



ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA



RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA RA/AEMP/DTDCDN/ N° 104/2012

La Paz, 28 de septiembre de 2012

VISTOS:

El Auto de fecha 07 de junio de 2012 la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas inicia Diligencias Preliminares; la memorial presentado en fecha 16 de junio de 2011 por PIL ANDINA S.A.; el Auto de fecha 20 de junio de 2011 emitido por la AEMP; la nota presentada en fecha 8 de julio de 2011 por PIL ANDINA S.A.; Auto de 11 de julio de 2011; memorial presentado el 21 de julio de 2011; Auto de 29 de julio de 2011; memorial presentado en fecha 9 de agosto de 2011; Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/ N° 120/2011 de fecha 8 de diciembre de 2011; memorial de 19 de diciembre de 2011; Auto de 22 de diciembre de 2011; memorial presentado en fecha 6 de enero de 2012; Auto de 17 de enero de 2012; Nota AEMP/DESP/DTDCDN/N° 0126/2012 de 8 de febrero de 2012; memorial presentado en fecha 15 de febrero de 2012; Auto de 22 de febrero de 2012; memorial de fecha 1 de marzo de 2012; Nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0242/2012 de 21 de marzo de 2012; memorial en fecha 23 de marzo de 2012; nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0281/2012 de 10 de abril de 2012; Nota CITE: PIL-LP-CG-N° 046/12 presentado en fecha 19 de abril de 2012; Nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0242/2012; Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012, emitido por la Dirección de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP; Nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0896/2012 de 10 de septiembre de 2012; memorial presentado en fecha 21 de septiembre de 2012; Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0138/2012 de 26 de septiembre de 2012; Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012, 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: (de los antecedentes)

Que, Mediante Auto de fecha 07 de junio de 2012 la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas inició Diligencias Preliminares a la empresa PIL ANDINA S.A., para investigar y determinar la posible existencia de prácticas anticompetitivas y realizó el requerimiento de información, dando un plazo de diez (10) días hábiles para su presentación.

Que mediante memorial presentado, en fecha 16 de junio de 2011 la empresa PIL ANDINA S.A. solicitó la ampliación del plazo para la presentación de la documentación requerida, además solicita se califique como confidencial la documentación que se presente.

Que, por medio del Auto de fecha 20 de junio de 2011, se respondió al memorial citado precedentemente, ampliando el plazo a diez (10) hábiles administrativos y aclarando que



enmarque su solicitud de calificación de confidencialidad a lo determinado en la Resolución Ministerial N° 190 de 25 de mayo de 2008.

Que mediante nota presentada en fecha 8 de julio de 2011 se remite la documentación requerida en medio magnético y copias físicas, además, se solicita a la AEMP se califique como confidencial de toda la información presentada y solicitó que al finalizar las diligencias preliminares se devuelva toda la documentación y los medios magnéticos entregados.

Que, por medio del Auto de 11 de julio de 2011 se respondió a la nota anteladamente citada, adicionalmente se determinó que con carácter previo al análisis sobre la pertinencia de la calificación de confidencialidad de la documentación adjunta a la nota, se solicitó a PIL ANDINA S.A. que justifique adecuadamente su solicitud.

Que, mediante memorial presentado el 21 de julio de 2011, la empresa PIL ANDINA S.A. solicitó se califique como confidencial la documentación presentada excepto los puntos 1, 4, 9 y 12 del requerimiento, por considerarse como secreto industrial, en virtud al inciso a) del artículo 30 de la Resolución Ministerial N° 190, finalmente, instó a que se tome en calidad de resumen no confidencial los puntos citados 1, 4, 9 y 12 del requerimiento de información.

Que en respuesta al mencionado Memorial la AEMP emite el Auto de 29 de julio de 2011, en el cual se determinó que el resumen no confidencial debe sujetarse al parágrafo II del artículo 30 del Reglamento aprobado por la Resolución Ministerial N° 190 de 25 de mayo de 2008, además se solicitó que justifique técnica y jurídicamente la solicitud de confidencialidad, finalmente se requirió la complementación de la información presentada.

Que mediante memorial presentado, en fecha 9 de agosto de 2011, la empresa PIL ANDINA S.A. remitió la documentación requerida, además justificó su solicitud de calificación de confidencialidad.

Que mediante la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/ N° 120/2011 de fecha 8 de diciembre de 2011 se calificó como confidencial y no confidencial la documentación prestada por la empresa PIL ANDINA S.A.

Que mediante memorial de 19 de diciembre de 2011, la empresa PIL ANDINA S.A. solicitó la ampliación de plazo para la presentación del resumen no confidencial, como se instruyó por medio de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/ N° 120/2011, el cual fue aceptado mediante Auto de 22 de diciembre de 2011.

Que el memorial presentado en fecha 6 de enero de 2012 por PIL ANDINA S.A. en el cual se remitió la documentación no confidencial en cumplimiento al Artículo Cuarto de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/ N° 120/2011. Por otra parte, solicitó que se califique como confidencial el punto 16). El cual fue respondido, señalando que la empresa





se sujete a la Resolución Administrativa antes citada, mediante Auto de 17 de enero de 2012.

Que, por medio de la Nota AEMP/DESP/DTDCDN/N° 0126/2012 de 8 de febrero de 2012, el ente regulador de empresas, solicitó a PIL ANDINA S.A. remita información, a tal efecto, la empresa respondió mediante memorial presentado en fecha 10 de febrero de 2012, solicitando ampliación de plazo, siendo este aceptado a través de Auto de 22 de febrero de 2012.

Que mediante memorial presentado en fecha 15 de febrero de 2012, la empresa PIL ANDINA S.A. solicitó la aclaración sobre los alcances de la información requerida, por su parte, la AEMP respondió aclarando las observaciones a través del Auto de 22 de febrero de 2012.

Que el memorial de fecha 1 de marzo de 2012 presentado por la empresa PIL ANDINA S.A. a través del cual se remitió la información solicitada mediante Nota AEMP/DESP/DTDCDN/N° 0126/2012.

Que la Nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0242/2012 de 21 de marzo de 2012, con la cual, la AEMP solicitó a la empresa PIL ANDINA S.A. se amplié la información remitida, según formato adjunto. Por su parte, la empresa PIL ANDINA S.A. presentó un memorial en fecha 23 de marzo de 2012, solicitando la ampliación de plazo, la cual fue respondida mediante nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0281/2012 de 10 de abril de 2012.

Que, por medio de Nota CITE: PIL-LP-CG-N° 046/12 presentado en fecha 19 de abril de 2012, la empresa PIL ANDINA S.A. remitió la información solicitada por la AEMP a través de la Nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0242/2012.

Que mediante Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012, emitido por la Dirección de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP, se concluyó que: los mercados leche en polvo y leche ultra pasteurizada en Bolivia se encuentran concentrados y presentan una serie de barreras de ingreso; PIL ANDINA S.A. posee poder de mercado, en los mercados de producción y comercialización de leche en polvo y leche ultra pasteurizada, poder que le permitiría ser capaz de incrementar los precios de venta, sin que exista competencia que pueda contrarrestar dichos incrementos; existen indicios de una cautividad por parte de los consumidores nacionales, que permitiría a la empresa PIL ANDINA S.A. llevar a cabo una discriminación de precios en la comercialización de leche en polvo; existen indicios de discriminación de precios en la comercialización de leche en polvo por parte de PIL ANDINA S.A., empresa que comercializa dicho producto en Bolivia a precios superiores (en algunos casos) al 100%, del precio utilizado para su exportación (principalmente hacia el mercado peruano) **Posible infracción al Decreto Supremo 29519, Artículo 11, numeral 10**); existen indicios de que el consumidor boliviano de leche en polvo comercializada por PIL ANDINA S.A. se encontraría pagando precios



supra competitivos por el mencionado producto, afectándose de esta manera el bienestar de los consumidores; existen indicios de una práctica de discriminación de precios llevada a cabo por PIL ANDINA S.A. al vender leche en polvo y leche ultra pasteurizada a distintos precios, a distintos agentes económicos en el mercado boliviano, práctica que puede afectar a los compradores que compran a precios mayores y que compiten con los compradores que pagan un menor precio; y existen indicios de una posible discriminación de precios en el mercado boliviano, tanto en la comercialización de la leche en polvo, como de la leche ultra pasteurizada, presuntamente infringiendo la normativa legal vigente de Defensa de la Competencia, Decreto Supremo 29519, Artículo 11, numeral 10). Por lo que recomienda, se remita el análisis técnico para la valoración legal en lo correspondiente al procedimiento y se formule cargos a la empresa PIL ANDINA S.A. por haber indicios de una posible infracción a lo establecido en el numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519.

Que, por medio de la Nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0896/2012 de 10 de septiembre de 2012, la AEMP solicitó a la empresa PIL ANDINA S.A se remita información adicional relacionada con la evolución de sus precios. Por otra parte, la empresa PIL ANDINA S.A. presentó un memorial en fecha 13 de septiembre de 2012, solicitando la ampliación del plazo para la presentación de la información requerida, la cual fue atendida por la AEMP a través del Auto de fecha 14 de septiembre de 2012, otorgando la ampliación de cinco (5) días hábiles administrativos adicionales.

Que mediante memorial presentado en fecha 21 de septiembre de 2012, la empresa PIL ANDINA S.A. presentó la información requerida por la AEMP a través de la Nota AEMP/DESP/DTDCDN/No. 0896/2012.

Que mediante Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0138/2012 de 26 de septiembre de 2012, emitido por la Dirección de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP, se estableció que en base a lo expuesto en los resultados de la evaluación técnica de la información aportada por PIL ANDINA S.A. a través del memorial de fecha 21 de septiembre del 2012, se concluye que: los precios promedio de venta de leche en polvo para la exportación declarados por PIL ANDINA S.A., **son similares** a los generados en base a la información proporcionada por la Aduana Nacional; los precios promedio de venta de leche en polvo para el mercado interno declarados por PIL ANDINA S.A., son similares a los generados en base a la información presente en la página web del SISPAM; y se ratifican los indicios señalados en el informe técnico N° AEMP/DTDCDN/EGS/ N° 113/2012, por lo que, recomendó se remita el informe al analista jurídico para la valoración legal en lo correspondiente al procedimiento..

Que el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 0139/2012 de 27 de septiembre de 2012, emitido por la Dirección de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP, en la cual concluye que la empresa PIL ANDINA S.A. cuenta con poder de mercado en la producción y distribución de la leche ultra pasteurizada y la leche en polvo; la empresa PIL ANDINA S.A. presuntamente habría abusado de dicho poder de mercado dentro del territorio



nacional, por el cobro de precios diferenciados por el mismo producto, leche en polvo y leche ultra pasteurizada; y existen indicios de que la conducta de la empresa PIL ANDINA S.A. se enmarcaría en lo estipulado en el numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, por presunta discriminación de precios, por lo que, recomienda emitir Resolución Administrativa formulando cargos en contra de la empresa PIL ANDINA S.A. por la presunta comisión de la práctica anticompetitiva establecida en el numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519.

CONSIDERANDO: (de la valoración técnica de la investigación)

Que, mediante Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012 y el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0138/2012 de 26 de septiembre de 2012 se realizó el análisis técnico económico de la actuación realizada por la empresa PIL ANDINA S.A., análisis del cual se desprenden los siguientes estudios relevantes:

1. INTRODUCCIÓN

- La Planta industrializadora de leche PIL nace en Cochabamba como una empresa estatal, iniciando operaciones en 1960, con la capacidad de producción de 40 mil litros de leche por día.
- En fecha 11 de septiembre de 1996 el Gobierno de Bolivia privatiza las Plantas industrializadoras de Leche de La Paz y de Cochabamba a favor del grupo Gloria S.A. del Perú, para septiembre de 1999 Gloria adquiere el 100% de las acciones del PIL S.A.M. de Santa Cruz, para transformarla posteriormente en IPILCRUZ. Finalmente en abril de 2004, PIL Andina S.A. fusiona las dos compañías para formar el actual Grupo PIL con presencia en el eje troncal del país.
- En informe AEMP/DTFVCOC/ILBT/N°0107/2011 la Dirección de Fiscalización y Verificación de Cumplimiento de Obligaciones Comerciales de la AEMP emitió informe final determinando cargos a ser imputados a la empresa PIL ANDINA S.A.
- En base al mencionado informe mediante informe AEMP/DTFVCOC/ILBT/N°0134/2011 la Dirección de Fiscalización y Verificación de Cumplimiento de Obligaciones Comerciales de la AEMP, recomienda la evaluación de prácticas anticompetitivas de PIL ANDINA S.A. en el mercado de productos lácteos en Bolivia.
- Al respecto, mediante Auto de fecha 07/06/2011, se da inicio al procedimiento de oficio por parte de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (AEMP), en contra de la empresa PIL ANDINA S.A. por supuestas prácticas anticompetitivas.

