNP			TOTALES	
	Columna 1	Columna 2	Columna 3	Columna 4	Columna 5	Columna 6	Columna 7	
	Potosí Ciudad (1)	Potosí Provincias (1)	Potosí Ciudad + Provincias (Columna 1 + Columna 2)	Producción Reportada Diligencias Preliminares (2)	Producción Reportada Requerimiento Complementario (3)	Ventas/Cap. Instalada (4)	Ventas Totales en Potosí	Participación Ventas en Potosí (Ciudad + Provincias) de CBN sobre Ventas Totales de CBN y CNP en Potosí
2014	36.714,1	43.566,9	80.281,0	61.090,5	78.234,5	60.673,0	140.954,1	57,0%
2015	33.181,0	41.040,1	74.221,1	55.130,7	70.543,6	54.863,2	129.084,3	57,5%
2016	41.562,7	43.011,2	84.574,0	55.334,4	71.240,1	55.628,2	140.202,2	60,3%

Fuente: cuadro punto 83 del memorial de descargos presentado en fecha 11 de octubre de 2018.

La información presentada por **CNP** puede ser verificada en el expediente de la AEMP y contrastada con este cuadro de **CBN**:

COMPARACION PRODUCCION - VENTAS

ENERO A DICIEMBRE 2014-2016

MES	2014		2015		2016	
	PRODUCCION	VENTAS	PRODUCCION	VENTAS	PRODUCCION	VENTAS
TOTAL ENE-DIC	6,109,050.69	6,067,303.87	5,513,067.27	5,486,320.94	5,533,444.00	5,562,824.75
DIF %		0.68%		0.49%		0.53%

Como se puede observar en el cuadro precedente, durante las gestiones 2014, 2015 y 2016 (enero a diciembre), las cifras de producción y ventas de **CNP** apenas tienen una diferencia máxima de 0,68 % en el año 2014, 0,49 % en el año 2015 y -0,53 en el año 2016; tal como se presentó en la información requerida por la AEMP.

Deseamos señalar a su autoridad que **CNP** no cuenta con ambientes que puedan albergar el 28 % de producción anual en stock; lo cierto es que **CBN** no duda en utilizar cualquier argumento falso para justificar la brutal agresión económica efectuada contra **CNP** con el objetivo de desplazarla del mercado a cualquier costo a través de descensos de precios injustificados en el mercado de Potosí.

> Nuevamente observamos la distorsión malintencionada que efectúa **CBN** para confundir a la AEMP, realizando cálculos en base a datos que nadie sabe de dónde surgen.
>
> Lo cierto es que **CNP** presentó el cuadro anterior en las pruebas 16 tanto de Diligencias Preliminares como de Información complementaria.

Asimismo, **CNP** cita el párrafo 82 del memorial de **CBN** de fecha 11 de octubre de 2018 y seguidamente manifiesta lo siguiente:

> Consideramos que las aseveraciones de CBN son temerarias y ofensivas cuando se refieren a la supuesta ineficiencia de la Gerencia de **CNP.** Estas aseveraciones tienen como objetivo principal confundir y distraer la atención de su Autoridad sobre el principal problema objeto de nuestra denuncia que es la continua agresión en precios y otras prácticas anticompetitivas en nuestro mercado natural (Potosí) y áreas de influencia, confirmadas por la misma AEMP en la Resolución de Cargos.

En relación a lo indicado por **CNP** respecto a los párrafos 82 y 83 del memorial de **CBN** de 11 de octubre de 2018, la AEMP tiene a bien señalar que el mismo se encuentra debidamente valorado en la presente resolución, en el acápite correspondiente de "Respecto a la determinación del poder de mercado" al momento de valorar los descargos presentados por **CBN** en el mencionado memorial. Al respecto, se resalta que en el cuadro realizado por **CBN** (párrafo 83), los datos contenidos en la columna 5 no pertenecen a la información presentada por **CNP** en el punto 16 del requerimiento de complementación de información, por lo que no corresponde su valoración. Sobre el párrafo 82, la práctica gerencial no fue objeto del análisis contenido en la RA 94/2018 y tampoco se tiene algún elemento que pueda conectar la presumible realidad financiera y operacional de **CNP** con el caso de investigación y en consecuencia carece de relevancia en el presente caso.

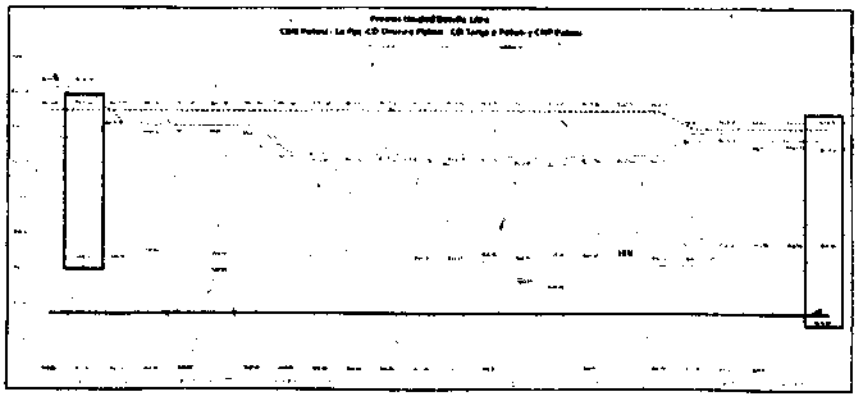
Respecto a la comparación de la producción–ventas de cerveza en el departamento de Potosí, se observa que **CBN** consideró el total de la cerveza producida y vendida, sin embargo, es importante reitérar que el análisis contenido en la RA 94/2018 involucró la cerveza de 1 Litro, por tanto, los resultados ofrecidos no coinciden con los obtenidos por esta Autoridad.

b. Sobre los márgenes de ganancia de los distribuidores de Potosí[57]

Al respecto, **CNP** señala lo siguiente:

> Dentro de esta política de discriminación de precios, los distribuidores de Potosí son los más beneficiados con precios más bajos y márgenes de utilidad más altos, mostrando así una intencionalidad de agresión directa a Cervecería Nacional Potosí.

[57] Memorial de Alegatos presentado por CNP en fecha 13 de noviembre de 2018, p. 18.



VENTA CBN A DISTRIBUIDOR/COMERCIALIZADOR POTOSI - MARZO 2016

	CD-OR-PT	CBN - PO	MARGEN GANANCIA DISTRIBUIDOR		% GANANCIA DISTRIBUIDOR POTOSI VS FABRICA
	Bs/LITRO	Bs/LITRO	Bs/LITRO	Bs/CAJA	
MARGEN DE GANANCIA DIST POTOSI	6.23	14.58	8.35	100.20	134%

NOTA El distribuidor de Potosí gana 34% mas que la misma fabrica

VENTA CBN A DISTRIBUIDOR/COMERCIALIZADOR POTOSI -DICIEMBRE 2016

	CD-OR-PT	CBN - PO	MARGEN GANANCIA DISTRIBUIDOR		% GANANCIA DISTRIBUIDOR POTOSI VS FABRICA
	Bs/LITRO	Bs/LITRO	Bs/LITRO	Bs/CAJA	
MARGEN DE GANANCIA DIST POTOSI	3.49	13.33	9.84	118.08	282%

NOTA El distribuidor de Potosí gana 182% mas que la misma fabrica

Es importante señalar que el margen de ganancia en marzo 2016 para los distribuidores que revende su producto en Potosí, era del 34 %, mismo que incrementó hasta diciembre 2016 a un 182 % neto de ganancia. Con estos datos se ratifica la intencionalidad de desplazar del mercado a **CNP**, a través de la generación de mayores márgenes de ganancia al Distribuidor que se abastece en el C+D Oruro y cuyo producto está destinado a Potosí. (Fuente: RA 94/2018).

Al respecto, el establecimiento de distintos precios de venta se encuentra debidamente analizado a detalle en la RA 94/2018, en la que se pueden advertir 25 casos en los que se cobró precios menores (Bs/caja) a distribuidores con destino al departamento de Potosí (ciudad de provincias) en desmedro de los distribuidores con destino a Sucre y Tarija, todos ellos a partir de los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija.

En ese marco, **CNP** muestra los márgenes de ganancia (gráfico y cuadro adjuntos), que a su criterio, resultan de la venta de cerveza por parte de **CBN** a sus distribuidores/comercializadores en Potosí. En relación al gráfico se tiene que los datos no son legibles, sobre los cuadros se tiene que la primera columna de datos corresponde a la

información analizada en la RA 94/2018[58]; sin embargo, se desconoce la fuente de los datos descritos en las siguientes columnas.

c. Sobre el análisis de CNP respecto al punto 14, página 88 de la RA 94/2018[59]

Respecto a este punto, **CNP** señala lo siguiente:

> Dentro de este marco general se dan casos extremos e inexplicables y demostrados por su Autoridad en la Resolución de Cargos, página 88, numeral 14, en el cual se demuestra que los distribuidores que se abastecen en el C+D de Huari-Oruro y que se dirigen a las Provincias de Potosí facturaron de la siguiente manera: en diciembre de 2016, CBN le facturó al señor Constantino Solíz (cuyo destino son las provincias de Potosí) a **Bs.41,87 por caja**, es decir **3,49 Bs/litro.** Este precio de **3,49 Bs/litro no cubre ni siquiera el ICE** que en el año 2016 era 3.5 Bs/litro; ¿cómo se cubre en este caso: costo de producción, costo de comercialización, IVA, IT, Pro Leche, etc.?

CALCULO ICE

	CB-OR-PT	ICE	ICE	
	BS/LITRO	BS/LITRO	BS/LITRO	BS/CAJA
FACTURACION CB ORURO VS ICE	3.49	3.50	0.01	0.12

¿+IVA+IT+PRO LECHE+COSTOS DE PRODUCCIÓN +COSTOS DE COMERCIALIZACION?

> Similar caso ocurre con la facturación a señor Leonardo Mallea quien dirige su producto a las provincias de Potosí y se abastece en el C+D Tarija, a quien se le facturó la caja a **Bs 55,36,** es decir a **4,613Bs/litro** en junio de 2016, **precio que apenas cubre el ICE** (página 92, punto 21 de la RA 94/2018).

Al respecto, es importante hacer notar que la RA 94/2018 contiene el análisis fundamentado de las conductas sobre otorgación de incentivos y establecimiento de distintos precios, en consecuencia, lo observado por **CNP** no corresponde a las conductas observadas por esta Autoridad, toda vez que las observaciones de **CNP** podrían involucrar la existencia de otra posible conducta (i.e., ventas a precios por debajo de costos), cuya valoración no corresponde, toda vez que el análisis ahora desarrollado en la RA 94/2018 se remite a las conductas antes citadas.

d. Sobre los precios de CBN por debajo del precio de exportación[60]

En relación a este punto, **CNP** refiere lo que sigue a continuación:

> Los precios aplicados por CBN para Potosí están muy por debajo del precio de exportación (descontando impuestos).

[58] RA 94/2918, p. 85 y 88.

[59] Memorial de Alegatos presentado por CNP en fecha 13 de noviembre de 2018, p. 19.

[60] Memorial de Alegatos presentado por CNP en fecha 13 de noviembre de 2018, p. 20.

Sobre lo anterior, la comparación de los precios internos (mercado local) respecto a los precios externos (mercado externo) no guarda relación con el análisis contenido en la RA 94/2018, por lo que no es pertinente su valoración en este caso.

e. Sobre que CBN tiende a realizar prácticas anticompetitivas sobre los calibres principales de sus competidores[61]

CNP manifiesta lo siguiente:

> El calibre principal en ventas de **CNP** en el periodo objeto de esta demanda era la botella retornable de 1 litro, produciéndose esta discriminación de precios precisamente en el calibre equivalente de Paceña con la clara intencionalidad de desplazar del mercado a **CNP** (Gráfico Nº 2, página 97 de la RA 94/2018).
>
> CBN está acostumbrado a atacar el calibre de mayor venta del competidor, como en el caso de Cervecería Amazónica en el Departamento de Pando, cuyo principal producto de comercialización era el envase de lata de aluminio 350 cc.

Sobre lo expresado por **CNP**, cabe indicar que el análisis integral contenido en la RA 94/2018 corresponde a la cerveza de 1 litro, así lo demuestra lo desarrollado en las páginas 79 a la 97 del indicado documento.

f. Presentación de video y fotografía de la Fricasería La Paz presentado por CNP[62]

Respecto al video y fotografía presentados por **CNP** mediante memorial de fecha 14 de noviembre de 2018 y en cuyo contenido se observan los ambientes de la Fricasería La Paz que se encuentra pintada e identificada con la marca Paceña de **CBN** así como, el logo de **CNP**, no corresponde realizar consideración ni comentario alguno, considerando que no existe certeza de la fecha en la cual ambos fueron obtenidos, por lo que se desconoce si corresponden al periodo de análisis.

CONSIDERANDO: (Adecuación de las conductas anticompetitivas relativas)

Los descargos presentados por **CBN**, fueron valorados técnica y jurídicamente, cuyo análisis se encuentra ampliamente desarrollado en las consideraciones precedentes; como resultado de ello, se tiene que los cargos formulados mediante Resolución Administrativa N° 94/2018 no fueron desvirtuados, en tal sentido, se procede a la adecuación de las conductas anticompetitivas identificadas a la normativa legal a fin de determinar la transgresión de la misma.

1 Cadena de valor de la cerveza

En general, la cadena de valor de la cerveza se encuentra compuesta de la siguiente manera:

[61] Memorial de Alegatos presentado por CNP en fecha 13 de noviembre de 2018. p. 20.

[62] Memorial de Alegatos presentado por CNP en fecha 14 de noviembre de 2018. p. 1.

- Producción/Importación, la primera realizada en plantas de producción de cada empresa, la segunda relativa a las marcas extranjeras de cerveza que son importadas por distintas empresas dentro del país.

- Distribución primaria, consistente en el transporte de la cerveza desde las plantas de producción o depósitos de los importadores, hacia los distintos Centros de Distribución (C+D).

- Distribución secundaria, que incluye las ventas por el canal tradicional y el moderno. El primer grupo contiene a mayoristas (distribuidores), minoristas, y PDV como tiendas, restaurantes, entre otros; el segundo, dirigido a supermercados.

  - En cuanto a la distribución de dichos canales, se identifica tres modalidades: i) mediante una fuerza de ventas propia de cada fabricante, interactuando y abasteciendo directamente a los PDV; ii) a través de distribuidores mayoristas, que llegan a los PDV de los referidos canales; iii) empleando una mezcla de ambas.

- Comercialización, realizada por los PDV a los consumidores finales.

2 Participantes

Con base a la información disponible en la AEMP correspondiente al Fondo Proleche[63], se identificaron a trece (13) empresas dedicadas a la producción y comercialización de cerveza en Bolivia, ubicadas en los departamentos de Santa Cruz, La Paz, Potosí y Chuquisaca, según el siguiente detalle:

Tabla N° 1
Empresas productoras de cerveza en Bolivia
Periodo: A diciembre de 2016

N°	Empresas	Plantas de producción
1	BEBIDAS BOLIVIANAS (BBO SA)	Santa Cruz
2	CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A. (CBN)	La Paz
3	CERVECERÍA CORSA S.A. (CORSA)	Santa Cruz
4	CERVECERÍA NACIONAL POTOSI LTDA. (POTOSINA)	Potosí
5	CERVECERÍA VICOS (VICOS)	Sucre
6	CERVECERIA UNION S.R.L.	Santa Cruz
7	COMPAÑÍA CERVECERA BOLIVIANA S.A. (CCB)	El Alto
8	COMPAÑÍA DE CERVEZAS ARTESANALES ALE S.R.L.	La Paz
9	SOCIEDAD INDUSTRIAL DEL SUR S.A. (SIDS)	La Paz
10	TEDS CERVECERÍA	Sucre
11	INDUSTRIA DE BEBIDAS IBISA S.A.	La Paz
12	SABORES BOLIVIANOS ALEMANES S.R.L.	Sucre

[63] Art. 8 (Retención por Comercialización de Cerveza -RCC- e Importación de Bebidas Alcohólicas), Ley N° 204 de 15 de diciembre de 2011.

13	UNIPERSONAL CERVECERÍA BREWCRAFT – DAVID HARLEY	Sucre

Fuente: AEMP en base a datos RCC.

Cervecería Boliviana Nacional

La empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A. (**CBN**) tiene por objeto la *"elaboración de cerveza"*, con domicilio legal en la ciudad de La Paz, Matrícula de Comercio N° 12783, Número de Identificación Tributaria 1020229024[64].

CBN comercializa 25 marcas de cerveza en diferentes calibres:[65]

Tabla N° 2
Marcas de cerveza comercializadas por CBN en Bolivia
Periodo: 2016

1. Paceña Pilsener	**2.** Ducal	**3.** Imperial	**4.** Bock Paceña
5. Taquiña *Export*	**6.** Paceña Black	**7.** Bicervecina	**8.** Paceña ICE
9. Huari	**10.** Huari Miel	**11.** *Stella Artois*	**12.** *Stella Artois Noire*
13. Andes	**14.** Corona	**15.** Budweiser	**16.** *Mixx Tail Mojito*[66]
17. *Patagonia Amber Lager*	**18.** Patagonia *Bohemian Pilsener*	**19.** *Patagonia Weise*	**20.** Báltica
21. Báltica Chile	**22.** *Lowenbrau*	**23.** Brahma	**24.** Astra
25. Taquiña Verde	**26.** Tropical Extra		

Fuente: AEMP con base a la información proporcionada por **CBN**.

CBN cuenta con cinco (5) plantas de producción de cerveza ubicadas en los departamentos de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija y Oruro.

Cervecería Nacional Potosí

La empresa Cervecería Nacional Potosí Ltda. (**CNP**) tiene por objeto la *"elaboración de cerveza y bebidas gaseosas"*, su domicilio legal es la ciudad de Potosí del departamento del mismo nombre, con Matrícula de Comercio N° 6660, Número de Identificación Tributaria 1011193029.

CNP comercializa dos (2) marcas de cerveza en diferentes calibres[67]:

[64] Datos de Fundempresa al 2016.

[65] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 1 y 2. Fs. 000843.

[66] La bebida Mixx Tail Mojito no es un tipo de cerveza, se incluye en la **Tabla N° 2** porque así lo declaró CBN.

[67] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000684.

Tabla N° 3
Productos de CNP
Periodo: 2016

1. Potosina Pilsener	2. Maltita Potosina

Fuente: AEMP en base a la información proporcionada por CNP.
Nota: CNP también produce bebidas carbonatadas azucaradas sin alcohol y agua de mesa.

CNP cuenta con una planta de producción de cerveza ubicada en el departamento de Potosí.

3 Análisis de conductas anticompetitivas de CBN

De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519 (D.S. 29519), se consideran conductas anticompetitivas relativas: *"los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso, establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas".* Para el efecto, se analizaron aquellos elementos que a criterio de **CNP** y producto de la investigación realizada por esta Autoridad, generaron conductas anticompetitivas en cada mercado relevante definido según el marco normativo vigente en Bolivia.

3.1 Otorgamiento de descuentos e incentivos (artículo 11, numeral 8 del D.S. 29519)

El mercado en el cual se advirtió la conducta anticompetitiva que se adecúa al artículo 11, numeral 8 del D.S. 29519, es la ciudad de Potosí a nivel de **Comercialización**.

El artículo 11, numeral 8 del D.S. 29519 textualmente considera como una conducta anticompetitiva relativa los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso, establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, en el siguiente caso:

> El otorgamiento de descuentos e incentivos por parte de productores, proveedores a los compradores con el requisito de no usar, adquirir, vender, comercializar, proporcionar los bienes y/o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, la compra, transacción sujeta al requisito de no vender, comercializar, proporcionar a un tercero los bienes y/o servicios objeto de la venta o transacción;

En lo referente a los hechos relacionados con esta conducta, la denuncia de **CNP** señaló de forma textual que **CBN** habría realizado incentivos y promociones dirigidas a desplazarla de la ciudad de Potosí, región incluida en la **Comercialización** de cerveza en PDV, que conforman el mercado relevante sujeto a investigación.

En la investigación se consideró necesario establecer de manera específica la existencia de los indicios suficientes que acreditan la comisión de una conducta anticompetitiva por parte de **CBN** de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 11, numeral 8 del D.S. 29519, de tal manera

que **CBN**, al operar en el **mercado relevante a nivel de Comercialización de cerveza en PDV de la ciudad de Potosí**, realice las siguientes acciones:

i. Otorgar descuentos o incentivos a PDV sujetos al requisito de no usar, adquirir, vender o comercializar los bienes producidos o distribuidos por un tercero;

ii. Desplazar a **CNP** indebidamente del mercado; impedir sustancialmente el acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas como objeto o efecto de los descuentos o incentivos otorgados por **CBN** a los PDV con el requisito de no usar, adquirir, vender o comercializar los productos de **CNP u otro competidor.**

A continuación, se expresarán de manera específica las razones que se consideraron para establecer la existencia de los dos elementos exigidos por el artículo 11, numeral 8 del D.S. 29519.

3.1.1 Otorgar descuentos o incentivos a PDV sujetos al requisito de no comercializar bienes producidos o distribuidos por CNP

Para analizar si la empresa **CBN** incurrió en la conducta anticompetitiva prevista en el artículo 11, numeral 8 del Decreto Supremo Nº 29519, se consideró la siguiente información:"

a. Documentos notariados de CNP

En relación a las declaraciones voluntarias, estas fueron realizadas por propietarios de PDV y personeros de **CNP**, quienes declararon ante la Notaria de Fe Pública que distribuidores de **CBN** ofrecían incentivos de diversa índole a condición de no comercializar cerveza Potosina.

Entre los incentivos que se mencionaron ante la Notaria de Fe Pública y que obran en los documentos insertos en el expediente están los siguientes:[68]

- Televisores, mesas, sillas, sombrillas y refrigeradores;
- Promociones de tres (3) cervezas por una (1) y dos (2) cervezas por una (1);
- Refacción del PDV (puertas, vidrios, pintado de paredes);
- Sorteo de canastones.

De lo anterior, se evidencia que en ciertos PDV de la ciudad de Potosí la entrega de los incentivos que ofreció u otorgó **CBN**, fueron condicionados al requisito de no comercializar productos de **CNP**; tal como se aprecia del contenido de las declaraciones vertidas ante un Notario de Fe Pública, que se resumen en la siguiente tabla.

[68] Declaraciones extraídas a manera de ejemplo de las Fs. 000071, 000072, 000204, 000205 y 0000206.

Tabla N° 4
Resumen del contenido de los documentos notariados presentados por CNP
Periodo: julio y octubre de 2016

N°	N° y fecha del documento	Tipo de documento	Contenido	Foja en el expediente
1	2981974 08/07/2016	Acta de Verificación	El señor Ariel Iver Martínez Choque, en su calidad de propietario de la Quinta Ck´ochalita, declaró en presencia de la Notario Rose Mary Arias Vera lo siguiente: "(...) los distribuidores de la Cervecería Boliviana Nacional (CBN) los visitaron con la intención de realizar regalos de televisores, mesas y refrigeradores a cambio de que vendan la Cerveza de Paceña de Litro a un menor precio al consumidor final, a condición de que no vendan Cerveza Potosina (...) los mismos ofrecen una promoción de tres (3) cervezas por uno (1), a condición de que no se venda Cerveza Potosina".	000072
2	2981995 06/07/2016	Acta de Reunión CNP	Reunión efectuada por distribuidores independientes de la Cervecería Nacional Potosí Ltda. en la que se declaró: "Entre las preocupaciones que tienen los presentes, es la competencia desleal de la Cervecería Boliviana Nacional (CBN), toda vez que viene intimidando a diferentes negocios, es decir a los clientes de la Cervecería Nacional Potosí, a la no venta de la Cerveza Potosina a cambio de varios incentivos".	00083
3	1376792 21/10/2016	Acta Notarial de Declaración Voluntaria expresada por Justina Choque Chuquisea	Justina Choque Chuquisea "(...) declaro y juro de manera Pública que mi persona es dueña de una Pensión llamada "La Justa" donde funcionarios de la Cervecería Boliviana Nacional me ofrecieron dotarme de mesas, sillas, sombrillas, Heladera, con la condición de dejar de vender la Cerveza Potosina solo vender la Cerveza Paceña".	000205
4	1380711 14/10/2016	Acta Notarial de Declaración Voluntaria Expresada por	Juan Carlos Menacho Choque "(...) declaro y juro de manera Pública que mi persona es propietario de una pensión ubicado en la Avenida Circunvalación S/N zona Alta de	000204

		Juan Carlos Menacho Colque	esta ciudad, en la cual hace aproximadamente tres semanas atrás, los trabajadores de la Cervecería Boliviana Nacional, me ofrecieron sus productos, vale decir 10 cajas de cerveza paceña por semana y si lograría vender dicha cerveza me llegarían a regalar sillas mesas, refrigerador y otros para mi negocio e inclusive si la venta fuera mayor arreglarían la fachada de mi negocio con la condición de no vender la cerveza Potosina sólo su producto".	
5	1380687 20/10/2016	Acta Notarial de Declaración Voluntaria expresada por María Cleofe Flores Tapia de Maldonado	María Cleofe Flores Tapia de Maldonado "(...) Asimismo me llegaron a ofrecer varios productos de regalo, como una manera de obligarme a comprar solo sus productos (cerveza paceña), llegando inclusive a realizar abusos en mi propiedad pegando sus afiches sin mi permiso, más que todo en horas de la noche".	000209

Fuente: AEMP con base a la documentación presentada por CNP.

A manera de resumen, las declaraciones expuestas en la tabla anterior fueron en sentido afirmativo a la existencia de conductas anticompetitivas en la figura de otorgación de incentivos de **CBN** bajo la condición de no comprar productos de **CNP**, es decir, que los PDV señalados fueron objeto de incentivos a condición de no vender la cerveza de **CNP**, afirmaciones que también fueron realizadas en la reunión de los distribuidores independientes de la **CNP** con base al documento notariado de fecha 06 de julio de 2016.

Por lo anterior, se considera que el contenido de los documentos notariados es uniforme y valorado de forma conjunta con los indicios advertidos en los nueve (9) contratos de comodato descritos en la RA 94/2018, suscritos entre **CBN** y PDV de la ciudad de Potosí, evidencia la existencia de incentivos que **CBN** otorgó a los PDV, sujetos a la condición de no comercializar cerveza de **CNP**.

b. Documentos notariados de CBN

En respuesta a la denuncia efectuada por **CNP**, **CBN** acompañó diez (10) documentos notariados de visitas a PDV que según el indicado agente económico*"(...) evidencia que propietarios de PDV que comercializan productos de CBN declaran que son* ***libres de vender cualquier producto (cerveza) de otras empresas***"[69]

Al respecto, **CBN** realizó visitas a PDV distintos a los considerados por **CNP** dentro de su denuncia. A continuación, se detallan los documentos notariados ofrecidos por **CBN**:

[69] Memorial de CBN presentado en fecha 27 de septiembre de 2016. Fs. 000181.

Tabla N° 5
Documentos notariados ofrecidos por CBN
Periodo: 26 de septiembre 2016, ciudad de Potosí

N°	Número y fecha del documento	Tipo de Documento	Nombre del PDV	Foja en el expediente
1	0880761	Declaración Jurada Voluntaria	Tienda Roncal	000138
2	0880767	Declaración Jurada Voluntaria	Minimercado Thelma	000139
3	0880763	Declaración Jurada Voluntaria	Tienda Juana	000140
4	0880765	Declaración Jurada Voluntaria	Tienda Tommy	000141
5	0880754	Declaración Jurada Voluntaria	Minimercado Jheremi	000142
6	0880760	Acta de Verificación Notarial	Tienda Roncal	000143
7	0880766	Acta de Verificación Notarial	Minimercado Thelma	000144
8	0880762	Acta de Verificación Notarial	Tienda Juana	000145
9	0880764	Acta de Verificación Notarial	Tienda Tommy	000146
10	0880753	Acta de Verificación Notarial	Minimercado Jheremi	000147

Fuente: AEMP con base a la documentación presentada por CBN.

En relación a los documentos notariados ofrecidos por **CBN**, se observó que son cinco (5) los PDV visitados, de cada uno de ellos se levantaron dos documentos (i.e., acta de verificación y declaración voluntaria); en las actas de verificación se constataron las visitas de personeros de **CBN** a los PDV y en las declaraciones voluntarias, lo manifestado por los propietarios de dichos PDV.

Al respecto, se observa el hecho que las declaraciones y actas notariadas realizadas por **CBN** fueron aplicadas a PDV diferentes a los citados en la denuncia de **CNP** en los cuales concurrían indicios de prácticas anticompetitivas, por lo que estas no lograron contrastar las manifestaciones y afirmaciones de los documentos notariados presentados por **CNP** en su denuncia, así como los citados indicios.

Del contraste de las actas presentadas por ambas empresas, cabe indicar que las conductas denunciadas por **CNP** corresponden, en particular para el análisis de este numeral al periodo 2016, debiéndose tomar en cuenta que los documentos notariados ofrecidos por la empresa denunciante fueron elaborados en **julio y octubre del mismo año**. Por el contrario, las manifestaciones obtenidas por **CBN** no abarcaron todo el periodo analizado ni a los mismos puntos de venta denunciados por **CNP**, por lo que no desvirtuaron la denuncia de **CNP** ni los indicios establecidos en su contra, en relación específica a la conducta en análisis.

En consecuencia, se considera que el contenido de los documentos notariados presentados por la empresa denunciante es uniforme y denota la existencia de incentivos que los distribuidores de **CBN** otorgan a los PDV, sujetos a la condición de no comercializar cerveza de **CNP**.

c. Contratos de comodato

Como resultado del requerimiento de información realizado por la AEMP durante las diligencias preliminares, se obtuvo lo siguiente:

- **CBN.-** Se obtuvieron copias simples de ocho (8) contratos de comodato de equipos de refrigeración de **CBN**[70] en la ciudad de Potosí, correspondientes a la gestión 2014 y uno (1) del 2015 con una vigencia de 2 años, periodo a ser renovado de forma tácita por un plazo similar[71]. Al respecto, de una revisión a la totalidad de las cláusulas contenidas en dichos contratos, se identificaron cláusulas que determinaron que los bienes otorgados en comodato tendrían como objetivo mantener refrigerados únicamente los productos de **CBN**.

- **CNP.-** Por su parte esta empresa remitió un listado de 81 contratos privados de comodato de equipos de refrigeración otorgados a distintos PDV de Potosí. De la revisión del contenido de dichos documentos se identificaron también cláusulas[72] que definían una exclusividad en el uso de productos únicamente de **CNP**.

En los documentos proporcionados por **CBN** y **CNP** se identifican cláusulas de exclusividad, que determinan que ambas empresas utilizaron esta política de comercialización en la ciudad de Potosí. Sin embargo, **CBN** tiene poder sustancial en el mercado de comercialización de cerveza en PDV y no así **CNP**, en consecuencia, los contratos en comodato de **CBN** evidencian la comisión de la conducta anticompetitiva en cuestión.

d. Encuestas en la ciudad de Potosí

Entre fechas 22, 23, 24 de febrero de 2018 se realizó una inspección administrativa a la ciudad de Potosí[73], no obstante, al momento de su realización no se observaron elementos de los cuales se pueda inferir que los indicios denunciados se hayan mantenido hasta esa fecha. Sin embargo, este aspecto no desvirtuó que durante el periodo de la denuncia de **CNP**, correspondiente a la gestión 2016, la empresa **CBN** aplicó los incentivos suficientes para que los PDV no comercialicen los productos de la competencia, en particular los de **CNP** en base al análisis técnico y legal descrito en la presente Resolución.

Por el análisis expuesto y al analizar de manera integral los hechos descritos, se evidenció la comisión de la conducta prevista en el **numeral 8 del artículo 11 del D.S. 29519**, consistente en que el agente económico con poder sustancial en el **mercado relevante a nivel de Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí, es decir, **CBN** otorgó descuentos o incentivos a los PDV a través de sus distribuidores, sujetos al requisito de no comercializar productos de terceros, para este caso en concreto, la cerveza **Potosina** de **CNP**.

---

[70] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 32. Fs. 000698. CBN presentó 25 contratos de comodato, de los cuales nueve (9) corresponden al departamento de Potosí, de estos ocho (8) son de 2014 y uno (1) de 2015.

[71] Cláusula Cuarta de los contratos suscritos con CBN.

[72] Segundo párrafo del contrato privado suscrito con CNP.

[73] Ver **Anexo Nº 3 del Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/Nº 127/2018 y Anexo Nº 3 del Informe Técnico Nº 162/2018.**

3.1.2 Si el objeto o efecto que persiguió CBN al sujetar los descuentos o incentivos otorgados a los PDV al requisito de no comercializar los productos de CNP, es o puede ser, desplazarlo indebidamente del mercado; impedirle sustancialmente el acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas

De la lectura a la introducción del artículo 11 del D.S. 29519, se observó que para considerar que la conducta que se le imputa a **CBN** sea violatoria, era necesario que el objeto o efecto de haberles otorgado los beneficios o incentivos a PDV sujetos al requisito de no comercializar productos de **CNP**, sea o pueda ser cualquiera de los siguientes:

- Desplazar indebidamente a otras empresas;
- Impedirles sustancialmente su acceso;
- Establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.

Los indicados elementos, previstos en la introducción del artículo 11 del D.S. 29519, se analizaron de forma integral para determinar si existen, o no, indicios de daño al proceso de competencia en el **mercado relevante a nivel de Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí.

En el caso en concreto, de la información que obra en el expediente se observó que **CNP** ha expresado que las conductas investigadas tienen el objeto o efecto de desplazarla indebidamente e impedirle el acceso al mercado.

Al respecto, para motivar si la conducta investigada tenía el objeto o efecto de impedir "sustancialmente" el acceso o desplazar "indebidamente" a otros agentes económicos del mercado relevante, de conformidad con la introducción del artículo 11 del D.S. 29519, se tomaron en consideración los elementos que a continuación se enuncian, con el objetivo de analizar si estos impiden a otros agentes acceder o permanecer en el mercado.

- La frecuencia de la conducta;
- La duración de la conducta;
- La evidencia sobre el dinamismo competitivo en el mercado.

A continuación, se demostró la concurrencia de los tres (3) elementos antes citados:

a. La frecuencia de la conducta

A efecto de observar la frecuencia de la conducta sujeta al otorgamiento de incentivos en el mercado relevante en análisis, se cuenta con los documentos notariados presentados por **CNP**, observándose en ellos que, los propietarios de **PDV**, declararon, ante un Notario de Fe Pública, que los distribuidores de **CBN** ofrecían incentivos de diversa índole a los PDV visitados.

De los documentos notariados presentados por **CNP**, no se identificaron indicios para considerar que la frecuencia de la conducta en el mercado relevante a nivel de

Comercialización de cerveza, tenía o podía tener, como objeto o efecto, **impedir sustancialmente el acceso de CNP** u otro competidor al mercado de Comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí.

