



RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA RA/AEMP/DTDCDN/ N° 100/2012

La Paz, 31 de agosto de 2012

VISTOS:

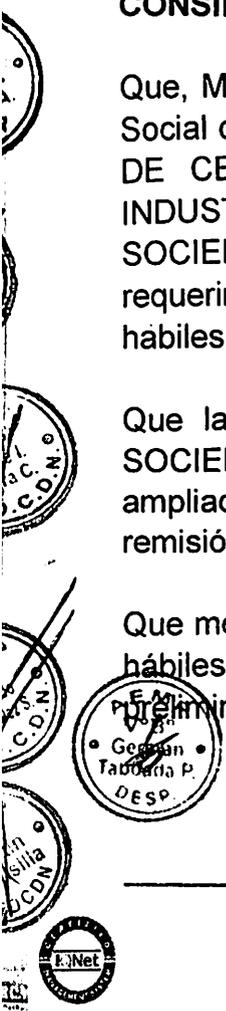
El Auto de fecha 22 de mayo de 2012 la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas inicia Diligencias Preliminares; la nota CITE: GG No. 06/12 presentada en fecha 24 de mayo de 2012, por SOBOCE S.A.; el Auto de 25 de mayo de 2012, emitido por la AEMP; la nota CITE: GG No. 07/12 presentado el 6 de junio de 2012, por SOBOCE S.A.; la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 081/2012 de 25 de junio de 2012, emitida por la AEMP que resuelve calificar como confidencial y no confidencial la documentación presentada por SOBOCE S.A.; la nota CITE: GNV No. 083/12 presentado el 05 de julio de 2012 por SOBOCE S.A.; la nota CITE: GNF No. 694/12 presentada el 11 de julio de 2012 por SOBOCE S.A.; la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 089/2012 de 1 de agosto de 2012 emitida por la AEMP que resuelve calificar como confidencial y no confidencial la documentación presentada por SOBOCE S.A.; informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 de agosto de 2012; Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 112/2012 de 13 de agosto de 2012, ambos 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 22 de mayo de 2012 la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas inicia Diligencias Preliminares a las empresas: SOCIEDAD BOLIVIANA DE CEMENTO S.A. – SOBOCE S.A.; COOPERATIVA BOLIVIANA DE CEMENTO, INDUSTRIAS Y SERVICIOS "COBOCE LTDA"; FABRICA NACIONAL DE CEMENTO SOCIEDAD ANONIMA – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., y se realiza el requerimiento de información a SOBOCE S.A. a ser remitida en un plazo de cinco (5) días hábiles, para investigar y determinar la posible existencia de prácticas anticompetitivas.

Que la nota CITE: GG No. 06/12 presentada en fecha 24 de mayo de 2012 por la SOCIEDAD BOLIVIANA DE CEMENTO S.A. – SOBOCE S.A., en la cual se solicita ampliación del plazo de cinco (5) días hábiles a diez (10) días hábiles administrativos para la remisión de información.

Que mediante Auto de 25 de mayo de 2012, la AEMP otorga la ampliación de cinco (5) días hábiles administrativos y rechaza la solicitud de elevar el Auto de inicio de diligencias Preliminares a Resolución Administrativa.





Que la nota CITE: GG No. 07/12 presentada en fecha 6 de junio de 2012 por la SOCIEDAD BOLIVIANA DE CEMENTO S.A. – SOBOCE S.A., en la cual se remite la información requerida, por otra parte, solicita la reserva de la información comercial proporcionada.

Que mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 081/2012 de fecha 25 de junio de 2012 la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas resuelve calificar como confidencial cierta documentación adjunta a la nota CITE: GNF No. 2597/11, GNF Nº 2794/11 y GNF Nº 2863/11 presentadas por la SOCIEDAD BOLIVIANA DE CEMENTO S.A. – SOBOCE S.A. la misma Resolución, resuelve instruir a SOBOCE S.A. remita un resumen no confidencial de forma previa para que la calificación de confidencialidad se haga efectiva en el plazo de cinco (5) días hábiles administrativos.