2. ALCANCE DEL ESTUDIO

El estudio corresponde a la evaluación del mercado Boliviano de leche natural y leche en polvo en la cual opera PIL ANDINA S.A.



3. OBJETIVO

El objetivo del presente estudio es determinar si existe presencia de prácticas realizadas por la empresa PIL ANDINA S.A. que afecten a la competencia dentro de los mercados bolivianos de leche ultra pasteurizada y leche en polvo, enmarcados en lo establecido en el Marco Legal vigente y las atribuciones de la AEMP.

4. PRODUCTO

4.1. Leche Ultra Pasteurizada (UHT)

La leche en su estado natural (cruda) es un producto perecedero. Por lo que se busca preservar y concentrar las propiedades nutricionales de la leche, extendiendo su tiempo de vida. La leche entera pasteurizada es aquella que se envasa después de haber sido sometida a una temperatura de entre 35 y 140 °C seguido de un rápido enfriamiento, no superior a 32 °C.

Las características del tratamiento térmico son suficientes para destruir los microorganismos patógenos, presentes en la leche natural, aunque no sus esporas (formas de resistencia de los microorganismos); no se puede considerar como un producto de larga duración y se comercializa como leche fresca (Ultra pasteurizada) del día.

La manera en que el producto haya sido procesado, su manipulación y almacenamiento serán determinantes en la preservación de la calidad y el sabor del producto¹.

4.2. Leche en Polvo

La producción comercial de leche en polvo empezó alrededor de 1905, los procesos que se usaron inicialmente fueron los de rodillos de secado y secado por atomización, ambos tipos de procesamiento eran usados en la misma medida hasta mediados de 1940, a partir de 1940 el proceso de secado por atomización se volvió el dominante, para el año 2000 la mayor parte de la producción era a través de este proceso².

La leche entera en polvo es el resultado de la evaporación de la leche líquida, hasta obtener un producto que ha sido deshidratado. La leche en polvo contiene entre un 26% a 40% de grasa y hasta un 5 % de humedad (en peso). Esta alta concentración de grasa es la principal causa de deterioro del producto, debido a la oxidación de lípidos durante el proceso de almacenaje; es por ello que la selección de los materiales de empaquetamiento debe limitar el fotodeterioro con la finalidad de mantener la calidad del producto y su tiempo de vida³.

¹ Encyclopedia of Dairy Sciences Second Edition, Fuquay, McSweeney & Fox, 2011 (pag. 17)

² Dairy Powders and Concentrated Products, Tamime, 2009 (pag. 29)

³ Encyclopedia of Dairy Sciences Second Edition, Fuquay, McSweeney & Fox, 2011 (pag. 17)



5. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

La producción de leche y sus derivados son un importante factor de empleo y de obtención de ingresos en sectores rurales. Este bien de consumo masivo es un componente de baja sustituibilidad en la canasta de consumo de una familia; presentando una demanda inelástica, es decir que, aunque suba su precio la gente no tendrá más remedio que seguir comprando leche.⁴

Por lo tanto el mercado doméstico de leche y derivados es de importancia económica dado los eslabones productivos, con el resto de la cadena industrial alimenticia y desde el punto de vista de la distribución del ingreso dada su característica de bien necesario y su impacto sobre la canasta familiar.

5.1. Producción Primaria (Mercado de Leche Cruda o Natural)

5.1.1. Demanda de Leche Cruda en el Mercado Boliviano

Como se ha mencionado la leche cruda se utiliza para el autoconsumo, la producción de derivados no industrializados y para la industrialización. Al respecto para fines del presente estudio y considerando el mercado relevante se analiza la demanda de leche natural para su industrialización.

Cuadro N° 3
Bolivia: Demanda de Leche Natural (2009-2010)

Empresas Demandantes	Demanda Anual		Participación en la Demanda por Empresa (%)	
	2009	2010	2009	2010
Pil Andina SA	626.327	664.125	83,92%	84,80%
Otras Industrias[1]	47.003	33.473	6,30%	4,27%
Compañía de Alimentos CAL Delizia	18.919	26.297	2,53%	3,36%
Pil Tarija S.A	15.342	14.108	2,06%	1,80%
So al pro SRL.	8.600	14.850	1,15%	1,90%
Delicruz S.A	7.277	8.559	0,98%	1,09%
Ilpaz Ltda.	6.292	4.273	0,84%	0,55%
Pil Chuquisaca	5.361	6.105	0,72%	0,78%
La Campiña S R L.	3.666	3.333	0,49%	0,43%
Coop. Int. Ganadera Pil Beni Ltda	2.251	2.270	0,30%	0,29%
Productos Maya	1.934	2.202	0,26%	0,28%
Flor de Leche S R L	1.677	2.170	0,22%	0,28%
Pro la c Tarija	1.695	1.433	0,23%	0,18%
TOTAL Anual	746.344	783.198	100%	100%

(1) La información respecto a las otras industrias, es resultado de la diferencia de la cantidad disponible de leche de los productores primarios de leche y el acopio de las industrial lecheras.

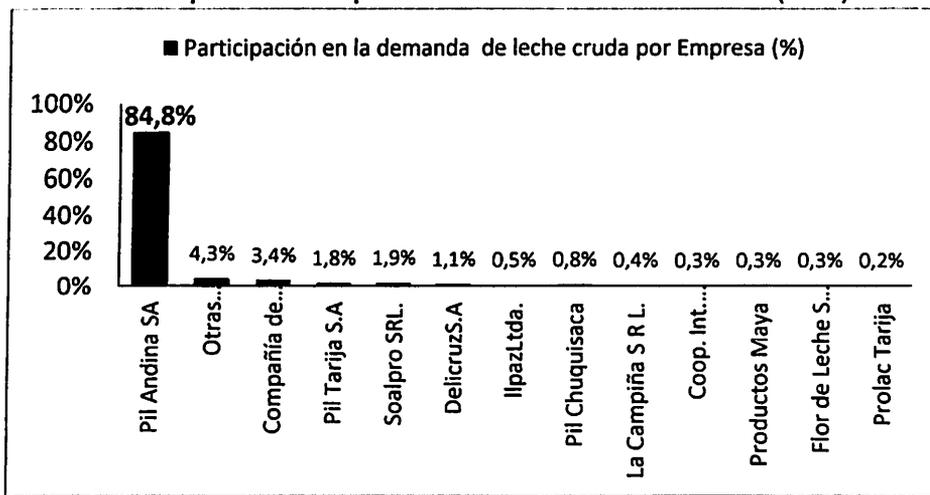




La demanda de leche cruda⁵ se encuentra concentrada en PIL ANDINA S.A. con aproximadamente el 85% del mercado para el año 2010. Acorde a informe DTDCDN/XLT/131/2011⁶.

Se puede observar (Gráfico N° 2) la existencia de una mayor demanda de leche cruda por parte de PIL ANDINA S.A., empresa que por si sola adquiere más del 80% del total de la leche cruda producida para las gestiones 2009 y 2010, lo que denota el amplio poder de compra que posee dicha empresa.

Gráfico N° 2
Participación de Empresas en la Demanda Leche cruda (2010)



Fuente: Cadena Productiva de la Leche (<http://www.autoridadempresas.gob.bo/direccion-tecnica-de-defensa-de-la-competencia-y-desarrollo-normativo/cadenas-productivas>)

5.1.2. Precios de Leche Cruda

El precio de venta de la leche cruda fue incrementándose a lo largo del tiempo, del año 2010 al 2011 se observa un incremento en el precio de 2% el 2010 y de 15% el 2011, con una tendencia creciente.

Cuadro N° 4

Precios Promedio Anuales de Venta Leche Cruda Proveedores (productores primarios de leche cruda) (Bs/litro)			
Periodo	2009	2010	2011*
Precio	2,48	2,52	2,91
Tasa de Crecimiento		2%	15%

Fuente: Elaboración propia en base a datos empresas lecheras/
*Promedio a mayo del 2011

⁵ Leche natural o cruda. No ha sido sometida a ningún proceso y por lo mismo no se recomienda tomarla sin ser hervida durante 5 minutos, ya que las bacterias que contiene pueden ocasionar severas infecciones gastrointestinales.

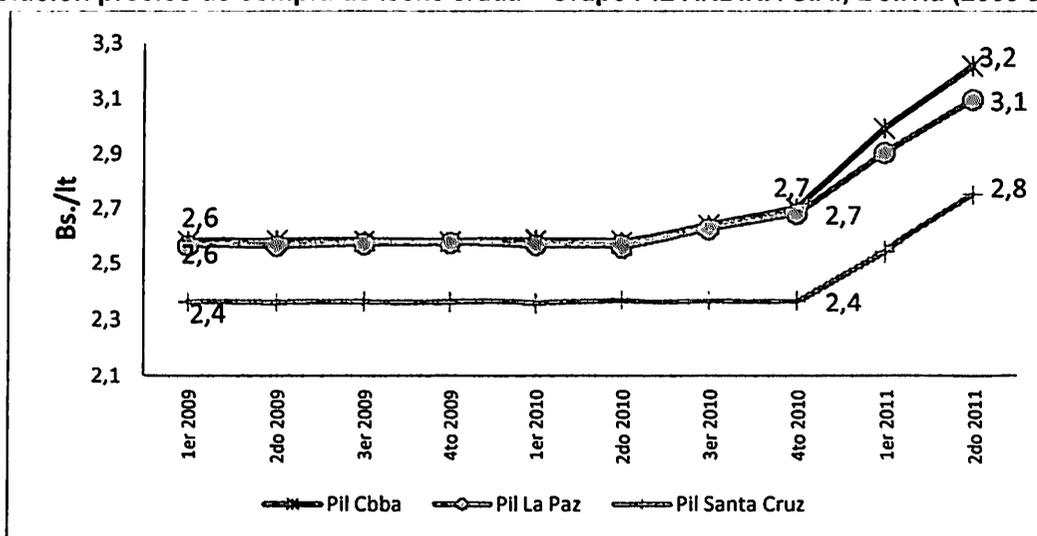
⁶ El 4% de la categoría Otros corresponde a la diferencia entre leche producida y acopiada que debería estar siendo adquirida por varios pequeños productores que no cuentan con los respectivos registros.

El 4% restante corresponde a PIL ANDINA S.A., PIL Chuquisaca, PIL Beni, PIL Tarija, SOALPRO, ILPAZ, MAYA, Delizia, Delicruz, La Campiña, Flor de



En los gráficos N° 3 y N° 4 se observa en detalle la evolución de los precios de venta por parte de los productores de leche a las distintas plantas industrializadoras de leche de Bolivia: PIL Cochabamba, PIL Santa Cruz, PIL La Paz (que conforman el grupo PIL ANDINA S.A.), así como, PIL Beni, PIL Tarija y PIL Chuquisaca.

Gráfico N°3
Evolución precios de compra de leche cruda – Grupo PIL ANDINA S.A., Bolivia (2009-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos empresas lecheras

Los precios de compra de leche cruda, tienen un comportamiento similar en el Eje Troncal⁸ donde, PIL ANDINA S.A. adquiere leche natural a precios similares y con tendencia a incrementarse de manera paralela (ver gráfico N° 3), principalmente en los departamentos de Cochabamba y La Paz. PIL Santa Cruz, adquiere leche natural a precios menores a las demás plantas que conforman el grupo PIL ANDINA S.A. Los incrementos simultáneos de los precios de compra, podrían interpretarse como una política aplicada por el grupo PIL Andina a nivel nacional.