Por otro lado, los incentivos proporcionados a los PDV tanto en el canal *on* como *off* fueron de carácter reiterado y aplicados permanentemente por **CBN**, de tal manera que pudieron tener como **objeto el desplazamiento de CNP** del mercado de Comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí.

b. La duración de la conducta

En relación a la temporalidad de los elementos de convicción, como son los documentos notariados ofrecidos por **CNP**, elaborados, en julio y octubre de 2016 y, los nueve contratos de comodato de la empresa **CBN**, suscritos con una vigencia común de dos años en las gestiones 2014 y 2015, estos establecieron que la conducta se mantuvo de manera sucesiva en el tiempo. Lo cual, permite concluir que la duración de la conducta investigada comprende un período de tiempo desde enero de 2016 hasta diciembre de 2016.

c. Evidencia sobre el dinamismo competitivo en el mercado

En lo que corresponde a los resultados obtenidos en relación a la participación de mercado de los distintos agentes económicos que compiten en el mercado relevante de la ciudad de Potosí, durante el periodo 2016, no se observó un dinamismo competitivo en dicha región, toda vez que existe una reducida cantidad de competidores. La participación de mercado de **CBN**, en el mercado de comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí, representaba el 63,99 % lo que evidenció que el mercado no es dinámico y que los competidores de **CBN**, además de CNP, mantienen una participación marginal por debajo del 1 %.

Por todo lo expuesto, se concluye que la conducta prevista en el artículo 11, numeral 8 del Decreto Supremo N° 29519, denunciada por **CNP**, pudieron tener como **objeto** el **desplazamiento indebido** de **CNP** a nivel del mercado de **Comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí.**

3.2 Establecimiento de distintos precios y condiciones de venta (artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519)

El análisis de indicios de posibles conductas anticompetitivas según el artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519, se realizó en el mercado relevante a nivel de **Distribución Secundaria** que incluye el espacio geográfico donde se encuentran ubicados los **C+D de CBN localizados en Huari-Oruro, Oruro y Tarija y el departamento de Potosí**.

El artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519, considera como una conducta anticompetitiva relativa lo siguiente:

> El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones;

En los escritos presentados por **CNP** se denunció la existencia de hechos que pudieran acreditar la conducta contenida en el artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519.

De lo aportado tanto por **CNP** como por **CBN**, a continuación se expresarán de manera específica las razones que se consideraron para establecer la existencia de los dos elementos exigidos por el artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519.

3.2.1 Si CBN ha establecido distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones

El establecimiento injustificado de distintos precios de cerveza por parte de **CBN** a distribuidores en el mercado relevante a nivel de **Distribución Secundaria**, se respalda en el siguiente análisis:

a. Respecto a las características de la cerveza de 1 Litro

A continuación, se detallan las características físicas y técnicas declaradas por **CBN**[74] de la **cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro**:

- **Paceña Pilsener:** es una cerveza *lager* tipo *Pilsener* de color dorado tenue y espuma blanca y destacable, que contiene los siguientes parámetros en su composición:

Parámetro		Unidad	Target
Mosto original		% p/p	10,80
Alcohol		% p/p	3,70
Alcohol		% v/v	4,80
Extracto real		% p/p	3,60
Extracto aparente (EA)		% p/p	1,90
Color		EBC	5,0
Amargor		TBU (1)	17,0
Ph			4,15
Carbonatación botellas	• (3)	g/l	5,5
Carbonatación latas y barriles	• (3)	g/l	5,1
Plazo de validez a partir de la fecha de envasado		días	≤ 180
Tipo de Fermentación: Fermentación baja **Calibres – Presentación:** **Botella**: 300cc; 350cc; 620cc, 710cc; **1000cc. (Aracelli); 1000cc. (Champañera);** 330 cc de aluminio. **Lata**: 355 cc y 473 cc **Barril**: 30 l; 50 l.			

- **Paceña "Champañera" de 1 L.-** La cerveza Paceña en su presentación de 1 Litro (1 L) denominada "Champañera" por **CBN**, fue introducida en el mercado potosino, el

[74] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000698.

mes de **marzo de 2016**, tal y como lo señala **CBN**[75] en la información presentada ante esta Autoridad, según los siguientes términos:[76]

La cerveza Paceña de litro que se comercializa en Potosí, denominada "Champañera" es un producto distinto a la cerveza Paceña de litro "Araceli" que se vende en La Paz y en el eje central;

- **Paceña "Araceli" de 1 L.-** La empresa **CBN** en relación a la Paceña de 1 Litro (1 L) "Araceli" afirmó lo siguiente:[77]

La Paceña Araceli, es un producto Premium destinada a mercados con mayor poder adquisitivo del eje central, en cambio la Paceña Champañera es un producto masivo, general y diferente, que CBN utiliza para impulsar los mercados alejados de las capitales urbanas de nuestro país y donde existe contrabando y menor poder adquisitivo de los consumidores;

Las cervezas Paceñas i) Champanera y ii) Araceli son productos distintos, presentan códigos, botellas, diseños, etiquetas y packaging distintos, estas marcas no compiten entre sí, pues como se indicó anteriormente ambas responden a diferentes realidades de mercado y son comercializados en lugares totalmente distintos.

En relación a lo afirmado por **CBN**, esta empresa presentó información de las características físicas y técnicas[78] de cada producto que produce e importa, entre ellos, de la cerveza Paceña Pilsener, considerada por **CBN** como una cerveza *Lager* tipo *Pilsener* de color dorado tenue, espuma blanca y destacable. En relación a las presentaciones en botella, **CBN** declaró que las mismas son de 300 cc; 350 cc; 620 cc; 710 cc; **1000 cc (Araceli); 1000 cc (Champañera)** y 330 cc de aluminio. Al respecto, no se percibe diferencia alguna en cuanto a las características físicas y técnicas del líquido que se encuentra en ambas presentaciones, pues es la misma cerveza contenida en las presentaciones "Araceli" y "Champañera", por lo que representa un mismo producto, esta última afirmación fue confirmada por **CBN** en el memorial presentado en fecha 14 de marzo de 2018 (página 10), cuando señaló lo siguiente:

> (...) Asimismo, es importante notar que, si bien el envase de la Paceña de Litro Champañera es más económico, el líquido (Paceña Pilsener) es el mismo, siempre garantizando la calidad e integridad de nuestros Productos. (Subrayado agregado).

Por otro lado, en relación al código y la etiqueta de la cerveza de 1 L de las presentaciones "Araceli" y "Champañera" de **CBN**, se tiene por las pruebas presentadas por **CNP**[79] que, tanto la presentación "Araceli" como "Champañera" en calibre de 1 L, tienen el mismo código

[75] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Prueba 40. Fs. 000843.

[76] Memorial de CBN presentado en fecha 28 de septiembre de 2016. Fs. 000183.

[77] Memorial de CBN presentado en fecha 28 de septiembre de 2016. Fs. 000183.

[78] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 1. Fs. 000843.

[79] Memorial de CNP presentado en fecha 23 de noviembre de 2017. Fs. 00001162.

de barras 7776-8254 y la etiqueta no presenta ninguna diferencia, siendo idéntica para ambas presentaciones, información que fue validada toda vez que se encuentran en custodia de esta Autoridad cuatro (4) botellas[80] de cerveza de vidrio de 1 L, de las cuales tres (3) corresponden a Paceña Pilsener de **CBN** y una (1) a Potosina de **CNP**.

En consecuencia, se concluye que las cervezas adquiridas por los distribuidores y comercializadas por los PDV en el mercado geográfico definido, reúnen las mismas características de calidad y presentación, toda vez que ambas se encuentran en presentaciones de **1 L**; así como, el líquido contenido e información del producto, en ambas, corresponde a la cerveza **Paceña Pilsener de 1 Litro de CBN**.

b. Respecto al transporte de la cerveza

Cerveza "Paceña Pilsener 1 L"

Con la finalidad de establecer el contexto, en el cual, se produjo la conducta de establecimiento de distintos precios de venta a **Distribuidores** en el mercado relevante definido, se tiene que la cerveza de **1 L** de **CBN** es producida en su planta ubicada en el departamento de Cochabamba y Tarija bajo las denominaciones de "Paceña Pilsener 1L RET X 12" y "Paceña Pilsener 1L S/H RET X 12"[81], desde estos centros de producción que a la vez hacen de C+D (Centro de Distribución), el producto en análisis es transportado a otros C+D perfectamente definidos por **CBN** según el departamento que atiende cada C+D.[82]

Así, respecto a la fuente de aprovisionamiento de los distribuidores que distribuyen y comercializan cerveza en el mercado geográfico determinado en la **Distribución Secundaria**, se concluye lo siguiente:

- Los transportistas y distribuidores recogen el producto destinado al departamento de Potosí desde los C+D de Oruro, Huari-Oruro y Tarija.

- Un distribuidor para comercializar la cerveza de **CBN** debe cumplir los siguientes requisitos[83]: i) fotocopia de NIT; ii) certificado de inscripción a impuestos nacionales; iii) fotocopia del Carnet de Identidad del distribuidor + conyugue (si corresponde); iv) fotocopia de RUA de todos los vehículos + licencia de conducir y v) carta de solicitud de Alta y vi) cartera de clientes donde estima vender.

c. Respecto a la igualdad de condiciones

De acuerdo a lo indicado en la última fracción del artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519, para considerar que la discriminación de precios es contraria a la competencia, esta debe aplicarse en la siguiente situación: "... compradores y/o vendedores **situados en igualdad**

[80] Memorial de CNP presentado en fecha 23 de noviembre de 2017. Fs. 0001182.

[81] Las siglas S/H significan "Sin Hombros", una denominación utilizada en el sistema de información de CBN.

[82] Memorial presentado por CBN en fecha 30 de junio de 2017. Fs. 000698.

[83] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 9. Fs. 000843.

de condiciones". En el presente caso los distribuidores adquieren la calidad de compradores y se encuentran en igualdad de condiciones por presentar las siguientes características:

i. Todos ostentan la calidad de distribuidores de **CBN**.
ii. Todos los distribuidores se aprovisionan de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro en puerta de un mismo C+D, sea este el de Huari-Oruro, Oruro o Tarija y a su vez la comercializan en los PDV del departamento de Potosí.
iii. Los productos adquiridos por todos los distribuidores reúnen las mismas características de calidad y presentación de la cerveza Paceña Pilsener en botellas de vidrio de 1 Litro.
iv. No existe diferencias en sus costos de producción de la cerveza Paceña Pilsener en botella de 1 Litro adquirida por los distribuidores.
v. **CBN** asume el mismo costo para vender a unos u otros distribuidores el mismo producto.

d. Respecto al establecimiento de distintos precios en las cervezas de Paceña de 1 litro desde el C+D de Huari – Oruro con destino al departamento de Potosí

A continuación, se presentan casos en los cuales se identificó el establecimiento de distintos precios de venta de cerveza a distribuidores por parte de **CBN** en la **cerveza de Paceña Pilsener de 1 Litro**, a saber:

i. Entre distribuidores con destino a las ciudades de Potosí y Sucre.
ii. Entre distribuidores con destino a provincias de Potosí y a la ciudad de Sucre.

i. Entre distribuidores de la ciudad de Potosí y Sucre

Precio de venta por caja de la cerveza de 1 Litro aplicado a distribuidores con destino a la ciudad de Potosí respecto a precios de venta aplicados a distribuidores que atienden Sucre, ambos del C+D Huari – Oruro

Con carácter previo, cabe indicar que **CBN** aplica una serie de distinciones en el precio por caja de la cerveza **Paceña Pilsener de 1 Litro** a distribuidores con destino a la ciudad de Potosí en relación a distribuidores con destino a Sucre.

De forma específica, se pudo identificar a distribuidores que atienden tanto la **ciudad de Potosí** como a **Sucre** y que adquirieron la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro del C+D de Huari - Oruro, observando una serie de diferencias en precios cobrados por **CBN** según destino, por ejemplo:[84]

1. En <u>marzo</u> de 2016, se observa la aplicación de distintos precios para volúmenes iguales o similares comprados por distribuidores con destino a la ciudad de Potosí y Sucre, obteniéndose los siguientes dos casos:

[84] El detalle de precios y cantidades se encuentra especificado en el **Anexo N° 4 del Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/N° 127/2018 y Anexo N° 4 del Informe Técnico N° 162/2018.**

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

i) La señora **Roxana Pillco** compró un volumen de 100 cajas a un precio de 75,71 Bs/caja con destino a la ciudad de Potosí, por su parte el señor **Nicolás Mamani** compró un volumen igual a un precio de 78,08 Bs/caja con destino a Sucre, originándose de esa forma una diferencia de precios de 2,37 Bs/caja en beneficio directo de la señora **Pillco**.

ii) Ocurre situación similar en la compra de 700 y 650 cajas por parte de las señoras **Celina Cruz** y **Mónica Zarate**, quienes pagaron 84,22 Bs/caja y 79,66 Bs/caja, respectivamente, la primera con destino a Sucre y la segunda a la ciudad de Potosí, en general, se observa la aplicación de distintos precios en beneficio de distribuidores con destino a la ciudad de Potosí.

2. Durante el mes de **abril** de 2016, **CBN** aplicó un precio de 77,53 Bs/caja para todos los distribuidores que destinaron el producto hacia la ciudad de Potosí por volúmenes de 650, 1.000 y 2.250 cajas compradas por las señoras **Sanabria**, **Zarate** y **Pillco**, respectivamente; sin embargo, por volúmenes similares a los indicados cobró un precio mayor de 78,08 Bs/caja como es el caso del señor **Juan Torres** cuando compró 1.150 cajas de cerveza con destino a Sucre, siendo beneficiadas con la diferencia de precios, las distribuidoras con destino a la ciudad de Potosí.

3. En **mayo de 2016**, a todos los distribuidores con destino a Sucre, **CBN** aplicó un precio de 78,08 Bs/caja, por compras en el rango de 580-4.900 cajas. Sin embargo, se observa que para los distribuidores que comercializaron el producto hacia la ciudad de Potosí se aplicaron distintos precios, en todos los casos menores. Así, se cobró un precio mínimo de 74,83 Bs/caja (4,16 % menor al precio aplicado al resto de los distribuidores) cobrado a **Roxana Pillco** en su compra de 2.300 cajas y un precio máximo de 77,53 Bs/caja (0,70 % menos al precio aplicado a distribuidores con destino a la ciudad de Potosí) cancelado por la señora **Mónica Zarate** y **Natividad Sanabria** cuando realizaron la compra de 1.800 y 1.130 cajas de cerveza, respectivamente. Este mes de mayo, a distribuidores con destino a la ciudad de Potosí, **CBN** aplicó en general precios menores y distintos a los reportados para distribuidores que destinaron la cerveza hacia Sucre.

4. Para **junio de 2016**, se advierte distintos precios para todos los distribuidores independientemente del destino y volumen adquirido, tal es el caso de los señores **Víctor Huaranca** y **Juan Carlos Torres**, ambos distribuidores que compraron un volumen de 1.100 cajas, el primero con destino a la ciudad de Potosí y el segundo a Sucre, sin embargo al señor **Huaranca** se le aplicó un precio de 77,53 Bs/caja y al señor **Torres** un precio de 78,08 Bs/caja, existiendo de esa forma una diferencia de 0,55 Bs/caja en beneficio del señor **Huaranca** únicamente porque llevó el producto a la ciudad de Potosí.

5. En **julio de 2016**, se observa la aplicación de distintos precios por parte de **CBN** hacia sus distribuidores con destino a la ciudad de Potosí y a Sucre, un precio máximo de 78,08 Bs/caja aplicado a la señora **Celina Cruz** en su compra de 6.100 cajas con destino a Sucre y un precio inferior de 76,44 Bs/caja aplicado a la señora **Natividad Sanabria** cuando compró un volumen cuatro veces menor, equivalente a 1.420 cajas con destino a la ciudad de Potosí. La diferencia de precios de 1,64

Bs/caja benefició a la distribuidora con destino a la ciudad de Potosí, señora **Sanabria**.

6. Para **agosto** de 2016, se repite la misma situación con las distribuidoras del mes de julio, es decir, la señora **Celina Cruz** compró 12.850 cajas a un precio de 80,54 Bs/caja con destino a Sucre y la señora **Natividad Sanabria** adquirió un volumen 11 veces menor con destino a la ciudad de Potosí, es decir, 1.150 cajas y pagó tan solo 79,46 Bs/caja. En conclusión, la señora **Cruz** pagó Bs 13.878[85] más que la señora **Sanabria,** con la única diferencia que la primera destinó el producto a Sucre y la segunda a la ciudad de Potosí.

De la evolución de precios analizados durante toda la gestión 2016; así como, de la aplicación de distintos precios por parte de **CBN** a distribuidores según el destino de venta, se identifica una clara distinción de precios para la cerveza **Paceña Pilsener de 1 Litro** según destino (ciudad de Potosí y Sucre), toda vez que se tienen, al menos, dos distribuidores en igualdad de condiciones que compraron el mismo producto del C+D Huari – Oruro, pero que lo adquirieron cada uno a un precio distinto.

ii. Entre distribuidores de provincias de Potosí y Sucre

Precio de venta por caja de la cerveza de 1 Litro aplicado a distribuidores de provincias de Potosí respecto a precios de venta aplicados a distribuidores que atienden Sucre, ambos del C+D Huari - Oruro

De forma particular, el comportamiento de precios cobrados por **CBN** según tipo de distribuidor se ejemplifica a continuación:

7. Para **marzo de 2016** se tuvo un precio mínimo de 74,68 Bs/caja de la cerveza de 1 L aplicado al señor **Leonardo Mallea** por la compra de 1.100 cajas y un precio por caja máximo de 93,23 Bs/caja, cobrado al señor **Luis Salinas** por la adquisición de 800 cajas. El primero, con destino a las provincias de Potosí y el segundo con destino a Sucre, ambos distribuidores compraron en promedio aproximadamente 1.000 cajas/mes en el año 2016; sin embargo, **CBN** aplicó un precio menor en un 19,90 % al distribuidor con destino a provincias del departamento de Potosí, señor **Mallea**.

8. Para **mayo** se advierte la presencia de distintos precios, traducidos en un precio máximo de 78,08 Bs/caja aplicado a todos los distribuidores con destino a Sucre (i.e., **Avendano Mattos Dolly, Condori Roque Felix, Cruz Mendez Celina y Torres Escalante Juan Carlos** por la compra de volúmenes que oscilaron entre 580 y 4.900 cajas y un precio mínimo de 74,68 Bs/caja cobrado a algunos distribuidores con destino a Potosí Provincias como es el caso del señor **Juan Méndez** en su compra de 300 cajas, **Gonzalo Mallea** cuando adquirió 620 cajas y **Jaime Vedia** en su compra de 250 cajas. La diferencia de precios de 3,40 Bs/caja entre los indicados distribuidores de Sucre y Provincias de Potosí fue en beneficio directo de aquellos que llevaron el producto hacia Potosí Provincias, aunque su compra en volumen fue

[85] 12.850 cajas x (80,54-79,46) Bs/caja=13.878,00 Bs.

considerablemente menor a los adquiridos por los distribuidores con destino a Sucre. Por tanto, se observa que el precio aplicado para distribuidores con destino a Sucre, en general, es mayor al precio pagado por los distribuidores con destino a provincias de Potosí.

9. Para **junio de 2016,** al igual que el mes de marzo se presenta la aplicación de distintos precios para el señor **Mallea** y **Salinas**, siendo este mes beneficiado el señor **Leonardo Mallea** en su compra de 750 cajas a un precio de 74,68 Bs/caja con destino a Potosí Provincias en relación a la compra realizada por el señor **Luis Salinas** de 860 cajas a un precio de 77,17 Bs/caja con destino a Sucre, siendo que ambos, compraron en promedio 1.000 cajas por mes durante la gestión 2016.

10. En **julio** de 2016, resaltan nuevamente los distribuidores **Mallea** y **Salinas**, este mes **Leonardo Mallea** compró 1.532 cajas de cerveza a un precio de 74,68 Bs/caja por su parte el señor **Luis Salinas** adquirió un volumen mayor de 2.100 cajas y **CBN** le cobró 78,08 Bs/caja, se dificulta la identificación de una justificación económica respecto a la diferencia de precios aplicada por **CBN**. De esta manera, el señor **Salinas** que destino la cerveza a Sucre tuvo que pagar Bs 7.140[86] más que el señor **Mallea** que llevó el producto hacia Potosí Provincias; ambos desde el C+D de Huari - Oruro.

11. En **agosto de 2016** se presentó un incremento de casi todos los precios de la cerveza de 1 L según destino de venta, se tuvo un precio mínimo de 74,68 Bs/caja aplicado por **CBN** al señor **Leonardo Mallea** en la compra de 2.100 cajas destinadas a provincias de Potosí. El mismo mes, **CBN** aplicó a distribuidores con destino a Sucre un precio mínimo de 78,08 Bs/caja (4,35 % mayor al precio de provincias de Potosí) por la compra de volúmenes que oscilaron entre 1.200 (señor **Juan Carlos Torres Escalante**) y 5.550 (señor **Félix Condori**) cajas. En todos los casos, el precio fue mayor para distribuidores de Sucre respecto a los de Provincias de Potosí.

12. Para **septiembre** de 2016, en general se observa un leve incremento de los precios según destino de venta, advirtiéndose un precio mínimo de 83,73 Bs/caja aplicado al señor **Leonardo Mallea** en su compra de 750 cajas y a **Reynaldo Chaira** cuando adquirió 600 cajas de cerveza, ambos distribuidores con destino a Potosí Provincias. Del otro lado, el precio mínimo para distribuidores con destino a Sucre fue de 85,07 Bs/caja aplicado a la señora **Celina Cruz** en su compra de 17.250 cajas. Se observa una clara distinción de precios según el destino de venta, así como, un beneficio directo para distribuidores con destino a Potosí Provincias.

13. En **noviembre** de 2016, se presenta un único precio de 84,71 Bs/caja para todos los distribuidores con destino a Sucre por volúmenes que oscilaron en el rango entre 1.250 cajas (**Avendano Mattos Dolly**) y 13.100 cajas (**Cruz Mendez Celina**); para distribuidores con destino a Potosí Provincias se observa la aplicación de un precio mínimo de 83,73 Bs/caja por volúmenes menores de compra (300 cajas para **Aucapina Coro Maximo**; 400 cajas para **Mallea Valencia Gonzalo**; y 2.100 cajas

[86] 2.100 cajas (78,08 Bs/caja –74,68Bs/caja) = Bs 7.140.

para **Mallea Choque Leonardo Elvis**) respecto a los distribuidores con destino a Sucre.

14. **Diciembre** de 2016, advierte distintos precios aplicados por **CBN**, es así que se tiene un precio mínimo de 41,87 Bs/caja aplicado al señor **Constancio Soliz** en su compra de 30 cajas con destino a Provincias de Potosí y el distribuidor **Félix Condori** en su compra de 11.445 cajas de cerveza pagó 79,56 Bs/caja con destino a Sucre, se observa una diferencia del 47 % entre ambos precios y no se tiene explicación económica alguna que justifique aquello, por lo que se identifica la aplicación de distintos precios para distribuidores que se encuentran en igualdad de condiciones, de beneficio directo para aquellos distribuidores que se dirigen a Provincias de Potosí.

Del comportamiento descrito entre distribuidores de Provincias de Potosí y Sucre, se tiene a bien indicar que, una vez comparados los precios por caja de la **cerveza Paceña Pilsener de 1 L** se tiene que los precios en las Provincias de Potosí se mantuvieron por debajo de los reportados para distribuidores con destino a Sucre. En ese marco, se evidencia el establecimiento de distintos precios de venta de cerveza toda vez que se acreditan diferentes precios para un mismo producto vendido a distribuidores que se encuentran en igualdad de condiciones, que recogen el producto del C+D de Huari en el departamento de Oruro con destino a Potosí Provincias y a Sucre, donde se comercializa el indicado producto.

e. Respecto al establecimiento de distintos precios en la cerveza Paceña de 1 litro desde el C+D de Oruro

A continuación, se presentan los casos en los cuales se evidenció el establecimiento de distintos precios de venta de cerveza a distribuidores desde el C+D de Oruro, por parte de **CBN** en la **cerveza de Paceña Pilsener de 1 Litro**, a saber:

I. Entre distribuidores de la ciudad de Potosí y Sucre

Precio de venta por caja de la cerveza de 1 Litro aplicado a distribuidores con destino a la ciudad de Potosí respecto a precios de venta aplicados a distribuidores que atienden Sucre, ambos del C+D de Oruro

Se tiene que la cerveza Paceña Pilsener de 1 L desde el C+D de Oruro fue vendida a distribuidores con destino a las ciudades de Potosí los meses de mayo y julio de 2016, y Sucre, únicamente durante los meses de mayo, junio, julio y diciembre de 2016. En general, los precios fueron menores para distribuidores que dirigieron el producto hacia la ciudad de Potosí en relación a los que trasladaron el mismo producto hacia Sucre.

De forma específica, se pudo identificar a los distribuidores que atienden tanto la **ciudad de Potosí** como la **ciudad de Sucre** y que ambos adquirieron la cerveza Paceña Pilsener de 1 L del C+D de Oruro, observando una serie de diferencias en precios cobrados por **CBN** según destino, por ejemplo:[87]

[87] El detalle de precios y cantidades se encuentra especificado en el Anexo N° 4 del Informe Técnico **AEMP/DTDCDN/ALB/N° 127/2018** y Anexo N° 4 del Informe Técnico **N° 162/2018**.

15. En mayo de 2016, **CBN** aplicó un precio de 78,66 Bs/caja al señor **Luis Salinas** por la compra de 450 cajas con destino a la ciudad de Sucre, ese mismo mes se cobró un precio inferior de 77,53 Bs/caja a la señora **Roxana Pillco** por la compra de un volumen menor de 400 cajas con destino a la ciudad de Potosí, originándose de esa forma una diferencia de precios de 1,13 Bs/caja, siendo la beneficiada directa con dicha rebaja la señora **Pillco**.

16. Para julio de 2016 se observa nuevamente una clara diferencia de precios, en la que **CBN** aplicó un precio de 78,08 Bs/caja para distribuidores con destino a la ciudad de Sucre por compras que estuvieron en el rango entre 350 cajas (**Avendano Mattos Dolly**) y 4.300 cajas (**Condori Roque Felix**) de cerveza y para distribuidores con destino a la ciudad de Potosí se cobró un precio menor de 77,53 Bs/caja por volúmenes mucho menores que se encuentran entre el rango de 1.100 cajas (**Huaranca Vidaurre Victor Ruben**) y 1.900 cajas (**Pillco Apacani Roxana**). Así, la diferencia de 0,55 Bs/caja benefició de forma directa a los distribuidores con destino a la ciudad de Potosí.

De la evolución de precios analizados durante el periodo 2016, se advierte una clara distinción de los precios para la cerveza Paceña Pilsener de **1 Litro** según destino (ciudad de Potosí o Sucre), siendo para los meses de **mayo y julio de 2016** el precio en Bs/caja aplicado por **CBN** menor para distribuidores con destino a la ciudad de Potosí en relación a distribuidores con destino a la ciudad de Sucre, sin que se identifique algún tipo de justificación económica que lo respalde.

f. Respecto al establecimiento de distintos precios en la cerveza Paceña de 1 litro desde el C+D de Tarija

A continuación, se presentan los casos en los cuales se pudo identificar el establecimiento de distintos precios de venta de cerveza **Paceña Pilsener de 1 Litro** en el departamento de Potosí y otros departamentos, por parte de **CBN** a distribuidores que adquirieron el producto desde el **C+D de Tarija,** a saber:

i. **Entre distribuidores de la ciudad de Potosí, Tarija y Sucre**
ii. **Entre distribuidores de Potosí provincias, Tarija y Sucre**

i. Entre distribuidores de la ciudad de Potosí, Tarija y Sucre

Precio de venta por caja de la cerveza de 1 Litro aplicado a distribuidores con destino a la ciudad de Potosí respecto a precios de venta aplicados a distribuidores que atienden Tarija y Sucre, ambos desde el C+D de Tarija

En relación a la evolución de los precios[88] de la cerveza Paceña Pilsener de 1 L[89], durante el periodo 2016, se presentan los casos de establecimiento de distintos precios de venta de

[88]Precio calculado de la división de los ingresos por ventas en bolivianos y los volúmenes medidos en Hectolitros (Hl), convertidos en bolivianos por caja. Esto facilita el cálculo de un precio efectivo que incluye los descuentos aplicados por CBN a sus distribuidores.

cerveza a distribuidores, por parte de **CBN** en la **cerveza de Paceña Pilsener de 1 Litro**, a saber:

17. El mes de **junio** de 2016 **CBN** aplicó un precio de 66,87 Bs/caja a la señora **Mónica Zarate** por su única compra en el año de 800 cajas con destino a la ciudad de Potosí. El mismo mes el señor **Félix Condori** y **Celina Cruz** compraron 1.300 y 1.100 cajas, respectivamente y pagaron por cada una de ellas 78,08 Bs/caja; es decir, 11,21 Bs/caja más por un volumen mayor destinado a Sucre, siendo beneficiada la señora **Zarate** que llevó el producto a la ciudad de Potosí.

    Asimismo, el señor **Gustavo López** compró 3.299 cajas de cerveza, con destino a Tarija, a un precio de 82,20 Bs/caja, pagando un monto de **4,12** Bs/caja superior que **Félix Condori** con destino a Sucre (1.300 cajas) y **15,15** Bs/caja más que **Mónica Zarate,** con destino a la ciudad de Potosí (800 cajas), que cancelaron 78,08 Bs/caja y 66,87 Bs/caja, respectivamente. Esto último, a pesar de que **López** compró volúmenes mayores que **Condori y Zárate**.

18. El mes de **noviembre de 2016,** se tiene a distribuidores con compras casi similares en cuanto a volumen pero que pagaron distintos precios, es el caso del señor **Gonzalo Mallea** que adquirió 1.500 cajas a un precio de 83,73 Bs/caja con destino a Potosí y la señora **Patricia Martínez** que pagó un precio mayor de 89,59 Bs/caja por un volumen de 1.440 cajas de cerveza, pero con destino a Tarija.

    De la misma forma que el caso anterior, se advierte que el señor **Reynaldo Martínez** compró un volumen 7 veces más que el señor **Mallea**, es decir 10.600 cajas con destino a Tarija, pero pagó un precio también mayor en un 7 % equivalente a 89,59 Bs/caja, siendo beneficiado de forma directa el señor **Mallea** que trasladó el producto con destino a Potosí, de la misma forma fue beneficiada la señora **María Flores** quien compró 400 cajas a un precio de 83,73 Bs/caja también destinadas a Potosí.

19. Durante el mes de **diciembre de 2016**, se tiene una diversidad de precios aplicados a distribuidores, sin embargo, se observan precios menores para distribuidores con destino a Potosí en relación a los que se dirigen a Sucre y Tarija. **CBN** aplicó un precio de 83,73 Bs/caja a distribuidores que destinaron el producto hacia Potosí, son los casos de **Gonzalo Mallea**, **Leonardo Mallea** y **María Flores** por volúmenes de 2.800, 1.600 y 750 cajas, respectivamente. No obstante lo anterior, a la señora **Celina Cruz** que destinó el producto a Sucre **CBN** le cobró un precio mayor de 84,71 Bs/caja en su compra de 1.200 cajas.

    Por otro lado, en el C+D de Tarija en el mismo mes de **diciembre de 2016**, el precio cobrado a distribuidores con destino a Tarija fue mucho mayor; así, el precio mínimo fue de 84,14 cobrado a las señoras **Marlene Torrez** y **Daniela Aguirre** por sus compras de 4.280 y 9.845 cajas, respectivamente, y un precio máximo de 89,59 Bs/caja aplicado a **Patricia Martínez, Marco Barrera e Ignacio Illescas**, por la compra de 2.720, 400 y 4.760 cajas, respectivamente. En consecuencia, **CBN**

[89] **Véase Anexo N° 4 del Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/N° 127/2018 y Anexo N° 4 del Informe Técnico N° 162/2018.**

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

terminó beneficiando a distribuidores con destino a Potosí aplicándoles un precio menor que el cobrado a aquellos que destinaron la cerveza de 1 Litro a Tarija.

De acuerdo a lo anterior, y a partir del hecho que los distribuidores recogieron la cerveza **Paceña Pilsener de 1 Litro** del mismo C+D ubicado en Tarija, se presenta de esta forma una distinción clara de precios por parte de **CBN** a distribuidores que se encuentran en igualdad de condiciones, beneficiando de forma clara a distribuidores con destino a Potosí en desmedro de los que destinaron el mismo producto hacia Sucre y Tarija.

ii. Entre distribuidores de Potosí Provincias, Tarija y Sucre

Precio de venta por caja de la cerveza de 1 Litro aplicado a distribuidores que destinan el producto a Potosí Provincias, Tarija y Sucre, desde el C+D de Tarija

La venta en Potosí Provincias estuvo concentrada en el periodo mayo-noviembre de 2016, para el Sur de Potosí solo en noviembre y diciembre de 2016, con destino a Sucre únicamente en mayo-junio-diciembre de 2016. En cambio, para Tarija se tiene un registro continuo de ventas durante toda la gestión 2016. En esta línea, entre **mayo y diciembre** de 2016 se observó que los precios para distribuidores con destino a Potosí Provincias siguieron siendo menores a los de Tarija y Sucre. Se observa de forma particular casos de dicha condición en el siguiente orden:

20. En **mayo** de 2016 el precio de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro para distribuidores con destino a Potosí Provincias (77,81 Bs/caja) es 1,73 % menor en relación al precio mínimo cobrado a distribuidores con destino a Tarija (79,16 Bs/caja).

En lo que concierne a cada distribuidor, por ejemplo, se tiene el caso del señor **Leonardo Mallea** que compró 1.150 cajas de cerveza con destino a Potosí Provincias a un precio de 77,81 Bs/caja, y por el otro lado, se tiene, con destino a Tarija, al señor **Reynaldo Martínez** que pagó 82,20 Bs/caja al momento de adquirir más del doble del volumen del señor **Mallea**; es decir, 2.700 cajas. De esta manera, se originó una clara diferencia de precios de 4,39 Bs/caja que benefició al señor **Mallea**.

21. En **junio de 2016** se repitió la situación del mes anterior, el precio de la caja de cerveza con destino a Potosí Provincias (55,36 Bs/caja cobrado al señor **Leonardo Mallea**) disminuyó en gran proporción respecto al precio mínimo aplicado para distribuidores con destino Tarija (64,29 Bs/caja pagado por el señor **Jose Luis Fernandez Arenas**) y Sucre (78,08 Bs/caja cobrado a **Félix Condori y Celina Cruz**), estos montos se mantuvieron constantes hasta julio de 2016.