Que la nota CITE: GNV No. 083/12 presentada en fecha 05 de julio de 2012 por la SOCIEDAD BOLIVIANA DE CEMENTO S.A. – SOBOCE S.A., en la cual se solicita ampliación de plazo por cinco (5) días hábiles, para remitir el resumen no confidencial requerido mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 081/2012.

Que la nota CITE: GNF No. 694/12 presentada en fecha 11 de julio de 2012 por la SOCIEDAD BOLIVIANA DE CEMENTO S.A. – SOBOCE S.A., en la cual se remite el resumen no confidencial requerido mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 081/2012.

Que, mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 089/2012 de fecha 1 de agosto de 2012 la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas resuelve calificar como confidencial y no confidencial la documentación adjunta a la Nota CITE: GG No. 07/12 presentada en fecha 6 de junio de 2012, por la SOCIEDAD BOLIVIANA DE CEMENTO S.A. – SOBOCE S.A. la misma Resolución, resuelve instruir a SOBOCE S.A. remita un resumen no confidencial de forma previa para que la calificación de confidencialidad se haga efectiva en el plazo de diez (10) días hábiles administrativos.

Que mediante Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS Nº 0107/2012 de 2 de agosto de 2012, emitido por la Dirección de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP en la cual concluye que: el mercado de cemento en Bolivia está concentrado y presenta barreras de ingreso, que facilitan la generación de acuerdos colusorios a nivel horizontal, con procesos de fusión entre empresas rivales; la empresa SOBOCE S.A. posee poder de mercado; existen indicios de una coordinación conjunta entre las empresas cementeras para fijar precios de venta del cemento portland; existen indicios del establecimiento de cuotas de mercado, vía intercambio de cuotas, así como, por una estabilidad de las mismas (tanto a nivel nacional como a nivel departamental), propia de un mercado en colusión; existen indicios de una distribución territorial del mercado, vía intercambio de los mercados, que permitieron a empresas cementeras convertirse eventualmente en únicos proveedores en ciertos departamentos; se generan indicios de un acuerdo colusorio que infringiría la normativa legal vigente de Defensa de la Competencia (Decreto Supremo 29519) en el

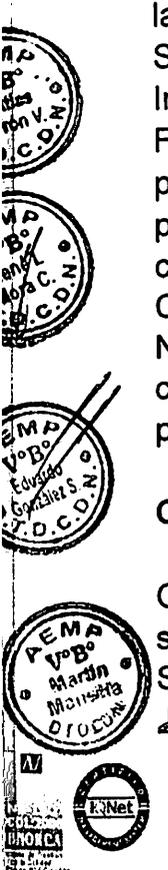


mercado del cemento boliviano entre las empresas COBOCE, SOBOCE, FANCESA e ITACAMBA; se generan indicios de un sistema de monitoreo y control, que encuentra su cede en el IBCH; y se generan indicios de un sistema de compensación, propio de acuerdos colusorios, para los posibles miembros de un cartel en el mercado del cemento. Por lo que, recomienda remita el informe técnico para la valoración legal, en lo correspondiente al procedimiento y se formule cargos a las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., ante indicios de infracciones al Decreto Supremo 29519, en su artículo 10 incisos a), b) y c).

Que el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 112/2012 de 13 de agosto de 2012, emitido por la Dirección de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP, en la cual concluye que: empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. presuntamente habrían realizado una actuación coordinada en el mercado de producción y distribución de cemento dentro el territorio nacional; existen indicios de que la conducta de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. se enmarcaría en lo estipulado inciso a) del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, por presunta fijación de precios; existen indicios de que la conducta de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. se enmarcaría en la conducta estipulada en el inciso b) del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, por la presunta limitación en la producción; existen indicios de que la conducta de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. se enmarcaría en lo estipulado en el inciso c) del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, por la presunta división territorial. Además recomienda emitir Resolución Administrativa formulando cargos en contra de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. por la comisión de presuntas prácticas anticompetitivas establecidas en los incisos a), b) y c) del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519.