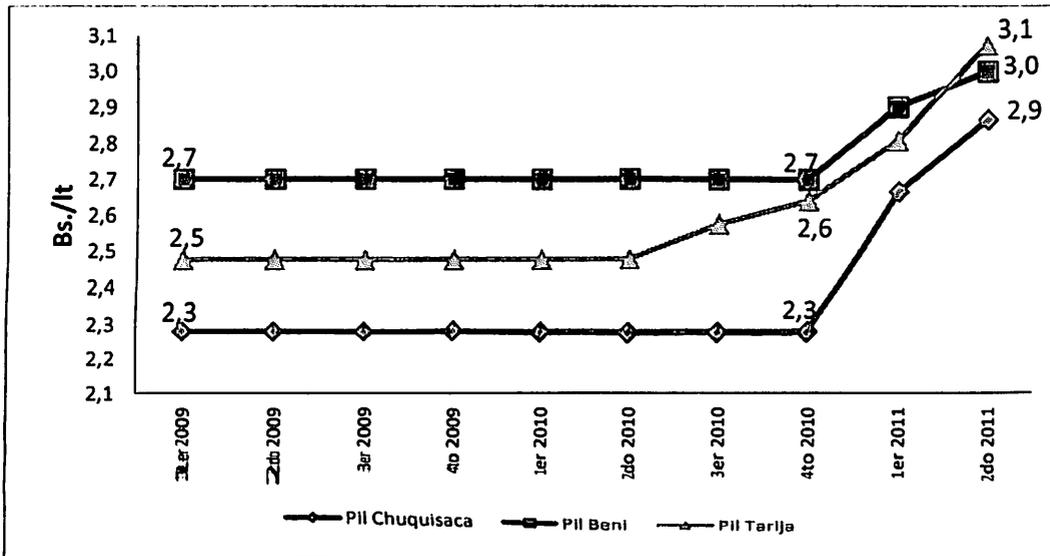


Cochabamba y Santa Cruz



Gráfico N°4

Evolución precios de compra de leche cruda - Industrias PIL en Bolivia (2009-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos empresas lecheras

En los departamentos donde PIL ANDINA S.A. no posee plantas de producción, las diferencias en los precios de compra por parte de otras plantas industrializadoras de leche son más notorias, teniendo como el precio más bajo para el segundo trimestre del 2011 el pagado por PIL Chuquisaca 2,3 Bs/Lt. y el precio más elevado el de PIL Tarija de 3.1 Bs/Lt...

Al respecto las empresas PIL que conforman el grupo PIL ANDINA S.A. incrementaron el pago a partir de julio de 2010 y todas las PIL de Bolivia (incluido el grupo PIL ANDINA S.A.) habrían incrementado los precios pagados por litro de leche para mayo de 2011, fecha en la que el rango del precio de venta de la leche cruda del productor a las empresas PIL se encontró entre 2,7 y 3,2 bolivianos por litro de leche.

Resaltar que los precios de venta de la leche natural permanecieron relativamente constantes a lo largo del tiempo desde enero del 2009 hasta enero del 2011, cuando se observa un shock en los precios los cuales se incrementan en forma abrupta y acelerada en un plazo de tiempo muy corto.

5.2. Producción Secundaria (Mercado de Leche Ultra Pasteurizada y en Polvo)

Una vez descrito el mercado primario se debe evaluar el mercado secundario correspondiente a la producción de Leche industrializada misma que corresponde a la Leche Ultra Pasteurizada y Leche en Polvo.

Al respecto, la evolución del mercado de Leche Ultra Pasteurizada y en Polvo han demostrado comportamientos diferentes para el periodo 2005-2010, la leche ultra



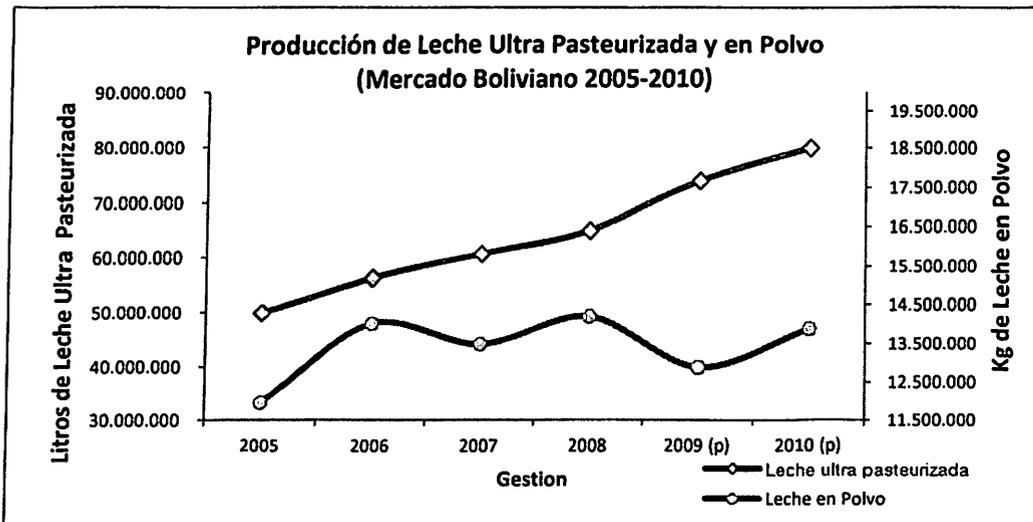
pasteurizada muestra tendencia creciente y constante en el tiempo, hecho que es coherente con su calidad de bien necesario y su correlación con el crecimiento de la población. En cambio, se observa que (ver gráfico N°5) la producción de leche en polvo tiene un comportamiento estacional con cambios bianuales en su tendencia, como han mostrado los datos del Instituto Nacional de Estadística.

Cuadro N° 5
Oferta Anual de de Leche Ultra Pasteurizada y Leche en Polvo

Producto	Unidad de Medida	2005	2006	2007	2008	2009 (p)	2010 (p)
Leche Ultra Pasteurizada	Lt.	49.982.974	56.074.878	60.431.082	64.656.969	73.565.450	79.436.542
Leche en Polvo	K	11.957.817	14.026.113	13.482.893	14.209.768	12.879.581	13.881.368

(p): Preliminar. Fuente: INE

Gráfico N° 5



(p): Preliminar
Fuente :INE

6. CUOTAS DE MERCADO

Con motivos del presente análisis se realiza la evaluación de la distribución del mercado de leche en polvo y leche ultra pasteurizada en cuotas de mercado para determinar los grados de concentración y la presencia de poder de mercado, requisito necesario pero no suficiente para que un agente pueda adoptar prácticas anticompetitivas.

6.1. Cuotas de Mercado para la Producción de Leche Ultra Pasteurizada en Bolivia

Para la determinación de las cuotas de mercado de leche ultra pasteurizada se han considerado las 11 empresas que a nivel nacional se dedicarían a la producción de leche





ultra pasteurizada, mismas que se detallan a continuación con los respectivos niveles de producción para las gestiones 2009 y 2010.

Cuadro N° 6
Empresas Productoras de Leche Ultra Pasteurizada en Bolivia (2009-2010)

Empresa	Participación del mercado (%)	
	2009	2010
PIL ANDINA S.A.	89,04%	89,79%
Delicruz S.A.	3,52%	3,12%
La Campiña S.R.L.	2,19%	1,35%
PIL Tarija S.A.	1,96%	1,76%
PIL Chuquisaca	1,52%	0,93%
Ilpaz Ltda	0,92%	0,50%
Prolac Tarija	0,66%	0,53%
Soalpro S.R.L.	0,47%	1,37%
Delizia	0,14%	0,97%
PIL Beni Ltda	0,08%	0,08%
Flor de Leche S.R.L.	0,08%	0,12%
TOTAL	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de las productoras

Se ha realizado la evaluación en base a la producción de las empresas que operan en el mercado de Leche Ultra Pasteurizada de Bolivia⁹, mercado en el cual se observa la elevada cuota de mercado de la empresa PIL ANDINA S.A., con aproximadamente un 90% del mercado para el año 2010 (ver gráfico N° 6).

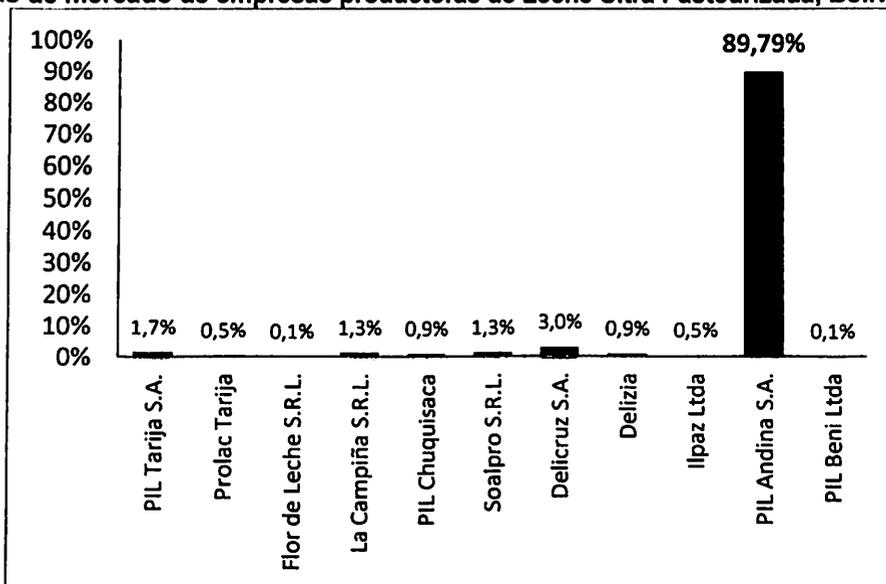
Para el año 2009 PIL Andina mantenía una cuota similar (aproximadamente 89%), con lo cual se puede afirmar que el mercado de leche ultra pasteurizada en Bolivia se relativamente constante a favor de PIL ANDINA S.A.



Para el cálculo se asume que toda la leche pasteurizada producida es igual a la vendida.



Grafico N° 6
Cuotas de mercado de empresas productoras de Leche Ultra Pasteurizada, Bolivia 2010



Fuente: Elaboración propia en base a datos Empresas Lecheras

Acorde a la legislación comparativa se observa que una cuota de mercado mayor al 75% representa la presencia de poder de mercado¹⁰, siendo que diversas legislaciones toman como referente la cuota de mercado para determinar la existencia de poder de mercado en un mercado relevante. En nuestro caso de análisis se estaría identificando una cuota de mercado que le permitiría a PIL ANDINA S.A gozar de poder de mercado en el mercado de producción de leche ultra pasteurizada, como se mostrara más adelante en el presente estudio.

6.2. Cuotas de Mercado para la Producción de Leche en Polvo en Bolivia

Respecto a la determinación de las cuotas de mercado de leche en polvo se han considerado las tres empresas con registro que producen leche en polvo en Bolivia, PIL ANDINA S.A., PIL Tarija, PIL Chuquisaca; y las importaciones en el mercado Boliviano.

Cuadro N° 7
Oferentes de Leche en Polvo - Mercado Boliviano (2009-2010)

Empresas	Participación del mercado (%)	
	2009	2010
PIL ANDINA S.A.	99,21%	99,62%
Importaciones	0,66%	0,19%
PIL Tarija S.A.	0,11%	0,10%
PIL Chuquisaca S.A.	0,01%	0,09%
TOTAL	100%	100%

Fuente: Empresas lecheras y Aduana Nacional

¹⁰ William E. Kovacic and Carl Shapiro, Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking, Journal of Economic Perspectives Volume 14, 2000

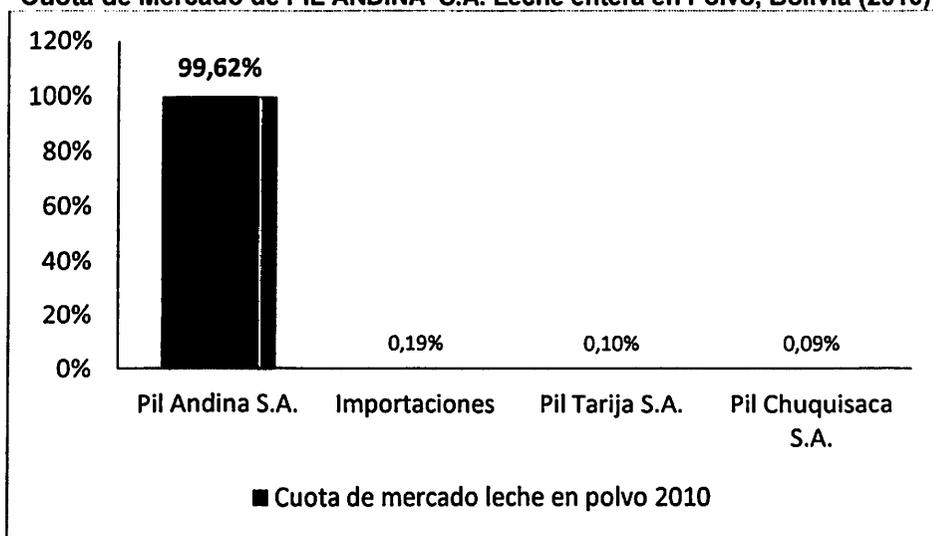


Como se puede observar el mercado se encuentra concentrado en PIL ANDINA S.A., quien al igual que en el caso de la leche ultra pasteurizada, posee la mayor parte del mercado (99,62%), con lo cual se podría presumir el poder de mercado de dicha empresa en el mercado de la leche en polvo; ya que como se ha mencionado; una cuota de mercado mayor al 75% se utiliza generalmente como prueba de la presencia de poder de mercado, siendo que, un nivel de 90% se considera como indicio de poder monopólico bajo la legislación manejada por el Federal Trade Commission¹¹.