De forma específica, se tiene el caso del distribuidor para Potosí Provincias **Leonardo Mallea** a quien **CBN** aplicó un precio menor de 55,36 Bs/caja por la compra de 700 cajas frente a la compra de **Félix Condori** distribuidor con destino a la ciudad de Sucre a quien **CBN** vendió un volumen mayor de 1.300 cajas a un precio también mayor de 78,08 Bs/caja (monto mayor en un 41 % al aplicado al señor **Mallea**). Sumado a esto último, se tiene que al señor **José Fernández** (distribuidor

con destino a Tarija) quien pagó 64,29 Bs/caja por la compra de 895 cajas (precio mayor en un 13,89 % al cobrado al señor **Mallea**). En conclusión, el precio aplicado a distribuidores con destino a provincias de Potosí fue menor en relación al resto de distribuidores con diferente destino (Tarija y Sucre).

22. En **julio** de 2016, se tienen distintos precios para distribuidores según destino del producto, llama la atención por las diferencias del precio determinado para todos los distribuidores con destino a provincias de Potosí que equivale a 77,81 Bs/caja por volúmenes que oscilaron entre 150 cajas (**Gonzalo Mallea**) y 2.050 cajas (**Leonardo Mallea**), precio inferior en relación a los aplicados para distribuidores con destino a Sucre cuyo precio máximo fue de 78,08 Bs/caja por la compra de 1.100 cajas (**Celina Cruz**) y aquellos distribuidores que destinaron la cerveza de 1 Litro hacia Tarija pagaron un precio máximo de 82,20 por volúmenes de 4.000 cajas (**Lopez Zamora Gustavo**) y 6.500 cajas (**Reynaldo Martinez**). En síntesis, se advierte que los distribuidores con destino a las provincias de Potosí fueron beneficiados por parte de **CBN** con un precio menor al cobrado a los distribuidores con destinos a Sucre y Tarija.

23. Durante **octubre** de 2016, se observa nuevamente la aplicación de precios menores para distribuidores con destino a provincias de Potosí equivalente a 83,73 Bs/caja para volúmenes de 150 y 640 comprados por **Leonardo Malléa** y **Gonzalo Mallea**, respectivamente; para distribuidores con destino a Tarija, el precio máximo de 89,59 Bs/caja para compras que oscilaron entre 250 (adquirido por **Victoria Velásquez**) y 9.830 cajas (comprado por **Reynaldo Martínez**). Se puede evidenciar de forma clara el beneficio directo para distribuidores con destino a provincias de Potosí toda vez que compraron volúmenes mucho menores respecto a los distribuidores de Tarija y pagaron así también un precio menor.

24. **Noviembre** de 2016, se observa nuevamente la aplicación por parte de **CBN** de un precio menor de 83,73 Bs/caja (entre 400 cajas a **María Flores Martínez** y 1500 cajas a **Gonzalo Mallea**) para distribuidores con destino a provincias de Potosí respecto a Tarija donde compradores como el señor **José Fernández** y **Reynaldo Martínez** adquirieron volúmenes mucho mayores a los adquiridos con destino a provincias de Potosí, es decir, 8.250 y 10.600 cajas, respectivamente, pero a un precio mayor que alcanzó los 89,59 Bs/caja.

25. Para **diciembre** de 2016, ocurre la misma situación que el mes de julio del mismo año, es decir, **CBN** aplicó un precio de 83,73 Bs/caja para todos los distribuidores que destinan el producto a las provincias de Potosí; sin embargo, este precio es menor en relación a los aplicados para distribuidores con destino a Sucre de 84,71 Bs/caja (**Celina Cruz**) y en Tarija se tiene un precio máximo de 89,59 Bs/caja para volúmenes que oscilan entre 350 cajas (**Victoria Velásquez**) y 11.544 cajas (**Jose Luis Fernández Arenas**); así, nuevamente los distribuidores con destino a las provincias de Potosí son beneficiados con un precio menor respecto a los distribuidores que trasladan la cerveza a Sucre y Tarija.

De acuerdo al listado anterior, en el periodo **mayo-diciembre de 2016**, se identificaron claramente casos en que los precios aplicados por **CBN** a los distribuidores que

comercializan cerveza **Paceña Pilsener de 1 Litro** en **Potosí Provincias** respecto a los destinos de **Tarija y Sucre**, son menores. El indicado periodo coincide con la denuncia presentada por **CNP** respecto a la aplicación de precios inferiores por parte de **CBN** para el departamento de Potosí respecto a otras regiones.

Finalmente, en la siguiente tabla se detallan los ejemplos o casos identificados durante la gestión 2016, citados precedentemente, en los cuales se evidencia la comisión de la conducta de establecimiento de distintos precios para distribuidores que se encontraban en igualdad de condiciones en el **mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria de cerveza**, por parte de **CBN**, conducta que aconteció de forma recurrente o sucesiva en el tiempo.

Tabla N° 6
Periodicidad de la conducta en el Mercado Relevante a nivel de Distribución Secundaria
Periodo: 2016

N° de Caso	Origen C+D	Destino del distribuidor	2016											
			Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1	C+D Huari Oruro	Ciudad de Potosí – Sucre			X									
2		Ciudad de Potosí – Sucre				X								
3		Ciudad de Potosí – Sucre					X							
4		Ciudad de Potosí – Sucre						X						
5		Ciudad de Potosí – Sucre							X					
6		Ciudad de Potosí – Sucre								X				
7		Provincias Potosí - Sucre			X									
8		Provincias Potosí - Sucre					X							
9		Provincias Potosí - Sucre						X						
10		Provincias Potosí - Sucre							X					
11		Provincias Potosí - Sucre								X				
12		Provincias Potosí - Sucre									X			
13		Provincias Potosí - Sucre											X	
14		Provincias Potosí - Sucre												X
15	C+D Oruro	Ciu Pts.- Sucre					X							
16		Ciu Pts.- Sucre							X					
17	C+D Tarija	Ciu Pts.-Tarija-Sucre						X						
18		Ciu Pts.-Tarija-Sucre											X	
19		Ciu Pts.-Tarija-Sucre												X
20		Prov Pts.-Tarija-Sucre					X							
21		Prov Pts.-Tarija-Sucre						X						
22		Prov Pts.-Tarija-Sucre							X					
23		Prov Pts.-Tarija-Sucre										X		
24		Prov Pts.-Tarija-Sucre											X	
25		Prov Pts.-Tarija-Sucre												X

Elaboración: AEMP.

De acuerdo a la tabla anterior, la conducta que comprende el establecimiento de distintos precios se presentó de forma sucesiva entre **marzo y diciembre de 2016,** de acuerdo al siguiente detalle:

N° de Caso	Origen C+D	Destino del distribuidor	2016											
			Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
25 Casos	Huari, Oruro y Tarija	Ciudad de Potosí Provincias Potosí Sucre Tarija			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

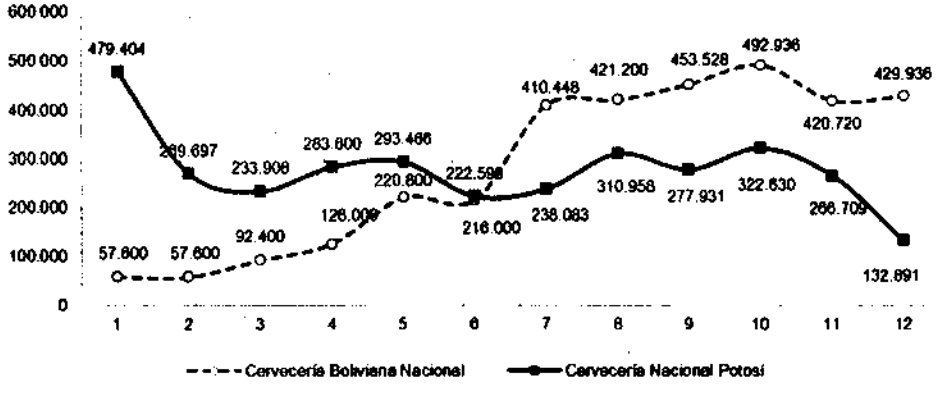
3.2.2 Si el objeto o efecto que persiguió CBN al establecer distintos precios y condiciones de venta a compradores situados en igualdad de condiciones, es o puede ser, desplazar indebidamente a CNP del mercado, impedirle sustancialmente el acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas

Una vez evidenciada la práctica señalada en el numeral 10, del artículo 11 del D.S. 29519, y demostrado que el agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante determinado, cabe establecer si dicha práctica tiene el objeto o efecto de "... desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso, o de establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas".

Al respecto, **CBN** estableció **ventajas exclusivas** para ciertos distribuidores en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria (**objeto**) específicamente al venderles el producto (cerveza Paceña Pilsener de 1 litro) a aquellos que destinaban el producto a la ciudad de Potosí como a provincias del departamento de Potosí, a un precio menor en comparación del cobrado a los distribuidores que destinaban el mismo producto a otros departamentos (p. ej., Chuquisaca (Sucre) y Tarija), pese a que tanto los distribuidores que comercializan el producto a la ciudad de Potosí y sus provincias como aquellos que destinaban el producto a otras ciudades del país lo adquirían del mismo centro de distribución (Huari-Oruro, Oruro y Tarija).

La aplicación de distintos precios por parte de **CBN** de la cerveza Pilsener de 1 Litro a sus distribuidores en el departamento de Potosí (ciudad y provincias) respecto a los que tenían como destino Sucre y Tarija, realizada con carácter continuo entre los meses de marzo a diciembre de 2016, dio lugar la reducción significativa del volumen de ventas de la cerveza de 1 L de **CNP**, sobre todo a partir del mes de julio, contrario al comportamiento de las ventas de **CBN** que fueron en sentido ascendente, y por ende, poder tener como **efecto el desplazamiento indebido** de esta última empresa del departamento de Potosí, tal y como se presenta a continuación:

Evolución de la venta de cerveza Pilsener de 1 Litro Pilsener en el departamento de Potosí, Expresado en litros
Periodo: 2016



Fuente: RA 094/2018, p. 97.

CONSIDERANDO: (Subsunción de la acción)

a) Subsunción de la acción a la infracción de otorgamiento de descuentos e incentivos prevista en el artículo 11, numeral 8 del Decreto Supremo N° 29519

Analizada la documentación e información proporcionada por CNP y CBN, y considerando que las alegaciones y descargos de CBN no desvirtúan los cargos formulados en su contra mediante RA 94/2018, se confirma **la acción unilateral de CBN de otorgar incentivos** a los PDV en el mercado relevante determinado a nivel de **Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí, con el requisito de no adquirir ni vender los bienes producidos, distribuidos o comercializados por **Cervecería Nacional Potosí Ltda.** o por otros agentes económicos, durante los meses de enero de 2016 a diciembre de 2016, conducta que constituye una práctica anticompetitiva de acuerdo al Decreto Supremo N° 29519, en su artículo 11, numeral 8, cuyo texto prohíbe: *"El otorgamiento de descuentos o incentivos por parte de productores, proveedores a los compradores con el requisito de no usar, adquirir, vender, comercializar, proporcionar los bienes y/o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero."*

La AEMP constató, en el mercado relevante determinado a nivel de comercialización de cerveza, que CBN otorgó incentivos a los PDV condicionando su obtención al hecho de no vender o comercializar los productos de CNP, a partir de dos hechos que, al encontrarse relacionados entre sí, permitieron establecer indicios en su contra a través de la RA 94/2018.

El primero de estos hechos, tiene que ver con el contenido de las declaraciones voluntarias y actas de verificación N° 2981994, 2981974, 2981995, 1380711, 1376792 y 1380687, presentadas por CNP como sustento de los hechos denunciados, los cuales, tal como se señaló en la RA 94/2018; al ser emergentes de actuaciones presenciadas por un notario de fe pública, *se presumen legítimas, salvo expresa declaración judicial en contrario.*[90]

Los citados documentos notariales, con excepción del N° 2981995, contienen declaraciones de propietarios de PDV de la ciudad de Potosí, en el sentido de haber recibido por parte de distribuidores de CBN la propuesta de otorgarles distintos incentivos (televisores, mesas, sillas y refrigeradores y pintado de paredes entre otros), con la condición de no vender la cerveza de CNP.

Luego de valorar los descargos presentados por CBN, el acta de verificación realizada en el local denominado "Fricasería La Paz" (documento N° 2981994) fue excluida del análisis en virtud a la declaración de la propietaria del mismo PDV, que contiene hechos opuestos en relación a los declarados inicialmente.

Específicamente los documentos signados con los N° 1380711 y N° 1380687 establecen que la fecha en la que se les propuso otorgarles incentivos fue, respectivamente, *"hace tres semanas atrás..."* y *"hace aproximadamente diez meses atrás..."*, lo que corrobora que tales

[90] Previsión contenida en el artículo 2 de la Ley N° 483 del Notariado Plurinacional.

documentos dan cuenta de hechos acaecidos en el período definido para la investigación de las conductas denunciadas por CNP (enero a diciembre de 2016).

Ahora, considerando que en los documentos N° 2981974 y N° 1376792, no se precisa la fecha en que los incentivos referidos fueron ofrecidos a los PDV respectivos, en el marco de la valoración y análisis realizado en cuanto a las observaciones que CBN expuso respecto a las declaraciones y actas notariales que presentó a momento de responder la denuncia presentada en su contra, la fecha en la cual el notario de fe pública presenció ambas declaraciones, permiten establecer que tales declaraciones fueron también realizadas dentro del período de investigación definido por esta autoridad.

En relación al documento N° 2981995, en cuyo contenido se describe, entre otros hechos, que en la reunión llevada a cabo por distribuidores independientes de CNP se afirmó una intimidación a diferentes negocios por parte de CBN para que no vendan la cerveza Potosina a cambio de varios incentivos, hecho respecto al cual CBN no ha manifestado ni acreditado objeción alguna durante el término probatorio conferido en el presente caso; consiguientemente, dicho documento notarial, al igual que los descritos precedentemente, acreditan la comisión de la conducta atribuida a CBN.

El segundo de los hechos en los cuales se sustentó el establecimiento de indicios de la conducta en cuestión, se refiere a la cláusula de exclusividad de los contratos de comodato de equipos de frío que CBN suscribió con los PDV ubicados en la ciudad de Potosí y que presentó en formato digital (escaneados) durante las diligencias preliminares.

En el marco de dicha cláusula, sexta (6.2) en algunos casos y séptima (7.2) en otros, CBN estableció una restricción expresa para asegurar que los PDV beneficiados con los referidos equipos de frío no exhiban en su interior productos de otras empresas, así se advierte de la obligación impuesta en su contenido y que refiere: *"...Garantizar que en los bienes **figuren solamente marcas comerciales y logotipos de los productos de la COMODANTE** o autorizados por ella...". (énfasis agregado)*, obligación cuyo incumplimiento, en el marco del contrato referido, tendría como efecto la resolución del acuerdo suscrito[91] y en consecuencia que el bien otorgado en comodato, le sea quitado al PDV.

Este segundo hecho, evidencia que CBN concedió un otro "beneficio" a los PDV de la ciudad de Potosí, también de manera condicionada, pero esta vez imponiendo de manera expresa una limitación en su actuar que asegure la exposición exclusiva de sus productos al interior de los equipos de frío entregados en comodato.

Dicha conducta, en el marco de la jurisprudencia presentada por la propia CBN (anexo 15 de su memorial de descargos presentado en fecha 11/10/2018) *"...resulta razonable y legalmente posible, únicamente cuando hay espacio para colocar otro equipo de enfriamiento para productos competidores. En las situaciones descritas en que el espacio no permita tener otro equipo de enfriamiento, la Embotelladora Coca Cola FEMSA de Costa*

[91] Ver cláusula octava (novena en algunos) de los contratos de comodato que estipula: *"En caso de incumplimiento del COMODATARIO a cualquiera de las obligaciones contenidas en el presente contrato, el COMODANTE podrá resolver el mismo sin necesidad de intervención judicial..."*.

Rica S.A. debe permitir que se coloquen producto de sus competidores, de lo contrario se estaría impidiendo la competencia intermarca".

En ese contexto, la restricción expresa que contienen los contratos que CBN suscribió con PDV para dotarles equipos de frío en comodato, debió ser desvirtuada a partir de la acreditación de la coexistencia de productos de otras empresas en tales equipos dentro de los PDV comodatarios (con quienes suscribió los contratos de comodato), o en su defecto, con documentación idónea que demuestre que en los citados PDV existe el espacio suficiente para la colocación de equipos de frío de otras empresas competidoras de CBN, situación que no ha acontecido en el caso de autos, y que permite confirmar los cargos establecidos contra CBN sobre esa base.

Por otro lado, teniendo en cuenta que la existencia de ganancias de eficiencia forma parte de las alegaciones de descargo presentadas por CBN en relación a los equipos de frío referidos y que al respecto en el acápite denominado: "Sobre las ganancias en eficiencia", contenido en el punto 10 del considerando de valoración técnica jurídica de la presente resolución, ese hecho también fue fundadamente desvirtuado. Es necesario además, puntualizar que CBN se encontraba en la posibilidad de acreditar que su conducta tenía una incidencia favorable en el proceso de competencia, pero no lo hizo, circunscribiendo sus argumentos de defensa a argüir que la entrega en comodato de los referidos equipos a los PDV de la ciudad de Potosí, habría generado un aparente beneficio para los consumidores, sin embargo, la sola alegación de ese hecho es insuficiente para acreditar la existencia de ganancias en eficiencia, como era su obligación de acuerdo a lo señalado en el artículo 12, parágrafo I, del D.S. 29519.

En ese contexto, ante la falta de acreditación de ganancias en eficiencia derivadas de la conducta denunciada por CNP, que se adecúen a aquellas descritas en el artículo 12, parágrafo II, del D.S. 29519, además de no haber demostrado que las aportaciones netas al bienestar del consumidor producto del otorgamiento de incentivos en la ciudad de Potosí, superan sus efectos anticompetitivos, corresponde que la conducta del agente económico sea sancionada.

Por lo expuesto, es evidente que, durante el período de investigación definido en el presente caso, la acción unilateral de CBN consistente en otorgar incentivos a los PDV en la ciudad de Potosí con el requisito de no vender el producto de CNP, advertida tanto en los documentos notariados precedentemente descritos como en el contenido de los nueve (9) contratos de comodato mencionados, durante el periodo de investigación que comprende los meses de enero a diciembre de 2016, se enmarca en la conducta anticompetitiva prevista por el numeral 8 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519.

Objeto o efecto de la conducta

En relación a la denuncia de **CNP** contra **CBN** se tiene que el **objeto** inmediato del acto unilateral que configura la conducta analizada en el acápite anterior, **pudo ser desplazar indebidamente** a **CNP** del mercado relevante de comercialización de cerveza en la ciudad de Potosí, esto, en razón a que el otorgamiento de incentivos a PDV condicionados a no adquirir o comercializar los productos de **CNP**, generó en los PDV que fueron beneficiados

con tales incentivos, una fidelización en relación al producto de **CBN** respecto a productos de la empresa denunciante.

En ese sentido, la conducta de **CBN** se adecúa a la infracción descrita en el artículo 11, numeral 8, del Decreto Supremo N° 29519.

b) Subsunción de la acción a la infracción de establecimiento de distintos precios, prevista en el artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519

Analizada la documentación e información proporcionada por **CNP** y **CBN**, y considerando que las alegaciones y descargos de **CBN** no desvirtúan los cargos formulados en su contra mediante la RA 94/2018, se confirma el establecimiento de distintos precios de venta de su producto **Paceña Pilsener de 1 litro** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones en el mercado relevante determinado a nivel de **Distribución Secundaria**, durante los meses de marzo de 2016 a diciembre de 2016, conducta que constituye una práctica anticompetitiva de acuerdo al Decreto Supremo N° 29519, en su artículo 11, numeral 10, cuyo texto prohíbe: *"El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones"*.

De acuerdo al análisis técnico de la documentación aportada por las empresas **CNP** y **CBN**, durante el procedimiento administrativo sancionador, en primera instancia se logró evidenciar la aplicación de precios distintos por parte de **CBN** entre distribuidores de la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria, desde sus centros de Distribución C+D Huari-Oruro, C+D Oruro y C+D Tarija, con destino al departamento de Potosí.

Conforme al análisis descrito en el punto 11 del considerando de valoración técnica y jurídica precedente, las alegaciones y documentación ofrecida como descargo por el nombrado agente económico no desvirtuaron los cargos establecidos en su contra, en consecuencia la discriminación de precios que CBN aplica en sus C+D de Huari Oruro, Oruro y Tarija, a tiempo de vender la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro a sus distribuidores, no obedece a las condiciones particulares del mercado, ni a cuestiones económicas sustentadas, o a que los mencionados distribuidores no se encuentren en igualdad de condiciones. **CBN** vende el citado producto en puertas de los referidos centros de distribución, para que sean los distribuidores en cuestión y no la misma empresa, quienes, a efectos de la reventa de la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro en sus diferentes destinos, asuman los gastos inherentes al transporte del producto adquirido hasta el PDV respectivo, para su posterior comercialización al por menor.

En ese contexto, resulta evidente que el momento en que se realiza la discriminación de precios es justamente cuando **CBN** vende su producto a distribuidores en los indicados centros de distribución, aplicando precios distintos y menores a los que adquirieron el producto para su destino al departamento de Potosí (ciudad o provincias) en relación a aquellos distribuidores que destinan el producto para su reventa en Sucre o Tarija, momento en el cual no tienen relevancia alguna las características o particularidades del mercado donde se vaya a comercializar el producto al por menor, pues, conforme ya se manifestó, los

costos de transporte del producto al lugar de destino definido por cada distribuidor, es asumido por este y no por **CBN**.

En ese sentido, en el presente caso se cumple el presupuesto para la determinación de la conducta anticompetitiva relativa prevista en el artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, que es la existencia de un acto, contrato, convenio, procedimiento o combinación de estos y que en este caso se traduce en el acto unilateral de **CBN** consistente en el establecimiento de distintos precios hacia los distribuidores que adquieren el producto Paceña Pilsener de 1 Litro de sus C+D "Huari-Oruro", "Oruro" y "Tarija".

Adicionalmente, la citada disposición normativa exige que a efectos de configurar la infracción, el establecimiento de distintos precios, para diferentes compradores, acontezca ante la existencia de por lo menos dos compradores o vendedores (compradores en este caso), que se encuentren en igualdad de condiciones, presupuesto que también concurre en cuanto a la conducta que fue objeto de investigación, conforme se explica a continuación:

i) Todos los compradores ostentan la calidad de distribuidores de **CBN**, en mérito a determinados parámetros que deben cumplir ante dicha empresa a objeto de realizar la compra de su producto en esa condición, tal como se aprecia de la información proporcionada por CBN en relación al punto 9 del Anexo del Auto Administrativo de 18 de mayo de 2017[92], que contiene los requisitos establecidos que debe cumplir un distribuidor para comercializar los productos de CBN; en consecuencia, todos los distribuidores son compradores que se encuentran en igual condición.

ii) Todos los distribuidores se aprovisionaron de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro en puertas de un mismo centro de distribución, ya sea en el C+D de Huari-Oruro, de Oruro o Tarija, pues conforme se advierte de los casos descritos y ejemplificados individualmente en la RA 94/2018 en función al área de influencia al que corresponden, y a su vez, todos los distribuidores revendieron el producto adquirido a PDV del departamento de Potosí, evidenciando ello su situación de igualdad.

iii) El producto adquirido por todos los distribuidores en los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija, reúne las mismas características, pues por declaración de la propia **CBN**[93], se tiene que no existen diferencias entre el producto de la botella "Aracelli" y "Champañera", tratándose en ambos casos de la cerveza Paceña Pilsener en botellas de vidrio de 1 Litro, hecho que corrobora la igualdad de condiciones en que se encuentran los referidos distribuidores.

iv) No existe diferencias en los costos de producción de la cerveza Paceña Pilsener en botella de 1 Litro adquirida por los distribuidores, pues conforme se explicó en párrafos anteriores, independientemente de que sea vendido en el C+D Huari-

[92] Información presentada por CBN en anexo adjunto al memorial de fecha 30/06/2017, cursante a fojas 0698.

[93] Afirmación realizada por CBN en el punto 57 del memorial presentado en fecha 14/03/2018 así como en el punto 164 de su memorial de descargos presentado en fecha 11/10/2018

Oruro, Oruro o Tarija, dicha cerveza constituye un mismo producto, así se advirtió de la información obtenida durante las diligencias preliminares y de lo afirmado por la propia **CBN**.

v) **CBN** asume el mismo costo para vender a unos u otros distribuidores el mismo producto, pues es dicho agente económico el que se encarga de realizar los gastos propios del transporte de mencionado producto desde sus centros de producción hasta los centros de distribución referidos, y luego de su venta a los distribuidores, son éstos quienes se encargan de transportar la cerveza a los distintos PDV para su comercialización.

En ese orden, de acuerdo al análisis técnico y subsunción de la acción precedente, la discriminación en precios denunciada por **CNP** tuvo su origen en el establecimiento de precios distintos por parte de **CBN** en la venta de su producto Paceña Pilsener de 1 litro para los distribuidores situados en igualdad de condiciones en el mercado de Distribución Secundaria, desde los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija, a quienes se les vende un mismo producto, pero con precios distintos, siendo de esa manera beneficiados los distribuidores que adquieren el producto con destino al departamento de Potosí (ciudad y provincias), pues **CBN**, desde un mismo C+D, ya sea Huari-Oruro, Oruro o Tarija, vende el citado producto a estos últimos a un precio menor en comparación del precio al que les vende el mismo producto a distribuidores que lo destinan a Chuquisaca (Sucre) y Tarija.

Objeto o efecto de la conducta

En el marco del artículo 11 del Decreto Supremo Nº 29519, en cuyo contenido se describen las prácticas anticompetitivas relativas, para que la comisión de tales conductas pueda ser sancionable, se exige que su objeto o efecto sea o pueda ser; que desplace indebidamente a otros agentes del mercado; impida sustancialmente su acceso o establezca ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.

En ese contexto, el **objeto** de la conducta que fue identificado en la subsunción precedente, es el **establecimiento de ventajas exclusivas** en favor de determinados distribuidores que durante el periodo de investigación definido para la investigación de la conducta en cuestión, adquirieron el producto de **CBN** en sus C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija con destino a la ciudad y provincias de Potosí a un precio más bajo en comparación de otros distribuidores que se aprovisionaron con el mismo producto, en los mismos centros de distribución, pero que lo destinaron para su comercialización en Chuquisaca (Sucre) y Tarija.

Además, el bajo precio al que **CBN** vende su producto en los centros de distribución C+D de Huari–Oruro, Oruro y Tarija, a distribuidores que destinan dicho producto al departamento de Potosí, permite que el mismo sea revendido a un precio muy bajo en la ciudad capital y provincias de dicho departamento, dando así lugar, a que como efecto de la conducta anticompetitiva en un corto plazo, pudo haberse **desplazado indebidamente** a **CNP** del mercado de la cerveza en el departamento de Potosí, así lo ratifica la pérdida gradual de participación en el mercado.

En este sentido, la conducta de **CBN**, consistente en el establecimiento de distintos precios a diferentes compradores situados en igualdad de condiciones, acontecido de forma sucesiva

durante el periodo comprendido entre los meses de marzo a diciembre de la gestión 2016, se adecúan a la infracción descrita en el numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519.

c) Aplicación del Art. 39 numeral 4 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial Nº 190

El artículo 39 del Reglamento de Regulación de la Competencia en el marco del Decreto Supremo Nº 29519, aprobado por Resolución Ministerial Nº 190, que de forma genérica con relación a la facultad de imponer varias sanciones señala; *"Sin perjuicio de la concurrencia con otras sanciones, la Superintendencia de Empresas* (ahora AEMP) *podrá imponer el siguiente tipo de multas:"*

> *4. Multa de hasta el uno por ciento (1%) de los ingresos brutos anuales por el ocultamiento, distorsión o destrucción de información o por el entorpecimiento de las investigaciones.*

El numeral 4 precedente, describe cuatro casos en los que la Superintendencia, ahora AEMP, por mandato del Decreto Supremo Nº 0071, se encuentra facultada a imponer la sanción de multa del (1%).

En ese contexto, en una primera instancia, la RA 94/2018, luego de describir el análisis de la conducta de **CBN**, observó que esta empresa presuntamente habría incurrido en el ocultamiento de información y en la distorsión de información, respecto a las cuales, una vez concluido el procedimiento sancionador corresponde señalar lo siguiente:

c.1 Respecto al ocultamiento de información

Conforme al análisis descrito en el punto 12 del Considerando denominado "Valoración técnica y jurídica de los descargos, alegaciones, y explicaciones presentadas", esta autoridad estableció que los argumentos y documentación de descargo que CBN presentó al cargo por presunto ocultamiento de información respecto al cual se establecieron cargos en su contra a través de la RA 94/2018, han desvirtuado los indicios advertidos al respecto, consiguientemente, no corresponde, la imposición de la multa prevista en el artículo 39 numeral 4, del reglamento aprobado por la Resolución Ministerial N° 190.

c. 2 Respecto a la distorsión de la información

De la información reportada por **CBN**[94] en fecha 30 de junio de 2017 en relación a los precios sugeridos para los PDV, inicialmente se dio a conocer el precio sugerido a los puntos de venta (PDV) desde los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija, advirtiendo que en la gestión 2016 el precio promedio[95] para el departamento de Potosí, Sucre y Tarija fue de Bs 159 por

[94] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Prueba 18. Fs. 698.

[95] Memorial de CBN presentado en fecha 29 de diciembre de 2017. Punto 18. Fs.0001318. La información estimada de precios con que cuenta CBN (como la entregada en el memorial de fecha 26 de septiembre de 2017), surge como resultado de un relevamiento trimestral o cuatrimestral (dependiendo de la importancia y la posibilidad de nuestros ejecutivos de venta de relevar dicha información) de los precios estimados a los cuales los

caja de cerveza Paceña Pilsener 1 L que es menor en un 16,75 % respecto a La Paz (Bs 191), y en un 15,45 % en relación a Santa Cruz (Bs 188,50), sobre la base de que la cerveza "Araceli" o "Champañera" son el mismo producto; sin embargo, luego de requerir a **CBN** la complementación del Punto 18 del Anexo al Auto de Inicio de Diligencias Preliminares, se observó que la información antes referida ya no fue incluida por **CBN**[96] en su memorial de 26 de septiembre de 2017, sin haber explicado el motivo por el cual los datos reportados en un inicio habían sido suprimidos del cuadro final enviado a esta autoridad, diferencia que fue explicada gráficamente en la RA 94/2018 a partir de los siguientes cuadros:

Información presentada en fecha 30 de junio de 2017

	MERCADO	LA PAZ-PANDO-BRN	LA PAZ-PANDO-BRN	COCHABAMBA	COCHABAMBA	SANTA CRUZ-SANTA CRUZ FRONTERAS	ORURO-POTOSI-SUCRE	ORURO-POTOSI-SUCRE	TARIJA-SUCRE	
500	PILSENER 620 LA PAZ	137,00	137,00	142,50	142,50	137,00	140,00	140,00	133,50	
505	HUARI 620	146,00	146,00	146,00	146,00	146,00	145,00	145,00	147,50	
330	PACEÑA LATA 355 CC. X 24	187,50	187,50	187,50	187,50	187,50	190,50	190,50	187,50	
7939	PACEÑA CAN 0,354L X24	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	
120	TAQUIÑA EXPORT 620			131,50	131,50					
515	TROPICAL EXTRA 620	138,00	138,00			138,00	140,01	140,01	132,50	
10648	PACEÑA PILSENER RET 0,710L x 12	142,50	142,50	142,50	142,50	142,50	145,50	145,50	137,50	
10972	TAQUIÑA EXPORT RET X12 710			137,00	137,00					
40	DUCAL 350 lata			105,00	105,00	105,00			105,00	
1363	PACEÑA PILSENER RET X12 1LITRO	201,00	201,00			188,80				
11081	PACEÑA PILSENER RET X12 1000 S/N Champañera						199,00	199,00	195,00	
170	IMPERIAL 620	83,00	88,00	76,00	76,00	98,00	112,00	112,00	108,00	
908	CORONA 355CC BOTELLA X24	260,00	260,00	280,00	280,00	260,00	261,00	261,00	260,00	

Información presentada en fecha 26 de septiembre de 2017

	MERCADO	LA PAZ-PANDO-BRN	LA PAZ-PANDO-BRN	COCHABAMBA	COCHABAMBA	SANTA CRUZ-SANTA CRUZ FRONTERAS	ORURO-POTOSI-SUCRE	ORURO-POTOSI-SUCRE	TARIJA-SUCRE
500	PILSENER 620 LA PAZ	137,00	137,00	142,50	142,50	137,00	140,00	140,00	133,50
505	HUARI 620	146,00	146,00	146,00	146,00	146,00	145,00	145,00	147,50
120	TAQUIÑA EXPORT 620			131,50	131,50				
40	DUCAL 350 lata			105,00	105,00	105,00			105,00
170	IMPERIAL 620	83,00	88,00	76,00	76,00	98,00	112,00	112,00	108,00
908	CORONA 355CC BOTELLA X24	260,00	260,00	280,00	280,00	260,00	261,00	261,00	260,00
975	BOCK 350 lata	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00
617	PACEÑA BLACK LATA 355CC X24	205,00	205,00	199,00	199,00	199,00	205,00	205,00	203,00
345	BICICLETA 620	125,50	125,50	134,50	134,50	151,50	125,50	125,50	129,00
5911	PACEÑA ICE CAN X24 354	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
10693	HUARI MIND CAN 0,330 L x 24	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	216,00
287	STELLA ARTOIS 355 CC X 4 SIX PACK	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
906	BUDWEISSER 354 LATA 4x6								
2991	MOJITO MIXITAIL CAN 306 1L	205,50	205,50	203,50	208,50	208,50	205,50	208,50	209,50
285	BALTICA 350 LATA			90,00	90,00	90,00			90,00
7634	BRAHMA CAN 0,354L X24			95,00	95,00	95,00			
205	BOTELLA TAQUIÑA PILSENER VERDE	75,00	75,00						
515	TROPICAL EXTRA 620	138,00	138,00	148,50	143,50	138,00	138,00	138,00	132,50

Nota.- * Los productos ANDES, PATAGONIA, STELLA ARTOIS NOIRE, BALTICA CHILE, ASTRA, LOWENBRAU no tienen PRECIO SUGERIDO dado que son importaciones extraordinarias, excepcionales, no re Asumimos los productos que no tienen un precio determinado en las notas anteriores corresponden a importaciones extraordinarias o importaciones / producciones locales descontinua

Nota 2.- En respuesta a su requerimiento, la presente lista de precios corresponde a los 26 productos enunciados en la prueba 3.