CONSIDERANDO: (de la valoración técnica de la investigación)

Que, mediante Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 de agosto de 2012, se realizó el análisis técnico económico de la actuación realizada por las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento,





Industrias y Servicios "COBOCE LTDA"; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., análisis del cual se desprenden los siguientes estudios relevantes:

1. INTRODUCCIÓN

El cemento es un compuesto que ha sido usado desde tiempos antiguos, básicamente es un material que al ser mezclado con agua adquiere la característica de endurecer y de convertirse resistente al agua, alcanzando su dureza máxima aproximadamente después de 28 días. Ello permite que se lo utilice como un material de unión, por ejemplo, entre las piedras de un muro.

El cemento fue inventado en 1824 por un ciudadano inglés llamado Joseph Aspdin. Actualmente el cemento es conocido como cemento Portland, el cual resulta de la combinación química de calcio (generalmente piedra caliza), sílice, alúmina, hierro y otras pequeñas cantidades de otros materiales.

El clinker portland se forma tras calcinar piedra caliza y arcilla a una temperatura que está entre 1350 y 1450 °C. El clinker es el producto del horno que se muele y que conforma la principal materia prima de la que se fabrica el cemento portland.

El proceso de elaboración del clinker se clasifica como vía seco o vía húmedo; el proceso vía seco es el más popular ya que es el más eficiente en el uso de la energía¹, requiriendo hasta un 50% menos de energía que el proceso de vía húmeda².

Actualmente se utilizan molinos verticales y calcinadores, los cuales se desarrollan durante la década de los 70, y que consisten en molinos verticales utilizados para moler la materia prima y el carbón antes de que estos ingresen en el horno. Con un calcinador, la salida del horno podría incrementarse incluso hasta en dos veces y media.

Es preciso señalar que, los molinos verticales son utilizados de igual manera para la molienda del cemento clinker, así como de los deshechos.

Tanto el desarrollo de los molinos verticales, como de los calcinadores, dieron un impulso importante al tamaño de la planta, así como, economías en poder de consumo.

2. PRODUCTO (cemento portland)

*"Se trata de una industria intensiva en capital que en gran medida produce un producto homogéneo, con altos costos de transporte en relación con los costos de producción"*³.

Debido a que los costos de transporte en la industria del cemento representan costos elevados respecto a los costos de producción, la competencia en dicha industria se

¹ Departamento de comercio de Estados Unidos de Norte América, 1987

² Proceso de fabricación del hormigón, L Medina Romero 2007 (pag. 52)

³ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 5)



desarrolla por lo general a un nivel local. De acuerdo a Herve Dumez, Una planta cementera que se encuentra en el interior, difícilmente venderá más allá de un radio de 322 kilómetros y por lo general venderá la mayor parte de su producción en un radio de 160 a 240 kilómetros.⁴

Dada la naturaleza homogénea del cemento, existe muy poca lealtad a la marca, especialmente si es que se vende este producto a granel. Aparentemente existiría muy poco espacio para competir al margen de los precios, sin embargo, un productor de cemento puede diferenciarse de su competencia, al ofrecer un producto con una calidad homogénea o tiempos de entrega, es importante para un cliente que realiza una construcción, el saber que la calidad y el color del cemento será constante a lo largo de todo el proceso de construcción, y que se le aprovisionará de producto según el cronograma que se tenga estipulado, ya que los constructores siempre se encuentran sujetos al cumplimiento de plazos de entrega.

2.1. Energía

El consumo de energía en la industria del cemento presenta un amplio margen de variación, dependiendo del tipo de proceso (Húmedo, seco), eficiencia de las instalaciones (nuevas, antiguas), tecnología, tipo de combustible, etc.