El Manual de Prácticas Anticompetitivas señala que se presume la existencia de monopolio si una empresa posee una cuota de mercado de entre 80 y 90%¹². En ese sentido se podría decir que PIL ANDINA S.A. se encontraría en una situación monopólica de dominio del mercado, tanto en el mercado de la leche entera (89,8%), como en el mercado de la leche entera en polvo (99,62%); destacando este último por el hecho de que PIL ANDINA S.A. bordea el 100% de la cuota de mercado.

De acuerdo al cuadro N° 7, se habría presentado una disminución en las importaciones el año 2010 respecto al 2009 y se habría incrementado aun más la cuota de mercado de PIL Andina. En el Gráfico N° 7 se puede apreciar la cuota de mercado que tuvo PIL ANDINA S.A. a nivel nacional el año 2010 en el mercado de leche en polvo.

Grafico N° 7
Cuota de Mercado de PIL ANDINA S.A. Leche entera en Polvo, Bolivia (2010)



Fuente: Elaboración propia en base a datos empresas Lecheras y Aduana Nacional

7. MERCADO RELEVANTE

El "Mercado relevante", está conformado por la serie de **productos** y respectivas **áreas geográficas**, que pueden generar restricciones a la competencia en las firmas que están siendo analizadas, y es el paso preliminar para la evaluación del poder de mercado¹³.

¹¹ William E. Kovacic and Carl Shapiro, Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking, Journal of Economic Perspectives Volume 14, 2000

¹² Manual de Prácticas Anticompetitivas, Naciones Unidas 2010 (pag. 13)

¹³ Manual de Prácticas Anticompetitivas, Naciones Unidas, 2010 (pag.6)



7.1.1. Mercado Producto

*"El Mercado relevante del producto normalmente consiste del producto o servicio en cuestión, y todos los productos o servicios considerados por los consumidores como sustitutos para ellos, en virtud a sus características, precio y uso"*¹⁴.

El mercado producto está conformado por la leche ultra pasteurizada y por la leche en polvo, al ser estos dos productos sustitutos prácticamente perfectos para los consumidores, no existiendo otros productos sustitutos suficientemente cercanos desde el punto de vista de los demandantes.

7.1.2. Mercado Geográfico

De acuerdo a Douglas Border¹⁵ (2010) podríamos comprender que un mercado geográfico, puede variar desde el nivel macro como ser un país o grupo de países, hasta niveles micro como ser un departamento, área metropolitana o incluso una parte de la ciudad.

*"El mercado relevante geográfico es el área donde las partes hacen negocios y en el cual los bienes están sujetos a condiciones de competencia homogéneas"*¹⁶. En ese sentido, en el presente caso de análisis cabe señalar que el área en la que la empresa PIL ANDINA S.A. realiza sus negocios, engloba los nueve departamentos de Bolivia.

En consecuencia, las zonas de influencia en las que la empresa investigada lleva a cabo la distribución de sus productos, a través de distribuidores constituyen el mercado geográfico en el cual debe analizarse la posible comisión de prácticas anticompetitivas.

8. DETERMINACIÓN DE PODER DE MERCADO

La Comisión Europea define el poder de mercado como, *"el poder de influenciar en los precios del mercado, oferta de productos, innovación, la variedad o calidad de los bienes y servicios u otros parámetros de competencia del mercado por un periodo significativo de tiempo"*¹⁷.

Por lo general, las cuotas de mercado que pueden presentar distintas empresas, se utilizan como buenos indicadores del poder de mercado de las mismas¹⁸, de acuerdo a Massimo Motta (2003) este *"análisis gira alrededor de la evaluación de las cuotas de mercado que posee la empresa (o empresas)"*¹⁹, aunque la valoración de cuotas de mercado, puede ser complementada con otros análisis para determinar el poder de mercado de una empresa.

¹⁴ EU Distribution Law, Joanna Goyder, 2005 (pag. 24). *"The relevant product market normally consists of the product or service in question and all products or services considered by the consumer to be substitutable for them, in view of their characteristics, price and intended use"*.

¹⁵ U.S. Antitrust Law and Enforcement A Practice Introduction, Douglas Border, 2010 (pag. 89)

¹⁶ EU Distribution Law, Joanna Goyder, 2005 (pag. 23)

¹⁷ Comisión Europea, "DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses", (2005), disponible en <http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf>.

¹⁸ EU Distribution Law, Joanna Goyder, 2005 (pag. 68)

¹⁹ Competition policy Theory and Practice, Massimo Motta, 2003 (cap. 3, pag. 16)





Al considerarse que "el poder monopólico o de mercado, está asociado con altas cuotas de mercado"²⁰, se puede decir que, en nuestro caso de análisis al poseer PIL ANDINA S.A. cuotas de mercado elevadas, tanto para el mercado de leche ultra pasteurizada (89.79%) como para el de leche en polvo (99.62%), PIL ANDINA S.A., dispondría de poder de mercado en el mercado relevante.

Estimadas las cuotas de mercado de la empresa PIL ANDINA S.A. para el año 2010 a nivel nacional, tanto en el mercado de leche ultra pasteurizada, como en el mercado de leche entera en polvo, y en base a lo mencionado en el párrafo anterior, podemos presumir que la empresa PIL ANDINA S.A. se encuentra en una posición dominante en ambos mercados, puesto que "varias jurisdicciones establecen que una firma individualmente considerada es dominante, si posee una cuota de mercado superior al 50%"²¹, existe poder de mercado si es mayor al 75% y poder monopólico si es mayor al 90%"²².

Un aspecto importante a tomar en cuenta es que si bien altas cuotas de mercado pueden ser consideradas como legítimas señales de poder de mercado potencial, es preciso considerar algunos indicadores (ej. HHI y SSNIP), que en conjunto permitan determinar el poder de mercado de PIL ANDINA S.A..

8.1.1. Indicador SSNIP - Prueba del Monopolista Hipotético Leche en Polvo.

Según Davis & Garces (2010), "El test del monopolista hipotético, sugiere que los mercados deben ser definidos como la más pequeña serie de productos que puedan ser rentablemente monopolizados"²³. Este indicador no se debe entender como un Test para definir si un agente es o no monopolista, sino para tener una aproximación del alcance del mercado sobre el cual un productor goza de poder de mercado similar al de un monopolista, ha este dimensionamiento del alcance del mercado se lo entiende como determinación del mercado relevante.

El test del monopolista se enfoca en los precios, considerando el incentivo que un monopolista hipotético tiene para realizar un **pequeño pero significativo y no transitorio incremento en los precios** o SSNIP por sus siglas en inglés (incremento de entre 5 a 10%)²⁴, de tal manera que la interacción entre dicho incremento en precios y la correspondiente respuesta no genere pérdidas sino más bien un incremento en los ingresos.

Por ejemplo, si el Monopolista Hipotético tuviese la capacidad de incrementar los precios del producto "A" de modo rentable durante un año, se generarían indicios de que **no existen competidores capaces de contrarrestar su poder de mercado**²⁵, o que los competidores son tomadores de precio acorde a lo que defina el Monopolista Hipotético.

²⁰ MPI Studies on Intellectual Property, Josef Drexl, Reto M. Hilty, Wolfgang Schön, Joseph Straus, 2008 (P.60)

²¹ Manual de Prácticas Anticompetitivas, Naciones Unidas 2010 (pag. 13)

²² William E. Kovacic and Carl Shapiro, Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking, Journal of Economic Perspectives Volume 14, 2000

²³ Quantitative techniques for competition and antitrust analysis, Davis & Graces 2010 (pag.167)

²⁴ Quantitative techniques for competition and antitrust analysis, Davis & Graces 2010 (p ag.201)

²⁵ Manual de Prácticas Anticompetitivas, 2010 (pag. 5), validado según Resolución Administrativa RAI/AEMP/No. 033/2011.



Respecto al índice SSNIP, la fórmula utilizada para determinar si PIL Andina fue capaz de incrementar sus precios de manera pequeña pero significativa y no transitoria es:

$$SSNIP = \left(1 + \frac{\Delta P}{P}\right) * \frac{\Delta Q}{Q} + \frac{\Delta P}{P}$$

Los resultados del cálculo del SSNIP para la leche en polvo comercializada por PIL ANDINA S.A. en el mercado interno muestran que ante incrementos mayores en 5%, PIL ANDINA S.A. ha obtenido incrementos en sus ingresos, cuando se esperaría una reducción de los mismos. El resultado obtenido es:

Cuadro N° 8
Resultados del Índice SSNIP²⁶

Índice SSNIP	Período	Total
	2009/2010	95,8%

Fuente: Elaboración propia en base a datos PIL ANDINA S.A.

PIL ANDINA S.A. incremento sus precios en el mercado en un periodo de dos años (de abril 2009 a marzo 2011), de una manera pequeña pero significativa y sin decrementos posteriores en los precios, siendo el valor del SSNIP 95.8% se muestra que PIL ANDINA S.A. posee la capacidad de incrementar los precios de sus productos de modo rentable durante un año sin que se presente una reducción en sus ingresos, lo que significaría que **no existen competidores capaces de contrarrestar su poder de mercado²⁷, o que los competidores son seguidores y se acomodan a los resultados de las estrategias de comercialización de PIL ANDINA S.A.**

8.1.2. HHI en el mercado de leche ultra pasteurizada y leche en Polvo

Una amplia gama de autores²⁸ ahondan en el uso del indicador HHI, como una herramienta con la cual se puede determinar el poder de mercado de una empresa²⁹, así como, la concentración de mercado³⁰ y la consecuente posibilidad de que se creen carteles de empresas (colusión) en el mismo (pudiendo tener como efecto la reducción de la competitividad).

En el presente caso se calculó el Índice Hirschman-Herfindhal³¹, tanto de la leche ultra pasteurizada como de la leche entera en polvo, utilizando como base las cuotas de mercado determinadas para cada producto de acuerdo a la siguiente fórmula:

²⁶ Ver Anexo 1

²⁷ Manual de Prácticas Anticompetitivas, 2010 (pag. 5), validado según Resolución Administrativa RAI/AEMP/No. 033/2011.

²⁸ Weil, Wagner & Frank (2001), Bruce Lyons (2009), Davis & Garcés (2010)

²⁹ Davis & Garces (2010) Quantitative Techniques for Competition an Antitrust Analysis, (pag. 288). Diego Bhort (2010), Manual de Prácticas Anticompetitivas (pág. 12)

³⁰ Weil, Wagner & Frank (2001) Litigation Services Handbook (Capítulo 26, pág 11)

³¹ En la legislación de USA y la Union Europea se determina que el limite sobre le cual se considera un mercado altamente concentrado es de de HHI:2.500, aunque el Federal Trade Commission de USA define los rangos de HHI<1.000 como de competencia, 1.000>HHI>1.800 concentración moderada y HHI>1.800 mercado concentrado.



$$HHI = \sum_i m_i^2$$

El índice Herfindahl-Hirschman, establece que existe una relación directamente proporcional entre el grado de concentración industrial y el grado promedio de poder de mercado³². Es decir, el indicador HHI además de dar pautas sobre la posibilidad de que se presenten prácticas colusorias en el mercado, mostraría el poder de mercado del cual disponen las distintas empresas industrializadoras de leche.