Fuente: CBN, Punto 18 de los memoriales de fechas 30 de junio de 2017 y 26 de septiembre de 2017.

puntos de venta reciben nuestros productos; dicha información es recabada en formularios manuales, los cuales, una vez obtenida la información relevante para CBN, son descartados, por lo cual los formularios de dichos períodos ya no cursan en nuestros archivos, y actualmente solamente contamos con la información promedio anual que ya hemos proporcionado a la AEMP. Cabe resaltar (como se indicó anteriormente) que la información en todo caso es tomada en períodos trimestral o cuatrimestrales y no de manera mensual como ha sido requerida por su autoridad.

[96] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 18. Fs. 000843.

Que, de acuerdo a la definición dada por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la distorsión es:

> *"f. Acción de torcer o desequilibrar la disposición de figuras en general o de elementos artísticos, o de* ***presentar o interpretar hechos, intenciones, etc., deformándolos de modo intencionado".***

Que, la empresa **CBN** al haber modificado la información remitida a la AEMP en relación a los precios sugeridos a los PDV, reportando inicialmente los precios promedio del producto cerveza Paceña Pilsener de 1 litro, Código 1361-PACEÑA PILSENER RET x12 1LITRO (Aracely) y 11081-PACEÑA PILSENER RET X12 1000 S/H Champañera, entre otros productos, y, en una siguiente instancia, en la cual se requirió la complementación de misma información, eliminando los datos contenidos en las filas que correspondían a dicho producto, pero afirmando expresamente que lo remitido correspondía a sus *26 productos*[97] denotando que sería información completa, ha enmarcado su actuar en la Infracción prevista por el artículo 39 numeral 4 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial Nº 190, puntualmente en lo que concierne a la distorsión de información, pues su conducta advierte una notoria intención de mostrar que, en relación al producto cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro (independientemente de su denominación Aracely o Champañera), no existirían precios sugeridos, habiendo distorsionado su propia información con el fin de evitar la sanción respectiva por la comisión de prácticas anticompetitivas.

Que, al respecto corresponde también considerar que **CBN** no ha presentado documento o prueba alguna que explique o justifique la distorsión referida, habiendo limitado sus descargos a alegar que sus ejecutivos de ventas realizan relevamientos manuales y eventuales, y que su actuar habría consistido en realizar una aclaración sobre la temporalidad de tales relevamientos, alegaciones que fueron desvirtuadas en su totalidad conforme al análisis contenido en el punto 13 del Considerando de Valoración técnica y jurídica de descargos.

La eliminación de la información de su producto cerveza Paceña Pilsener de 1 litro, (Código 1361-PACEÑA PILSENER RET x12 1LITRO y 11081-PACEÑA PILSENER RET X12 1000 S/H Champañera) y además el hecho de señalar que la información presentada estaba completa pese a esta eliminación, denota la falta de buena fe en el actuar de CBN, pues lo que correspondía a CBN era explicar lo ocurrido, justificar fundadamente porqué las filas correspondientes al producto objeto de la investigación, con Código 1361-Aracely y 11081-Champañera, ya no figuraban en la información remitida en el momento en el cual presentó la información complementaria solicitada (el 26/09/2017), sin embargo, no lo hizo, y en su lugar decidió eliminar datos, distorsionando la información entregada inicialmente a la AEMP y afirmar falsa y expresamente que adjuntaba la información de los precios sugeridos de todos sus productos (26), cuando eso no era cierto, pretendiendo con ello deformar la información remitida para que esta Autoridad la interprete de forma equivocada y no perciba la eliminación de la información referida que tenía notoria relevancia en la investigación que se estaba llevando a cabo.

[97] Aseveración textual contenida en el punto 10 del memorial presentado por CBN en fecha 26 de septiembre de 2017, en relación a la información del punto 18 (fs. 00843).

Adicionalmente, cabe señalar también que, tal como se estableció en el Considerando de valoración técnico y jurídico de los descargos que **CBN** presentó en relación a los indicios establecidos sobre distorsión de información, los datos que presentó el nombrado agente económico tanto en fecha 30 de junio de 2017 como el 26 de septiembre de 2017 sobre precios sugeridos, eran en realidad precios promedio anuales con los que contaba en relación a sus productos, y no precios sugeridos obtenidos durante relevamientos manuales, por lo que no existía motivo alguno para eliminar los precios inherentes a los códigos 1361 y 11081 antes referidos, reflejando ello su pretensión de deformar la información proporcionada y, consiguientemente, evitar la concurrencia de elementos que permitan advertir su participación en las conductas anticompetitivas denunciadas.

Por lo que, la citada conducta de **CBN** se ajusta a lo señalado por el artículo 39, numeral 4 del Reglamento de Regulación de la Competencia en el Marco del Decreto Supremo Nº 29519, aprobado por Resolución Ministerial Nº 190, y corresponde imponer la multa prevista.

d) Participación de Directores, Administradores, Gerentes, Apoderados y otros de la empresa investigada en la comisión de las conductas anticompetitivas

El artículo 20, parágrafo III del Decreto Supremo N° 29519, establece que cuando se trate de personas colectivas, las sanciones se aplicarán además a los directores, administradores, gerentes, apoderados u otras personas que hayan participado en las decisiones que motivaron la aplicación de las mismas.

d.1 Presidente de Directorio, MARCIO FROES TORRES

De la revisión técnica y jurídica de los antecedentes del proceso, se evidenció que los señores **MARCIO FROES TORRES** en su condición de Presidente de Directorio, **JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL**, en su condición de Gerente de Ventas, **SERGEI CHRISTIAN GÓMEZ UZQUEDA**, en su condición de Gerente de Planeamiento, Precio y RTM, y **PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA** en su condición de Gerente Regional de Ventas para Potosí, todos de la empresa CBN, no se apersonaron ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas (AEMP) ante los cargos establecidos mediante RA 94/2018, pese a su legal notificación. El señor **HERNAN GUILLERMO ATELLA** en su condición de Gerente General, no obstante haber fijado domicilio para efectos de notificación y solicitado una aclaración y complementación de la citada RA, no ofreció ni presentó ningún documento, alegación ni prueba en relación a los cargos establecidos en su contra.

Al haberse demostrado la comisión de las infracciones contenidas en el artículo 11, numerales 8 y 10 del Decreto Supremo Nº 29519, corresponde en consecuencia determinar la participación del señor **MARCIO FROES TORRES** en las decisiones que motivaron dicha conducta durante el período de sus funciones.

El artículo 314 del Código de Comercio Boliviano, dispone que el Presidente del Directorio inviste la representación legal de la sociedad; así también, el artículo 38 de los Estatutos de la Sociedad **CBN**, señala: *"El Presidente del Directorio inviste la representación legal de la sociedad. El Presidente presidirá las reuniones del Directorio y también las Juntas Generales de Accionistas. (...)".*

Los citados estatutos en su artículo 34 señalan:

> *"La administración de la sociedad con las más amplias facultades estará a cargo de un Directorio que será designado por la Junta General Ordinaria de Accionistas".*

El citado Estatuto en su artículo 47 reconoce al Directorio las facultades de:

> ***"b) Dirigir y administrar los negocios y actividades de la sociedad con plenos poderes y las más amplias facultades para ejecutar todos los actos, contratos y operaciones conducentes al logro del objetivo social."; "f) Designar a los altos funcionarios ejecutivos de la sociedad, al Gerente General, Gerentes de área,*** *apoderados, al personal ejecutivo, representantes y otros administradores,* ***fijándoles en cada caso el nombre de sus cargos, sus facultades, remuneraciones y obligaciones, otorgándoles, cuando así sea necesario, los poderes o mandatos para el debido y eficiente cumplimiento de sus funciones."; "h) Adquirir derechos y obligaciones, bienes muebles e inmuebles de todo tipo, celebrar contratos de compraventa, de servicios, de obra, de licencia, de consignación y cualesquiera otros sin excepción sean ellos civiles o mercantiles".*** (Énfasis añadido).

Por otra parte, el artículo 164 del Código de Comercio, en cuanto a la responsabilidad de administradores y representantes refiere textualmente que: *"Los administradores y los representantes de la sociedad deben actuar con diligencia, prudencia y lealtad, bajo pena de responder solidaria e ilimitadamente por los daños y perjuicios que resulten de su acción u omisión."*.

De las facultades del Directorio se infiere que son amplias e incluyen la facultad de dirigir y administrar los negocios y actividades de la sociedad con plenos poderes y las más amplias facultades para ejecutar todos los actos, contratos y operaciones conducentes al logro del objeto social.

En ese contexto, de las facultades del Presidente del Directorio se establece que dicha investidura le confiere la facultad de tomar decisiones respecto a los actos y procedimientos que han permitido la otorgación de incentivos condicionados a los PDV en la ciudad de Potosí, así como el establecimiento de precios distintos a los distribuidores de CBN en los C+D Oruro, Huari-Oruro y Tarija con destino a Potosí.

Por lo expuesto **MARCIO FROES TORRES** como presidente del Directorio de **CBN** participó en las decisiones que motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas identificadas, correspondiendo en consecuencia declarar probada su participación en las decisiones que motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10 del Decreto Supremo Nº 29519 y se imponga la sanción correspondiente.

d.2 Gerente General, Gerente de Ventas, Gerente de Planeamiento, Precio y RTM y Gerente Regional de Ventas para Potosí

El Código de Comercio establece en su artículo 327 lo siguiente:

> *"Art. 327.- (GERENTES). El directorio puede delegar sus funciones ejecutivas de la administración, nombrando gerente o gerentes generales o especiales, que pueden ser directores o no con facultades y obligaciones expresamente señaladas. El cargo de gerente será remunerado y su mandato revocable en todo tiempo por acuerdo del directorio.* ***Los gerentes responden ante la sociedad y terceros por el desempeño de su cargo, en la misma forma que los directores.*** *Su designación no excluye la responsabilidad propia de los directores."*

Asimismo, el Código de Comercio comentado de Morales Guillén define al Gerente en los siguientes términos:

> *"Gerentes, son las personas encargadas de representar y administrar la sociedad, en la esfera de las facultades que se les atribuye expresamente en la delegación manifiesta con poderes especiales, conferidas a tenor de las estipulaciones del acto constitutivo o de los estatutos. Pueden ser uno o varios y puede decirse que son administradores subordinados o de segundo grado (Rodríguez)."*
>
> *"La duración de sus funciones, no tiene tiempo legalmente limitado; puede ser indefinido, pero siempre revocable en cualquier tiempo. Es un cargo esencialmente retribuido y* ***la responsabilidad por el ejercicio de sus funciones es directa, a pesar de su subordinación a la autoridad y vigilancia de los directores*** *(Malagarriga), lo que no implica que la suya excluya la que corresponde a los directores".*

d.2.1 Gerente General, HERNAN GUILLERMO ATELLA

Según la descripción del puesto, el Gerente General tiene la misión de "...*coordinar y controlar* ***todas las actividades comerciales***..." (Énfasis agregado), entre las cuales se encuentra el establecimiento de los precios de venta según grupos de distribuidores, identificado en la presente investigación.

Entre los resultados esperados en la descripción del puesto de Gerente General de **CBN** se encuentra la Gestión Comercial, el seguimiento de los éxitos y fracasos de las actividades de gestión comercial, la supervisión del volumen de ventas de cervezas así como la toma de decisiones estratégicas, entre otros, deberes cuya ejecución tienen incidencia en la otorgación de incentivos condicionados a PDV del departamento de Potosí, así como en el establecimiento de precios distintos de venta en los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija dentro el mercado de distribución secundaria

Conforme se tiene de antecedentes, en fecha 12 de septiembre de 2018 el señor Hernán Guillermo Atella presentó solicitud de aclaración y complementación de la RA 94/2018, sin que posteriormente hubiere realizado ninguna otra actuación tendiente a desvirtuar los cargos establecidos en su contra.

Ahorá bien, tanto la misión de coordinar y controlar todas las actividades comerciales, la capacidad de proponer estrategias comerciales (entre las cuales se encuentran las estrategias de precios) atribuidas al Gerente General en la descripción de puesto remitida

por **CBN,** demuestran la participación de **HERNAN GUILLERMO ATELLA en las decisiones, que motivaron la comisión de las presuntas conductas anticompetitivas identificadas por la AEMP** enmarcadas en los numerales 8 y 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, por lo que corresponde se imponga la sanción correspondiente.

d.2.2 Gerente de Ventas, JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL

Según la descripción del puesto remitida por **CBN** correspondiente al Gerente de Ventas, se establece que entre las principales responsabilidades se encuentra la *gestión del pricing y cadena de valor*, cuyo resultado previsto es: *"Definir e implementar la estrategia de precios..."*.

Adicionalmente se tiene que el propósito del citado cargo es "*Canalizar la gestión del equipo hacia el **cumplimiento de las metas comerciales** y el "engagement" del área*", (énfasis añadido), encontrándose entre sus principales deberes y resultados esperados la "*Gestión del Volumen*", "*Gestión del Pricing*", "*Gestión del SOM (Participación de Mercado)*" y "*Gestión de la Distribución*", entre otros; debiendo para todo ello conseguir los volúmenes de ventas que aseguren el cumplimiento de las metas comerciales

La responsabilidad de *gestión de pricing* y la capacidad de definir e implementar la estrategia de precios de la empresa atribuidas al Gerente de Ventas detallada en la descripción de puesto remitida por **CBN,** sustenta la participación de **JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL en las decisiones que motivaron la comisión de las presuntas conductas anticompetitivas identificadas por la AEMP** enmarcadas en los numerales 8 y 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519.

De igual manera es evidente que **JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL** al encontrarse en la posibilidad de definir e implementar la estrategia de precios, se encontraba en la capacidad de viabilizar su modificación a fin de adecuar la conducta de la empresa a la norma, velando por que no se incurra en conductas anticompetitivas.

Por lo que, considerando las facultades de este ejecutivo y su falta de participación en el proceso sancionatorio iniciado en su contra a efectos de desvirtuar los cargos establecidos en la RA 94/2018, se establece la participación de **JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL** en las decisiones que motivaron la comisión de la práctica anticompetitiva identificada, correspondiendo en consecuencia declarar probada su participación en las decisiones que motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10, del Decreto Supremo Nº 29519 y se imponga la sanción correspondiente.

d.2.3 Gerente de Planeamiento, Precio y RTM, SERGEI CHRISTIAN GÓMEZ UZQUEDA

El cargo que el señor **SERGEI CHRISTIAN GÓMEZ UZQUEDA** ejerció durante el período establecido para la investigación que motivó el inicio de proceso sancionador en su contra, tenía el propósito de "*Liderar el ruteo de mercado y tecnología de ventas de CBN buscando eficiencias y **mejoras en nuestra red de distribución***" (énfasis agregado).

Adicionalmente, conforme al manual de puestos remitido por **CBN**, el nombrado Gerente de Planeamiento Precio y RTM, tenía entre sus principales *deberes "Liderar el análisis de*

desempeño/eficiencia de la red de ventas" y *"Liderar el armado y análisis de costos de venta".*

Las características señaladas en relación al cargo desempeñado por **SERGEI CHRISTIAN GÓMEZ UZQUEDA** dan cuenta que durante el período definido para la investigación de las conductas respecto a las cuales establecieron cargos en su contra, las decisiones que asumió en ejercicio de su cargo, a efectos de obtener mejoras en la red de distribución de **CBN** y la eficiencia de su red de ventas, tuvieron incidencia en la comisión de las conductas anticompetitivas previstas en el artículo 11, numerales 8 y 10 del D.S. 29519, por lo que corresponde imponer la sanción respectiva.

d.2.4 Gerente Regional de Ventas para Potosí, PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA.

Conforme se aprecia del contenido de la prueba 44-45, presentada por **CBN** en formato PDF, durante las diligencias preliminares previas al inicio del proceso sancionador, el año 2016 se estableció que el cargo de Gerente Regional de Ventas para Potosí era específicamente para el Sur del país, con base en Oruro, y que su propósito era el "*Canalizar la gestión del equipo hacia el* ***cumplimiento de metas comerciales*** *y apoyar las gestiones para un buen clima laboral" (énfasis agregado).*

Además, entre las responsabilidades del Gerente Regional para Potosí se encuentran la "*Planificación diaria, semanal y mensual para el desarrollo de estrategias y focos de la gestión comercial"* y "*Plantear ajustes a las estrategias comerciales para trabajarlos con cada equipo".*

A efectos del cumplimiento de metas comerciales, resulta previsible que el nombrado ejecutivo haya llevado a cabo e implementado durante el período de investigación definido en el presente caso, estrategias comerciales tendientes a la otorgación de incentivos a PDV y el establecimiento de precios distintos a los distribuidores de cerveza que destinaban el producto al departamento de Potosí, decisiones que incidieron en la comisión de las conductas anticompetitivas señaladas en el artículo 11, numerales 8 y 10 del D.S. 29519, por lo que corresponde imponer la sanción respectiva.

CONSIDERANDO: (Sanción)

1 Atribuciones de la AEMP para sancionar la comisión de prácticas anticompetitivas

El artículo 17 del Decreto Supremo Nº 29519 de 16 de abril de 2008, establece que los transgresores de las normas contenidas en el presente Decreto Supremo y demás disposiciones complementarias, serán pasibles a sanciones impuestas ya sea por la Superintendencia de Empresas (ahora, AEMP) o por el Instituto Boliviano de Metrología, cuando corresponda.

El artículo 18 del Decreto Supremo Nº 29519, señala que las sanciones se calificarán por las autoridades competentes, en base a los siguientes criterios, sin ser limitativos:

1. La gravedad de la práctica (leve, media, máxima);

2. El daño causado a la comunidad;
3. Las utilidades obtenidas por la práctica;
4. El grado de participación del presunto infractor en el respectivo mercado;
5. La magnitud de la afectación del mercado;
6. La duración o frecuencia de la práctica;
7. La reincidencia o los antecedentes del o los infractores; y
8. El grado de negligencia o intencionalidad del infractor.

El artículo 19 del Decreto Supremo Nº 29519, señala que las sanciones que se aplicarán, por la Superintendencia de Empresas (ahora, AEMP) y el IBMETRO como autoridades competentes, variarán desde una amonestación hasta la cancelación del registro y revocatoria de la autorización, según la gravedad de la infracción, acción u omisión, de acuerdo a lo siguiente:

1. Amonestación, aplicable a la primera vez si la infracción es calificada con gravedad leve;
2. Multas o sanciones pecuniarias, establecidas en su monto por las autoridades competentes, para conductas reiterativas de lo anterior y para infracciones, actos u omisiones con gravedad media;
3. Suspensión definitiva o temporal hasta un máximo de dos (2) años a personas naturales o jurídicas sujetas a fiscalización de las autoridades competentes, para aquellas infracciones, actos u omisiones calificadas con gravedad máxima;
4. Revocatoria de Matrícula de Comercio, de aquellas personas o entidades sujetas a fiscalización de la Superintendencia de Empresas, por infracciones, acciones u omisiones;
5. Prohibiciones y decomisos, para efectos de la aplicación de la normativa del IBMETRO.

El artículo 20, parágrafo I del Decreto Supremo Nº 29519, dispone que las sanciones se aplicarán, por la Superintendencia de Empresas (ahora, AEMP) o por el IBMETRO, según la gravedad de la infracción, acción u omisión, dentro las previsiones de los artículos anteriores, mediante resolución motivada dictada por las Máximas Autoridades Ejecutivas.

El Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial Nº 190 de 25 de mayo de 2008, en su artículo 3 dispone que la Superintendencia (ahora, AEMP) aplicará sanciones en el marco del presente Reglamento y los principios y garantías establecidos en la Ley N° 2341, de 23 de abril de 2002, de Procedimiento Administrativo y el Decreto Supremo N° 27175, de 15 de septiembre de 2004, previo análisis del caso concreto y las circunstancias de la infracción.

El artículo 4 del citado Reglamento de Regulación de la Competencia, determina que las sanciones son de carácter administrativo, independientes y distintas de la responsabilidad de naturaleza civil o penal, que cuando corresponda y por mandato de la Ley, pudiera derivar de las infracciones a las leyes y disposiciones normativas relacionadas con el ámbito comercial.

El artículo 5 del Reglamento señalado, establece que las multas previstas en el presente Reglamento están denominadas en Unidades de Fomento de Vivienda (UFV), sin embargo,

el pago de las mismas deberá ser realizado en moneda nacional de curso legal y corriente al tipo de cambio oficial, en la fecha de su pago.

El numeral 1 del artículo 39 del referido Reglamento de Regulación de la Competencia, determina que sin perjuicio de la concurrencia con otras sanciones, la Superintendencia de Empresas (ahora, AEMP) podrá imponer las multas de hasta el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos anuales del año anterior al inicio del procedimiento sancionador, en el caso de infracción a las prohibiciones contenidas en los artículos 10 y 11 del Decreto Supremo N° 29519.

El artículo 41 del citado Reglamento, establece que la Superintendencia (ahora, AEMP) dispondrá de manera expresa en la Resolución Administrativa que imponga la sanción, el plazo de inhabilitación no mayor a cinco (5) años, a los directores, síndicos, apoderados, representantes legales, gerentes y/o empleados del agente económico infractor, que será computable en días calendario.

Mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 071/2014 (en adelante RA 071/2014) de 17 de julio de 2014, modificada en parte por la RA/AEMP/DTDCDN/N° 082/2014 (en adelante RA 082/2014) de 17 de octubre de 2016, se aprueba el "Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones". Este reglamento tiene por objetivo desarrollar los criterios y la metodología para la aplicación de sanciones administrativas previstas en el Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190 emitida por el Ministerio de Producción y Microempresa.

2 Conductas anticompetitivas relativas

De acuerdo al análisis técnico y jurídico expuesto en la presente Resolución a partir de lo descrito en el **Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/N° 162/2018 de 15 de noviembre de 2018** y el **Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/CNC/N° 163/2018 de 16 de noviembre de 2018**, se establece que la empresa CBN incurrió en contravención:

- Al artículo 11, numeral 8 del D.S. 29519, en razón a que el agente económico con poder sustancial en este mercado **CBN**, otorgó incentivos a los puntos de venta (PDV) del mercado relevante determinado a nivel de Comercialización de cerveza, sujeto al requisito de no comercializar productos de **CNP**.

- Al artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519, en razón a que la evolución y las diferencias de precios de venta aplicados a distribuidores de la cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro de **CBN** en el mercado relevante determinado a nivel de Distribución Secundaria, genera la existencia de la conducta anticompetitiva de establecimiento de distintos precios de venta para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones por parte de la empresa **CBN**.

Asimismo, conforme al artículo 11 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, existen condiciones para establecer si las prácticas anticompetitivas relativas, señaladas en el artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, deben ser sancionadas. Estas condiciones son:

- Que el presunto responsable tiene poder sustancial sobre el mercado relevante; y
- Que se realicen respecto de bienes o servicios que correspondan al mercado relevante de que se trate.

2.1 Determinación del mercado relevante

De acuerdo a lo definido por la AEMP en ejercicio de sus atribuciones, el mercado afectado con motivo de la conducta de **CBN** corresponde a nivel de Distribución Secundaria, desde los C+D de **CBN** de Huari-Oruro, Oruro y Tarija que abastecen de cerveza al departamento de Potosí; y a nivel de la Comercialización, la venta de cerveza a distintos PDV (Tiendas) en la ciudad de Potosí. En consecuencia, los límites de los mercados investigados responden con lo dispuesto en el artículo 12 de la RM 190, el cual, toma en cuenta los siguientes criterios:

- **"1. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, la medida en que los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución"**

a. Sustituibilidad por el lado de la demanda

Características

En general, las variedades de cerveza en Bolivia se encuentran circunscritas a las del tipo *Pilsener* o Rubia (*Lager*), Negra (*Stout*) y Roja (*Ale*), con ciertas variantes en cada una de ellas.

De acuerdo a la capacidad y formas de producción de cerveza se identifican dos grandes grupos: i) la cervecería industrial y ii) la cervecería artesanal, cuyas características se detallan en la siguiente tabla:

Tabla N° 1
Características cervecería industrial y cervecería artesanal

Concepto	Cervecería industrial	Cervecería artesanal
Capacidad de producción	Capacidad productiva mayor a 50.000 Hl/año.	Capacidad productiva menor a 50.000 Hl/año.
Proceso de producción	Para garantizar altos niveles de producción son automatizados, minimizado la intervención del factor humano e incorporando productos químicos que garanticen la uniformidad de los resultados.	Utilizan procesos en los que el factor humano es de suma importancia, en el control de los parámetros de producción, logrando uniformidad en la producción independientemente del tiempo necesario y sin la ayuda de productos químicos.

Vinculación con empresas del exterior	Debido a la globalización en su mayoría pertenecen a grupos empresariales externos que tienen dominio sobre grandes proporciones del mercado mundial de cerveza, con tendencia a monopolizar el mercado.	En su mayoría son independientes, en el caso de Bolivia, se considera que todas los son; es decir, no tienen ninguna vinculación comercial con cervecerías industriales o grupos cerveceros internacionales.
Producto	Trabajan en su mayoría con recetas y productos estandarizados a nivel internacional.	Trabajan con recetas propias, buscan satisfacer las necesidades de los mercados de cerveza de alta calidad.
Insumos	Utilizan adjuntos cerveceros como los cereales que aportan almidones distintos a la malta, logrando productos de menor precio.	En su mayoría no utilizan adjunto cervecero, solamente utilizan malta como fuente de almidón para sus productos.
Tecnología	Utilizan la tecnología de producción denominada *High Gravity* (alta densidad) que les permite obtener mayor producción sin incremento de inversiones, esta tecnología contempla el proceso de mezclado(*blending*) con agua del producto antes de ser envasado, para reducir la densidad del producto elaborado, incrementando la capacidad de producción y bajando los costos.	Están limitadas a las tecnologías tradicionales que permiten la elaboración de cerveza con la posibilidad de repetibilidad del producto en sus cocimientos, con inversiones razonables y a baja escala de producción.
Costos	Son inversamente proporcionales a los volúmenes de producción.	Son inversamente proporcionales a los volúmenes de producción.

Fuente: AEMP con base a la información proporcionada por las empresas del sector.

Tanto las cervezas industriales o artesanales compiten entre si para copar una cierta cuota de mercado, dadas sus características propias de sabor, presentación o calidad, lo que determina en definitiva que sean consideradas dentro de un mismo mercado, cerveza.

Sumado a lo anterior, las restricciones legales[98] para su venta (licencias y permisos) y las advertencias y prohibiciones de consumo de bebidas alcohólicas para menores de 18 años[99],

[98] Artículo 4. (LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO O AUTORIZACIÓN). Toda persona natural o jurídica que comercialice bebidas alcohólicas al público, deberá obtener la Licencia de Funcionamiento o Autorización, según corresponda, otorgada por los Gobiernos Autónomos Municipales. Ley N° 259 DE CONTROL AL EXPENDIO Y CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, de 11 de julio 2012.

son condiciones que diferencian a la cerveza en particular de las bebidas sin alcohol, tales como: bebidas carbonatadas o gaseosas, jugos de frutas/néctares/citrus/soya, bebidas isotónicas/energéticas, aguas pura/aromatizadas/saborizadas, bebidas instantáneas y cervezas sin alcohol[100]. En consecuencia, todas estas bebidas sin alcohol no se consideran productos sustitutos de la cerveza.

En relación a otro tipo de bebidas con alcohol, el vino es producto de la fermentación de las uvas frescas o del mosto, los blancos y rosados proceden de la fermentación del jugo de la uva y los tintos del conjunto del grano de uva, la sidra es producto de las manzanas trituradas y fermentadas[101]. El *coñac* o *brandy* deriva de destilados del vino, criados en vasijas de roble, la ginebra resulta de la destilación de macerados de bayas de enebro y otros cereales, el whisky se origina de mezcla de cereales (cebada, maíz, centeno), el ron se obtiene de la destilación de la melaza fermentada de la caña de azúcar o de remolacha, el vodka se obtiene de varios cereales, generalmente centeno y también de la papa[102]. Asimismo, el singani se define como aguardiente obtenido por la destilación de vinos naturales de uva fresca producida, destilados y embotellados en las zonas de producción de origen.[103]

La cerveza es la bebida alcohólica que contiene un grado alcohólico menor a otras bebidas alcohólicas entre un 4 % y 7 %, en relación al ron y al whisky que tienen un grado alcohólico entre 30 % y 50 %[104] y el singani cuyo grado alcohólico es de 40 %, tal y como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 1
Tipos de bebidas alcohólicas según grado alcohólico

Tipos	Grado alcohólico
Cerveza	4 a 7 grados
Vino	10 a 13 grados
Vodka Ron Whisky	30 a 50 grados
Singani	40 grados

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad- Gobierno de España y otros.

[99] Artículo 9 (ADVERTENCIA) y Artículo 20. (PROHIBICIÓN DE EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS DE EDAD). Ley N° 259 DE CONTROL AL EXPENDIO Y CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS, de 11 de julio 2012.

[100] Véanse las características de bebidas no alcohólicas en AEMP (2013). Estudio de Mercado de Bebidas No Alcohólicas en Bolivia, pp. 4-5. Disponible en http://www.autoridadempresas.gob.bo/direccion-tecnica-de-defensa-de-la-competencia-y-desarrollo-normativo/estudios.

[101] Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 003/2017 de fecha 16 de enero de 2017, p. 129.

[102] Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 003/2017 de fecha 16 de enero de 2017, p. 130.

[103] Artículo 10. Ley N° 1334 sobre las Denominaciones de Origen, 4 de mayo de 1992.

[104] Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 003/2017 de fecha 16 de enero de 2017, p. 130.

Los ingredientes que se utilizan en la elaboración de cerveza la hacen una bebida con baja graduación alcohólica distinta y única respecto de otras posibles bebidas con contenido de alcohol.

Uso del producto

En Bolivia, según un estudio publicado el año 2015 por la Organización Mundial de la Salud[105] (OMS), el promedio de consumo de bebidas alcohólicas fue de 5,9 litros per cápita (hombres 9,1 y mujeres 2,7), siendo la cerveza la bebida alcohólica más popular de la región, representando el 55 % del total del alcohol consumido, ubicados otros licores como el whisky con más de 30 % y casi un 12 % el vino.

Sumado a lo anterior, el consumo de cerveza llegó el 2012 a 343 millones de litros, de chicha a 17,9 millones de litros, de vino a 11,2 millones de litros, de *whisky* a 1,7 millones de litros, de ron a seis millones de litros. De esta manera, la cerveza representó el 69 % de la facturación, el vino y el singani juntos el 9 % (4,8 % el vino y 4,2 % el singani) y las otras 10 bebidas el 22 %, es decir, un promedio de 2,2 % por cada una.[106]

De acuerdo a las estadísticas de consumo de bebidas alcohólicas señaladas, se puede determinar que la cerveza es aquella que tiene el mayor volumen de consumo en Bolivia. De esta manera y tomando en cuenta los criterios expresados por **CNP**[107] y **CBN**[108], respecto a los patrones de uso de la cerveza, que la diferencian de otras bebidas, se tienen los siguientes elementos:

- **Uso o preferencia de consumo.-** La cerveza es un producto destinado al consumo del hogar, restaurantes, bares, cantinas, eventos sociales y otros, la preferencia de consumo se da en todos los segmentos socioeconómicos de la población.

- **Ocasión de consumo.-** Consumo refrigerado y acontecimientos sociales en general. Las principales ocasiones de consumo de alcohol en Bolivia son fuera del hogar. La cerveza está presente en las fiestas tradicionales, celebraciones, bares y restaurantes, aunque también están presentes otro tipo de bebidas.

- **Perecibilidad de la cerveza. -** Es evidente el carácter diferenciador, del plazo de validez de la cerveza en relación a otras bebidas; sin embargo, esta se caracteriza por sus diferentes presentaciones y calibres. **CNP** señala que en promedio la cerveza que produce tiene una duración promedio en el mercado de cuatro (4) meses después del envasado. Por su parte, **CBN** reporta una duración en el mercado que va desde seis (6) meses hasta un (1) año, dependiendo de la marca.

[105] Organización Mundial de la Salud (2015). Informe de situación regional sobre el alcohol y la salud en las Américas. Disponible: http://www.paho.org/hq/index.

[106] Captura Consulting (FAUTAPO-BID) Estudio Análisis de Mercado Bolivia (2012).

[107] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000684.

[108] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000698.

- **Relación de competencia con otras bebidas.** - El mercado de cerveza se caracteriza por ser un mercado maduro donde las preferencias de los consumidores por una marca determinada se encuentran bien arraigadas. No existe un sustituto de la cerveza por ser un producto de bajo grado alcohólico y de menor precio, diferente al singani, vino y otras bebidas espirituosas que son de alto grado alcohólico y mayor precio.

En síntesis, se observa claramente que la diferencia en el uso de la cerveza respecto a otras bebidas alcohólicas es notable, no existiendo sustitutos cercanos de este producto.

Canales de distribución y comercialización

En los distintos PDV el consumo de cerveza se caracteriza por estar dirigido a dos canales de comercialización, basados fundamentalmente por la ocasión de consumo: a) *canal on* (cuando se consume dentro del punto de venta); y b) *canal off* (cuando se compra y se consume en un lugar diferente al punto de venta (PDV)[109].

El *canal on* lo componen los PDV donde el consumo se verifica inmediatamente y el local está debidamente habilitado para permitir el consumo de la bebida dentro de este, por ejemplo, bares, restaurantes, discotecas, quintas, chicharronerías, entre otros. El *canal off* lo componen PDV donde se comercializa la bebida para ser consumida en lugar distinto y en ocasión posterior al momento de la compra, por ejemplo, supermercados, tiendas y licorerías, entre otros.

Por otro lado, el sector de bebidas sin alcohol está caracterizado por la utilización de cinco (5) canales de venta: i) Comercial, que incluye a *kioskos*, tiendas de barrio, licorerías, farmacias, mercados, mayoristas y todos aquellos que se dedican al comercio de mercaderías); ii) Complementario, PDV dedicados a la venta del producto como complemento a un producto principal o servicio (p.ej., restaurantes, bares, alojamientos, hoteles, gimnasios, gasolineras, plazas de comida y servicios de transporte); iii) Recreo, PDV dedicados a la venta de producto de forma casual, tales como lugares deportivos, cines, piscinas y lugares de paseo o descanso; iv) Institución, lugares donde se puede adquirir el producto para consumo de su personal (p.ej., colegios, universidades, bancos e instituciones públicas, entre otras); y v) Supermercados.[110]

De acuerdo al listado de canales utilizados en el sector cervecero y el de bebidas sin alcohol, pueden identificarse claras diferencias en el mecanismo de venta de cada uno de ellos, lo cual, permitiría dividir nuevamente ambos mercados, puesto que la llegada de agentes económicos que distribuyen y comercializan cerveza a ciertos PDV se ve restringida, por ejemplo, colegios o instituciones públicas.