De acuerdo al Cement Bureau⁵, cada tonelada de cemento requiere de entre 60 a 130 kilogramos de combustibles fósiles o sus equivalentes, dependiendo del tipo de cemento o proceso usado, y alrededor de 110KWh de electricidad.

Un análisis de los procesos de obtención de cemento, permiten determinar que el proceso húmedo es el que consume una mayor cantidad de energía, destinada principalmente al secado de la suspensión⁶.

La energía utilizada en la elaboración del cemento puede ser conseguirse mediante la utilización de combustibles (fósiles, desechos, carbón) o mediante la utilización de energía eléctrica.

La importancia en la utilización de la energía en la producción de cemento, emerge por el hecho de que esta representa aproximadamente un 32% de la estructura de costos del cemento⁷; destinada principalmente para la molienda de la materia prima del cemento (63%), la molienda y el quemado del carbón (23%) y (14%) para operaciones varias⁸.

La posibilidad de quemar desechos como fuente substituta de energía, a fuentes tradicionales como carbón u otros combustibles, puede tener un beneficio tanto para las plantas cementeras, como para el medio ambiente, ya que el uso de desechos en los calentadores puede reducir significativamente los costos de energía de la planta. En los

⁴ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 1)

⁵ <http://www.cembureau.eu/about-cement/cement-industry-main-characteristics>

⁶ Quim. Estado de un cuerpo cuyas partículas se mezclan con un fluido sin lograr la disolución.

⁷ <http://www.ibef.org/download/Cement.pdf>

⁸ Handbook for Designing Cement Plants, S.P. Deolalkar, 2009 (cap. 5, pag. 33)



casos en que dichos costos son subvencionados por otras empresas o por autoridades locales, los costos de energía no solamente se ven disminuidos, sino que pueden convertirse en una fuente de ingresos para la planta⁹.

3. MERCADO DE CEMENTO

3.1. Demanda

El hecho de que el cemento es un material de construcción, hace que la demanda de dicho producto se encuentre directamente relacionado con los ciclos de la construcción, según la revista Nueva Economía, "...de manera estándar la mayoría de los países para seguir esta industria de la construcción adopta al cemento como indicador clave"¹⁰. De igual manera, se debe considerar que el uso del cemento se dará en mayor o menor medida según el clima y hábitos locales de construcción (ej. en la ciudad por lo general se usará cemento, mientras que en campo posiblemente se preferirá el uso de adobes).

De acuerdo a Dumez and Alain Jeunemaitre (2000) "...si la construcción se ralentiza, entonces una baja en los precios del cemento no ayudara a impulsar la construcción. Por otra parte, si los precios del cemento suben, incluso fuertemente, no habrá un impacto real en la demanda, ya que no existe otro sustituto real disponible para el cemento en el corto plazo. Así que, en la industria del cemento, el precio no tiene una importancia significativa sobre la demanda. Eso es, en términos económicos, una demanda inelástica al precio"¹¹.

3.2. Oferta

Dado el alto grado de inversión requerido para instalar una planta de cemento, los costos fijos dentro de dicha industria son particularmente altos y significativos, respecto a los costos variables. Los costos fijos pueden por lo general llegar a representar el 50 por ciento del total del costo de producción¹². Más aun, se estima que "la industria del cemento es una de las industrias de uso más intensivo de capital: el costo de una planta cementera nueva equivale a casi 3 tres años de ingresos"¹³.

Nuevas inversiones en capacidad van juntas con importantes economías de escala que se consiguen incrementando el tamaño de la planta, con costos unitarios menores para las plantas más grandes.

Toda inversión a realizarse en la capacidad de producción tendrá que considerar previamente el tamaño del mercado, así como, la tasa de crecimiento del mismo y la ubicación de la planta. De acuerdo a Gerosky (1995), la cuota de mercado que un nuevo entrante puede esperar al ingresar en el mercado, se encuentra entre 1.45 y 6.35 por ciento.