Cuadro N° 9

Participación de Mercado de las empresas en la Comercialización de Leche Ultra Pasteurizada y HHI

Empresa	PIL Tarija S.A.	PROLAC Tarija	Flor de Leche S.R.L.	La Campiña S.R.L.
Participación	1,6774	0,5055	0,1100	1,2852
Empresa	PIL Chuquisaca	SOALPRO S.R.L.	Delicruz S.A.	Delizia
Participación	0,8865	1,3033	2,9698	0,9194
Empresa	ILPAZ Ltda.	PIL ANDINA S.A.	PIL Beni Ltda.	-
Participación	0,4739	89,7937	0,0753	-
Índice HHI				
8.080				

Fuente: Elaboración propia en base a datos empresas lecheras

El índice HHI, se calcula como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado individuales de todos los participantes industrializadores de leche ultra pasteurizada:

$$=(1,6774)^2+(0,5055)^2+(0,1100)^2+(1,2852)^2+(0,8865)^2+(1,3033)^2+(2,9698)^2+(0,9194)^2+(0,4739)^2+(89,7937)^2+(0,0753)^2= 8.080.$$

Cuadro N° 10

Participación de Mercado de las empresas en la Comercialización de Leche en Polvo y HHI

Participación	PIL Tarija S.A.	PIL Chuquisaca	PIL ANDINA S.A.	Importaciones
Empresa	0,0966	0,0869	99,6217	0,1948
Índice HHI				
9.925				

Fuente: Elaboración propia en base a datos empresas lecheras y Aduana Nacional

El índice HHI, se calcula como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado individuales de todos los participantes industrializadores de leche en polvo:

³² Competition policy Theory and Practice, Massimo Motta, 2003 (cap. 3, pag. 23)



$$HHI = (0,0966)^2 + (0,0869)^2 + (99,6217)^2 + (0,1948)^2 = 9.925$$

Los mercados pueden ser catalogados como desconcentrados ($HHI < 1000$), moderadamente concentrados ($1000 < HHI < 1800$) o altamente concentrados ($1800 > HHI$)³³. Realizando una analogía de la legislación americana con la legislación Europea, tenemos que, en la comunidad europea los mercados pueden ser catalogados como desconcentrados ($HHI < 1000$), moderadamente concentrados ($1000 < HHI < 2000$) o altamente concentrados ($2000 > HHI$).

En base a los resultados presentados encontrados: 8.080 y 9.925 para los mercados de leche ultra pasteurizada y leche en polvo respectivamente, podemos afirmar que en ambos mercados los índices corresponden a **mercados de comercialización altamente concentrados** (tanto en el marco de la legislación americana como de la legislación europea), en los cuales PIL ANDINA S.A. poseería poder de mercado.

En conclusión los resultados de esta etapa de análisis se resumen en:

Criterio de Evaluación	Leche Ultra Pasteurizada		Leche en Polvo	
Cuota de Mercado	89,79%	Poder de Mercado	99,62%	Poder Monopólico
SSNIP	0,958	Incremento de ingresos a pesar de incremento en precios, indicio de poder monopólico o líder fijador de precios de mercado		Incremento de ingresos a pesar de incremento en precios, indicio de poder monopólico o líder fijador de precios de mercado
HHI	8.080	Mercado altamente concentrado, evidencia de la presencia de poder de mercado	9.925	Mercado altamente concentrado, evidencia de poder de mercado

Al presentar PIL ANDINA S.A.:

- elevadas cuotas en los mercados de leche ultra pasteurizada y leche en polvo,
- un SSNIP que denota la **inexistencia** de empresas que pueden contrarrestar su capacidad de incrementar precios,
- resultados de HHI que denotan mercados altamente concentrados (con pesos proporcionales mayores para PIL ANDINA S.A.).

Es posible determinar que dicha empresa **posee poder de mercado**, tanto en el mercado de Leche Ultra Pasteurizada como en el mercado de Leche en Polvo. De igual manera se debe considerar la presencia de economías de escala y de costos hundidos, como posibles



barreras de ingreso para competidores potenciales que desearan ingresar en los mercados de leche en polvo y ultra pasteurizada.

9. MARCO TEÓRICO

9.1. Discriminación de precios

La discriminación de precios es la práctica de cobrar precios menores a clientes grandes o más poderosos, que a los clientes pequeños o más débiles.³⁴ Este tipo de práctica, puede considerarse un método injusto de comercio, incompatible con un mercado abierto y competitivo³⁵.

La defensa de la competencia prohíbe a los productores y/o proveedores, la venta de bienes idénticos a clientes situados en igualdad de condiciones, bajo términos o condiciones diferentes (ej. Precios, descuentos, rebajas, asistencia publicitaria) si es que la diferencia pudiese dañar a la competencia.

La discriminación de precios resulta ser económicamente racional para un productor, si este trata de expandirse más allá de su mercado "natural"³⁶, si este mercado se encuentra lo suficientemente asegurado contra la competencia de otros productores locales³⁷, situación que no valida de ninguna manera dicha práctica en el marco de la defensa de la competencia.

Las agencias de defensa de la competencia consideran la posibilidad de que un monopolista o una empresa con poder de mercado³⁸ utilice la discriminación de precios, incrementando los precios de aquellos consumidores que muy improbablemente decidan o puedan cambiarse a otro producto o se decidan por otro proveedor, el incremento de precios resulta ser un incremento a los beneficios globales de la empresa³⁹, puesto que, la empresa incrementa sus ingresos sin la necesidad de incrementar sus costos de producción, pero, el mismo va en detrimento del bienestar del consumidor.

La normativa de defensa de la competencia, busca evitar que por medio de la discriminación de precios se afecte la competencia, por ejemplo, que se saquen del mercado a pequeñas tiendas a quienes se les cobra precios elevados, favoreciendo a las grandes cadenas de supermercados⁴⁰, a quienes se les cobra precios menores.

10. EVALUACION TÉCNICA DE POSIBLES PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS

Una vez determinada la existencia de poder de mercado de PIL ANDINA S.A. en los mercados bolivianos de leche ultra pasteurizada y leche en polvo, se debe evaluar si dicha

³⁴ U.S. Antitrust Law and Enforcement A Practice Introduction, Douglas Broder, 2010 (pag. 7)

³⁵ U.S. Antitrust Law and Enforcement A Practice Introduction, Douglas Broder, 2010 (pag. 2)

³⁶ Tomando en cuenta que la planta de producción es el centro del Mercado Natural, se analiza la relación costo de producción y transporte (que será menor a de competidores lejanos), para la determinación del precio de venta.

³⁷ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez and Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 150)

³⁸ The Blackwell Encyclopedia of Management Managerial Economics, Robert E. McAuliffe, 2005 (pag. 189)

³⁹ U.S. Antitrust Law and Enforcement A Practice Introduction, Douglas Broder, 2010 (pag. 117)

⁴⁰ Competition policy Theory and Practice, Massimo Motta, 2003 (cap. 1, pag. 5)



empresa ha hecho uso efectivo del mismo con el objeto de restringir la competencia en pos de obtener ganancias o rentas adicionales que afecta al bienestar del consumidor y de los demás agentes de mercado.

10.1. Prácticas Anticompetitivas Relativas

10.1.1. Discriminación de precios

La fijación de precios se encuentra tipificada como una práctica anticompetitiva relativa en el artículo 11 numeral 10) del D.S. 29519 *"El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y /o vendedores situados en igualdad de condiciones"*.

10.1.1.1. Discriminación entre consumidores nacionales y extranjeros

Si un consumidor deseara comprar los productos de una empresa que se encuentra alejada geográficamente, debería estar dispuesto a pagar por los costos de transporte de dicho producto hasta el mercado en el que es comercializado (en resumen mayores precios); ello deja en posición ventajosa a la empresa que se encuentra próxima al mercado objetivo (mercado natural) para cobrar mayores precios, generándose de esta manera una discriminación de precios entre los consumidores próximos a la planta de producción y aquellos que se encuentran alejados de dicha planta.

En nuestro caso de análisis, se entendería que PIL ANDINA S.A. encuentra seguro su mercado natural si es que establece el precio de venta de sus productos (dada la combinación de costos de producción y costo de transporte), a aquel que puede ser establecido por competidores lejanos (precios mayores). Por ende, un productor es un "líder de precios" en el mercado natural próximo a la planta industrial y los competidores simplemente "toman" el mismo precio.

Una empresa con poder de mercado, podría verse tentada a llevar a cabo una discriminación de precios entre consumidores cercanos y lejanos. Es decir que, podría cobrar precios mayores los consumidores que se encuentran en su mercado natural (siendo el mayor precio posible el precio que los productores distantes les cobrarían), logrando de esta manera que la empresa alcance más rápido y fácilmente su punto de equilibrio. Adicionalmente, este productor podría reducir su precio de venta para los consumidores distantes con la finalidad de ganar una mayor cuota de mercado, incrementar la utilización de su capacidad instalada e incrementar sus beneficios.

Esta discriminación de precios encuentra su explicación por el hecho que el productor al vender su producto a consumidores lejanos (geográficamente hablando) a su mercado natural, debe hacerlo entregando su producto a un precio alineado con el de su competencia, la cual está mejor posicionada respecto a los costos de transporte⁴¹ puesto que se encuentra próxima a dicho mercado, por otra parte los consumidores cercanos se

⁴¹ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization

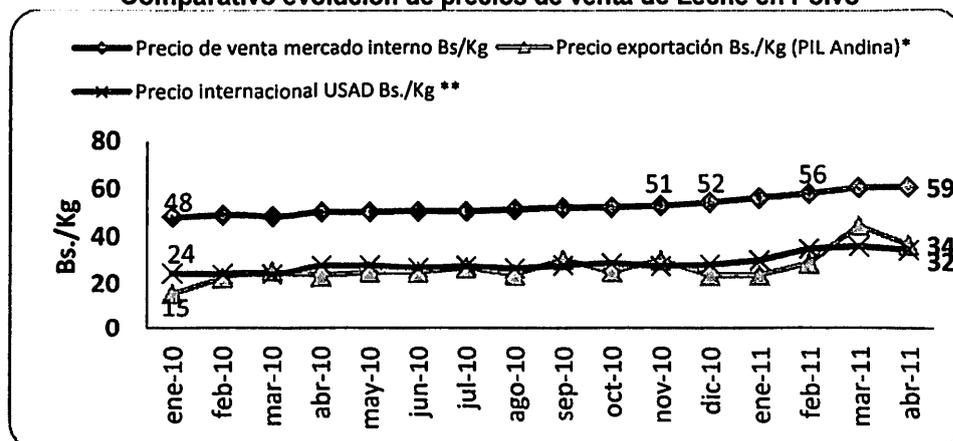


encuentran cautivos al precio establecido por el productor con poder de mercado en el mercado natural.

Considerando que PIL ANDINA S.A. posee el 99.62% del mercado de leche en polvo, es posible asumir que los precios de ventas recopilados por el SISPAM representarían fehacientemente los precios de venta de dicha empresa en el mercado interno (la venta de leche en polvo de otras marcas resulta marginal).

Los precios de venta de la leche en polvo comercializada en el mercado interno presentes en el SISPAM fue de 48 Bs./kg a enero del 2010 y 59 Bs./Kg a abril del 2011, mientras que, los precios de exportación de la misma empresa para el mismo producto oscilaron entre 15Bs./Kg a enero del 2010 y 34 Bs./kg a abril del 2011, precios mucho menores a los presentes en el mercado interno, e incluso en algunos casos precios menores a los precios internacionales⁴² (ver gráfico N° 10), situación que genera indicios de la existencia de una discriminación de precios en la venta de la leche en polvo, en la que se cobran precios de venta mayores a los consumidores del mercado natural de PIL ANDINA S.A. y precios menores para los consumidores alejados de sus plantas de producción.

Gráfico N° 10
Comparativo evolución de precios de venta de Leche en Polvo



Fuente: Elaboración propia en base a datos SISPAM, Aduana Nacional y USAD.

(*) Según datos Aduana Nacional

(**) Tipo de cambio 6.97

El supuesto de que los precios de venta de la leche en polvo registrados en el SISPAM son similares a los precios de venta de PIL ANDINA S.A., es validado al evidenciar de que los precios de venta promedio de la leche en polvo para el mercado interno de acuerdo a información proporcionada por la empresa PIL ANDINA S.A., durante los meses detallados en el cuadro N° 11 fueron son similares a los registrados en el SISPAM.

Cuadro N° 11

Evolución de precios Leche en Polvo PIL ANDINA S.A.	
Fecha	Precio Promedio
mar-10	45
nov-10	46
dic-10	51
feb-11	53
abr-11	54

Fuente: Elaboración propia en base a datos PIL ANDINA S.A.

La "cautividad" de los consumidores bolivianos frente a la empresa que posee el 99,62% del mercado de leche en polvo, habría sido utilizada por PIL ANDINA S.A. para incrementar los precios de venta de este producto (más de un 100% durante el año 2010), a precios muy superiores a los utilizados por la misma empresa para la exportación. Esta situación genera indicios de una discriminación de precios, por parte de la empresa que posee poder de mercado en la producción y comercialización de leche en polvo.

En ese sentido se generan indicios de que PIL ANDINA S.A., fija precios de venta mayores a consumidores cautivos en sus mercados naturales (Bolivia) y vende sus productos a precios menores a consumidores alejados (aproximadamente un 90% de las exportaciones son hacia el Perú⁴³); enmarcándose esta situación en una práctica de discriminación de precio llevada a cabo, con la finalidad de generar mayores ingresos, en detrimento del bienestar del consumidor cautivo.