A esto último, se suma que tanto **CBN** como **CNP**, no identificaron diferencias entre las cervezas distribuidas y comercializadas en el *canal on* y en el *canal off*, debido a las

[109] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000698.

[110] AEMP (2013). Estudio de Mercado de Bebidas No Alcohólicas en Bolivia, pp. 16-17. Disponible en http://www.autoridadempresas.gob.bo/direccion-tecnica-de-defensa-de-la-competencia-y-desarrollo-normativo/estudios.

siguientes consideraciones: i) no existen restricciones ni económicas ni legales para que los distribuidores atienden cualquier de estos dos canales; ii) las marcas y tipos de cervezas son comunes para ambos canales; y iii) la red de distribución puede ser utilizada en ambos canales. Por tanto, ambos canales pertenecen al mismo mercado producto, cerveza.

Precio

Aunque dos bienes pueden ser sustitutos funcionales por el uso que los consumidores le dan a los mismos, la variable precio es determinante al momento de establecer si estos serán efectivamente sustitutos o no. En particular, para el departamento de Potosí, el INE elabora continuamente una serie histórica de precios de bebidas alcohólicas que son consumidas preferentemente en dichas regiones del país, serie en la que participan la cerveza y el singani.

Así, de acuerdo al lugar geográfico estos podrían ser vistos como potenciales productos sustitutos por sus precios, sin embargo, la diferencia en su valor y entre cantidades según la presentación de estos productos establece la existencia de desigualdades sustanciales que pueden llegar a dividir estos productos en distintos mercados relevantes de producto, como se demuestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 2
Diferencias de precios máximos entre cerveza y otras bebidas alcohólicas en la ciudad de Potosí
Periodo: 2016

Depto.	Producto	Cantidad	U. Medida	Precio Máximo (Bs)	Diferencia Cerveza/Otra Bebida (%)
Potosí	Cerveza (blanca)	1000	CM3(s)	17	
	Singani	750	CM3(s)	47	176%

Fuente: AEMP en base a datos del INE.[111]

Toda vez que la diferencia de precio existente en el departamento de Potosí, entre la cerveza y el singani es significativa, se puede inferir que este producto no representa ser sustituto cercano de la cerveza al que acudan los consumidores.

Sumado a lo anterior, se obtuvo el coeficiente de correlación de precios, que es un indicador estadístico utilizado para evaluar la existencia de relaciones de tipo lineal entre dos variables, del cual se obtuvieron los siguientes resultados de correlación:[112]

[111] Disponible en: http://web2.ine.gob.bo:8081/consultasIPC/Modulos/Formularios/ipc_frmPreciosProm.aspx.

[112] Disponible en: http://web2.ine.gob.bo:8081/consultasIPC/Modulos/Formularios/ipc_frmPreciosProm.aspx.

- Potosí, una correlación negativa de -0,66 entre el precio de la cerveza y el singani para el año 2016[113], lo que apoya la hipótesis de que no son sustitutos entre sí y por ende, pertenecen a mercados relevantes distintos.

Con base al análisis desarrollado, es posible concluir que, aun cuando la cerveza y el singani sean funcionalmente sustituibles en la ciudad de Potosí, la presencia de altos costos de cambio y la correlación negativa entre sus precios, impide que la cerveza sea sustituida por el singani por parte de los consumidores en la ciudad de Potosí, donde se analizan los efectos de posibles conductas anticompetitivas.

Precedentes nacionales e internacionales

La definición de la cerveza como un mercado independiente de otras bebidas alcohólicas, tal como se lo delimita en precedentes internacionales, es coincidente con lo determinado por esta Autoridad en investigaciones anteriores, tal es el caso de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 003/2017 de 16 de enero de 2017 (pp. 130-131).

En relación a precedentes internacionales en la definición del mercado producto, se pueden mencionar el trabajo realizado por Jon P. Nelson[114] en materia de elasticidad precio de la demanda (E_{pd}), quien evaluó la información de 178 estudios para determinar que el promedio de la E_{pd} de la cerveza es de -0.35; es decir, este es un bien cuya inelasticidad determina que incrementos en los precios de venta no reducirán significativamente la cantidad vendida.

Asimismo, la experiencia de la Comunidad Europea[115] ha llegado a considerar que el mercado de comercialización de cerveza constituye un mercado diferenciado del de otras bebidas alcohólicas y no alcohólicas, dadas sus especiales características de sabor, proceso de fabricación y patrón de consumo.

También, en cuestiones de concentraciones económicas, se tiene precedentes que limitan el mercado relevante de producto a la cerveza, como ser[116]:

---

[113] Como un precedente internacional en el uso de correlaciones de precios en la definición del mercado relevante, se puede consultar el caso analizado por la Comisión Europea en *Nestlé/Perrier*, COMISIÓN EUROPEA (1992), párrafo 16.

[114] Nelson, Jon P. (2013). *Estimating the price elasticity of beer: Meta-analysis of data with heterogeneity, dependence, and publication bias. Journal of Health Economics.*

[115] Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2014). Informe y Propuesta de Resolución Expediente C/0565/14 SAN MIGUEL/MONTYCARRERA (Pág. 4). Casos N-015 HEINEKEN/CRUZCAMPO, N-084 MAHOU/SAN MIGUEL; N-255 SAB/MILLER, N-05060 HERRÁIZ/GERVÁS/MAHOU, N-06113 MAHOU SAN MIGUEL/ALHAMBRA, C/0059/08 HEINEKEN/DRINKS UNION.M. 3372 CALSBERG/HOLSTEN; M. 3289 INTERBREW/SPATEN-FRANZISKANER; M.3182 SCOTTISH & NEWCASTLE/HP BULMER, M.2387 HEINEKEN/BAYERISCHE BRAUHOLDING/JV, M.2569 INTERBREW/BECKS, M.2152 SCOTTISH & NEWCASTLE/JV/CENTRALCER, M.1925 SCOTTISH & NEWCASTLE/GROUPE DANONE, M.1555 HEINEKEN/CRUZCAMPO Y M.1372 HUGH BAIRD/ SCOTTISH & NEWCASTLE.

[116] Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de la República Argentina. Expediente N° S01: 0462129/2016 del Registro del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN: "ANHEUSER-BUSCH INVEB N.V /SA Y SABMILLER PLC S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25156 (Conc. 1375)" y en su acumulado el EX201734483723-ANP-DDYME#MP, del registro del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, caratulado: "ANHEUSER BUSCH INBEV NV/SA, SABMILLER, COMPAÑÍA DE CERVECERÍAS UNIDAS S.A. Y COMPAÑÍA

- El mercado relevante de producto ha sido, en jurisdicción estadounidense, circunscripto a la cerveza, considerando que dicha bebida se diferencia de manera sustancial en sabor, graduación alcohólica, imagen y precio, entre otros factores, de otras bebidas alcohólicas. En efecto, se ha encontrado que otras bebidas con alcohol como vino y bebidas espirituosas no son sustitutos suficientes de la cerveza como para disciplinar un aumento pequeño pero significativo y no transitorio del precio de la cerveza y relativamente escasos consumidores reducirían de manera sustancial su demanda de cerveza en caso de que ocurriera dicho aumento de precios.

- En la Unión Europea, también el mercado relevante de producto para esta operación fue circunscripto a la cerveza, considerando las distinciones entre los canales de venta "on premise" (circuito gastronómico) y "off premise" (supermercados, tiendas) y segmentaciones por precio o tipo de cerveza. Desde el punto de vista geográfico, la operación fue analizada a escala europea y a nivel de cada país de la Unión.

- La CNDC ha resuelto, en línea con los precitados precedentes y con operaciones antecedentes analizada en Argentina que han involucrado a empresas cerveceras, limitar el mercado de producto relevante a la cerveza.

De acuerdo al análisis de los criterios expuestos y analizados, se llega a la conclusión que no se verifica la sustituibilidad por el lado de la demanda de la cerveza respecto a otras bebidas con o sin alcohol.

b. Sustituibilidad por el lado de la oferta

Proceso productivo

El proceso productivo[117] de la cerveza se caracteriza porque el cereal utilizado como materia prima suele ser la cebada, aunque se emplea centeno, maíz, arroz y avena.

En la primera etapa se maltea el cereal, bien haciéndolo germinar o por medios artificiales. Este proceso transforma los carbohidratos en dextrina y maltosa, azúcares que después se extraen del grano sumergiéndolo en una tina de mezcla (p. ej., tinaja o barril) y agitándolo en un tanque de fermentación.

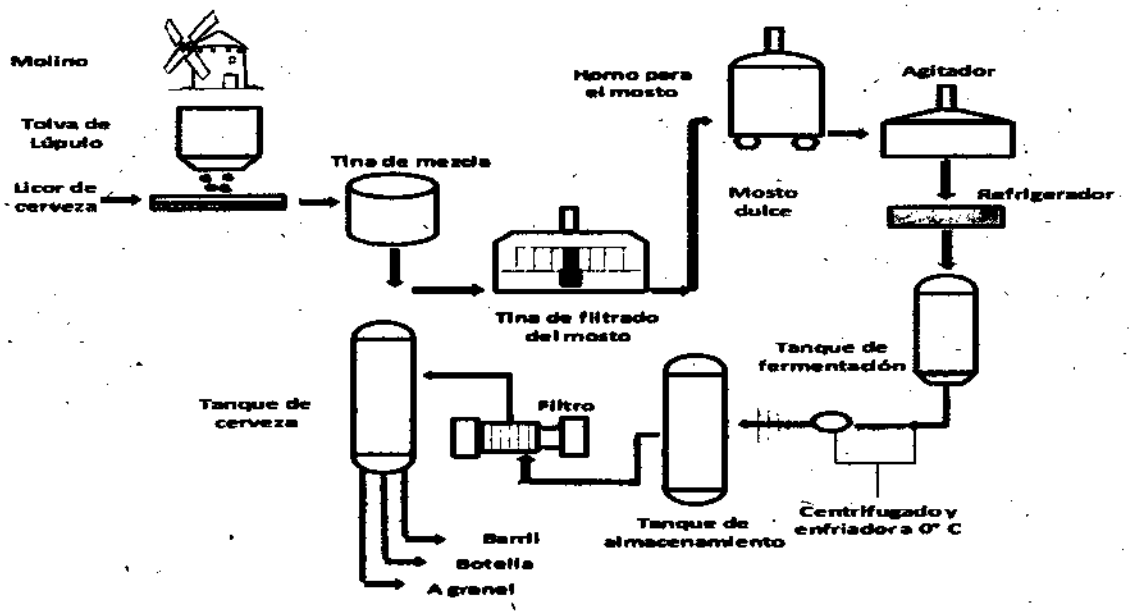
Así, el licor resultante conocido como mosto dulce, se hierve en una caldera de cobre con lúpulo, lo que le confiere el sabor amargo y ayuda a conservar la cerveza. Seguidamente, el lúpulo se separa del mosto y se pasa a través de refrigeradores al interior de los recipientes de fermentación, donde se añaden las levaduras (un proceso conocido como cebado) y se lleva a cabo el proceso principal, que es la conversión del azúcar en alcohol.

CERVECERAS UNIDAS ARGENTINA S.A. S/ ANÁLISIS PROPUESTA DE DESINVERSIÓN Y CAJE DE MARCAS. 2018. pp. 27-28.

[117] Organización Internacional del Trabajo (OIT). Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo. Lance A. Ward. Industria de las bebidas/Industria de la Cerveza. p. 65. Disponible en: http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/65.pdf.

Por último, la cerveza se enfría entonces a 0° C, se centrifuga y se clarifica mediante filtración, con lo que queda preparada para su envío en barriles, botellas o latas de aluminio.

Figura N° 1
Proceso de elaboración de la cerveza



Fuente: OIT. Lance A. Ward, Industria de las bebidas.

El proceso de producción de cerveza, como se observa en la figura anterior, es un proceso altamente complejo y delicado, en el que se combinan activos de alto grado de especificidad. Este último hecho es de gran importancia toda vez que dependiendo del grado de especificidad de los activos de producción requeridos, algunas industrias contiguas no podrán reorientar sus líneas de producción en forma suficiente y oportuna hacia la fabricación de cerveza.

Con base a lo anteriormente descrito, respecto al proceso productivo de la cerveza, no se identifican empresas nacionales en capacidad industrial de entrar al mercado en el corto plazo, menos de un año, ante algún incremento en el nivel de precios, por lo que la posibilidad técnica de que una línea de producción fuera reorientada hacia la fabricación de cervezas, amerita una cuantiosa inversión y un tiempo de mediano a largo plazo, por lo que no es posible entrar a formar parte del mercado relevante en un tiempo menor a un año; además, que no representarían una competencia potencial, efectiva y significativa.

En ese marco, cualquier empresa que desee reconvertirse hacia la producción de cervezas deberá incurrir en una inversión considerable por la necesidad de adquirir equipos para elaboración de la cerveza como olla de malta, olla de adjunto, filtro prensa, hervidor, clarificador, fermentador y filtrador; para el envasado despaletizadora, desencajonadora,

lavadora, llenadora, pasteurizador, etiquetadora, encajonadoras y paletizadoras[118], entre otros.

En conclusión, una empresa no podrá ingresar en el mercado de producción de cerveza, en el corto plazo, por los elevados costos de inversión que esto representa y también por el conocimiento técnico y especializado *"know how"* de las empresas establecidas, quienes aseguran que la calidad y mejora del producto no está definida por la tecnología empleada, sino por la calidad regida por estándares y recetas[119].

Utilización de insumos

Los principales insumos utilizados según la información proporcionada por **CBN**[120] y **CNP**[121] son: cebada, malta, lúpulo, levadura, arrocillo, botellas de vidrio, latas y tapas de aluminio, casilleros plásticos, tapa coronas, cajas de cartón, etiquetas, cloruro de calcio, soda caustica, entre otros; los mismos que se encuentran disponibles en el mercado nacional e internacional.

La malta, lúpulo y levadura no presentan problemas de abastecimiento, debido a que son productos fácilmente obtenibles en el mercado internacional principalmente en Argentina y Estados Unidos de América, en particular para las empresas que participan en la presente investigación; por lo que, se presume, que los problemas que se pudieran presentar son solventables por las empresas participantes y posibles oferentes existentes en el mercado local o externo.

Importaciones

La entrada de nuevos participantes en el mercado a través de la comercialización de cervezas importadas, se presume es factible para cualquier empresa, dadas las preferencias arancelarias del 100 % con los países de la Comunidad Andina, Mercosur (ACE 36), México (ACE 36), Cuba (ACE 47) y Venezuela, aunque se observa un gravamen arancelario del 40%[122] para el resto de los países.

La tasa de crecimiento de la importación de cerveza en valor CIF Bs, durante el 3er trimestre del 2017 respecto al 3er trimestre del 2014, reportó un valor de +38,32 % como se observa en el **Gráfico N° 1:**

[118] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 11. Fs. 000843

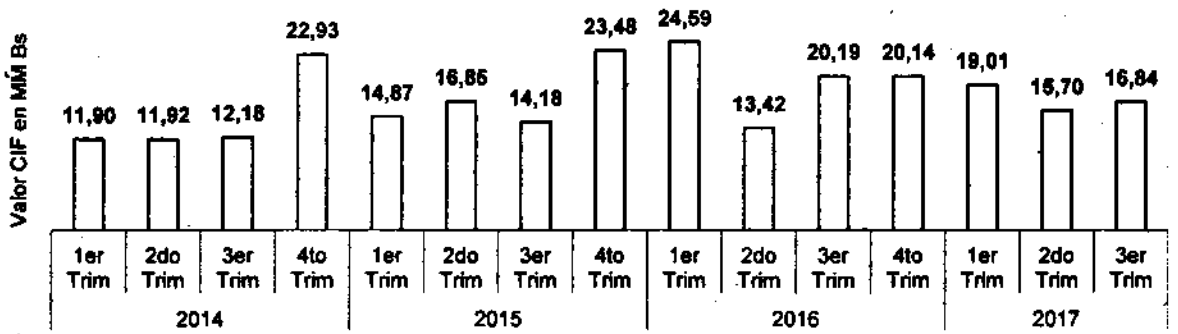
[119] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 11. Fs. 000843

[120] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 25. Fs. 000489.

[121] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 28. Fs. 000698.

[122] Viceministerio de Politica Tributaria. 2017. *Arancel Aduanero de Importaciones 2017.*

Gráfico N° 1
Importación de cerveza por partida arancelaria Nandina 22030000000
Expresado en valor CIF MM de Bs
Periodo: 1er trimestre 2014 – 3er trimestre 2017



Fuente: AEMP con base a datos proporcionados por Aduana Nacional de Bolivia.

- Al 3er trimestre del 2017 más del 95 % de las importaciones de cerveza en Bolivia tuvieron su origen en cuatro (4) países: Brasil, México, Argentina y Estados Unidos de América.

- El volumen importado desde Brasil, alcanzó el 71,44 %, alrededor Bs 36,83 MM en valor CIF, de México se importó el 13,91 % equivalente a CIF Bs 7,17 MM, de Argentina por el contrario se importó un 6,60 % que corresponde a un monto de CIF Bs 3,40 MM; y

- Finalmente de Estados Unidos de América el 5,02 % que representó un valor CIF de Bs 2,59 MM.

Más del 90% de las importaciones se llevaron a cabo por siete (7) empresas, durante el periodo 2014 a septiembre de 2017, estas son: NUR S.R.L (31,02 %) con un valor CIF Bs 80,09 MM; Mustafá Salleh Mustafá Hanan (16,76 %) equivalente al monto CIF Bs 43,28 MM; **CBN** (14,22 %) con un valor CIF Bs 36,72 MM; Edwin Horacio Céspedes Ayala (11,89 %) correspondiente a CIF Bs 30,70 MM; NIRVANA S.R.L. (7,63 %) equivalente a CIF Bs 19,69 MM; Bebidas Bolivianas BBO S.A. (4,93 %) proporcional a CIF Bs 12,73 MM y finalmente DICOM Distribuidores del Oriente SRL (3,78 %) que representa un valor de CIF Bs 9,77 MM.

Red de distribución

Otro aspecto importante que imposibilita la conversión de empresas hacia la producción de cerveza, en el corto plazo, es la conformación de una red de distribución "eficiente" para llegar al consumidor final a través de los diferentes PDV, una ineficiente red de distribución origina que la potencial oferta proveniente de la reorientación de alguna línea de producción, no penetre el mercado o no llegue a ser una alternativa para los consumidores.

De la documentación suministrada por las empresas que producen e importan cerveza en Bolivia, se observa que una de las partes más importantes del negocio de la cerveza es la

fase de la distribución. Así, **CBN**[123] cuenta con cinco (5) plantas de producción ubicadas en los departamentos de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija y Oruro y 14[124] centros de distribución (C+D) instalados en La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Oruro, Tarija, Beni y Pando, con un mercado de comercialización en los 339 municipios de Bolivia.

El desarrollo de una red de distribución es una tarea compleja y económicamente costosa, **CBN**[125] señala que la inversión en un centro de distribución es de aproximadamente medio millón de bolivianos, costo que incluye únicamente tecnología del tipo HSMA (incluye higiene, seguridad y medio ambiente) y muebles. Por su parte, **CNP** manifestó[126] que el costo de instalación e implementación de la sucursal en la ciudad de Sucre fue de más de dos (2) millones de bolivianos en ítems de edificio, construcciones, mejoras y vehículos distribuidores.

También corresponde tomar en cuenta que la cerveza es un producto de consumo masivo, por lo que debe estar colocada en la mayor cantidad de PDV posible y ello obliga a las empresas que quieran reorientar sus actividades productivas hacia este producto contar con una flota de transporte, distribución y despacho que permita la distribución de la cerveza en sus múltiples presentaciones hasta los PDV. Las empresas interesadas deberán realizar importantes inversiones para extender una red de distribución que les permita llegar a un gran número de PDV, los cuales se encuentran dispersos. Para la instauración de la red será necesario hacer grandes inversiones en infraestructura del transporte, desarrollo de centros de distribución y logística de rutas, que lleva aparejadó la contratación de una base de personal que les permita atender de manera continua y oportuna a los PDV.

Diversificación de marcas

Los requerimientos de los canales de distribución son otro de los factores que dificultan una potencial reorientación de las empresas hacia la producción y comercialización de la cerveza, en especial las tiendas de barrio que constituyen para **CBN**[127] y **CNP**[128] en gran proporción su PDV principal, así lo demuestra la información presentada por ambas empresas, a quienes brindan diferentes presentaciones y marcas de cervezas. Esto significa que un potencial entrante mediante reorientación de líneas de producción se verá en la necesidad de, primero, crear diversos productos y, segundo, asegurar su ingreso al mercado de manera competitiva.

En general, las empresas establecidas en el mercado de la cerveza señalan que un posible competidor entrante debe disponer de una canasta diversificada de marcas para enfrentar la competencia en el mercado caracterizado por una diferenciación de productos si quiere lograr una respuesta exitosa. Por otro lado, algunas empresas pequeñas de producción de

[123] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Punto 1 y 2. Fs. 000843.

[124] Memorial presentado por CBN en fecha 30 de junio de 2017. Fs. 000698.

[125] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 22, t/c 6,96. Fs. 000698.

[126] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 19, t/c 6,96. Fs. 000502.

[127] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 30. Fs. 000698.

[128] Memorial de CNP presentado en fecha 20 diciembre de 2017. Punto 27. Fs. 0001314.

cervecería artesanal, declaran que es viable ingresar al mercado con una sola marca de cerveza diferente al resto en cuanto a calidad, lo cual, involucra una reducida participación de mercado respecto a las marcas de cerveza industrial.

Diferencias entre cervezas

Otro de los elementos que diferencia a la cerveza, es su envase, tamaño, tipo y marca. **CBN** y **CNP** señalaron que el envase puede ser retornable, no retornable, lata o barril de diferentes tamaños. Con base a la información reportada por las indicadas empresas, por su tamaño los envases mayormente demandados en el departamento de Potosí son los de seiscientos veinte 620 cc, un litro (1 L), trescientos cincuenta y cuatro (354 cc) y cuatrocientos setenta y tres (473 cc). Las empresas pueden ajustar la producción de una u otra presentación de cerveza para satisfacer los cambios en la demanda de los consumidores, lo que indica que las diferentes presentaciones de cerveza son sustitutas que se encuentran en el mismo mercado relevante.

En este marco, de la especificidad del proceso de producción, de los ingredientes e insumos utilizados, la tecnología implementada, las recetas o *"know how"*, las características particulares del mercado en cuanto a canales y redes de distribución como de comercialización, entre otros, **se establece que la cerveza no es un producto sustituto de otras bebidas con o sin alcohol, y por tanto, representa un mercado producto en sí mismo.**

- **"2. Los costos de distribución del bien mismo; de sus insumos relevantes; de sus complementos y de sustitutos desde otras regiones y del extranjero, teniendo en cuenta fletes, seguros, aranceles y restricciones no arancelarias, las restricciones impuestas por los agentes económicos o por sus asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones"**

Centros de producción y distribución

Las empresas productoras de cerveza en Bolivia, en general, se caracterizan por estar integradas verticalmente desde la producción hasta la distribución del producto, para ello se requiere equipos de transporte, personal de reparto y venta para desarrollar una red de distribución que les permita atender a los PDV ubicados en un espacio geográfico determinado. Por tanto, para ingresar al mercado las empresas deben de realizar una inversión y análisis de mercado para establecer una logística de distribución, dadas las condiciones de competencia donde se desea entrar. Una vez instalada la red de distribución y comercialización, las empresas deben incurrir en costos recurrentes para la operación, mantenimiento y optimización constante de esta red.

De la información presentada por **CBN**, se tiene que la indicada empresa desarrolló plantas de producción y C+D de forma estratégica para minimizar los costos de transporte y maximizar la penetración y disponibilidad de sus productos en determinadas zonas geográficas.

En este contexto, de ocurrir un incremento pequeño pero significativo y no transitorio en el precio de la cerveza en una zona geográfica en particular, para que una empresa lleve

cerveza a donde no tiene presencia, deberá destinar recursos, equipo de transporte y personal para atender dicha zona, una empresa atenderá un mercado desde otra región, siempre y cuando obtenga, al menos, el mismo beneficio que obtiene al atender la zona donde ya tiene presencia. Los mercados que serán atendidos desde otras zonas geográficas serán aquellos aledaños a la zona de influencia de los C+D de las distintas empresas.

Asimismo, la cadena de distribución de la cerveza se divide en dos etapas. La primera, comprende el traslado del producto de la planta cervecera a los C+D (Distribución Primaria) y la segunda, el almacenaje y traslado desde estos centros a los PDV (Distribución Secundaria). En la primera etapa de la cadena, el flete es el costo más significativo; por lo que, la estrategia de las empresas consiste en ubicar sus plantas productoras cerca de los principales centros de consumo para reducir su gasto en fletes. En la segunda etapa, los costos más significativos son de transporte y almacenamiento. En relación a las etapas antes señaladas, **CBN** afirma:

> (...) cubre el costo del abastecimiento a nuestros centros de distribución y/o plantas. Desde los centros de distribución y/o plantas al resto del país y otros municipios, quien asume el costo de transporte es el punto de venta o el distribuidor según sea el caso.[129]

Por tanto, **CBN** no incurre en costos en la segunda etapa, siendo los distribuidores los encargados de realizar la entrega de la cerveza en los PDV.

Además, debido a la ubicación estratégica y amplia de los C+D de **CBN** y la disponibilidad de una red vial, el costo de transporte no representa una alta incidencia en el precio ex fábrica de las cervezas. **CBN** expresa que, para el año 2016, sus costos de transporte desde la planta de producción hacia los C+D representó en promedio el 4 %[130] del precio por producto. En el caso de **CNP**, esta declara que para la misma gestión, el costo de transporte de la planta de producción hacia la sucursal de Sucre (capital del departamento de Chuquisaca) representó en promedio el 4 %[131] sobre el valor del producto.

Por otro lado, los **distribuidores** deberán aplicar una efectiva distribución del producto, debido a la gran cantidad de PDV que deben ser provisionados con la frecuencia adecuada y en el tiempo oportuno; por lo que, las empresas que deseen ingresar en la producción de cerveza deberán considerar también la probabilidad de incursionar en el mercado integradas verticalmente hasta la venta al por mayor o ingresar asociadas con una empresa de distribución que se desempeñe en el mismo sector.

La red de producción de cerveza de **CBN** se compone de cinco (5) plantas, cuya ubicación y capacidad máxima instalada se detalla en el siguiente cuadro[132]:

---

[129] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Prueba 24. Fs. 000698.

[130] Memorial de CBN presentado en fecha 29 de diciembre de 2017. Punto 4. Fs. 0001318. CBN señala que no para todos los productos se ha incurrido en un costo de flete, ya que en muchos casos los productos son directamente recogidos en planta por los distribuidores o puntos de ventas a través de sus transportistas.

[131] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 4. Fs. 000674. Incluye únicamente transporte de ida.

[132] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Prueba 21. Fs. 000698.

Cuadro N° 3
Ubicación de plantas de producción de CBN y capacidad máxima instalada en Hectolitros (Hl)
Periodo: 2016

Plantas de producción	Ubicación	Capacidad máxima instalada (Hl)
Huari	Oruro	494.000
La Paz	La Paz	1.374.635
Santa Cruz	Santa Cruz	1.336.511
Taquiña	Cochabamba	1.127.703
Tarija	Tarija	51.000
Total		**4.383.849**

Fuente: AEMP con base a la información proporcionada por CBN.

Por su parte, para la gestión 2016 **CNP** indica que tiene una capacidad instalada de 110.000 Hectolitros, con una relación de 50,57 % entre el porcentaje de ventas y su capacidad instalada.[133] Por tanto, si se toman únicamente las plantas de producción de **CBN** que atienden al departamento de Potosí y que se encuentran localizadas en Huari-Oruro (494.000), Tarija (51.000) y Taquiña-Cochabamba (1.127.703) suman 1.672.703 Hl, siendo la relación con **CNP** de 15 a 1.

Asimismo, la cadena de valor de **CBN** inicia en sus plantas cerveceras desde donde se transportan los distintos productos a los C+D, estos se encuentran ubicados en forma estratégica en todo el país, toda vez que acercan el producto a los PDV que luego comercializan la cerveza al consumidor final.

En relación a la ubicación de los C+D de **CBN**, estos están localizados de la siguiente manera:

Tabla N° 2
Departamentos que atienden cada C+D de CBN
Periodo: 2016

Depto. de Origen (C+D)	10 LPZ	20 SCZ	30 CBBA	40 OR	[redacted]	42 SCRE	43 TJA	55 BENI	56 BOCC	57 SCZ EXP	58 COBIJA
1-c.b.n. Cochabamba	x	x	x			x		x		x	
7-c.b.n. Santa Cruz	x	x	x			x	x	x		x	
8-c.b.n. La Paz	x										
9-c.b.n. Tarija						x	x				
10-Pando Cobija		x									x
13-ung Cochabamba	x		x								
16-ung Oruro	x			x		x					
18-ung El Alto-La Paz	x								x		
72-cbn Santa Cruz		x									
73-scz Puerto Suarez		x								x	

[133] Punto 5 de Información complementaria de CNP de la Prueba 18.

78-beni Guayaramerin									x	x
79-beni Trinidad								x		x
85-c.b.n. Huari	x	x	x	x		x				
88-c.b.n. El Alto	x	x	x			x	x	x	x	x

Fuente: Memorial presentado por CBN en fecha 30 de junio de 2017. Fs. 000698.

De la tabla anterior se evidencia que el número y ubicación de los C+D de la empresa **CBN** permite que la misma pueda satisfacer las demandas actuales que sus clientes le efectuaren a través de órdenes de compra a nivel nacional.

Con base a la **Tabla N° 2** se observa que los C+D de Tarija, Oruro y Huari-Oruro abastecen al departamento de Potosí. Los C+D se encuentran verticalmente integrados con **CBN** y su alcance está delimitada por la zona que pueda atender.

Por otra parte, **CNP** señala que cuenta con una (1)[134] planta de producción que a la vez hace de C+D en el departamento de Potosí y que abastece actualmente los departamentos de Chuquisaca y Potosí. También señala que la empresa Cervecería Unión S.R.L., ubicada en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, elabora cerveza Potosina para el departamento de Santa Cruz, bajo licencia de **CNP**.

En promedio la capacidad de producción utilizada en la gestión 2016 por **CBN** fue del 80 %[135] y **CNP** un 50 %[136]; por lo que, no cabe posibilidad de desabastecimiento de las marcas que comercializan las indicadas empresas dentro el territorio atendido por cada una de ellas.

En relación a los costos de los insumos, **CBN** y **CNP** no señalan que existan problemas con el suministro de estos para la producción; por el contrario, con base a la información reportada por ambas, las materias primas que requieren para la producción de cerveza están disponibles a través de distintas fuentes en el mercado nacional e internacional[137].

Sobre las estrategias de mercadeo (p. ej., televisión, radio y vallas publicitarias), se presume que **CBN**[138] desarrolla las mismas a nivel nacional, por regiones y departamentos. Por su parte, las estrategias de mercadeo de **CNP** están destinadas a todos los segmentos socio-económicos de la población (transversal) mayores de edad[139] y el mercado de comercialización abarca los departamentos de Potosí, Chuquisaca y Santa Cruz.

Canales de distribución

[134] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 7. Fs. 000667.

[135] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 21. Fs. 000698.

[136] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 18. Fs. 000504.

[137] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 28. Fs. 000698 y Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 25. Fs. 000489.

[138] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000698.

[139] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Punto 1. Fs. 000684.

La **distribución primaria** de cerveza en Bolivia se la realiza, principalmente, mediante dos (2) canales: i) C+D propios de las empresas productoras, que también pueden estar ubicados en las mismas plantas de producción y ii) por medio de otras empresas distribuidoras. En particular, **CBN** transporta su producto desde sus cinco (5) plantas de producción a los C+D ubicados estratégicamente en distintos lugares alrededor del país. Desde estos C+D abastece al canal tradicional que incluye a **Distribuidores** (i.e., mayoristas) como a los Minoristas (PDV tales como tiendas, restaurantes, etc.), Varios (i.e., Ventas al Contado a Clientes Eventuales); así como, al canal moderno de Supermercados.

La gestión 2016, los C+D de Oruro, Huari-Oruro y Tarija dirigieron sus ventas hacia el departamento de Potosí, entre otros, principalmente a través del canal de **Distribuidores,** que representó durante el año 2016 un porcentaje mayor al 97%; el resto fue conformado por minoristas, supermercados y varios, detallado en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 4
Ingresos (Bs) y volúmenes (Hl) vendidos por CBN de cerveza por C+D por canal de venta y destino
Periodo: 2016

Dep.Ori (C+D)	Canal	D.Seg.VTA	transp Ptsi	D.S-Reg Act	Ingresos Ventas (Bs)	Volumen Ventas (Hl)
9-c.b.n. Tarija	Tradicional	DISTRIBUIDORES	POTOSI CIUDAD POTOSÍ PROVINCIAS Resto	502-Sur Potosi 502-Sur Potosi 502-Sur Potosi 503-Sur Sucre 504-Sur Tarija	99,48%	99,39%
		VARIOS	Resto	504-Sur Tarija	0,52%	0,61%
Total 9-c.b.n. tarija					100,00%	100,00%
16-ung Oruro	Tradicional	DISTRIBUIDORES	POTOSI CIUDAD POTOSÍ PROVINCIAS Resto	502-Sur Potosi 501-Sur Oruro 502-Sur Potosi 501-Sur Oruro 502-Sur Potosi 503-Sur Sucre	97,17%	97,27%
		MINORISTAS	Resto	501-Sur Oruro 704-Oruro Directa	2,28%	2,62%
		VARIOS	Resto	501-Sur Oruro 704-Oruro Directa	0,02%	0,11%
	Moderno	SUPERMERCADOS	Resto	704-Oruro Directa	0,003%	0,002%
Total 16-ung oruro					100,00%	100,00%
85-c.b.n. huari	Tradicional	DISTRIBUIDORES	POTOSI CIUDAD POTOSÍ PROVINCIAS Resto	502-Sur Potosi 501-Sur Oruro 502-Sur Potosi 501-Sur Oruro 502-Sur Potosi 503-Sur Sucre	99,92%	99,93%
		MINORISTAS	Resto	704-Oruro Directa	0,08%	0,07%
Total 85-c.b.n. huari					100,00%	100,00%

Fuente: Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017, punto 13.

Del cuadro anterior, se concluye que el canal tradicional, a través de **Distribuidores** es el que generó los mayores ingresos por venta de cerveza para **CBN** durante la gestión 2016; así como, los volúmenes mayores de ventas medidos en Hectolitros (Hl) y según C+D.