La industria cementera Boliviana se remonta a la década de los 20's, ya que el año 1925, se funda en la ciudad de La Paz la Sociedad Boliviana de Cemento S.A. (SOBOCE) e inicia la

⁹ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez and Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 9)

¹⁰ Revista Nueva Economía, Balance de la construcción 2011, 15 de marzo del 2011 (pag.2)

¹¹ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez and Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 8)

¹² Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez and Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 9)

¹³ http://www.wbcscement.org/pdf/agenda_es.pdf



comercialización de su marca de cemento "Hercules"; posteriormente (1929), SOBOCE cambiaría el nombre de su producto por el de *Viacha*, zona en la que se encuentra ubicada su planta de producción.

Resultado de un terremoto ocurrido en la ciudad de Sucre, es que mediante la promulgación de la Ley N° 90 de 23 de diciembre de 1949, "*Se autoriza al comité de Auxilio y Reconstrucción de Sucre la adquisición directa de un equipo completo de maquinarias para la fabricación de cemento que deberá instalarse en las proximidades de aquella ciudad*"¹⁴.

Sin embargo, no es hasta el año 1960 que la empresa SOBOCE deja de ser la única empresa encargada de aprovisionar cemento al mercado boliviano, ya que en dicho año se constituye oficialmente la Fábrica Nacional de Cemento S.A. (FANCESA), con la participación de la Corporación Boliviana de Fomento, H. Alcaldía de Sucre y Universidad Mayor de San Francisco Xavier de Chuquisaca, para la explotación del yacimiento califero de Cal Orcko y la consiguiente producción de cemento, con participaciones accionarias de 33,34%, 33,33% y 33,33%, respectivamente.

Posteriormente, en la década de los setenta y ochenta, se produce el nacimiento de tres empresas cementeras, en los departamentos de Cochabamba, Tarija y Oruro; la Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios (COBOCE) inicia sus operaciones el año 1972; la Planta de Cemento El Puente, es creada el año 1982 y el año 1988 nace la Empresa Minera Sajama S.A. (EMISA) con la producción de cemento blanco.

Finalmente, en la década de los noventa se inauguran dos plantas cementeras, la planta de cemento Warnes perteneciente a SOBOCE inicia sus operaciones el año 1995 y al culminar el año 1997 nace una nueva sociedad, denominada ITACAMBA CEMENTO S.A., ambas ubicadas en el departamento de Santa Cruz.

En general las empresas fueron realizando una serie de mejoras y expansiones en su capacidad instalada, con la finalidad de incrementar su producción anual, aunque, a partir del año 1996, la empresa SOBOCE inicia una serie de fusiones y adquisiciones de empresas rivales (El Puente y EMISA), que permitieron que dicha empresa cuente a la fecha con el liderazgo del mercado boliviano de cemento.

3.3. Comercialización

En lo que se refiere a la comercialización del cemento, no se puede pasar por alto la importancia de los costos de transporte, respecto a los costos de producción, puesto que estos pueden llegar a representar aproximadamente un 25 por ciento del precio del cemento, este¹⁵ es uno de los principales motivos por los cuales las plantas generalmente venden su producción en un radio de entre 160 a 240 kilómetros.

La mejor ubicación de una planta cementera será aquella que logre combinar los tres tipos de transporte. Una planta debería establecerse en una cantera que disponga de una gran cantidad de piedra caliza de alta calidad de fácil explotación, debería encontrarse cerca de