En general una empresa que busque maximizar el uso de su capacidad instalada, estará dispuesta a ofertar sus productos a consumidores alejados de su mercado natural, si la demanda de los consumidores que están próximos (desde un punto de vista geográfico) decrece, pero la oferta de productos no debería ser realizada a precios menores a los del mercado interno, toda vez que, para la exportación se deben adicionar costos de transporte, administrativos, logísticos y otros, por ende los precios de venta deberían ser mayores.

10.1.1.2. Discriminación entre consumidores nacionales

Como se pudo observar anteriormente (ver punto 9.1.) la discriminación de precios puede realizarse mediante el cobro de precios menores a clientes grandes o más poderosos, que a los clientes pequeños o más débiles⁴⁴, un análisis de los precios de venta de PIL ANDINA S.A. a sus distintos clientes a nivel nacional, tanto en los precios de la leche ultra pasteurizada como de la leche en polvo, permitirá establecer si se generan indicios de una posible discriminación de precios.

En el cuadro N° 12, se presenta el resumen de precios de venta de dos productos comercializados por la empresa PIL ANDINA S.A. (Leche Natural UHT y leche en polvo instantánea-LEP) para sus distintos tipos de clientes (ej. Broker, mayorista, minorista, etc.).

⁴³ Según información tabulada, proporcionada por la Aduana Nacional.

⁴⁴ U.S. Antitrust Law and Enforcement A Practice Introduction, Douglas Broder, 2010 (pag. 7)



Cuadro N° 12
Precios de venta a distintos agentes en igualdad de condiciones (*)

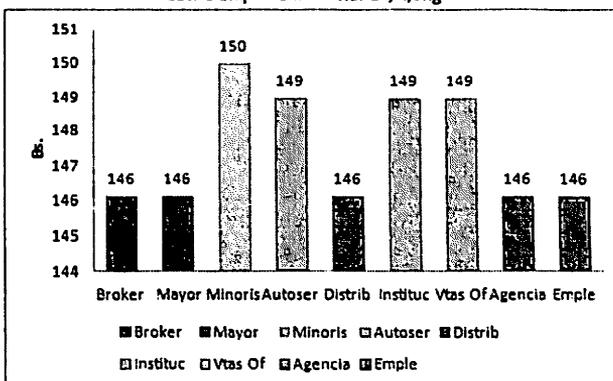
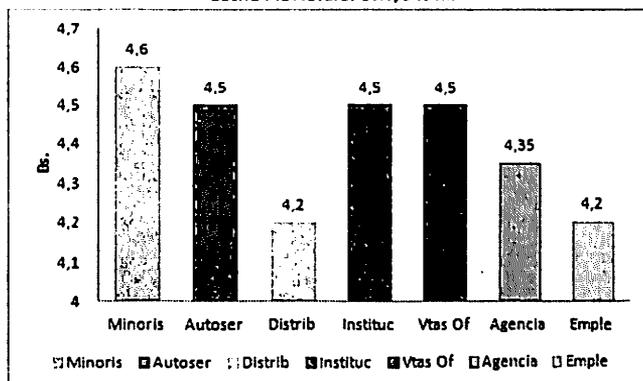
Tipo de producto	Moneda	Unidad	SUGERIDO PUBLICO	Broker 64	Mayor 10	Minoris 20	Autoser 30	Distrib 40	Instituc 50	Vtas Of 60	Agencia 62	Emple 65
LECHE PIL NATURAL UHT X 946 ML. (BOLSA)	BOB	UND	5,00			4,60	4,50	4,20	4,50	4,50	4,35	4,20
LEP INSTANTANEA X 2 5 KG. (LATA)	BOB	UND	155,00	148,10	148,10	150,00	149,00	148,10	149,00	149,00	146,10	146,10

Fuente: Elaboración propia en base a datos PIL ANDINA S.A.

(*) Precios al 06-04-2011 en mercados del eje troncal y provincias cercanas

De acuerdo al cuadro anterior, PIL ANDINA S.A. se encuentra cobrando precios diferenciados por la leche natural UHT y por la leche en polvo (LEP) a sus distintos clientes, análisis que permite generar indicios de que la empresa PIL Andina, se encontraría realizando una discriminación de precios, mediante la cual se cobran precios de venta mayores a los clientes más pequeños (minoristas e instituciones) y se cobrarían precios menores a los clientes más grandes (mayoristas, brokers, distribuidores). Es decir, se establecerían distintos precios a clientes que se encuentran en igualdad de condiciones. Situación que se puede apreciar más claramente en el gráfico N° 11, a continuación:

Gráfico N° 11
Gráficos comparativos de precios de venta a distintos agentes
Leche PIL Natural UHT, 946 ml Leche en polvo instantánea, 2,5Kg



Fuente: Elaboración propia en base a datos PIL ANDINA S.A.

CONSIDERANDO:

Que como anteriormente se señaló, se complementó el análisis técnico mediante el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0138/2012 de 26 de septiembre de 2012, conforme a la información remitida por la empresa PIL ANDINA S.A., en la que se consideró lo siguiente:

11. EVALUACION TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN REMITIDA POR PIL ANDINA S.A.

La información proporcionada por PIL ANDINA S.A. mediante memorial de fecha 21 de septiembre del 2012, proporciona datos del periodo enero 2010 junio 2012 y puede dividirse en dos partes:

- Precio promedio por canal para el eje troncal (Cochabamba-La Paz-Santa Cruz).
- Exportación LEP.



11.1. Precio promedio por canal para el eje troncal

Realizando la tabulación de la información, se determinó el precio promedio de venta mensual al que se comercializan las distintas presentaciones de leche en polvo producidas por PIL ANDINA S.A. (ej. Leche en polvo HH granel de 25Kg en bolsa, leche en polvo instantánea de 760 gramos en sachet, etc.). El resultado de dicha tabulación fue de:

	Precio Promedio Leche en Polvo Bs./Kg
ene-10	46,0
feb-10	46,0
mar-10	45,3
abr-10	45,3
may-10	47,0
jun-10	47,0
jul-10	47,0
ago-10	47,0
sep-10	47,0
oct-10	47,0
nov-10	46,9
dic-10	49,3
ene-11	48,4
feb-11	49,7
mar-11	49,7
abr-11	49,7
may-11	49,7
jun-11	49,7
jul-11	49,7
ago-11	49,7
sep-11	49,7
oct-11	49,7
nov-11	49,7
dic-11	49,7
ene-12	49,7
feb-12	49,7
mar-12	49,7
abr-12	49,7
may-12	49,7
jun-12	49,7

Fuente: Elaboración propia en base a datos PIL ANDINA S.A.

11.2. Exportación de Leche En Polvo (LEP)

Realizando la tabulación de la información, se determinó el precio promedio de venta mensual al que se comercializan las distintas presentaciones de leche en polvo exportadas por PIL ANDINA S.A. (ej. leche entera en polvo HH, leche descremada en polvo HH, leche entera en polvo MH, etc.). El resultado de dicha tabulación fue:





	Precio Promedio exportación leche en polvo Bs./Kg
ene-10	20,5
feb-10	21,8
mar-10	22,7
abr-10	21,1
may-10	35,5
jun-10	26,9
jul-10	25,9
ago-10	29,1
sep-10	22,0
oct-10	24,1
nov-10	31,4
dic-10	25,5
ene-11	26,6
feb-11	26,9
mar-11	30,7
abr-11	31,2
may-11	-
jun-11	29,0
jul-11	27,1
ago-11	33,0
sep-11	36,6
oct-11	28,7
nov-11	33,8
dic-11	28,7
ene-12	28,7
feb-12	36,3
mar-12	29,3
abr-12	34,5
may-12	29,9
jun-12	26,4

Fuente: Elaboración propia en base a datos PIL ANDINA S.A.

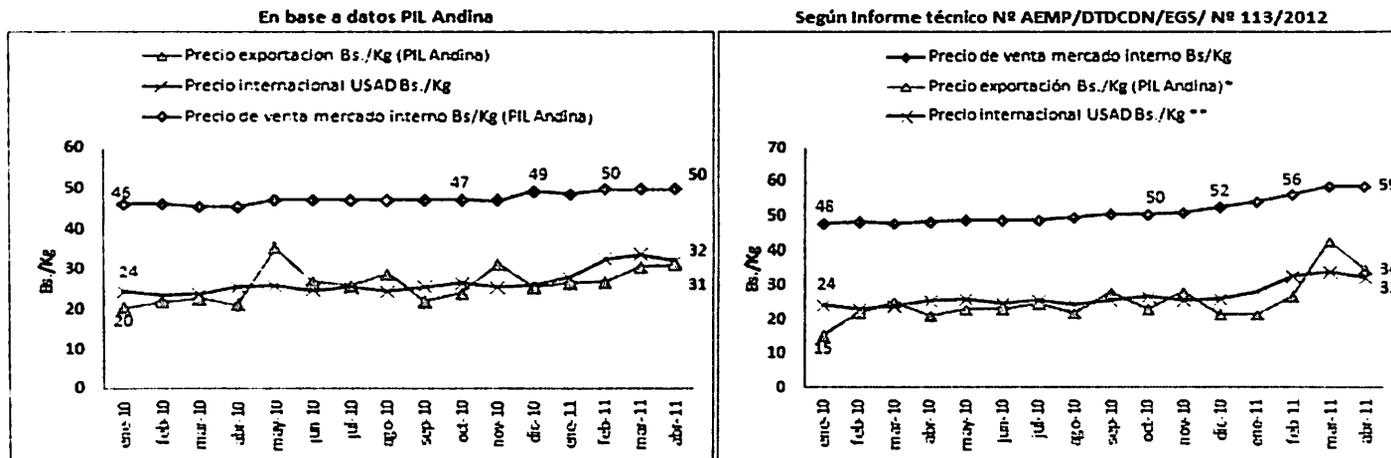
11.3. Análisis comparativo del gráfico presentado en informe técnico N° AEMP/DTDCDN/EGS/ N° 113/2012, y los datos proporcionados por PIL ANDINA S.A.

El gráfico presentado en informe técnico N° AEMP/DTDCDN/EGS/ N° 113/2012, con los supuestos correspondientes a los precios de venta de la leche en polvo del SISPA (equivalente a los precios de PIL ANDINA S.A.), así como, la información utilizada de la Aduana Nacional correspondiente a los precios de exportación de la leche en polvo comercializada por PIL ANDINA S.A., es comparado con un gráfico elaborado en base a la información proporcionada directamente por la empresa investigada:





Gráfico N° 12



Fuente: Elaboración propia en base a datos PIL ANDINA S.A., SISPAM, Aduana Nacional y USAD.
 (*) Según datos Aduana Nacional
 (**) Tipo de cambio 6.97

Un análisis comparativo de los precios de venta promedios tanto en el mercado interno como de exportación, generados a partir de la información proporcionada por PIL ANDINA S.A. y presentado en el gráfico N° 1 (lado izquierdo), respecto al gráfico presentado en el informe N° AEMP/DTDCDN/EGS/ N° 113/2012 (lado derecho), permite señalar lo siguiente:

- Los precios promedio de venta de leche en polvo para la exportación declarados por PIL ANDINA S.A., son similares a los generados en base a la información proporcionada por la Aduana Nacional, encontrándose los precios de exportación de ambos gráficos, muy próximos a los precios internacionales de la leche en polvo a lo largo de todo el periodo de análisis (enero 2010 - abril 2011).
- Los precios promedio de venta de leche en polvo para el mercado interno declarados por PIL ANDINA S.A., son similares a los generados en base a la información presente en la página web del SISPAM, con una variación únicamente en los tres últimos meses del periodo de análisis (febrero 2011 - abril 2011).
- La diferencia de precios de venta de leche en polvo presentados por PIL ANDINA S.A. para la exportación y para la venta en el mercado interno, presenta aun la diferencia considerable (en algunos casos mayor al 100%) a favor de los precios de exportación, expresada en el informe técnico N° AEMP/DTDCDN/EGS/ N° 113/2012.

En ese sentido, es importante resaltar que los precios promedio de venta de leche en polvo para la exportación declarados por PIL ANDINA S.A., son similares a los generados en base a la información proporcionada por la Aduana Nacional y la información presente en la página web del SISPAM, por lo que, no se descarta, ni contraviene lo expresado en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012.