Por su parte, **CNP** señala también a los **Distribuidores** como principal canal de distribución en los departamentos de Potosí y Chuquisaca[140], tal y como se indica en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 5
Ingresos (Bs) vendidos por CNP de cerveza desde C+D del departamento de Potosí por canal de venta en los departamentos de Potosí
Periodo: 2016

Canales	2016
Distribuidores	63,82%
Distribución propia	32,26%
Otros	3,91%

Fuente: Memorial de CNP recibido en fecha 27 de junio de 2017, punto 13.[141]

Los elementos anteriores señalan que la distribución, y por ende, la comercialización de cerveza de **CBN** y **CNP**, se encuentra concentrada en el **canal tradicional a través de Distribuidores**, quienes revenden la cerveza en el departamento de Potosí, en el entendido que los distribuidores de **CBN** realizan su compra en los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija.

Comercialización final

Las empresas **CBN** y **CNP** remitieron un listado de 1.273 PDV, distribuidos en la ciudad y provincias de Potosí, de los cuales el 89,78 % corresponden a **CBN** y el restante a **CNP**, según el siguiente detalle:

Cuadro Nº 6
Categorización de los PDV en la ciudad de Potosí, según CBN y CNP
Periodo: 2016

PDV	CBN	CNP	Total
Autoservicio	5		5
Kiosco	7	1	8
Licorería	35	1	36
Mayoristas	34		34
Night club	3		3
Pizzería	3		3
Pub / bar / disco	38		38

[140] Memorial de CNP recibido en fecha 27 de junio de 2017, punto 7.

[141] **CNP, COMPLEMENTACIÓN ANEXO 8.-** Detallar el alcance que tienen los distribuidores en los departamentos, relativo a los lugares hasta donde llega el distribuidor: i) CNP envía sus productos a la sucursal de Sucre, desde donde se realiza la comercialización directa al departamento de Chuquisaca. ii) Desde abril de 2015 a Abril de 2016, CNP envió sus productos a la Sucursal de Santa Cruz para que estos se comercialicen directamente en todo el departamento. Posteriormente se produce en Cervecería Unión SRL para el departamento de Santa Cruz; y iii) Con relación al departamento de Potosí, se adjunta una lista de los distribuidores/transportistas independientes, quienes llevan nuestros productos a las distintas provincias y municipios del departamento de Potosí.

Restaurant popular / pensión	61	2	63
Restaurant regular	21		21
Snack/comida rápida	7		7
Sub-agencia	4		4
Tienda	**474**	**35**	**509**
Otros (billares, chicherías, fraternidades, locales de fiesta y restaurantes top)	8	8	16
Totales	**700**	**47**	**747**

Fuente: AEMP según datos de CBN-CNP.

Del cuadro anterior se desprende que después de un procedimiento de depuración en base a las referencias de dirección física de los PDV, se pudo categorizarlos de tal manera de establecer que las Tiendas representan el principal tipo de PDV para la venta final de cerveza en el departamento de Potosí, reflejando el 68 % (509) del total de 747 PDV. En general, las Tiendas reciben la cerveza de los productores en sus propios establecimientos a través de la red de Distribuidores de cada empresa productora.

En síntesis, de acuerdo a los distintos eslabones de la cadena de valor de la cerveza en Bolivia, se identifican dos mercados relevantes geográficos que serán sujetos de investigación:

- A nivel de **Distribución Secundaria**, cuyo origen incluye los Centros de Distribución (C+D) de Oruro, Huari-Oruro y Tarija; así como, el destino que incluye al departamento de Potosí.

- A nivel de **Comercialización** de cerveza, a distintos PDV, tales como Tiendas que son la vía de venta directa al consumidor final, que incluye la ciudad de Potosí

- **"3. Los costos y las probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados"**

En Bolivia la cerveza es adquirida en todo el territorio nacional, por lo que la distribución debe efectuarse de manera intensiva y eficiente, a través de un número adecuado de intermediarios y una capacidad logística que pueda hacer llegar el producto a todos los PDV existentes. Por su parte, el mercado detallista, en Bolivia, es un mercado fragmentado y se caracteriza por la preponderancia de pequeños PDV que no se encuentran en las condiciones de mantener niveles de inventarios significativos de cerveza, por lo que dependen del servicio continuo de los distribuidores, quienes deben contar con un ruteo que permita cubrir los distintos tipos de PDV en función de la frecuencia de alcance, tiempo y costo.

Una vez que los transportistas o distribuidores, comercializan los distintos tipos de cerveza en los PDV, estos realizan la venta a los consumidores finales, la diferencia entre el precio de distribuidor y el PDV es el margen que obtienen estos últimos por la comercialización de la cerveza, además de los incentivos y descuentos que otorga la empresa productora.

Por otro lado, la cerveza puede ser caracterizada como un bien de compra por impulso (sin ninguna planeación o esfuerzo de búsqueda) o como un bien que se adquiere de forma rutinaria, estas características hacen que el producto tenga que estar disponible en el mayor número de PDV posible.

En función del sistema de distribución realizada por **CBN** y **CNP**, principales empresas objeto de esta investigación, es necesario establecer la cobertura o alcance de la infraestructura utilizada para distribuir los productos. Así, **CNP** produce la cerveza en su única planta ubicada en la ciudad de Potosí (departamento del mismo nombre) y la distribuye con base a una estrategia que concentra fortalezas en el departamento de Potosí. **CBN** cuenta con cinco (5) plantas de producción basada en una estrategia orientada al logro de eficiencias vía la cercanía de la producción a los mayores centros de consumo (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz); sin embargo, cada planta de producción que hace a su vez de centro de distribución, abastece a su región por razón de la cercanía geográfica.

Es evidente la imposibilidad que la competencia extranjera pueda disciplinar los precios en el mercado, ya que requiere de participaciones de mercado importantes que deben ser consideradas a nivel de distribución y comercialización, con marcas que puedan penetrar al mercado en un espacio de tiempo corto y que no implique mayores riesgos. A efectos de establecer las posibilidades que los productos importados impongan un límite a los precios de la producción local, se considera en el análisis realizado que no existen posibilidades reales de sustitución de productos actualmente disponibles al consumidor, aun cuando estos productos importados presenten diferencias en sus cualidades y atributos.

Otro aspecto importante es la imagen de la marca de las cervezas, que a criterio de **CBN**:

> (...) busca que sus marcas sean relevantes para el consumidor buscando la satisfacción de sus necesidades en el momento de consumo y comunicando de forma relevante para generar asociaciones positivas en el consumidor boliviano que lo lleven a considerar y elegir sus marcas de consumo.[142]

Por su parte, **CNP** señala que su marca e imagen:

> (...) lleva más de un siglo en el mercado potosino y que se constituye en una especie de Patrimonio en el departamento de Potosí.[143]

En el mercado boliviano de la cerveza es importante la valoración que el consumidor asigna no solo a la imagen de calidad, sino también a la tradición de la calidad, condiciones asociadas directamente a la imagen de la marca.

Por otra parte, los PDV solo pueden abastecerse del producto a través de los distribuidores que operan en el territorio en donde esté ubicado el mismo. Además, si bien **CBN** ha desarrollado una red de C+D para disminuir los costos de su distribución, estos C+D solo pueden realizar la distribución de cerveza en sus zonas de influencia.

[142] Memorial de CBN presentado en fecha 30 de junio de 2017. Prueba 26. Fs. 000698.

[143] Memorial de CNP presentado en fecha 27 de junio de 2017. Prueba 23. Fs. 000494.

Se presume que las políticas de precio y de ingresos por venta que realizan las empresas cerveceras toman en consideración el número de competidores existentes en cada una de las zonas que atienden; es decir, la presencia de otras empresas. En este contexto, las condiciones de compra que enfrentan los dueños de los PDV dependen del número de marcas que operan en el lugar en donde estén establecidos. Así, las condiciones de competencia que enfrentan los propietarios de los PDV variarán respecto del número de empresas a las que les puedan comprar por lo que la dimensión geográfica del mercado relevante debe estar definida también por las zonas en donde confluyen los competidores en el mercado.

Por lo anterior, se determina que a nivel de la **Distribución Secundaria** de cerveza se tiene una dimensión geográfica que comprende a los C+D de Huari – Oruro, Oruro y Tarija que abastecen de cerveza al departamento de Potosí; y la ciudad de Potosí a nivel de **Comercialización**. Toda vez que las posibilidades que tienen los Distribuidores y PDV para adquirir el producto o de sustituir a un Productor o Distribuidor, están dadas por la existencia de C+D que proveen del producto y de distribuidores de otras marcas que cuenten con la infraestructura necesaria para atender el lugar en donde estén establecidas.

- **"4. Las restricciones normativas de carácter local, departamental, nacional o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos"**

Toda empresa y PDV ubicado en el territorio nacional que pretenda llevar adelante la venta de cerveza, ya sea al por mayor o por menor, debe de cumplir con la aprobación de permisos de carácter local (p.ej., municipal o departamental). Este trámite es aplicable tanto para los distribuidores al por mayor, como para los bares, discotecas, restaurantes y tiendas de barrio, que venden el producto al detalle. Todos los costos asociados a la obtención de la licencia para expendio de bebidas con grado alcohólico no implican la incursión de costos hundidos de gran magnitud y son regulaciones de cumplimiento a nivel nacional.

Las empresas que se dedican a la producción de cerveza en el país o que ingresan el producto del extranjero deben cumplir un conjunto de normas nacionales, siendo particulares de acuerdo a lo dispuesto por los Servicios Departamentales de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), los cuales disponen de una serie de condiciones de registro sanitario que facilitan la comercialización de la cerveza a nivel departamental y nacional. Sumado a lo anterior, se encuentra el impuesto al consumo específico de bebidas alcohólicas (ICE), el impuesto al Valor Agregado (IVA), Retenciones por Comercialización de Cerveza (RCC) e importación de bebidas alcohólicas; así como, el arancel de importación. Por tanto, las restricciones normativas abarcan el territorio nacional y son aplicadas de manera indistinta en cualquier departamento de Bolivia.

En atención a los elementos revisados y analizados en la presente investigación, se determina lo siguiente:

- Los productos sujetos de controversia se encuentran relacionados a la **cerveza** en distintos calibres y presentaciones.

- El **canal tradicional** constituye el mayor volumen de ingresos por ventas de cerveza generados para las empresas **CBN** y **CNP**, siendo los **Distribuidores** aquellos que cuantifican el mayor porcentaje de ventas de ambas.

- Los C+D de **CBN** que abastecen de cerveza al departamento de Potosí son los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija, estos C+D son considerados como origen de las posibles conductas realizadas por **CBN;** así como el departamento de Potosí, como destino de las supuestas conductas sujetas de investigación.

- En el marco de la denuncia, los PDV de la ciudad de Potosí, reciben la cerveza de **CBN** en sus propios establecimientos a través de la red de distribuidores, y por tanto, son objeto de posibles conductas anticompetitivas en la **Comercialización** de cerveza por parte de **CBN**.

En consecuencia, los mercados relevantes, en los cuales **CBN** realizó prácticas anticompetitivas están constituidos **a nivel de Distribución Secundaria** por la **venta de cerveza hacia Distribuidores (Canal Tradicional) desde los C+D de CBN de Huari-Oruro, Oruro y Tarija que abastecen de cerveza al departamento de Potosí; y a nivel de la Comercialización, la venta de cerveza a distintos PDV (Tiendas) en la ciudad de Potosí.**

A continuación, se muestran en forma detallada las áreas de influencia que comprenden cada uno de los mercados relevantes sujetos de investigación a nivel de **Distribución Secundaria y Comercialización**:

Tabla N° 3
Mercados relevantes de cerveza sujetos de investigación
Periodo: 2016

Nivel	Mercado geográfico
Distribución Secundaria	C+D de Huari-Oruro
	C+D Oruro
	C+D Tarija
	Departamento de Potosí
Comercialización	Ciudad de Potosí

Fuente: AEMP con base a los datos proporcionados por **CBN** y **CNP**.

2.2 Determinación de poder sustancial de mercado

A continuación, se describe el análisis de determinación de poder sustancial en los mercados relevantes a nivel de Distribución Secundaria y de Comercialización de cerveza, respectivamente, de tal manera de cumplir con lo señalado en cada fracción del artículo 13 de la RM 190. En el caso que existan elementos específicos que hacen a un determinado mercado, se realizará la aclaración correspondiente.

En ese contexto, el artículo 13 de la RM 190, señala que para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en cada mercado relevante, la AEMP deberá considerar los siguientes criterios:

- **"1. Su participación en dicho mercado y si puede fijar precios unilateralmente o restringir el abasto en el mercado relevante sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder"**

a. Participaciones de mercado

El **mercado relevante** comprende la **Distribución Secundaria de cerveza en el canal tradicional a través de distribuidores y el mercado relevante a nivel de Comercialización de cerveza en PDV, el primero con una dimensión geográfica que comprende los C+D de CBN localizados en Huari-Oruro, Oruro y Tarija y el departamento de Potosí y el segundo a nivel de la ciudad de Potosí.**

Respecto al **mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria** y tomando en cuenta que las prácticas anticompetitivas relativas sujetas de investigación se realizaron respecto a **distribuidores de cerveza**, estos tienen incidencia directa sobre los **distintos PDV**, toda vez que los primeros se encargan de abastecer a los segundos, que venden cerveza a los consumidores y usuarios finales.

La medición de la participación de mercado se la realizó con base a la información de ingresos por ventas proporcionada por las empresas productoras de cerveza y por la Aduana Nacional de Bolivia[144,145] para el caso de las empresas importadoras; en lo que corresponde a la gestión 2016[146] se tiene lo siguiente a nivel de **Distribución Secundaria**:

Cuadro N° 7
Mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria
Participaciones de mercado por ventas de cerveza en el departamento de Potosí
Expresado en porcentaje según ingresos. Periodo: 2016

Empresas	Cuota (%)
Cervecería Artesanal Sabores Alemanes	0,0005
Cervecería Artesanal Vicos	0,0186
Cervecería Boliviana Nacional	62,16
Cervecería Nacional Potosí	33,63
Importadores	4,19

Fuente: AEMP con base a datos proporcionados por las empresas del sector y Aduana Nacional.
Nota 1: Para CBN la cerveza tiene como origen los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija.

[144] Ver **Anexo N° 1** (Cálculo de las importaciones) del **Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/N° 127/2018** y **Anexo N° 1 del Informe Técnico N° 162/2018.**

[145] Ver **Anexo N° 2** (Base de datos de las ventas en volumen y valor de las empresas que producen y comercializan cerveza en el departamento de Potosí. Periodo: 2016) **del Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/N° 127/2018 y Anexo N° 2 del Informe Técnico N° 162/2018.**

[146] El periodo de análisis de la gestión 2016 corresponde a los siguientes criterios: 1) Los hechos denunciados por **CNP** respecto a las prácticas anticompetitivas incluyen pruebas comprendidas entre enero y diciembre de 2016 (Memoriales de **CNP** presentados en fechas 03 de agosto 2016 y 28 de octubre 2016); 2) Las evoluciones de ingresos, volúmenes y precios de venta hacia distribuidores corresponden al periodo enero – diciembre 2016.

Los resultados obtenidos de los cuadros anteriores, a nivel de **Distribución Secundaria**, son los siguientes:

- **CBN**[147] tiene la mayor participación de mercado en términos de ingresos por ventas, durante toda la gestión 2016 en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria, siendo su más cercano competidor la empresa **CNP**; en general, la cuota de mercado es un valor que constituye una primera aproximación para determinar el poder de mercado de **CBN** en el mercado relevante identificado.

- Para el mercado relevante a nivel de **Distribución Secundaria**, en el período 2016 la cuota de mercado de **CBN** alcanzó el **62,16 %**, seguida de **CNP** con el **33,63 %**.

Al respecto, mientras mayor sea la participación de mercado de una empresa, más alta será la posibilidad de ejercer poder sustancial de mercado de forma independiente. En ese sentido, al contar **CBN** con una mayor participación en el **mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria**, sujeto de investigación (gestión 2016), constituye un factor que determina que dicho agente económico tiene la capacidad de fijar precios unilateralmente sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, puedan contrarrestar dicho poder sustancial en el mercado relevante a nivel **de Distribución Secundaria que incluye al departamento de Potosí y los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija.**

Por el lado de la **Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí en PDV, el año 2016 la mayor participación de mercado la tuvo **CBN**, que presentó un **63,99 %** de participación en el mercado y **CNP** un **34,62 %**[148], valor que es una primera aproximación para determinar el poder de mercado de **CBN** en el mercado relevante identificado, tal y como se observa en el siguiente cuadro:

147 De acuerdo al Memorial presentado por **CBN** en fecha 14 de marzo de 2018 (p. 5), la participación de **CBN** y **CNP** es del 58 % y 42 %, respectivamente; esto bajo el supuesto que, **CBN** y **CNP**, fueran los únicos competidores en el departamento de Potosí.

Según **CBN**, y de acuerdo a la consultora Nielsen: "(...) el comercializador más importante de cerveza en Potosí es CNP, con un volumen cercano al 70 % del consumo de cerveza en dicho mercado". Véase el Anexo 1 de su memorial de 14 de marzo de 2018.

148 De acuerdo al Memorial presentado por **CBN** en fecha 14 de marzo de 2018 (p. 5), la participación de **CBN** y CNP es del 58 % y 42 %, respectivamente; esto bajo el supuesto que, **CBN** y **CNP** fueran los únicos competidores en el departamento de Potosí.

Según **CBN**, y de acuerdo a la consultora Nielsen: "(...) el comercializador más importante de cerveza en Potosí es CNP, con un volumen cercano al 70 % del consumo de cerveza en dicho mercado". Véase el Anexo 1 de su memorial de 14 de marzo de 2018.

Cuadro Nº 8
Mercado Relevante a nivel de Comercialización
Participaciones de mercado por ventas de cerveza en la ciudad de Potosí
Expresado en porcentaje
Periodo: 2016

Empresas	Cuota (%)
Cervecería Artesanal Sabores Alemanes[149]	0,0007
Cervecería Artesanal Vicos[150]	0,0255
Cervecería Boliviana Nacional[151]	63,99
Cervecería Nacional Potosí	34,62
Importadores	1,36

Fuente: AEMP con base a datos proporcionados por las empresas del sector y Aduana.

De acuerdo al cuadro anterior, mientras mayor sea la participación de mercado de una empresa, más alta será la capacidad de fijar precios unilateralmente sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, puedan contrarrestar dicho poder de mercado. En ese sentido, al contar **CBN** con una participación de **63,99 %** en el mercado relevante investigado (gestión 2016), esto constituye un factor que determina que dicho agente económico tiene poder sustancial en el **mercado relevante a nivel de Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí.

b. Capacidad para fijar precios

Siendo que **CBN** absorbe el **62,16 %** en el **mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria** definido a nivel de los **C+D** de **Huari-Oruro, Oruro y Tarija y el departamento de Potosí** y el **63,99 %** a nivel de la **ciudad de Potosí**, correspondiente al **mercado relevante a nivel de Comercialización**, y dadas las características de la cerveza, los productores e importadores de este bien ven reducidas las capacidades de poder de negociación al tener en cada mercado relevante a un solo agente económico que tenga una capacidad mayor de ventas en comparación al resto de competidores, por lo que **CBN** está en la capacidad de fijar los precios de manera independiente y unilateral.

- **"2. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores"**

En anteriores investigaciones realizadas por la AEMP[152] y en el desarrollo de la presente investigación, se analizaron a fondo las barreras a la entrada en el mercado de la

[149] Empresa de cerveza artesanal cuyo producto es destinado a grupos específicos de consumidores ubicados generalmente en las ciudades, por lo tanto, se asume que todos los ingresos de la indicada empresa fueron generados en la ciudad de Potosí.

[150] Empresa de cerveza artesanal cuyo producto es destinado a grupos específicos de consumidores ubicados generalmente en las ciudades, por lo tanto, se asume que todos los ingresos de la indicada empresa fueron generados en la ciudad de Potosí.

[151] Con base a los volúmenes de venta (cajas de 1 Litro) de **CBN**, se asume que aproximadamente el 75 % de los ingresos de la indicada empresa son generados en la ciudad de Potosí, criterio que fue replicado para **CNP**.

producción, distribución y comercialización de cerveza en Bolivia. Los elementos más significativos que fueron identificados son los siguientes:

- Las grandes inversiones publicitarias que se necesitan para desarrollar la imagen, prueba de ello es que los costos de publicidad en los que incurrió **CBN** únicamente durante la gestión 2016, a nivel nacional, ascendieron a la suma de Bs 20.328.749[153]. Por lo que, los elevados costos destinados a mercado (*marketing*) y publicidad que deberían afrontar las empresas que desean hacer frente a empresas ya establecidas en dicho mercado, llegan a representar barreras de entrada que disuaden a los posibles competidores.

- La creación de marcas para que los consumidores puedan identificar los productos; es decir, la necesidad de desarrollar una imagen de marca como industria nueva, para diferenciar los productos que se venden en el mercado.

- La fidelidad alta de los consumidores hacia las cervezas actuales en el mercado, toda vez que el conocimiento del consumidor final también representa una barrera a la entrada para posibles entrantes al mercado.

- Las redes de distribución existentes son altamente costosas y complejas de establecer. Además, los PDV y en particular las tiendas de barrio, caracterizados por ser establecimientos con poco espacio, razón por la cual no pueden mantener inventarios de cerveza, obligando a los distribuidores a visitar continuamente esos PDV para abastecerlos del producto, por lo que se requiere desarrollar un sistema amplio de distribución que incluye rutas, disponer de vehículos de transporte y capacitar una fuerza de vendedores.

- La capacidad instalada de la industria cervecera nacional satisface la demanda local y existe un porcentaje de capacidad ociosa.

- Las economías de escala necesaria en la producción de cerveza industrial son un elemento vital para ser competitivo. Un potencial entrante en la industria cervecera, deberá de incurrir en cuantiosas inversiones en capacidad instalada, a fin de alcanzar las economías de escala de las empresas establecidas en el mercado y de esta manera reducir sus costos unitarios. **CBN** cuenta actualmente con cinco plantas cerveceras, teniendo una capacidad de producción muy alta en comparación con el resto de las empresas cerveceras, representando una barrera de entrada para los posibles entrantes.

- Los altos costos para la inversión en equipo y maquinaria, incluyendo costos hundidos y el desarrollo del conocimiento del negocio "*know how*" no resulta fácil de obtener y requiere de un tiempo de desarrollo.

[152] AEMP (2017). Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 003/2017, de fecha 16 de enero de 2017.

[153] Memorial de CBN presentado en fecha 26 de septiembre de 2017. Prueba 24. Fs. 000843.

- Para la importación y subsecuente comercialización de cerveza se deben pagar tributos aduaneros de importación, como el gravamen arancelario más los impuestos internos aplicables que constituyen barreras arancelarias; asimismo, se debe cumplir con las formalidades aduaneras exigidas, como el certificado de inocuidad alimentaria emitido por el SENASAG, y finalmente, se deben incurrir en costos de transporte y logística que permitan poner a disposición de los consumidores la cerveza importada.

En consecuencia, las barreras identificadas constituyen un obstáculo importante para que un nuevo competidor pueda tomar la decisión de iniciar el negocio de la cerveza en cada mercado relevante definido en la presente investigación.

- **"3. La existencia y poder de sus competidores en el mercado relevante"**

Al interior del **mercado relevante** a nivel de **Distribución Secundaria**, se encuentran empresas productoras de cerveza tanto artesanal como industrial que, de acuerdo a lo observado en todo el sector y dentro el periodo de análisis, no tienen participación significativa en el mercado relevante. Similar situación ocurre a nivel de **Comercialización**.

Por otro lado, se encuentra la cerveza importada, sustituto de la cerveza nacional, pero que durante el periodo que comprende la gestión 2016 presentan cuotas de mercado del **4 %** y **1 %** en el **mercado relevante** definido a nivel de **Distribución Secundaria** y en el **mercado relevante a nivel de Comercialización**, respectivamente. Además, que el competidor más cercano como lo es **CNP** tiene participaciones en el mercado relevante del **33,63 %** en lo que corresponde a la **Distribución Secundaria** y también del **34,62 %** a nivel de **Comercialización**.

En ese marco, se concluye que es inexistente el poder de otros productores e importadores de cerveza, en su calidad de competidores de **CBN**, que de alguna manera puedan confrontar el **62,16 %** de su cuota de mercado en el mercado relevante **a nivel de Distribución Secundaria**; así como, el **63,99 %** de su cuota de participación en el mercado relevante **a nivel de Comercialización**.

- **"4. Las posibilidades de acceso del agente económico y sus competidores a fuentes de insumos"**

Los principales insumos para la producción de cerveza son el agua, cebada malteada, levadura y lúpulo, que junto a los diversos componentes de empaque, que incluye las botellas de vidrios, latas de aluminio, tapas, bandejas de cartón para latas, cajones plásticos para botellas, etc., no presentan restricciones en su adquisición, ya sea a nivel nacional o internacional, por lo que se puede afirmar que existe disponibilidad de insumos y materia prima para la producción de cerveza; los problemas que se pudieran presentar son solventables por los mismos participantes y potenciales oferentes.

En particular, **CBN** está integrada verticalmente con la empresa de envases de aluminio **ENALBO**, cuya producción está destinada a satisfacer su demanda a nivel nacional de latas. La integración vertical, se presume, no implica una restricción en el abasto de insumos para otros competidores, aunque sí significa una ventaja para **CBN** frente a potenciales competidores y las empresas que se encuentran establecidas en la producción de cerveza.

Por su parte, los importadores de cerveza solo comercializan los volúmenes producidos en otros países, por lo que, ellos no enfrentan problemas en el suministro de insumos. De esta manera, el abasto de insumos no significa una limitación a la distribución y comercialización de cerveza en cada mercado relevante definido.

- **"5. Su comportamiento reciente"**

Al respecto, se cuenta con lo siguiente:

- La Resolución Jerárquica MDPyEP N° 003/2018, de fecha 2 de febrero de 2018,**CONFIRMA TOTALMENTE** la **Resolución Administrativa de Revocatoria RA/AEMP/N° 081/2017, de fecha 15 de agosto de 2017**, emitida por la AEMP que se pronuncia respecto al recurso de revocatoria planteado contra la **Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 003/2017 de 16 de enero de 2017**; conforme lo dispuesto en el Artículo 43 parágrafo I, inciso a) del Reglamento a la Ley de Procedimiento Administrativo para el SIREFI, aprobado mediante Decreto Supremo No. 27175, en virtud de la denuncia interpuesta por la empresa Cervecería Amazónica S.A. contra la empresa Cervecería Boliviana Nacional (CBN S.A.), en julio de 2014.

En consecuencia, no podrían establecerse indicios en relación al poder sustancial de **CBN** en cada mercado relevante definido a partir de su comportamiento reciente, en función a que se trata de mercados geográficos diferentes. Por tanto, **CBN** no tiene registrados comportamientos recientes en materia de competencia.

- **"6. Los demás criterios que sean sustentados desde el punto de vista económicos y legal"**

Para la interpretación del grado de concentración en un determinado mercado, y a partir de datos de ingresos por ventas, en general, se utiliza el Índice de Concentración de Hirschmann y Herfindahl (HHI por sus siglas en inglés)[154], el cual, refleja la estructura del mercado en la medida que le da un peso proporcionalmente mayor a las participaciones de mercado de las empresas más grandes de acuerdo con su importancia relativa.

Para los mercados relevantes a nivel de **Distribución Secundaria** y **Comercialización** de cerveza, en el año **2016**, el valor del HHI se calculó como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado de todas las empresas productoras de cerveza; así como, del volumen importado de este producto, cuyo resultado se refleja en el siguiente cuadro:

[154] En Bolivia la clasificación relativa a los niveles de concentración se encuentra en el Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el Marco del Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento, aprobado mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 071/2014 de 17 de julio de 2014 (modificado a través de Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 082/2016, de 17 de octubre de 2016), el cual establece que: *"Los grados de concentración de los mercados pueden ser catalogados como: desconcentrados (HHI<1000), moderadamente concentrados (1000≤HHI≤2000) o altamente concentrados (HHI > 2000)"*.

Cuadro Nº 9
Índice Herfindahl–Hirschmann (HHI) por mercado relevante
Periodo: 2016

Mercado	Distribución Secundaria	Comercialización
HHI	5.012	5.295

Fuente: AEMP con base a datos de empresas del sector y Aduana Nacional.

Como se observa en el cuadro anterior, los valores del HHI para cada mercado relevante son mayores a dos mil puntos, lo que denota que se trata de mercados altamente concentrados. Lo anterior, es consecuencia principalmente que la empresa **CBN** es aquella con la mayor participación en cada uno de los dos mercados relevantes definidos a nivel de **Distribución Secundaria** y **Comercialización**.

Con base en el análisis desarrollado del poder sustancial de mercado, se ha determinado lo siguiente:

i) Una importante participación de **CBN** en cada uno de los mercados relevantes definidos, con capacidad de fijar precios de forma unilateral e independiente de sus competidores;

ii) Existencia de barreras de entrada que disuaden a potenciales entrantes de participar en los mercados relevantes definidos debido a las grandes inversiones publicitarias, creación de marcas, fidelidad alta de los consumidores, las inversiones necesarias para desarrollar sistemas de distribución y comercialización paralelos, la capacidad instalada que facilita la existencia de una capacidad ociosa, las economías de escala en la producción, altos niveles de inversión en equipo, maquinaria y *know how*; así como, las barreras arancelarias, paraarancelarias (Registro Sanitario del SENASAG), logística, transporte y legales que deben de enfrentar los competidores de **CBN**;

iii) Los agentes económicos competidores de **CBN**, a partir de sus limitadas cuotas de participación en cada mercado relevante no tienen el poder para contrarrestar el accionar de **CBN**;

iv) Existe disponibilidad de insumos y materia prima para la producción de cerveza, ya sea a nivel nacional o internacional, los problemas que se pudieran presentar son solventables por los mismos participantes y potenciales oferentes en cada mercado relevante definido;

v) **CBN** no tiene registrados comportamientos recientes en materia de competencia;

vi) Existencia de un alto nivel de concentración en los mercados relevantes definidos, producto principalmente de la alta cuota de mercado de **CBN**.

En consecuencia, se establece que **CBN tiene poder sustancial en el mercado relevante definido a nivel de Distribución Secundaria de cerveza,** así como, en el **mercado relevante definido a nivel de Comercialización de cerveza.**

3 Ganancias en eficiencia

De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 12, parágrafos I y II del D.S. 29519, para determinar si una conducta anticompetitiva relativa deba ser sancionada, los agentes económicos podrán acreditar ante la AEMP si existen ganancias en eficiencia derivadas de la conducta y que incidan favorablemente en el proceso de competencia.

Al respecto, **CBN** si bien afirmó haber generado ganancias en eficiencia en el mercado relevante de Distribución Secundaria y Comercialización de cerveza, no acreditó ni demostró las ganancias en eficiencia derivadas de las conductas anticompetitivas relativas identificadas por la AEMP bajo las figuras de otorgamiento de descuentos e incentivos y establecimiento de distintos precios, y que incidan favorablemente en el proceso de competencia, cuya valoración se encuentra desarrollada en el acápite de ganancias en eficiencia[156] del presente documento.

4 Condición de la infracción

Conforme a los parámetros establecidos por el artículo 10 del Reglamento aprobado por RM 190, las conductas anticompetitivas señaladas en el artículo 11 del D.S. 29519, son infracciones que pueden considerarse de gravedad leve, media o máxima de acuerdo a las condiciones para su establecimiento y determinación del mercado relevante y poder sustancial de mercado. En ese sentido, una vez concluida su valoración con el detalle que exigen los artículos 12 y 13 del mismo reglamento, se ha logrado establecer lo siguiente:

1. **CBN** tiene poder sustancial en los mercados relevantes determinados; y

2. Las conductas anticompetitivas de **CBN** fueron realizadas respecto a bienes que corresponden a los mercados relevantes determinados por la AEMP.

Asimismo, del análisis contenido en los informes técnico y legal, se ha establecido que las conductas practicadas por **CBN** poseen características distintas en sus efectos por lo que, las dos infracciones deben ser sancionadas en virtud al principio de proporcionalidad de la sanción que exige el artículo 75 de la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo, que manda que la AEMP observe que la comisión de la infracción no resulte más beneficiosa para el infractor que el cumplimiento de las normas infringidas. En ese sentido, en el siguiente punto se realizará la valoración de los criterios que gradúan la sanción.

5 Valoración de los criterios de gravedad de la infracción y graduación de la sanción

Corresponde en esta instancia realizar la valoración de la conducta que exigen los artículos 10 y 35 de la RM 190, relativos a la condición de infracción de una práctica anticompetitiva

[155] Párrafos 149-156 (otorgamiento de descuentos e incentivos) y párrafos 197-202 (establecimiento de distintos precios) del memorial de CBN presentado ante la AEMP el 11 de octubre de 2018.

relativa y los criterios de gravedad a ser considerados en la aplicación de sanciones, respectivamente. Así, como los criterios y la metodología para la aplicación de sanciones administrativas, incluidos en la RA 071/2014 (modificada en parte por la RA 082/2016).

En una primera instancia se considera que las infracciones en las que incurrió **CBN** al ser calificadas como conductas anticompetitivas relativas, pueden ser consideradas de gravedad leve, media o máxima, según la gravedad de cada una, lo cual ameritaría la imposición de las sanciones de amonestación, multa o suspensión. En consecuencia, a continuación se analizará la existencia de condiciones que ameriten la imposición de una sanción.

5.1 Valoración de la sanción de Amonestación

De acuerdo a lo establecido por el artículo 33, del Reglamento aprobado por RM 190, la amonestación requiere de dos condiciones esenciales, la primera, que no se haya generado perjuicio económico y la segunda que sean susceptibles de enmienda y regularización.

5.1.1 Conducta de otorgamiento de descuentos e incentivos

La conducta de **otorgación de descuentos e incentivos**, de acuerdo al análisis técnico, no ha generado daños económicos, al no considerarse el número de documentos notariados presentados por **CNP** representativos del mercado relevante definido; es decir, que seis PDV no pueden representar a todo un mercado relevante de comercialización de la cerveza en la ciudad de Potosí, por lo que no es evidente que el objeto o el efecto de esta conducta fuese el de generar daño económico. Asimismo, el **perjuicio económico** es generado por la concurrencia de otra conducta anticompetitiva que es descrita posteriormente.

En adición a lo anterior, los contratos de comodato suscritos entre **CBN** y distintos PDV en la ciudad de Potosí no han generado **barreras de entrada estratégicas** que restrinjan la competencia, en función a su limitado número en comparación a los 700 PDV atendidos a nivel del departamento de Potosí por **CBN** (se esperaría que en su mayoría se encuentren ubicados en la ciudad capital). Además, a través del uso de los equipos de frío otorgados en calidad de comodato, no se afectó negativamente el precio o cantidad del producto en el mercado y no existió una pérdida del bienestar del consumidor.