¹⁴ <http://www.FANCESA.com/1.3.html#1>

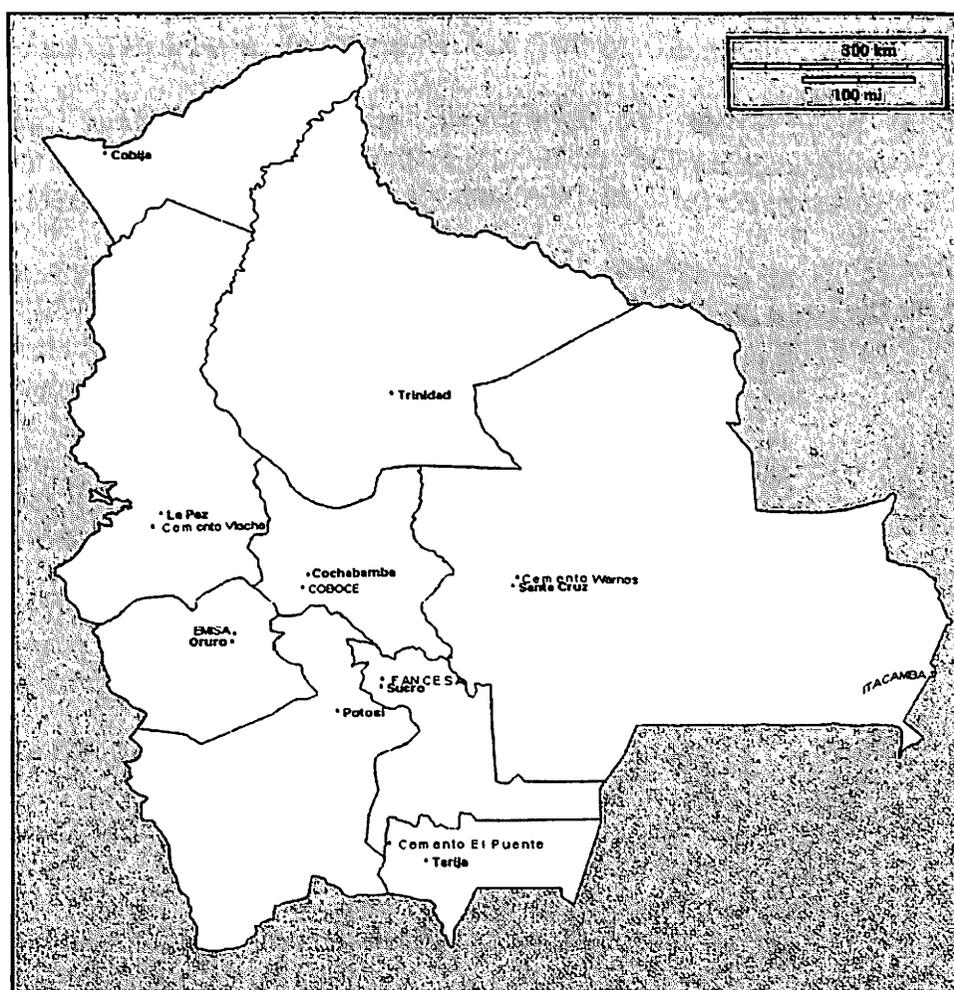
¹⁵ <http://www.cembureau.eu/about-cement/cement-industry-main-characteristics>



amplias áreas urbanas que se conviertan en sus mercados principales, próxima de una línea férrea o red fluvial que permita que el cemento sea distribuido lo más pronto posible desde la planta de producción hasta los consumidores finales.

Es probable que los compradores que se encuentran situados en las proximidades de la planta de producción de cemento se encuentren cautivos, ya que si ellos desean comprar de un productor de cemento distante, ellos deberán pagar mayores costos de transporte y por ende un mayor precio de entrega¹⁶.

Gráfico N° 1
Ubicación geográfica de las ciudades capitales y de las plantas cementeras, Bolivia



3.4. Plantas Cementeras en Bolivia

3.4.1. Cooperativa Boliviana de Cemento Ltda. (COBOCE)

La planta de COBOCE - IRPA IRPA fue inaugurada el año 1972, con una capacidad de producción de 100.000 TM/año.

¹⁶ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez and Alain Jeunemaître, 2000 (pag. 13)





COBOCE IRPA-IRPA inició la ampliación de la fábrica el año 1989 y concluyó el 20 de noviembre del año 1993, trabajo realizado en gran porcentaje por técnicos y obreros bolivianos ofreciendo ahora al mercado nacional 330.000 TM por año, de acuerdo al IBCH, a diciembre del 2011 COBOCE contaba con una capacidad de producción de 375.000 TM de cemento al año.