CONSIDERANDO: (de la valoración jurídica de la investigación)

Que, mediante Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 0139/2012 de 27 de septiembre de 2012 se realizó el análisis jurídico de la actuación realizada por la empresa PIL ANDINA S.A., análisis del cual se desprenden los siguientes estudios relevantes:

12. OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN. -

El Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012 elaborado por la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo establece una posible contravención al Ordenamiento Jurídico de Defensa de la Competencia en lo correspondiente a la práctica anticompetitiva establecida en el numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519 que señala que son 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 de la siguiente manera:

“10. El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones.”

Conforme a lo establecido precedentemente se puede señalar que la conducta que va a ser objeto de investigación presenta indicios de una práctica anticompetitiva relativa., por lo que, debe ser analizada aplicando la regla de la razón. Es decir, estableciendo si la conducta presenta eficiencias económicas para la empresa y el posible perjuicio que dicha conducta podría representar a la competencia.

Con relación al mercado analizado para la investigación se empezará realizando el análisis del mercado relevante.

13. MERCADO RELEVANTE. -

Según el artículo 12 de la Resolución Ministerial N° 190 de fecha 25 de mayo de 2008, se establece que el mercado relevante se determina considerando:

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;
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;





3. Los costos y las probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados; y
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.

13.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

Como se señala en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012, el producto del mercado relevante es la **leche ultra pasteurizada y la leche en polvo**, que no cuenta con bienes sustitutos lo suficientemente cercanos.

Por otra parte, como se establece en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012, la producción de leche y sus derivados son un importante factor de empleo y de obtención de ingresos en sectores rurales. Este bien de consumo masivo es un componente de baja sustituibilidad en la canasta de consumo de una familia; presentando una demanda **inelástica**, es decir que, aunque suba su precio la gente no tendrá más remedio que seguir comprando leche.

13.2. CON RELACIÓN AL ÁREA GEOGRÁFICA.

En relación al área geográfica del mercado relevante es importante establecer la zona en que los vendedores de un producto o servicio determinado realizan sus operaciones, éste constituye el segundo elemento para la determinación del mercado relevante, por lo que, es importante establecerlo para realizar el análisis.

“El mercado geográfico relevante, donde interactúan oferentes y demandantes de un mismo producto, todos ellos enfrentarán condiciones de competencia similares y, de existir zonas aledañas con diferentes condiciones de mercado, probablemente dichas zonas deberán ser excluidas de la delimitación de mercado relevante.”⁴⁵

Como señala el informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 “las zonas de influencia en las que la empresa investigada lleva a cabo la distribución de sus productos, a través de distribuidores constituyen el mercado geográfico en el cual debe analizarse la posible comisión de prácticas anticompetitivas”. En ese sentido, por su distribución y alcance, se determina como área geográfica del mercado relevante a todo el territorio nacional “boliviano”.

⁴⁵ Pág. 170, extraído del artículo “Hacia una Metodología para la Definición del Mercado Relevante y la Determinación de la Existencia de Posición de Dominio”; de la Revista de Competencia y Propiedad de Industrial del INDECOPI.



13.3. CON RELACIÓN A LA TEMPORALIDAD.

En el artículo 7 del Reglamento aprobado por la Resolución Ministerial N° 190 de 25 de mayo de 2009, establece que 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.

Con relación a la temporalidad tomada para el análisis del presente caso, ésta comienza a partir del momento en que la practica anticompetitiva inició, debido a que se estaría tratando con una práctica continua en el tiempo, sin dejar de tomar en cuenta datos anteriores a la fecha para contar con un histórico del mercado.⁴⁶

Según el análisis realizado mediante informe técnico, la actuación realizada por la empresa PIL ANDINA S.A., que va ser objeto de investigación, consistiría en el periodo del año 2009 al 2011.

En ese sentido, se puede establecer que para el presente análisis se determina que el mercado relevante es la producción y distribución de la leche ultra pasteurizada y la leche en polvo, en todo el territorio nacional de las gestiones 2009 – 2011.

14. CONSIDERACIONES GENERALES. -

Como se advirtió anteladamente, la conducta objeto de investigación presenta indicios de una práctica anticompetitiva relativa, por lo tanto, se aplicaría la *regla de la razón*, por medio de la cual, se realiza un análisis bajo el principio orientador de protección de la eficiencia económica o del bien estar social agregado que se obtiene en un mercado de competencia perfecta o competencia efectiva, en este contexto la eficiencia económica se define en tres dimensiones productiva, asignativa y dinámica.⁴⁷

La regla de la razón "es un enfoque jurídico por las autoridades de competencia de los tribunales donde se hace un intento de evaluar las características favorables a la competencia de una práctica comercial restrictiva en contra de sus efectos contrarios a la competencia con el fin de decidir si la práctica debería prohibirse."⁴⁸

⁴⁶ Como se establece en el del artículo 7 del Reglamento aprobado por la Resolución Ministerial N° 190, en el caso de hechos, actos u omisiones recurrentes, el plazo se computará a partir de la realización del último hecho.

⁴⁷ Pág. 3. "Manual de Prácticas Anticompetitivas".

⁴⁸ Traducción propia del texto "A legal approach by competition authorities or the courts where an attempt is made to evaluate the pro-competitive features of a restrictive business practice against its anticompetitive effects in order to decide whether or not the practice should be prohibited" Extraído del Glossary of Industrial Organisation Economics And Competition Law de la OECD.



La regla de la razón se opone en esencia a la regla per se, pues no juzga de manera automática conducta como ilegal, "sino que se analiza la razonabilidad de la práctica, es decir, si la misma afecta o no la eficiencia y la competencia o, en todo caso, si la practica es beneficiosa para estas."⁴⁹ Por lo que, se debe analizar la razonabilidad de la práctica, desde el punto de vista de la competencia y la eficiencia, determinando si sus efectos fueron apreciables en el mercado.

Por otra parte, como se establece en el artículo 10 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190, las prácticas relativas son infracciones que podrán ser consideradas de gravedad leve, media o máxima de acuerdo a la evaluación de las condiciones para su establecimiento y determinación del mercado relevante y del poder de mercado. De la misma forma, en el artículo 11 del Reglamento de Defensa de la Competencia se establece que para que las prácticas anticompetitivas relativas sean sancionadas deberá comprobarse 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.

15. LAS PRESUNTAS PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS. -

Conforme a lo establecido en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012 se puede señalar que la investigación se basa en demostrar la existencia de indicios sobre una presunta práctica anticompetitiva descrita en el numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519:

"10. El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones."

15.1. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS.

La discriminación de precios consiste en cobrar precios diferentes por transacciones aparentemente iguales, sin justificación de costos. Puede ser tanto una práctica abusiva (si su objeto es aprovechar más efectivamente el poder de mercado en distintos segmentos del mismo) como una práctica exclusoria (si su objetivo es desplazar competidores propios o competidores de un cliente al que se quiere favorecer).

Como se establece en el Manual de Prácticas Anticompetitivas, la discriminación en materia de precios o en relación con otros elementos supone que aquellos no reflejan adecuadamente los costos involucrados en la oferta de los bienes o servicios respecto de los cuales se discrimina. Tal discriminación permite, asimismo, instrumentar maniobras

⁴⁹ Pág. 154, Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual N°12 del INDECOPI. extractado del Tema: "La Evaluación de las Conductas Anticompetitivas bajo la Regla Per Se o la Regla de la Razón", por Ivo Gagliuffi Piercechi.



anticompetitivas de mayores dimensiones e importancia, al obstaculizar las operaciones de las partes que son víctimas de condiciones diferenciales perjudiciales.

La discriminación de precios tiene efectos perjudiciales en el mercado, debido a que puede crear distorsiones en el sistema de precios, por otra parte, las discriminaciones entre clientes son un medio para que los agentes económicos con posición monopólica o dominante incrementen sus utilidades, sin justificaciones legítimas que lo sustenten.

Como se advirtió, la discriminación de precios consiste en fijar diferentes precios a distintos consumidores por un mismo bien por razones que no están relacionadas con las diferencias en los costos para producir el mismo. En ese sentido, las autoridades de competencia lo que prohíben es el trato discriminatorio entendido como desigualdad injustificada.

Por un lado, puede representar en sí misma una práctica abusiva destinada a explotar una posición de dominio en un mercado, por otro lado, puede constituir una conducta dirigida a restringir la competencia en un segmento del mercado aprovechando una posición de dominio que se posee en otro segmento del mismo. Finalmente, puede constituir una práctica que no sea anticompetitiva en sí, pero que actúe como señal de que la empresa que la está llevando a cabo tiene una posición dominante en un mercado o en un segmento de éste.

La doctrina de Defensa de la Competencia establece que la discriminación de precios puede tener dos propósitos, el primero es el excluir competidores, lo que se denomina daño primario (*primary line injury*), que consiste en el desplazamiento de los competidores en el mercado a raíz de la estrategia con el objetivo de eliminar a la competencia. Mientras que la segunda afecta a los compradores de un bien, denominado daño secundario (*secondary line injury*)⁵⁰, en el cual el grupo de compradores es el perjudicado mediante el pago de precios más altos, más aún si la empresa abusa de su posición dominante o poder de mercado, afectando la competencia del mercado.

15.2. PODER DE MERCADO.

Como se estableció en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 la empresa PIL ANDINA S.A. cuenta con una cuota en el mercado de leche ultra pasteurizada entera del 89,8%, mientras que en el mercado de leche en polvo cuenta con una cuota de 99,62%, siendo la oferta principal del mercado relevante, consecuentemente contando con un control del mercado.

⁵⁰ Pág. 11 – 12 extraído del ensayo académico "Discriminación de Precios y Defensa de la Competencia" elaborado por Germán





Como se señala en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012, es importante resaltar, que las cuotas de mercado son buenos indicadores del poder de mercado de las mismas, de la misma forma, el poder de mercado está asociado a altas cuotas de mercado.

En ese sentido, en el Informe Técnico se señaló que realizado el análisis del SSNIP se puede establecer que la empresa PIL ANDINA S.A. ante incrementos mayores en 5% del precio ha obtenido incrementos en sus ingresos sin bajar sus ventas durante las gestiones 2010 - 2011, por lo que, se puede establecer que ésta cuenta con la capacidad de incrementar precios de sus productos de forma rentable, sin que se presente una reducción en sus ingresos, lo que expresaría que no existen competidores capaces de contrarrestar su poder de mercado.

Por otra parte, se debe establecer que realizado el análisis técnico del índice de concentración "Hirschman-Herfindhal" se determinó que los mercados de comercialización tanto de la leche ultra pasteurizada, como de la leche en polvo son altamente concentrados, resultado de las altas cuotas de mercado que cuenta la empresa PIL ANDINA S.A.

De la misma forma, la doctrina de defensa de la competencia establece que al poder de mercado se lo define como "poder" de una empresa en un mercado concreto, en términos económicos básicos, el poder de mercado es la capacidad de las empresas para fijar los precios por encima del coste marginal de un modo que resulte rentable. En el análisis de la competencia, el poder de mercado se determina con ayuda de un análisis estructural del mercado, en particular del cálculo de las cuotas de mercado, lo que exige que se examine si hay otros productores de un producto igual o sustituible (*sustituibilidad*).

En ese sentido, se puede señalar que la empresa PIL ANDINA S.A. cuenta con Poder de Mercado, por las siguientes características:

- La participación de la empresa PIL ANDINA S.A. en el mercado de leche ultra pasteurizada y leche en polvo es significativa, debido a que es la principal oferta del mercado relevante, contando con la capacidad de fijar precios, como se advirtió en los análisis tanto SSNIP, como con el índice de concentración HHI, sin dejar de lado la cuota de mercado elevada que cuenta.
- En el mercado de leche ultra pasteurizada y leche en polvo existen barreras estructurales de entrada, como son: los costos hundidos y las economías de escala en la producción.
- Se cuenta con el acceso al insumo, en el cual la empresa PIL ANDINA S.A. es la que concentra la principal demanda de leche cruda (insumo) con el 85% del mercado en el año 2010.
- La empresa PIL ANDINA S.A. ha incrementado sus precios, sin bajar sus ventas durante las gestiones 2010 - 2011 de la leche en polvo, como en el grafico N° 10 del análisis técnico lo señala.



- El mercado de leche ultra pasteurizada y leche en polvo cuenta con una alta concentración, según el análisis técnico.

De acuerdo a lo considerado, se puede establecer que la empresa PIL ANDINA S.A. cuenta con poder de mercado, no solo por contar con una alta cuota de mercado, si no por las demás características descritas anteriormente.

15.3. LA PRESUNTA DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS.

Como se estableció en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012, en el mercado de la leche en polvo la empresa PIL ANDINA S.A. habría realizado el cobro diferenciado entre los clientes nacionales, por otra parte, se habría realizado el cobro diferenciado entre los clientes nacionales e internacionales (que se exporta).