Por otra parte, en los documentos notariados presentados por **CNP**, no se determinó la frecuencia de la conducta y si bien se estableció la duración, como se señaló anteriormente, la misma no es representativa del mercado relevante definido, en función al limitado número de PDV, seis de un total de total 700 PDV atendidos por **CBN** en todo el departamento de Potosí y que se esperaría en su mayoría estén en la ciudad capital, que determinarían la otorgación de incentivos por parte de **CBN**. Además, la conducta en cuestión no se habría generado nuevamente habiéndose subsanado la misma conforme la inspección administrativa de la AEMP a la ciudad de Potosí, realizada en febrero del año en curso.

En consecuencia, **se cumple el primer requisito para imponer una sanción de amonestación, es decir, que la conducta no haya generado perjuicio económico.**

Sumado al razonamiento anterior, cabe señalar que la conducta de otorgación de incentivos puede ser enmendada y ajustada antes de producir sus efectos de acuerdo a las

disposiciones legales de defensa de la competencia, bajo el entendido también que la conducta anticompetitiva no tiene carácter de absoluta, con lo cual se advierte que existe el **cumplimiento del segundo requisito para la imposición de una amonestación, es decir, que la conducta sea susceptible de enmienda y regularización.**

En consecuencia, al haber concurrido las condiciones descritas en este apartado, cabe concluir que respecto a la conducta descrita en el numeral 8 del artículo 11, del D.S. 29519, la infracción es considerada de **gravedad leve** correspondiendo en consecuencia imponer la sanción de **Amonestación**[156].

5.1.2 Conducta de establecimiento de distintos precios

La conducta de establecimiento de distintos precios, de acuerdo al análisis técnico, si ha generado daños económicos en la competencia, esta conducta de la empresa **CBN** originó **ventajas exclusivas** para ciertos distribuidores en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria (**objeto**) específicamente al venderles el producto (cerveza Paceña Pilsener de 1 litro) a un precio menor a aquellos que destinaban el producto a la ciudad de Potosí como a provincias del departamento de Potosí en comparación del cobrado a los distribuidores que destinaban el mismo producto a otros departamentos (p.ej. Chuquisaca (Sucre) y Tarija), pese a que tanto los distribuidores que comercializan el producto a la ciudad de Potosí y sus provincias como aquellos que destinaban el producto a otras ciudades del país lo adquirían del mismo centro de distribución (Huari-Oruro, Oruro y Tarija).

Sobre lo anterior, la aplicación de distintos precios por parte de **CBN** de la cerveza de 1 litro a sus distribuidores en el departamento de Potosí (ciudad y provincias) respecto a los que tenían como destino Sucre y Tarija, fue de carácter continuo entre marzo y diciembre de 2016, causante de la reducción significativa del volumen de ventas de la cerveza de 1 litro de **CNP.** Así, el **efecto pudo ser desplazar indebidamente** a esta última empresa del departamento de Potosí, traducido en el impacto negativo en las ventas de cerveza de **CNP**, registradas sobre todo a partir del mes de julio de 2016, contrario al comportamiento de las ventas de **CBN** que fueron en sentido ascendente.

Adicionalmente, con la práctica identificada, **CBN** cumple con una de las condiciones para determinar si su conducta ha generado perjuicio económico; es decir, que la empresa haya generado "*barreras de entrada estratégicas que restringen la competencia*", a través del establecimiento de distintos precios a distribuidores del producto investigado. De esta manera, al existir una de las tres condiciones que justifican el perjuicio económico, sin evaluar las siguientes dos, ya es posible establecer el daño económico como consecuencia de la conducta de **CBN, descartando el requisito para imponer una sanción de amonestación**.

El establecimiento de distintos precios, al haberse producido por un largo periodo de tiempo (marzo-diciembre 2016) no es susceptible de enmienda o regularización considerando el daño causado en la competencia conforme al análisis técnico realizado.

[156] **Véase el Anexo Nº 1.**

Con base en los antecedentes del proceso sancionador se puede afirmar que la conducta de **CBN no** puede ser enmendada y ajustada a las disposiciones legales, por otra parte, la conducta anticompetitiva no tiene carácter de absoluta. Al existir dos de las tres condiciones que justifican si la conducta es susceptible de enmienda y regularización, **no se cumple el segundo requisito para la imposición de una Amonestación.**

De acuerdo a los párrafos anteriores, respecto a la conducta descrita en el numeral 10 del artículo 11, del D.S. 29519, no se acreditan los criterios expuestos en relación a que la infracción sea leve y por ende proceder a una **Amonestación**: por tanto, se trata de una **infracción media o máxima, correspondiendo la imposición de sanción de multa o suspensión.**

5.2 Valoración de la sanción de multa

Análisis de criterios

Considerando que, de acuerdo al análisis descrito precedentemente, la conducta de **establecimiento de distintos precios** debe ser sancionada, a continuación, en el marco del artículo 35 de la RM 190, se señalan los criterios a utilizarse para establecer si la gravedad de las infracciones y de la sanción a ser aplicada, amerita la imposición de una multa o la suspensión de la empresa, de lo cual se obtuvo lo siguiente[157]:

i) La magnitud de los hechos o magnitud de la afectación del mercado

La conducta sancionada está dada por el establecimiento de distintos precios a distribuidores por parte de **CBN**, quien controla el **62,16 %** del mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria de la cerveza desde los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija con destino al departamento de Potosí.

En la exposición de motivos del D.S. 29519 se determina:

> *"Que la competencia como principio rector del funcionamiento de los mercados permite, desde un punto de vista económico, maximizar el bienestar de la sociedad, dado que los consumidores se ven beneficiados con un mayor acceso a bienes y servicios, a precios accesibles y calidad adecuada, dando su carácter que facilita la entrada de nuevos competidores."*

Además, la misma exposición de motivos indica:

> *"Que la competencia es un elemento dinamizador de la economía nacional y la libre competencia es un bien jurídicamente protegido y de orden público, por lo que el Gobierno Nacional está en la obligación de su regulación, a fin de evitar que se obstruya la libertad económica controlando e impidiendo que personas o empresas incurran en actos de abuso debido a su posición dominante en el mercado nacional".*

[157] **Véase el Anexo N° 2** del cálculo.

En consecuencia, una conducta anticompetitiva va en contra de todos los preceptos planteados en defensa de la competencia y es obligación del Estado su regulación; por tanto, corresponde sancionar de manera rigurosa este tipo de conductas anticompetitivas, que causan daño tanto a la economía, en su conjunto, como a los eslabones de toda la cadena productiva de la cerveza, en particular.

En la cadena de producción de la cerveza y tal como fue establecido en el análisis de caracterización del sector y de definición del mercado relevante, es indudable que uno de los eslabones más importantes es la distribución, por el volumen e ingresos generados. Al respecto, **CBN** tiene relación comercial directa con distribuidores que adquieren el producto de los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija con destino al departamento de Potosí, Chuquisaca (Sucre) y Tarija.

Por otro lado, el establecimiento de distintos precios que se otorgaron a distribuidores con destino a la ciudad y provincias del departamento de Potosí, específicamente en la situación en que **CBN** vende la cerveza Paceña Pilsener de 1 litro a un precio menor en comparación del cobrado a los distribuidores que destinaban el mismo producto a Sucre y Tarija, pese que tanto los distribuidores que comercializan el producto a la ciudad de Potosí y sus provincias como aquellos que destinaban el producto a otras ciudades del país lo adquirían del mismo centro de distribución (Huari-Oruro, Oruro y Tarija) tuvo como **objeto** la creación de **ventajas exclusivas** hacia un grupo determinado de distribuidores.

Sumado a las razones anteriores, en Bolivia, el texto constitucional determina que todas las formas de organización económica tienen la obligación de generar trabajo digno y contribuir a la reducción de las desigualdades y a la erradicación de la pobreza.[158] Por tanto, en este caso **CBN** tiene la obligación de generar empleo digno para todos los actores de su cadena de producción y no actuar en favor de unos en detrimento de otros, siendo todos los distribuidores parte primordial del negocio y la comercialización de su producto.

En ese sentido, para la infracción de establecimiento de distintos precios se ha determinado que la cantidad de agentes económicos involucrados en la comisión de las conductas acreditadas en el presente documento fue uno, **CBN**. Por tanto, el factor de puntaje aplicado es de **cero (0)**.

ii) El beneficio o utilidad estimadas obtenida por la práctica anticompetitiva[159]

El beneficio provocado por la acreditación de la conducta relativa de **establecimiento de distintos precios** fue calculado tomando en cuenta la diferencia que existió entre el precio cobrado por **CBN** a los distribuidores con destino a la ciudad y provincias del departamento de Potosí y los distribuidores con destino a Sucre y Tarija desde los C+D de Oruro-Huari, Oruro y Tarija.

[158] Artículo 312, Parágrafo II, Constitución Política del Estado.

[159] Véase **Anexo N° 2** del cálculo del beneficio o utilidad estimada obtenida por la práctica anticompetitiva de discriminación de precios.

De acuerdo al cálculo realizado de diferencias de precios se estimó que durante el periodo marzo-diciembre de 2016 el rango de beneficios fue mayor a los Bs 10.000.000 (Diez millones 00/100 bolivianos) y menor a los Bs 50.000.000 (Cincuenta millones 00/100 bolivianos). Por tanto, corresponde el puntaje mínimo de **cinco (5)**.

iii) La conducta procesal de las partes

En relación al criterio relativo a la conducta procesal de las partes, cabe indicar lo siguiente:

- La empresa **CBN** no tiene infracciones en materia de competencia ejecutoriadas en Bolivia en los últimos tres (3) años, de tal manera que pudiesen ser tomadas en cuenta como agravantes.[160]

- Se tiene evidencia de faltas en el proceso sancionador por parte de **CBN,** traducida en una distorsión de información, por tanto, será sancionada de acuerdo a esa figura y no respecto a la conducta procesal de las partes.

- **CBN** cumplió con los plazos establecidos en la etapa de diligencias preliminares.

De acuerdo al listado anterior, no corresponde la aplicación de lo establecido en los artículos 6, 35 y 36 de la RM 190 en relación a la sanción a imponerse a **CBN** por las conductas anticompetitivas identificadas.[161] Por tanto, corresponde el puntaje mínimo de **cero (0)**.

iv) El daño causado a la comunidad o el nivel de los daños causando a la libre competencia en el ámbito nacional en función de la modalidad y el alcance de la competencia

iv.a) El daño causado a la comunidad o el nivel de los daños causados a la libre competencia en el ámbito nacional en función de la modalidad de la competencia

El daño causado al proceso de competencia se deriva en este caso de la conducta anticompetitiva de **establecimiento de distintos precios**, que tuvo por **objeto el otorgamiento de ventajas exclusivas** en favor de distribuidores (nivel de Distribución Secundaria) con destino a la ciudad y provincias del departamento de Potosí en detrimento de otros distribuidores que destinaron el producto a Sucre y Tarija, y en consecuencia, la reducción de los ingresos por ventas de **CNP** como competidor directo de **CBN** en el departamento de Potosí.

[160] De acuerdo al artículo 6 de la RM 190, se establecen los criterios para aplicarse la reincidencia y concurso de infracciones, siendo ésta primera entendida como "aquellas infracciones anteriores que fueron sancionadas mediante Resolución Administrativa dentro del plazo de los últimos tres (3) años anteriores a la fecha de la infracción por la cual incurrió en reincidencia", bajo la condicionante de que dicha Resolución Administrativa haya causado estado.

[161] Los artículos 35 y 36 de la RM 190, respectivamente, precisan los criterios de gravedad y la identificación de agravantes para los efectos de la aplicación de las sanciones, tomando en cuenta para esto último la "Reincidencia".

Por tanto, queda acreditado que la infracción del establecimiento de distintos precios ha causado daños en la competencia,por su **objeto (sea establecer ventajas exclusivas)**. Por tanto, corresponde el puntaje de **uno coma cinco (1,55).**

iv.b) El daño causado a la comunidad o el nivel de los daños causados a la libre competencia en el ámbito nacional en función del alcance de la competencia.

Por otro lado, en Bolivia, el sector de la industria manufacturera en la gestión 2016 fue la segunda actividad con mayor participación en el Producto Interno Bruto, la misma llegó a representar un porcentaje del 11 %. Esta participación se debió principalmente al grupo de alimentos (3,8 %) y bebidas y tabaco (2 %).

La participación de la industria cervecera es importante en el desempeño económico del país, por lo tanto, se requiere de un adecuado manejo y administración de las empresas cerveceras, con el objetivo de que sigan aportando al país y lo que aún es más importante, desenvolverse en el mercado en una competencia sana.

En consecuencia, siendo la cerveza la qúe fue objeto de conductas anticompetitivas, considerada un bien que es comercializado principalmente al por mayor y es vendida al por menor en el canal tradicional: tiendas. En consecuencia, el alcance de la conducta generada por **CBN** está enmarcado en el sector de bienes. Por tanto, corresponde el puntaje de **uno coma veinticinco (1,25).**

v) La dimensión del mercado afectado

De acuerdo a la información de ventas de cerveza proporcionada por **CBN**, el nivel de ventas de la cerveza de 1 Litro el año 2016 alcanzó a 3.405.767 litros; así, entre marzo y diciembre del mismo año, este llegó a los 3.290.567 litros, ambos volúmenes similares, reflejando el tamaño y dimensión del mercado afectado.

Cuadro N° 10
Evolución mensual de las ventas de cerveza Paceña Pilsener de 1 litro de CBN en el departamento de Potosí, expresada en litros. Periodo: 2016

Mes	Ventas
Enero	57.600
Febrero	57.600
Marzo	92.400
Abril	126.000
Mayo	226.800
Junio	222.609
Julio	419.448
Agosto	421.200
Septiembre	453.528
Octubre	492.696
Noviembre	406.720
Diciembre	429.696

Fuente: AEMP con base a datos de CBN.

La dimensión del mercado en términos geográficos afectado por la infracción es a nivel del departamento de Potosí, siendo que los distribuidores adquieren el producto de los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija con destino al departamento de Potosí a menores precios que aquellos distribuidores que dirigen sus ventas a Sucre y Tarija. Por tanto, siendo que el mercado geográfico afectado por las prácticas fue Potosí, se establece que la dimensión del mercado afectado es a **nivel local**, correspondiendo el puntaje de **dos coma cinco (2,5)**.

vi) La cuota del mercado de la empresa correspondiente

Se presume la no afectación al mercado por parte de los agentes económicos, cuando los niveles de participación o cuota de mercado de estos en sus respectivos mercados relevantes se encuentren por debajo del 30 %, ya que la participación (cuota) de mercado individual de una empresa no podría tener un efecto significativo en el mercado. Por el contrario, agentes económicos con participaciones (cuotas) superiores a este umbral pueden afectar significativamente las condiciones del mercado si es que realizasen un abuso de dicha posición.

A partir de la aclaración indicada en el párrafo anterior, la cuota de mercado calculada para **CBN** en función a las ventas de cerveza para la gestión 2016, correspondió a **62,16 %** en el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria. Por tanto, corresponde el puntaje de **cinco (5)**.

vii) Los efectos de la restricción de la competencia sobre los competidores efectivos o potenciales (Efectos)

Las conductas anticompetitivas pueden presentar efectos sobre el resto de agentes económicos competidores en un determinado mercado relevante, pudiéndose generar el desplazamiento indebido, la restricción o el impedimento de ingreso de otros agentes económicos al mercado y establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, efectos que deben ser considerados al momento de graduar la sanción.

Al respecto, como producto de las conductas anticompetitivas de establecimiento de distintos precios no es observable el efecto de desplazamiento indebido, restricciones o impedimento de ingreso de competidores, en función a que **CNP**, a pesar de haber disminuido significativamente su volumen de ventas, aún permanece operando en el mercado, elemento considerado y valorado en el punto iv.a (Objeto o Efecto) del presente apartado. Por tanto, en este punto corresponde el puntaje mínimo de **cero (0)**.

viii) La afectación a las otras partes del proceso económico y los consumidores o usuarios (Afectación)

Las conductas anticompetitivas pueden presentar efectos sobre las otras partes del proceso económico y los consumidores o usuarios, pudiéndose generar una afectación indebida a ellos, cuyos efectos deben ser considerados para graduar la sanción.

Como producto de las conductas anticompetitivas identificadas no se observó afectación indebida por parte de **CBN** a las otras partes del proceso económico como proveedores de

insumos o consumidores. En el caso de los distribuidores, se observa que la afectación indebida ya fue considerada y valorada en el punto iv.a (Objeto o Efecto) del presente apartado. Por tanto, en este punto corresponde el puntaje mínimo de **cero (0)**.

ix) La duración de la restricción de la competencia o de la práctica

La duración de la restricción de la competencia o la práctica, se constituye en un criterio de calificación de la sanción de acuerdo al artículo 18 del D.S. 29519, en ese sentido y realizado el análisis económico emergente de la investigación de las conductas anticompetitivas relativas objeto del presente proceso y considerando el comportamiento del mercado relevante durante el periodo investigado, se llega a establecer que la infracción del establecimiento de distintos precios se produjo durante el periodo comprendido **entre marzo y diciembre de 2016**. En consecuencia, se tiene acreditado que la infracción fue realizada durante 10 meses que es menor o igual a un año. Por tanto, corresponde el puntaje de dos coma **cinco (2,5)**.

x) La reiteración o frecuencia de la conducta prohibida

La reiteración o frecuencia de una conducta anticompetitiva será valorada para la modulación de la sanción, puesto que mientras mayor sea el número de repeticiones de la conducta que el agente económico haya realizado durante el periodo de investigación, la infracción será más grave y, por tanto, corresponde que reciba mayor puntuación.

A partir de la infracción del **establecimiento de distintos precios** realizada por **CBN**, se determina que la misma fue realizada de forma frecuente, 25 casos identificados en 10 meses (marzo-diciembre del año 2016). Sin embargo, esta recurrencia responde a la política comercial de precios aplicada por **CBN** para toda la gestión 2016, que se realiza al inicio del año. Por tanto, corresponde el puntaje de **dos coma cinco (2,5)**.

xi) El grado de negligencia o intencionalidad del infractor

Un agente económico puede incurrir en una conducta anticompetitiva por negligencia o intencionalidad. Se presenta negligencia en la empresa cuando obra por desconocimiento, imprevisibilidad, inexperiencia, falta de cuidado o de previsión de las consecuencias económicas y jurídicas de la conducta. Existirá intencionalidad del agente económico cuando tenga el conocimiento y la voluntad de incurrir en una conducta anticompetitiva, lo que reviste de mayor gravedad a la ilicitud de su conducta.

En las infracciones acreditadas a **CBN** de acuerdo a la investigación realizada se ha podido demostrar la **negligencia** del agente económico en la comisión de las mismas, toda vez que obró con falta de cuidado y de previsión de las consecuencias económicas y jurídicas de la conducta, sin que prime la intervención o participación de otros agentes económicos, únicamente **CBN**. Por tanto, corresponde al puntaje de **dos coma cinco (2,5)**.

xii) Renuencia al cumplimiento de plazos otorgados por la AEMP en diligencias preliminares

Las diligencias preliminares comprenden una serie de requerimientos por parte de la AEMP, los cuales importan a su vez el cumplimiento de terminadas obligaciones y de plazos otorgados por los agentes económicos. Al respecto, fue evidente el cumplimiento de plazos de **CBN** en la etapa de diligencias preliminares. Por tanto, corresponde el puntaje de **cero (0)**.

xiii) Índice Herfindahl – Hirschmann (Nivel de concentración)

Los grados de concentración de los mercados puede ser catalogados como: desconcentrados (HHI<1000), moderadamente concentrados (1000<HHI<2000) o altamente concentrados (HHI>2000).

En el presente caso el nivel de concentración es mayor a los 2.000 puntos, determinando que el mercado relevante a nivel de Distribución Secundaria que incluye los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija y el departamento de Potosí está **altamente concentrado.** Por tanto, corresponde el puntaje de **diez (10)**.

xiv) Agravantes y atenuantes

Analizados los criterios técnicos expuestos precedentemente y la comisión de la práctica anticompetitiva de establecimiento de distintos precios de venta de cerveza, a continuación se valoran posibles atenuantes y agravantes:

- **Agravantes.**- Toda vez que el infractor, **CBN**, no fue sancionado por las mismas infracciones mediante Resolución Administrativa que haya causado estado, dentro de los tres años anteriores al inicio del procedimiento sancionador, no existe reincidencia. En consecuencia, no existen agravantes.

- **Atenuantes.- CBN** no reconoció su responsabilidad ni aceptó los cargos formulados en su contrato de manera integral e incondicionada, por tanto, no corresponde considerar atenuantes.

5.3 Sanciones aplicables

La infracción descrita en el numeral 8 del artículo 11 del D.S. 29519 fue calificada como de gravedad leve y merece la sanción de **Amonestación**, en el apartado 5.2 se realizó el análisis de la gravedad de la infracción comprendida en el artículo 11, numeral 10 del D.S. 29519 a efectos de establecer si esta última debía ser sancionada con multa o suspensión.

Al haberse demostrado **el establecimiento de distintos precios de venta de cerveza** para compradores (distribuidores) situados en igualdad de condiciones, generando ventajas exclusivas en favor de un grupo de compradores, mismos que han permitido a la empresa **CBN** obtener beneficios para sí mismas, conforme lo establece el artículo 33 en su numeral 2 de la RM 190 corresponde calificar la infracción realizada por **CBN** como de **gravedad media e imponer la sanción de multa.**

Revisados los antecedentes del procedimiento administrativo sancionador se ha observado que el cargo de **distorsión de información** no fue desvirtuado con ninguna prueba ofrecida

por parte de **CBN**, por lo cual corresponde en el marco del artículo 39, numeral 4 y el artículo 25 del Reglamento aprobado por la RM 190, y de acuerdo a la RA 071/2014 (modificada por la RA 082/2016) imponer la **multa del 0,25 %** de sus ingresos brutos (gestión 2017[162]) por esta falta.

6 Cálculo de la multa a la empresa CBN por la comisión de la conducta anticompetitiva descrita en el artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519

Una vez definida la infracción y graduada la sanción, se procede a elaborar el cálculo de la multa en base a los ingresos brutos de **CBN** de la gestión 2017[163] obteniéndose lo siguiente:

- Por la conducta anticompetitiva relativa en la infracción de establecimiento de distintos precios a distribuidores situados en igualdad de condiciones, se establece la multa **de UFV 15.385.864,68 (QUINCE MILLONES TRESCIENTOS OCHENTA Y CINCO MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y CUATRO 68/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)**, cuyo detalle se encuentra en el **Anexo N° 4**.

7 Cálculo de la multa a la empresa CBN por la distorsión de información, de acuerdo al artículo 39, numeral 4 de la Resolución Ministerial N° 190

El artículo 39 del Reglamento de Regulación de la Competencia en el marco del Decreto Supremo N° 29519, aprobado por Resolución Ministerial N° 190, que de forma genérica con relación a la facultad de imponer varias sanciones señala; *"Sin perjuicio de la concurrencia con otras sanciones, la Superintendencia de Empresas* (ahora AEMP) *podrá imponer el siguiente tipo de multas:* [...] *4. Multa de hasta el uno por ciento (1%) de los ingresos brutos anuales por el ocultamiento,* ***distorsión*** *o destrucción de información o por el entorpecimiento de las investigaciones".*

- Por la distorsión de información, corresponde imponer a **CBN**, la multa de **UFV 3.846.466,17 (TRES MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y SEIS 17/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)** cuyo detalle se encuentra en el **Anexo N° 5**.

8 Sanción a los ejecutivos

En relación a la participación de: **MARCIO FROES TORRES** en su calidad de Presidente de Directorio, **HERNÁN GUILLERMO ATELLA** en su calidad de Gerente General, **JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL**, en su condición de Gerente de Ventas, **SERGEI CHRISTIAN GOMEZ UZQUEDA**, en calidad de Gerente de Planeamiento, Precio y RTM, y **PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA** en su calidad de Jefe Regional de Ventas para Potosí, en las decisiones que motivaron la comisión de las conductas anticompetitivas por parte de la empresa CBN, se tiene que el Código de Comercio Boliviano, señala en su

[162] Véase el **Anexo N° 3.**

[163] Véase el **Anexo N° 3.**

artículo 19 que se hallan impedidos para ejercer el comercio: *"1) Las personas señaladas por disposiciones legales o como consecuencia de sentencia judicial".*

Asimismo, el artículo 29 del Código de Comercio Boliviano en lo que refiere a los actos y contratos sujetos a inscripción, establece que deben inscribirse en el Registro de Comercio: ... "3) *Las resoluciones* o sentencias que impongan a los comerciantes la prohibición del ejercicio del comercio;"

Dada esta facultad de la AEMP, considerando la gravedad de la conducta anticompetitiva en la cual de **MARCIO FROES TORRES, HERNÁN GUILLERMO ATELLA, JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL, SERGEI CHRISTIAN GOMEZ UZQUEDA** y **PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA** participaron, corresponde sancionarlos con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de sesenta (60) días calendario.

CONSIDERANDO: (Conclusiones)

Que, del análisis contenido en la presente Resolución Administrativa, extraído del **Informe Técnico AEMP/DTDCDN/ALB/N° 162/2018 de 15 de noviembre de 2018** y del **Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/CNC/N° 163/2018 de 16 de noviembre 2018**, se establece lo siguiente:

- El agente económico **CBN** a nivel de **Distribución Secundaria** dispone de poder sustancial en el mercado relevante de venta de cerveza a Distribuidores (Canal Tradicional) desde los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija con destino al departamento de Potosí, así como en el mercado relevante determinado a nivel de **Comercialización** de cerveza en la ciudad de Potosí.

- Se demostró la comisión de la conducta anticompetitiva prevista en el artículo 11, numeral 8 del Decreto Supremo N° 29519. **CBN**, durante el periodo enero a diciembre de 2016, en el cual otorgó incentivos a los puntos de venta (PDV) del mercado relevante determinado **a nivel de Comercialización** de cerveza, sujeto al requisito de no comercializar productos de **CNP**.

- Se demostró la comisión de la conducta anticompetitiva de establecimiento de distintos precios de venta para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones, descrita en el artículo 11, numeral 10, del Decreto Supremo N° 29519 por parte de la empresa **CBN**, durante el periodo marzo a diciembre de 2016, a consecuencia de la evolución y las diferencias de precios de venta aplicados a distribuidores de la cerveza marca Paceña Pilsener de 1 Litro de **CBN** en el mercado relevante determinado **a nivel de Distribución Secundaria**.

- Los ejecutivos Marcio Froes Torres, Presidente del Directorio, Hernán Guillermo Atella, Gerente General; José Andrés Abraham Handal, Gerente de Ventas; Sergei Christian Gómez Uzqueda, Gerente de Planeamiento, Precio y RTM; y, Patricio Fernando Olmos Ardaya, Gerente Regional de Ventas para Potosí, todos de **CBN**, no presentaron descargo alguno a la RA 94/2018, por lo que corresponde declarar probados los cargos en su contra por la participación en las decisiones que motivaron la comisión de conductas anticompetitivas relativas establecidas en los numerales 8 y

10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, durante el ejercicio de sus funciones.

- Se evidenció la distorsión de información por parte de **CBN,** por lo que corresponde imponer la sanción de multa en el marco del artículo 39, numeral 4) del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por Resolución Ministerial N° 190.

- No se evidenció el ocultamiento de información por parte de **CBN,** por lo que no corresponde imponer la sanción de multa en el marco del artículo 39, numeral 4) del Reglamento de Regulación de la Competencia aprobado por Resolución Ministerial N° 190.

Expuestas las conclusiones respecto al proceso sancionador iniciado mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 94/2018 de 16 de agosto de 2018 y luego de haberse realizado las distintas etapas que comprenden este proceso, de conformidad a lo establecido por el artículo 27 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, corresponde emitir la Resolución Administrativa respectiva.

POR TANTO:

El Director Ejecutivo de la Autoridad de Fiscalización de Empresas, en uso de las atribuciones conferidas por disposiciones legales sectoriales;

RESUELVE:

PRIMERO. DECLARAR PROBADA la comisión de la conducta anticompetitiva relativa, descrita en el artículo 11, numeral 8, del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, por parte de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., por el otorgamiento de incentivos a los puntos de venta en la ciudad de Potosí, con el requisito de no adquirir ni vender los bienes producidos, distribuidos y comercializados por la empresa **Cervecería Nacional Potosí Ltda.**, o por otros agentes económicos, durante los meses de enero de 2016 a diciembre de la gestión 2016, y en consecuencia, sancionarla con **AMONESTACIÓN** de conformidad con el **Anexo N° 1** que forma parte indivisible de la presente resolución, conminándola a regularizar y enmendar su conducta en el plazo máximo de treinta (30) días hábiles administrativos computables a partir de su notificación.

SEGUNDO. DECLARAR PROBADA la comisión de la conducta anticompetitiva relativa descrita en el artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, por parte de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., en razón al establecimiento de distintos precios de venta de su producto **Paceña Pilsener de 1 litro** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones en el mercado relevante definido, durante los meses de marzo 2016 a diciembre 2016, y en consecuencia, sancionarla con la multa de **UFV 15.385.864,68 (QUINCE MILLONES TRESCIENTOS OCHENTA Y CINCO MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y CUATRO 68/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)**, cuyo detalle se encuentra en **Anexo N° 4,** que deberá ser pagada en la **Cuenta Fiscal N° 10000008955607 del Banco Unión S.A.**, en un plazo de diez (10) días hábiles administrativos de notificada la presente Resolución.

TERCERO. DECLARAR PROBADA la distorsión de información por parte de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., referente a los precios sugeridos a los PDV de los departamentos de Potosí, Tarija y Sucre, y en consecuencia, sancionarla con la multa de **UFV 3.846.466,17 (TRES MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y SEIS 17/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)** que deberá ser pagada en la Cuenta Corriente Fiscal N° 10000008955607 del Banco Unión S.A., en un plazo de 15 días hábiles administrativos computables a partir de la notificación con la presente resolución, según el detalle de su **Anexo N° 5** que forma parte indivisible de la misma, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 39, numeral 4, de la Resolución Ministerial N° 190 y artículo 25 del Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el marco del Decreto Supremo N° 29519.

CUARTO. DECLARAR IMPROBADO el ocultamiento de información por parte de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., referente al punto 28 del Anexo–CBN-Período 2014-2016 del Auto administrativo de 18 de mayo de 2017 relacionado con los insumos importados.

QUINTO. DECLARAR PROBADA la participación del Presidente de Directorio de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., señor **MARCIO FROES TORRES**, que cumplió funciones en las gestiones 2013 y 2014, en las decisiones que motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10, del Decreto Supremo N° 29519, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de sesenta (60) días calendario.

SEXTO. DECLARAR PROBADA la participación del Gerente General de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., señor **HERNÁN GUILLERMO ATELLA**, que cumplió funciones en las gestiones 2013 y 2014, en las decisiones que motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10, del Decreto Supremo N° 29519, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de sesenta (60) días calendario.

SÉPTIMO. DECLARAR PROBADA la participación del Gerente de Ventas de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., señor **JOSE ANDRÉS ABRAHAM HANDAL**, que cumplió funciones en las gestiones 2013 y 2014, en las decisiones que motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10, del Decreto Supremo N° 29519, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de sesenta (60) días calendario.

OCTAVO. DECLARAR PROBADA la participación del Gerente de Planeamiento, Precio y RTM de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., señor **SERGEI CHRISTIAN GOMEZ UZQUEDA**, que cumplió funciones en las gestiones 2013 y 2014, en las decisiones que motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10, del Decreto Supremo N° 29519, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de sesenta (60) días calendario.

NOVENO. DECLARAR PROBADA la participación del Jefe Regional de Ventas para Potosí, de la empresa Cervecería Boliviana Nacional S.A., señor **PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA**, que cumplió funciones en las gestiones 2013 y 2014, en las decisiones que

motivaron la comisión de las prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10, del Decreto Supremo Nº 29519, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de sesenta (60) días calendario.

DÉCIMO. INSTRUIR a la empresa **Cervecería Boliviana Nacional S.A.** lo siguiente:

a) El cese inmediato de las acciones y prácticas anticompetitivas descritas en el artículo 11, numerales 8 y 10, del Decreto Supremo Nº 29519 de 16 de abril de 2008, de acuerdo a los lineamientos establecidos en la presente Resolución Administrativa.

b) La adecuación de sus planes, estrategias y políticas de comercialización y de precios a los lineamientos contenidos en el presente acto administrativo, dejando sin efecto cualquier disposición que atente, vulnere o restrinja la competencia y/o que tenga como objeto o efecto desplazar a agentes competidores, o establecer ventajas exclusivas a favor de uno o varios compradores y/o vendedores. Estos documentos deberán ser remitidos a la AEMP en el plazo de tres (3) meses para su respectiva valoración.

Notifíquese, cúmplase y archívese.