Como se señala en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 el consumidor que se encuentra geográficamente lejos de la planta de producción de la empresa debería estar dispuesto a pagar un mayor precio por el producto, el cual incluye los costos de transporte, de esa forma, los precios de los consumidores próximos a la planta de producción serían menores.

Sin embargo, como se advirtió la empresa PIL ANDINA S.A. cuenta con poder mercado que le permite tener el control del mercado natural, siendo el "líder de precios" e influyendo a sus competidores para que éstos "tomen" el mismo precio, como resultado del poder de mercado.

Es necesario considerar, que la leche en polvo cuenta con una elasticidad baja y que la empresa PIL ANDINA S.A. cuenta con 99,62% de cuota de mercado, por lo que, se podría establecer que los clientes o consumidores se encuentran cautivos, debido a que su captación del producto se encuentra garantizada por la necesidad de éstos, lo cual no implica que no cuenten con otras opciones, si no que libremente escogen el producto por la satisfacción que este les produce.

De acuerdo a los datos recogidos del SISPAM⁵¹, los precios de venta de la leche en polvo comercializado en el mercado interno fueron de 48 Bs/kg a enero del 2010 y 59 Bs/Kg a abril del 2011, mientras que, según información de la Aduna Nacional, los precios de exportación para el mismo producto oscilaron entre 15 Bs/Kg a enero del 2010 y 34 Bs/kg a abril del 2011, precios mucho menores a los presentes en el mercado interno e incluso en algunos casos precios menores a los precios internacionales.

⁵¹ Sistema de Información y Seguimiento a la Producción y Precios de los Productos Agropecuarios en los Mercados (SISPAM) del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras.



De la misma forma, en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0138/2012 de 26 de septiembre de 2012, se establece que, de acuerdo a la información remitida por la empresa PIL ANDINA S.A., los precios de venta de la leche en polvo comercializado en el mercado interno fueron de 45 Bs/kg a enero del 2010 y 50 Bs/Kg a abril del 2011, mientras que los precios de exportación para el mismo producto oscilaron entre 20 Bs/Kg a enero del 2010 y 31 Bs/kg a abril del 2011.

En ese sentido, como se señala en el informe técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0138/2012 se puede establecer los precios promedios de venta de leche en polvo para la exportación declarados por PIL ANDINA S.A. son similares a los remitidos por la Aduana Nacional, de esa forma constatado que los precios de exportación se encuentran muy cercanos a los precios internacionales dentro del periodo enero 2010 – abril 2011, por otra parte los precios promedio de venta de la leche en polvo para el mercado interno presentados por PIL ANDINA S.A., como los contenidos en el SISPAM son similares. Finalmente, la diferencia entre lo precios de venta de leche en polvo para la exportación y los precios de venta al mercado interno, presentados por PIL ANDINA S.A., es realmente considerable.

Por otra parte, en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 se señala en el cuadro N° 12 del análisis técnico presenta un resumen de precios de venta de la empresa PIL ANDINA S.A., en el cual la leche natural UHT y la leche en polvo cuenta con diferentes precios para distintos tipos de clientes, teniendo precios mayores a clientes pequeños, y precios menores a clientes grandes.

Por lo expuesto anteriormente, la empresa PIL ANDINA S.A. habría aprovechado la posición que cuenta en el mercado para incrementar los precios de venta del producto, los cuales habrían llegado a ser superiores a los utilizados por la empresa para la exportación, por lo que, la empresa PIL ANDINA S.A. habría cobrado distintos precios a diferentes compradores por el mismo producto.

15.4. SUBSUNCIÓN DE LA ACCIÓN.

Conforme a lo analizado tanto técnica como jurídicamente corresponde adecuar la conducta realizada por la empresa PIL ANDINA S.A. a los presupuestos objetivos contemplados en la norma.

En el numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008 determina que son 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, realizando el establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones.



De acuerdo a lo considerado anteriormente, se puede establecer que la empresa PIL ANDINA S.A. cuenta con poder mercado dentro del mercado de leche ultra pasteurizada y leche en polvo en territorio nacional, por contar con una cuota de mercado elevada, ser la oferta principal del mercado, tener la capacidad de fijar precios en un mercado donde la demanda tiene una elasticidad baja, un mercado con barreras de ingreso, etc.

De la misma forma, realizado el análisis de la información remitida por el SISPAM, la Aduana Nacional y la propia empresa PIL ANDINA S.A., dentro del periodo comprendido de enero 2010 a abril 2011, se establece que se ésta empresa estaría realizando un cobro de precios más bajos para la leche en polvo de exportación, en comparación al precio cobrado a los consumidores nacionales, siendo este último más elevado por el mismo producto, como se señaló, conforme a la información rematada por PIL ANDINA S.A., los precios de venta de la leche en polvo comercializado en el mercado interno fueron de 45 Bs/kg a enero del 2010 y 50 Bs/Kg a abril del 2011, mientras que los precios de exportación para el mismo producto oscilaron entre 20 Bs/Kg a enero del 2010 y 31 Bs/kg a abril del 2011.

Es importante resaltar, que el precio cobrado por la leche en polvo para exportación sería incluso más bajo que el precio internacional, como se señala en el análisis técnico. Por otra parte, en la información presentada por la empresa PIL ANDINA S.A. **no justifica o determina los motivos** para que se realice dicha discriminación entre los precios nacionales y para exportación.

Adicionalmente, de la información remitida por la empresa PIL ANDINA S.A. se establece que esta empresa habría realizado el cobro de precios diferenciados a clientes de diferente clase, tanto para la leche ultra pasteurizada como para leche en polvo, siendo este el mismo producto, toda vez que no se contaría con la adecuada justificación para que la empresa realice tal discriminación. De esa forma, se podría establecer que PIL ANDINA S.A., con este comportamiento, estaría afectando a la competencia, e indirectamente perjudicaría a los consumidores, ya sean privados como públicos (subsidio de lactancia).

En ese sentido, se determina que existirían indicios que la empresa PIL ANDINA S.A. habría realizado el establecimiento de diferentes precios a diferentes compradores en igualdad de condiciones en el territorio nacional. Por lo que, dicha conducta se adecuaría a lo establecido en el numeral 10 del artículo 11 Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008.

CONSIDERANDO: (de las diligencias preliminares)

Que, mediante el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 0139/2012 de 27 de septiembre de 2012, la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas, efectuó el análisis de las diligencias preliminares realizadas para el presente caso.



Que, el Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, establece como atribución de la AEMP la defensa y promoción de la competencia en los mercados que no presenten características de monopolios naturales; y regular, controlar y supervisar a las empresas, personas y entidades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a prácticas anticompetitivas absolutas y relativas. Asimismo, establece en su Disposición Adicional Cuarta que el Ministerio de Producción y Microempresa elaborará el reglamento que establezca los aspectos necesarios para su efectiva y correcta aplicación.

Que, mediante Resolución Ministerial N° 190 de 25 de mayo de 2008, emitido por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural aprobó el Reglamento de Regulación de la Competencia en el marco del Decreto Supremo N° 29519, a través del cual se determinan las etapas que comprenden el procedimiento sancionador. En este sentido, concluida la etapa de diligencias preliminares, de acuerdo al análisis cursante en el presente informe y lo establecido por el párrafo III del artículo 15 del reglamento antes citado, se tiene que:

- a. Se individualizaron a la parte interviniente.
- PIL ANDINA S.A.
- b. Se establecieron las normas supuestamente vulneradas en el ámbito de la competencia.
- El numeral 10 del párrafo del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519.
- c. Se evidenció indicios sobre la presunta existencia de una práctica anticompetitiva, la cual se habría cometido en las últimas gestiones 2009 - 2011 (**Duración de la practica**).
- d. La conducta de la empresa PIL ANDINA S.A. objeto de análisis, se encuentra en el ámbito nacional por tanto es aplicable la norma nacional.
- e. La supuesta práctica anticompetitiva si afectaría el interés público.

Que, de acuerdo con lo determinado en el inciso a) del párrafo I del artículo 22 del Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por Resolución Ministerial N° 190, se establece que el presente acto administrativo motivado contiene:

- **La práctica anticompetitiva objeto de investigación:** es la presunta contravención al numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, por parte de la empresa PIL ANDINA S.A.
- **características de los bienes o servicios:** la producción y comercialización de leche ultra pasteurizada y por la leche en polvo, con características de baja sustituibilidad y demanda inelástica.
- **la duración de la práctica,** las últimas gestiones (2009 - 2011), sin ser una limitante, para poder realizar el análisis histórico del mercado, más aún de advertirse una conducta anticompetitiva continúa.

la parte identificada, es la empresa PIL ANDINA S.A.



- la relación económica existente con la práctica, la presunta actuación de la empresa PIL ANDINA S.A., desarrollada en este acto administrativo, habría posiblemente contravenido el Ordenamiento Jurídico en lo relativo a presunta realización de una discriminación de precios.
- la relación de los elementos de prueba presentados, la documentación presentada por la empresa PIL ANDINA S.A., de igual forma, la información remita por las demás empresas del sector, el SISPAM y la Aduana Nacional han sido consideradas y analizadas en el presente acto administrativo.

Que, de conformidad a lo establecido por el artículo 22, parágrafo I del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, en concordancia con el artículo 66, parágrafo I del Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 27175, pasada la etapa de diligencias preliminares, corresponde a la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas - AEMP pronunciarse, de forma motivada, respecto a la apertura de la investigación con la Notificación de Cargos en contra de la empresa PIL ANDINA S.A., mediante Resolución Administrativa.

Que, el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 0139/2012 de 27 de septiembre de 2012 evidenció la existencia de indicios de prácticas anticompetitivas por parte de la empresa PIL ANDINA S.A. y por último, de conformidad a lo establecido por el artículo 22 del Reglamento al Decreto Supremo N° 29519 aprobado por Resolución Ministerial N° 190, recomendó iniciar el procedimiento sancionador mediante la emisión de la Resolución Administrativa de Notificación de cargos.

CONSIDERANDO:

Que, del análisis del Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0113/2012 de 15 de agosto de 2012; el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0138/2012 de 26 de septiembre de 2012 y el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 0139/2012 de 27 de septiembre de 2012; se establece que la práctica anticompetitiva en la que posiblemente se habría incurrido, es la siguiente:

- Presunta infracción al numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, por parte de la empresa PIL ANDINA S.A. debido a la existencia de indicios sobre el presunto cobro de precios diferenciados a clientes de diferente clase, tanto para la leche ultra pasteurizada como para leche en polvo, siendo este el mismo producto.

CONSIDERANDO:

Que, por todo lo anteriormente expuesto ante la existencia de indicios de la existencia de prácticas anticompetitivas, corresponde emitir la Resolución Administrativa de Notificación de Cargos e inicio de procedimiento administrativo sancionador en contra de la empresa PIL ANDINA S.A.



ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA



POR TANTO:

El Director Ejecutivo a.i. de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas, en uso de las atribuciones conferidas mediante Decreto Supremo N° 0071 de fecha 9 de abril de 2009 y demás normas legales sectoriales;

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - INICIAR procedimiento sancionador en contra de la empresa PIL ANDINA S.A. por la presunta comisión de prácticas anticompetitivas.

ARTÍCULO SEGUNDO. - NOTIFICAR a la empresa PIL ANDINA S.A. el cargo por la presunta contravención al numeral 10 del artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, en lo referido a la conducta anticompetitiva relativa de 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 cuando se trate del establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones.

ARTÍCULO TERCERO. - OTORGAR, a la empresa PIL ANDINA S.A., el plazo de diez (10) días hábiles administrativos para que presenten sus descargos, alegaciones, explicaciones que pretenda hacer valer en el proceso administrativo.

ARTÍCULO CUARTO. - INSTRUIR a la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo – DTDCDN de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas, realice la publicación de la presente Resolución Administrativa en la página web de la entidad, conforme a lo establecido en el párrafo III del artículo 22 del Reglamento de Regulación de la Competencia en el marco del Decreto Supremo N° 29519, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190 de 25 de mayo de 2008.

Notifíquese, cúmplase y archívese.


Germán Taboada Parraga
DIRECTOR EJECUTIVO a.i.
Autoridad de Fiscalización y
Control Social de Empresas


Mattias Garrón Vedia
DIRECTOR TÉCNICO DE DEFENSA DE LA
COMPETENCIA Y DESARROLLO NORMATIVO a.i.
Autoridad de Fiscalización y
Control Social de Empresas