Germán Loboada Parraga
DIRECTOR EJECUTIVO
Autoridad de Fiscalización de Empresas

ANEXOS

Anexo N° 1
Sanción de Amonestación
Conducta Anticompetitiva Relativa – Artículo 11, Numeral 8 del D.S. 29519

1° La(s) conducta(s) ha(n) generado perjuicio económico al mercado relevante, al consumidor o a la competencia, entre agentes económicos en dicho mercado?

a)	La empresa generó barreras de entrada estratégicas que restringen la competencia.	VERDADERO	FALSO	FALSO	NO GENERÓ PERJUICIO ECONÓMICO
b)	La conducta de la empresa afectó negativamente el precio y/o cantidad del bien o servicio.	VERDADERO	FALSO	FALSO	
c)	Existió una pérdida de bienestar del consumidor.	VERDADERO	FALSO	FALSO	

2° La(s) conducta(s) es(son) susceptible(s) de enmienda y regularización?

a)	El presunto infractor no podrá revertir o enmendar en el corto plazo los efectos de la conducta atribuida.	VERDADERO	FALSO	FALSO	ES SUSCEPTIBLE DE ENMIENDA Y REGULARIZACIÓN
b)	El presunto infractor no podrá ajustar su conducta a las disposiciones legales de Defensa de la Competencia antes de producirse sus efectos.	VERDADERO	FALSO	FALSO	
c)	Las conductas anticompetitivas identificadas son absolutas.	VERDADERO	FALSO	FALSO	

Puntaje total **0**

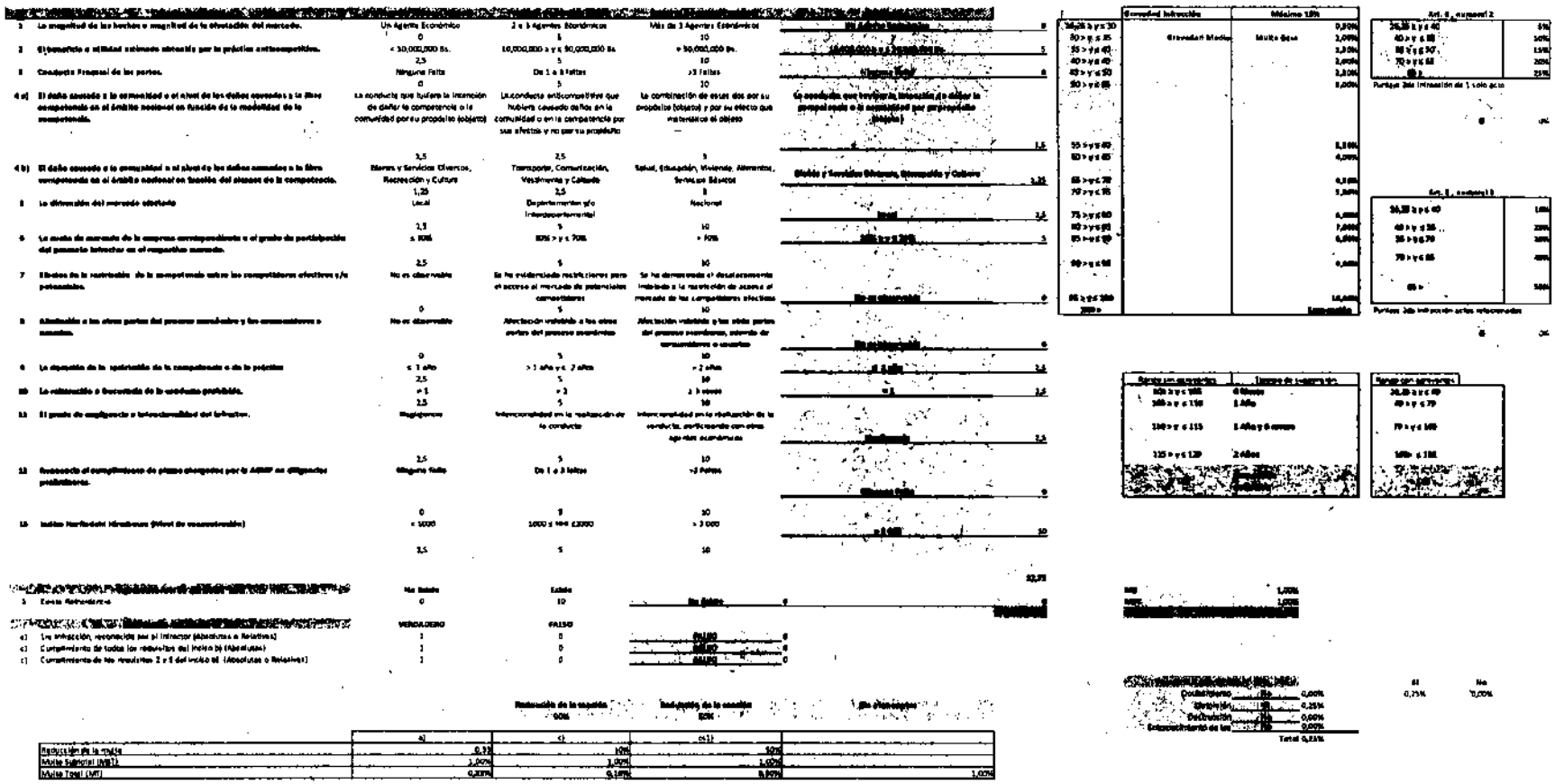
Tipo de sanción aplicable

Amonestación	Corresponde
Multa, suspensión o revocatoria	

Fuente: AEMP en base a RA 071/2014 (modificada en parte por la RA 082/2016).

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Anexo N° 2
Graduación de la sanción
Conducta Anticompetitiva Relativa – Artículo 11, Numeral 10 del D.S. 29519



Fuente: AEMP en base a RA 071/2014 (modificada en parte por la RA 082/2016).

Anexo N° 2 (Continuación)
El beneficio o utilidad estimada obtenida por la práctica anticompetitiva relativa
Artículo 11, Numeral 10 del D.S. 29519

Para la estimación de los beneficios que obtuvo **CBN** se realizó el siguiente procedimiento:

1. Nivel de ventas (volumen) con destino a departamento de Potosí, Sucre y Tarija, periodo 2016, desde los C+D de Huari-Oruro, Oruro y Tarija y analizados en la RA 94/2018.
2. Precio de venta de cerveza por C+D, a distribuidores con destino al departamento de Potosí, ciudad de Sucre y Tarija, periodo 2016.
3. Cajas de 12 unidades de cerveza Paceña Pilsener de 1 Litro vendida a distribuidores con destino al departamento de Potosí, Tarija y Sucre, periodo 2016
4. Se multiplica el punto 2 por el 3 para la cerveza con destino a Tarija, por C+D.
5. Se multiplica el punto 2 por el 3 para la cerveza destinada a la ciudad de Sucre por C+D.
6. Se multiplica el punto 2 por el 3 para la cerveza destinada al departamento de Potosí, por C+D.
7. Se suma el punto 4 y 5, el resultado se resta con el 6.
8. Se obtiene los ingresos excedentes
9. El beneficio total fue mayor a los diez (10) millones de bolivianos.

Ingresos Extraordinarias = Ingresos Tarija + Ingresos Sucre - Ingresos Potosí
Ingresos Extraordinarias = 7.088.863,81 Bs + 7.681.124,80 Bs - 3.191.795,66 Bs
Ingresos Extraordinarias = 11.578.192,95 Bs

Según el siguiente detalle:

Destino Tarija desde el C+D Tarija

Región	Distribuidor	Año	Mes	Prec-max	Cajas	Ingresos
504-Sur Tarija	Barrera Bellido Marco Antonio	2016	dic	89,59	400	35.836,00
504-Sur Tarija	Daniela Maria Aguirre Alvarado	2016	dic	84,14	9.845	828.358,30
504-Sur Tarija	Illescas Gonzales Ignacio Eiber	2016	dic	89,59	4.760	426.448,40
504-Sur Tarija	Jose Luis Fernandez Arenas	2016	jun	64,29	895	57.539,55
504-Sur Tarija	Jose Luis Fernandez Arenas	2016	nov	89,59	8.250	739.117,50
504-Sur Tarija	Jose Luis Fernandez Arenas	2016	dic	89,09	11.544	1.028.454,96
504-Sur Tarija	Lopez Zamora Gustavo	2016	jun	82,2	3.299	271.177,80
504-Sur Tarija	Lopez Zamora Gustavo	2016	jul	82,2	4.000	328.800,00
504-Sur Tarija	Marlene Torrez Jurado	2016	dic	84,14	4.280	360.119,20
504-Sur Tarija	Martinez Rios Reynaldo	2016	may	82,2	2.700	221.940,00
504-Sur Tarija	Martinez Rios Reynaldo	2016	jul	82,2	6.500	534.300,00
504-Sur Tarija	Martinez Rios Reynaldo	2016	oct	89,59	9.830	880.669,70
504-Sur Tarija	Martinez Rios Reynaldo	2016	nov	89,59	10.600	949.654,00
504-Sur Tarija	Patricia Martinez Gutierrez	2016	nov	89,59	1.440	129.009,60
504-Sur Tarija	Patricia Martinez Gutierrez	2016	dic	89,59	2.720	243.684,80
504-Sur Tarija	Velasquez Victoria	2016	oct	89,59	250	22.397,50
504-Sur Tarija	Velasquez Victoria	2016	dic	89,59	350	31.356,50
				Total Tarija	=	**7.088.863,81**

Destino: Sucre desde el C+D Oruro

Región	Distribuidor	Año	Mes	Prec-max	Cajas	Ingresos
503-Sur Sucre	Avendano Mattos Dolly	2016	jul	78,08	350	27.328,00
503-Sur Sucre	Condori Roque Felix	2016	jul	78,08	4.300	335.744,00
503-Sur Sucre	Luis Fernando Salinas Peñaloza	2016	may	78,66	450	35.397,00
	Total ingresos					**398.469,00**

Destino: Sucre desde el C+D Huari						
Región	Distribuidor	Año	Mes	Prec-max	Cajas	Ingresos
503-Sur Sucre	Avendano Mattos Dolly	2016	may	78,08	580	45.286,40
503-Sur Sucre	Avendano Mattos Dolly	2016	nov	84,71	1.250	105.887,50
503-Sur Sucre	Condori Roque Felix	2016	may	78,08	3.400	265.472,00
503-Sur Sucre	Condori Roque Felix	2016	ago	78,08	5.550	433.344,00
503-Sur Sucre	Condori Roque Felix	2016	dic	79,56	11.445	910.564,20
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	mar	84,22	700	58.954,00
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	may	78,08	4.900	382.592,00
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	jul	78,08	6.100	476.288,00
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	ago	80,54	12.850	1.034.939,00
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	sep	85,07	17.250	1.467.457,50
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	nov	84,71	13.100	1.109.701,00
503-Sur Sucre	Luis Fernando Salinas Peñaloza	2016	mar	93,23	800	74.584,00
503-Sur Sucre	Luis Fernando Salinas Peñaloza	2016	jun	77,17	860	66.366,20
503-Sur Sucre	Luis Fernando Salinas Peñaloza	2016	jul	78,08	2.100	163.968,00
503-Sur Sucre	Nicolas Mamani Colque	2016	mar	78,08	150	11.712,00
503-Sur Sucre	Torres Escalante Juan Carlos	2016	abr	78,08	1.150	89.792,00
503-Sur Sucre	Torres Escalante Juan Carlos	2016	may	78,08	1.500	117.120,00
503-Sur Sucre	Torres Escalante Juan Carlos	2016	jun	78,08	1.100	85.888,00
503-Sur Sucre	Torres Escalante Juan Carlos	2016	ago	78,08	1.200	93.696,00
	Total ingresos					6.993.611,80
Destino: Sucre desde el C+D Tarija						
Región	Distribuidor	Año	Mes	Prec-max	Cajas	Ingresos
503-Sur Sucre	Condori Roque Felix	2016	jun	78,08	1.300	101.504,00
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	jun	78,08	1.100	85.888,00
503-Sur Sucre	Cruz Mendez Celina	2016	dic	84,71	1.200	101.652,00
	Total ingresos					289.044,00
				Total Sucre	=	7.282.655,80
Destino Potosí desde el C+D Oruro						
Región	Distribuidor	Año	Mes	Prec-max	Cajas	Ingresos
502-Sur Potosi	Huaranca Vidaurre Victor Ruben	2016	jul	77,53	1.100	85.283,00
502-Sur Potosi	Pillco Apacani Roxana	2016	may	77,53	400	31.012,00
	Total ingresos					116.295,00
Destino Potosí desde el C+D Huari						
Región	Distribuidor	Año	Mes	Prec-max	Cajas	Ingresos
502-Sur Potosi	Huaranca Vidaurre Victor Ruben	2016	abr	77,53	650	50.394,50
502-Sur Potosi	Huaranca Vidaurre Victor Ruben	2016	jun	77,53	1.100	85.283,00
502-Sur Potosi	Monica Alejandra Zarate Villarroel	2016	mar	79,66	650	51.779,00
502-Sur Potosi	Monica Alejandra Zarate Villarroel	2016	abr	77,53	1.000	77.530,00
502-Sur Potosi	Monicá Alejandra Zarate Villarroel	2016	may	77,53	1.800	139.554,00
502-Sur Potosi	Pillco Apacani Roxana	2016	mar	75,71	150	11.356,50
502-Sur Potosi	Pillco Apacani Roxana	2016	abr	77,53	2.250	174.442,50
502-Sur Potosi	Pillco Apacani Roxana	2016	may	74,83	2.300	172.109,00
502-Sur Potosi	Sanabria Oropeza Natividad	2016	may	77,53	1.130	87.608,90
502-Sur Potosi	Sanabria Oropeza Natividad	2016	jul	76,44	1.420	108.544,80
502-Sur Potosi	Sanabria Oropeza Natividad	2016	ago	79,46	1.150	91.379,00
502-Sur Potosi	Aucapina Coro Maximo	2016	nov	83,73	300	25.119,00
502-Sur Potosi	Chaira Chavez Reynaldo	2016	sep	83,73	600	50.238,00
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	jun	74,68	750	56.010,00
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	jul	74,68	1.532	114.409,76
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	ago	74,68	2.100	156.828,00
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	sep	83,73	750	62.797,50
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	nov	83,73	2.100	175.833,00
502-Sur Potosi	Mallea Valencia Gonzalo	2016	nov	83,73	400	33.492,00
502-Sur Potosi	Mendez Huallpa Juan Hector	2016	may	74,68	300	22.404,00
502-Sur Potosi	Soliz Quispe Constancio	2016	dic	41,87	30	1.256,10
502-Sur Potosi	Vedia Humerez Jaime	2016	may	74,68	250	18670
	Total ingresos					1.767.038,56
Destino Potosí desde el C+D Tarija						
Región	Distribuidor	Año	Mes	Prec-max	Cajas	Ingresos
502-Sur Potosi	Monica Alejandra Zarate Villarroel	2016	jun	66,87	800	53.496,00
502-Sur Potosi	Lourdes Eulalia Segovia De Garcia	2016	jul	77,81	250	19.452,50

502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	may	77,81	1.150	89.481,50
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	jun	55,36	700	38.752,00
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	jul	77,81	2.050	159.510,50
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	sep	86,18	950	81.871,00
502-Sur Potosi	Mallea Choque Leonardo Elvis	2016	oct	83,73	150	12.559,50
502-Sur Potosi	Mallea Valencia Gonzalo	2016	jul	77,81	150	11.671,50
502-Sur Potosi	Mallea Valencia Gonzalo	2016	ago	85,14	1.200	102.168,00
502-Sur Potosi	Mallea Valencia Gonzalo	2016	sep	85,27	650	55.425,50
502-Sur Potosi	Mallea Valencia Gonzalo	2016	oct	83,73	640	53.587,20
502-Sur Potosi	Mallea Valencia Gonzalo	2016	nov	83,73	480	40.190,40
502-Sur Potosi	Elvis Leonardo Mallea Choque	2016	dic	83,73	1.600	133.968,00
502-Sur Potosi	Gonzalo Mallea Valencia	2016	nov	83,73	1.500	125.595,00
502-Sur Potosi	Gonzalo Mallea Valencia	2016	dic	83,73	2.800	234.444,00
502-Sur Potosi	Maria Flores Martinez	2016	nov	83,73	400	33.492,00
502-Sur Potosi	Maria Flores Martinez	2016	dic	83,73	750	62.797,50
	Total ingresos					**1.308.462,10**
					Total Pagado	**1.191.795,66**

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

AEMP

Anexo N° 3
Estados Financieros de CBN
Periodo Terminado al 31 de marzo de 2018

SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES
GERENCIA GRACO LA PAZ
DEPARTAMENTO DE RECAUDACION
Y EMPADRONAMIENTO
27 JUL 2018
RECIBIDO
N° [illegible]

CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A.

ESTADO DE RESULTADOS
POR LOS EJERCICIOS ECONÓMICOS FINALIZADOS
EL 31 DE MARZO DE 2018 Y 2017
[illegible]

	Notas	2018	2017
		Bs	[illegible]
INGRESOS			
Ventas netas	3 y 4 a.	[illegible]	[illegible]
(-) COSTO DE VENTAS			
Costo de ventas	3 y 4 [illegible]	[illegible]	[illegible]
Utilidad bruta en ventas		[illegible]	[illegible]
(-) GASTOS DE OPERACIÓN			
Comercialización	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Administración	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Utilidad de operaciones		[illegible]	[illegible]
OTROS INGRESOS (EGRESOS) NO OPERACIONALES			
Ingresos (gastos) financieros	4.w	[illegible]	[illegible]
Ajuste por inflación y tenencia de bienes	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Diferencia de cambio	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Resultados varios	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Utilidad antes de impuestos		[illegible]	[illegible]
Impuesto sobre las utilidades de las empresas	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Impuesto diferido	3 y 4.y	[illegible]	[illegible]
UTILIDAD DEL EJERCICIO		[illegible]	[illegible]

[illegible]

[illegible]
Contador General

[illegible]

COLEGIO DE AUDITORES
ESTADOS FINANCIEROS
26 JUL. 2018
COCHABAMBA - BOLIVIA

Fuente: FUNDEMPRESA

AEMP V°B° Miguel [illegible]
AEMP V°B° [illegible]

Anexo N° 4
Graduación de la sanción
Conducta Anticompetitiva Relativa según el artículo 11, numeral 10 del D.S. N° 29519

El ingreso bruto de **CBN** establecido en los Estados Financieros correspondientes a la gestión 2017 fue de **Bs 3.519.039.583,00 (TRES MIL QUINIENTOS DIECINUEVE MILLONES TREINTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS OCHENTA Y TRES 00/100 bolivianos).** Utilizando el tipo de cambio **2,28719 de fecha 19 de noviembre de 2018**[164], se determinó que la multa final por la comisión de conductas anticompetitivas de establecimiento de distintos precios es de **UFV 15.385.864,68 (QUINCE MILLONES TRESCIENTOS OCHENTA Y CINCO MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y CUATRO 68/100 Unidades de Fomento de Vivienda)**[165], tal y como se puede observar en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 1

Ingreso Bruto EEFF (Bs)	**3.519.039.583,00**
Tipo de cambio (BS/UFV*) 19/11/2018	**2,28719**
Multa Total %	**1,00%**
Multa Total Infracciones UFV	**15.385.864,68**

(*) Fuente: Banco Central de Bolivia, disponible en https://bcb.gob.bo/?q=servicios/ufv/datos_estadisticos.
Anexo N° 6.

El monto consignado en el **Cuadro N° 1** anterior deberá ser pagado en bolivianos al tipo de cambio Bolivianos/UFV correspondiente a la fecha en que se realiza el pago.

[164] Fecha de emisión de la Resolución Administrativa Sancionatoria.

[165] El monto tope de la multa es el diez por ciento (10 %) de los ingresos brutos anuales de la gestión previa (Año 2017) al procedimiento sancionador (concluido el año 2018), acorde a los límites previstos en el numeral 1 del artículo 39 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la RM 190.

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Anexo N° 5
Graduación de la sanción
Distorsión de la información

El ingreso bruto de **CBN** establecido en los Estados Financieros correspondientes a la gestión 2017 fue de **Bs 3.519.039.583,00 (TRES MIL QUINIENTOS DIECINUEVE MILLONES TREINTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS OCHENTA Y TRES 00/100 bolivianos).** Utilizando el tipo de cambio **2,28719 Bs/UFV de fecha 19 de noviembre de 2018**[166], se determinó que la multa final por la **distorsión de información** es de **UFV 3.846.466,17 (TRES MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y SEIS 17/100 Unidades de Fomento a la Vivienda),** tal y como se puede observar en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 1

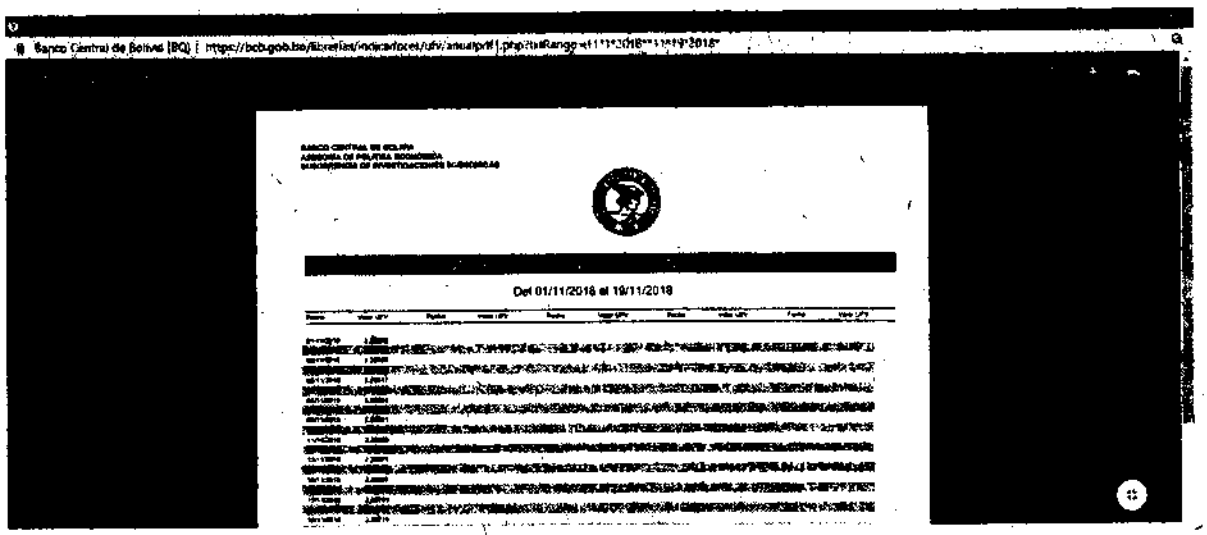
Ingreso Bruto EEFF (Bs)	**3.519.039.583,00**
Tipo de cambio (BS/UFV*) 19/11/2018	**2,28719**
Multa Total %	**0,25%**
Multa Total Infracciones UFV	**3.846.466,17**

(*) Fuente: Banco Central de Bolivia, disponible en https://bcb.gob.bo/?q=servicios/ufv/datos_estadisticos.
Anexo N° 6.

El monto consignado en el **Cuadro N° 1** anterior deberá ser pagado en bolivianos al tipo de cambio Bolivianos/UFV correspondiente a la fecha en que se realiza el pago.

[166] Fecha de emisión de la Resolución Administrativa Sancionatoria.

Anexo N° 6
Valor de Unidades de Fomento de Vivienda (UFV)
Periodo: Entre el 1 y 19 de noviembre de 2018



Fuente: Banco Central de Bolivia https://bcb.gob.bo/?q=servicios/ufv/datos_estadisticos.

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

PRIMERA CITACIÓN

Artículo 26, del Decreto Supremo Nº 27175.

En la ciudad de La Paz, a horas 18:06 del día lunes 26 noviembre de dos mil dieciocho (2018), me constituí en el domicilio ubicado en la calle 1 nº 100 edif. Espacios de Achumani zona de Achumani a objeto de citar al señor **JOSE ANDRES ABRAHAN HANDAL** , para que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 26 del Decreto Supremo Nº 27175 de 15 de septiembre de 2003, comparezca ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas a fin de tomar conocimiento y notificarse con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, comunicándole que para tal efecto usted cuenta con plazo de 5 días hábiles administrativos a partir de la presente citación.

La presente citación ha sido dejada al Sr.(a) José Luis Yapura con C.I. 4880418 L.P. mayor de edad, en calidad de Portero quien Firma en constancia, de lo que certifico.

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

FIRMA Y SELLO DEL NOTIFICADOR

Nombre: Rodrigo Muñoz

C.I. 9994292 L.P.

Dirección: Calle Batallón Colorados Nº 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Pagina Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

PRIMERA CITACIÓN

Artículo 26, del Decreto Supremo Nº 27175.

En la ciudad de La Paz, a horas 16:18 del día Lunes 26 de noviembre de dos mil dieciocho (2018), me constituí en el domicilio ubicado en la Av. Circunvalación Nº 160 meseta baja de Achumani a objeto de citar al señor **PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA**, para que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 26 del Decreto Supremo Nº 27175 de 15 de septiembre de 2003, comparezca ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas a fin de tomar conocimiento y notificarse con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, comunicándole que para tal efecto usted cuenta con plazo de 5 días hábiles administrativos a partir de la presente citación.

La presente citación ha sido dejada al Sr.(a) Eulogio Hamani
con C.I. ....., mayor de edad, en calidad de AMA de Llaves quien
Firma en constancia, de lo que certifico.

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

FIRMA Y SELLO DEL NOTIFICADOR

Nombre: Rodrigo Muñoz
C.I. 9999129 LP

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

PRIMERA CITACIÓN

Artículo 26, del Decreto Supremo Nº 27175.

En la ciudad de La Paz, a horas 17:53 del día Lunes 26 de Noviembre de dos mil dieciocho (2018), me constituí en el domicilio ubicado en la Av. Strongest, edif. Acosta, Dpto. 6-B, Zona Achumani a objeto de citar al señor **SERGEI CHRISTIAN GOMEZ UZQUEDA**, para que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 26 del Decreto Supremo Nº 27175 de 15 de septiembre de 2003, comparezca ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas a fin de tomar conocimiento y notificarse con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, comunicándole que para tal efecto usted cuenta con plazo de 5 días hábiles administrativos a partir de la presente citación.

La presente citación ha sido dejada al Sr.(a) Winston Mamani,
con C.I. 6702111 LP., mayor de edad, en calidad de Portero quien
Firma en constancia, de lo que certifico.

Jorge Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

.....

FIRMA Y SELLO DEL NOTIFICADOR

Nombre: Rodrigo Muñoz

C.I. 9999292 LP

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

NOTIFICACIÓN

De conformidad al Art. 21 y 33 de la Ley Nº 2341, "Ley de Procedimiento Administrativo" y Art. 24 Par. I, Art. 25 Par. III Inc. g, IV, Art. 28 Par. I del Decreto Supremo Nº 27175

En la ciudad de La Paz, Estado Plurinacional de Bolivia, a horas 09:51 del día Viernes 23 de noviembre de 2018, en Secretaria de la Autoridad de Fiscalización de Empresas – AEMP, se procedió a notificar al señor, Sergei Christian Gómez Uzqueda, con Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, quien, puesto en conocimiento de su tenor, recibió copia de la misma, dándose por notificado.

Notificado por:

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

Firma de recepción.

Firma: .....

Aclaración de Firma: Sergei C. Gomez Uzqueda

C.I.: 7478201 LP

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

NOTIFICACIÓN

De conformidad al Art. 21 y 33 de la Ley Nº 2341, "Ley de Procedimiento Administrativo" y Art. 24 Par. I, Art. 25 Par. III Inc. g, IV, Art. 28 Par. I del Decreto Supremo Nº 27175

En la ciudad de La Paz, Estado Plurinacional de Bolivia, en el domicilio ubicado en la Calle 18 de Calacoto, No. 8022, entre Av. Patiño y Av. Sánchez Bustamante Edif. Parque 18, Piso 2, Of 2-C, a horas 11:30 del día Miercoles 28 de noviembre de 2018, la Autoridad de Fiscalización de Empresas – AEMP, procedió a notificar a la señora **EVELYN VERONICA VACA VALDIVIA,** en su condición de apoderada de la Empresa **"CERVECERIA NACIONAL POTOSI LTDA.",** con **Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018** de fecha **19 de noviembre de 2018**, quien puesto en conocimiento de su tenor, recibió copia de la misma, dándose por notificado.

Notificado por:

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

Vaca-Guzmán Siles
ABOGADOS

Firma de recepción.

Firma: .....

Aclaración de Firma: Evelyn Vaca Valdivia

C.I.: 3105308 OR

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

CONSTANCIA DE NOTIFICACIÓN

De conformidad a lo establecido por el artículo 26 del Reglamento a la Ley de Procedimiento Administrativo aprobado por Decreto Supremo N° 27175, en fecha 26 de noviembre de 2018 se ha realizado la publicación del respectivo edicto en un medio de prensa escrito de circulación nacional (El Cambio), habiendo transcurrido el plazo conferido sin haberse efectuado el apersonamiento respectivo ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas - AEMP, en fecha 04 de diciembre de 2018, se tiene por notificado al señor MARCIO FROES TORRES con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 126/2018 de 19 de noviembre de 2018.

Notificado por:

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

AEMP

SEGUNDA CITACIÓN

Artículo 26, del Decreto Supremo Nº 27175.

En la ciudad de La Paz, a horas 11:01 del día Martes 04 de diciembre de dos mil dieciocho (2018), me constituí en el domicilio ubicado en la calle 15 torre ketal piso 4 of 402 de la zona de Calacoto a objeto de citar a la empresa **"CERVECERÍA BOLIVIANA NACIONAL S.A."**, para que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 26 del Decreto Supremo Nº 27175 de 15 de septiembre de 2003, comparezca ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas a fin de tomar conocimiento y notificarse con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, comunicándole que para tal efecto usted cuenta con plazo de 5 días hábiles administrativos a partir de la presente citación.

La presente citación ha sido dejada al Sr.(a) Cecilia Arraya Tavel, con C.I. 4841191 LP, mayor de edad, en calidad de Recepcionista quien Firma en constancia, de lo que certifico.

GUEVARA & GUTIERREZ S.C.
Servicios Legales
04 DIC 2018
RECIBIDO

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

FIRMA Y SELLO DEL NOTIFICADOR

Nombre: Rodrigo Muñoz

C.I. 9994292

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

AEMP

SEGUNDA CITACIÓN

Artículo 26, del Decreto Supremo Nº 27175.

En la ciudad de La Paz, a horas 11:01 del día Martes 04 de diciembre de dos mil dieciocho (2018), me constituí en el domicilio ubicado en la calle 15 torre ketal piso 4 of 402 de la zona de Calacoto a objeto de citar al Señor **HERNAN GUILLERMO ATELLA**. para que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 26 del Decreto Supremo Nº 27175 de 15 de septiembre de 2003, comparezca ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas a fin de tomar conocimiento y notificarse con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, comunicándole que para tal efecto usted cuenta con plazo de 5 días hábiles administrativos a partir de la presente citación.

La presente citación ha sido dejada al Sr.(a) Cecilia Arraya Tavel
con C.I. 4841191 LP, mayor de edad, en calidad de Recepcionista quien Firma en constancia, de lo que certifico.

GUEVARA & GUTIERREZ S.C.
Servicios Legales
04 DIC 2018
RECIBIDO

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

.....

FIRMA Y SELLO DEL NOTIFICADOR

Nombre: Rodrigo Muñoz
C.I. 9994252 LP

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

AEMP

SEGUNDA CITACIÓN

Artículo 26, del Decreto Supremo Nº 27175.

En la ciudad de La Paz, a horas 17........del día Martes 4 de diciembre de dos mil dieciocho (2018), me constituí en el domicilio ubicado en la Av. Circunvalación Nº 160 Z. Meseta Baja de Achumani, a objeto de citar al Señor **PATRICIO FERNANDO OLMOS ARDAYA**, para que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 26 del Decreto Supremo Nº 27175 de 15 de septiembre de 2003, comparezca ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas a fin de tomar conocimiento y notificarse con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, comunicándole que para tal efecto usted cuenta con plazo de 5 días hábiles administrativos a partir de la presente citación.

La presente citación ha sido dejada al Sr.(a) ....Daniel Olmos..
con C.I. ..4401582 LP..., mayor de edad, en calidad de......Hermano........................ quien Firma en constancia, de lo que certifico.

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas
FIRMA Y SELLO DEL NOTIFICADOR

Nombre: ...Rodrigo Muñoz............
C.I.....9994292 LP........................

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

AEMP

SEGUNDA CITACIÓN

Artículo 26, del Decreto Supremo Nº 27175.

En la ciudad de La Paz, a horas 16:35 del día Martes 4 diciembre de dos mil dieciocho (2018), me constituí en el domicilio ubicado en la Calle 1 Nº 100 Edif. Espacios de Achumani Z. Achumani a objeto de citar al Señor **JOSE ANDRES ABRAHAM HANDAL**. para que de conformidad a lo dispuesto por el artículo 26 del Decreto Supremo Nº 27175 de 15 de septiembre de 2003, comparezca ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas a fin de tomar conocimiento y notificarse con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, comunicándole que para tal efecto usted cuenta con plazo de 5 días hábiles administrativos a partir de la presente citación.

La presente citación ha sido dejada al Sr.(a) José Luis Jaime Maguera,
con C.I. 4680418 L.P., mayor de edad, en calidad de Portero quien
Firma en constancia, de lo que certifico.

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

FIRMA Y SELLO DEL NOTIFICADOR

Nombre: Rodrigo Muñoz

C.I. 9994292 L.P.

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

AEMP

CONSTANCIA DE NOTIFICACIÓN

De conformidad a lo establecido por el artículo 26 del Reglamento a la Ley de Procedimiento Administrativo aprobado por Decreto Supremo N° 27175, habiéndose efectuado una primera citación en fecha 26 de noviembre de 2018 y una segunda citación en fecha 04 de diciembre de 2018, transcurridos los plazos conferidos en ambos casos, sin haberse efectuado el apersonamiento respectivo ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas - AEMP, en fecha **12** de diciembre de **2018**, se tiene por notificado al Señor José Andrés Abraham Handal, con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018.

Notificado por:

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

Firma: .....
Aclaración de Firma: .....Rodrigo Muñoz.....
C.I.: .....9994292.....

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

CONSTANCIA DE NOTIFICACIÓN

De conformidad a lo establecido por el artículo 26 del Reglamento a la Ley de Procedimiento Administrativo aprobado por Decreto Supremo N° 27175, habiéndose efectuado una primera citación en fecha 26 de noviembre de 2018 y una segunda citación en fecha 04 de diciembre de 2018, transcurridos los plazos conferidos en ambos casos, sin haberse efectuado el apersonamiento respectivo ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas - AEMP, en fecha **12** de diciembre de **2018**, se tiene por notificado al Señor Patricio Fernando Olmos Ardaya, con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018.

Notificado por:

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

Firma: .....
Aclaración de Firma: ..... Rodrigo Muñoz .....
C.I.: ..... 9994292 LP .....

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA

AEMP

CONSTANCIA DE NOTIFICACIÓN

De conformidad a lo establecido por el artículo 26 del Reglamento a la Ley de Procedimiento Administrativo aprobado por Decreto Supremo N° 27175, habiéndose efectuado una primera citación en fecha 26 de noviembre de 2018 y una segunda citación en fecha 04 de diciembre de 2018, transcurridos los plazos conferidos en ambos casos, sin haberse efectuado el apersonamiento respectivo ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas - AEMP, en fecha **12** de diciembre de **2018**, se tiene por notificado al Señor Hernán Guillermo Atella, con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018.

Notificado por:

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

Firma: .....
Aclaración de Firma: .....Rodrigo Muñoz.....
C.I.: ...9994292 LP.....

ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

AEMP

CONSTANCIA DE NOTIFICACIÓN

De conformidad a lo establecido por el artículo 26 del Reglamento a la Ley de Procedimiento Administrativo aprobado por Decreto Supremo N° 27175, habiéndose efectuado una primera citación en fecha 26 de noviembre de 2018 y una segunda citación en fecha 04 de diciembre de 2018, transcurridos los plazos conferidos en ambos casos, sin haberse efectuado el apersonamiento respectivo ante la Autoridad de Fiscalización de Empresas - AEMP, en fecha **12** de diciembre de **2018**, se tiene por notificado a la empresa Cervecería Boliviana Nacional (CBN) con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 126/2018 de fecha 19 de noviembre de 2018.

Notificado por:

Rodrigo Alejandro Muñoz
AUXILIAR NOTIFICADOR
Autoridad de Fiscalización de Empresas

Firma: .....

Aclaración de Firma: Rodrigo Muñoz

C.I.: 9994292 LP