Actualmente COBOCE se encuentra llevando a cabo un proyecto de expansión que le permitiría la producción de aproximadamente 1.072.500 TM al año, ello significaría que la capacidad de producción de COBOCE se incrementaría para finales del 2012 en aproximadamente un 186% respecto al 2011.

3.4.2. Sociedad Boliviana de Cemento S.A. (SOBOCE S.A.)

Planta Viacha, fundada el mes de septiembre de 1925, inició la producción y comercialización de productos el año 1928. En un inicio, SOBOCE contó en su planta Viacha con una capacidad instalada de 2.000 toneladas métricas (TM) de clinker por año.

Después de una serie de ampliaciones e inversiones realizadas por SOBOCE en la *Planta Viacha* (1936, 1937, 1944, 1969, 1981, 1999, 2002 y 2009), con la finalidad de incrementar la capacidad instalada de la empresa, capacidad que para el año 2011 permite a la Planta Viacha llegar a producir hasta 915.000 TM de cemento al año.

Planta Warnes, SOBOCE realizó en el departamento de Santa Cruz la construcción y puesta en marcha, de la Planta de cemento Warnes (1994) con una capacidad de producción de hasta 180.000 TM de cemento al año; planta que para el año 1995 inicio la comercialización de su producto cemento Warnes IP40. Para el año 2011 la Planta Warnes, habría ampliado su capacidad de producción hasta 217.000 TM de cemento por año¹⁷, es decir que, desde su creación habría incrementado su capacidad de producción en aproximadamente un 21%.

Planta El Puente, fue creada en 1982 con recursos de la Corporación Regional de Desarrollo de Tarija. El año 1996 la empresa SOBOCE decide realizar la compra de El Puente, la cual contaba con una capacidad de producción de hasta 60.000 TM de cemento al año. Según el IBCH, para el año 2011 la planta El Puente contaba con una capacidad de producción de hasta 187.200 TM de cemento al año, lo que significa que dicha planta cementera ha incrementado su capacidad de producción en aproximadamente 212 %, respecto al año de adquisición (1996).

Planta EMISA, el año 1988 nace la Empresa Minera Sajama S.A. (EMISA) en el departamento de Oruro. El año 2002 la empresa SOBOCE decide realizar la compra de los activos de la planta de cemento EMISA, la cual disponía de una capacidad de producción de hasta 190.000 TM de cemento al año, capacidad que no sufrió¹⁸ variaciones hasta la fecha.



¹⁷ Datos IBCH

¹⁸ Datos IBCH





3.4.3. Fábrica Nacional de Cemento S.A. (FANCESA)

Mediante D.S. N° 05135 de 21 de enero de 1959, el Gobierno autoriza la creación de una sociedad anónima en la departamento de Sucre entre: La Universidad Mayor de San Francisco Xavier, la Municipalidad de Sucre y la Corporación Boliviana de Fomento (CBF), bajo el nombre de Fábrica Nacional de Cemento S.A. (FANCESA), sin embargo, no es hasta el año siguiente (1960) que se constituye oficialmente para la explotación del yacimiento de Cal Orcko, así como, para la producción, industrialización y comercialización de cemento.

El año 1999, la Prefectura de Sucre transfiere su derecho propietario sobre las acciones de la desaparecida CBF a SOBOCE. Sin embargo, en septiembre del 2010 el Gobierno Nacional decide revertir las acciones de FANCESA a favor de la Gobernación de Chuquisaca¹⁹, mediante Decreto Supremo N° 0616, que establece la recuperación del 33,34% del paquete accionario que estaba en manos de SOBOCE.

De acuerdo al IBCH, en diciembre del 2011 FANCESA contaba con una capacidad de producción de 630.000 TM de cemento al año.

3.4.4. Cemento Camba - ITACAMBA

El año 1989, el grupo boliviano TUMPAR, con el apoyo del grupo Itaú de Brasil, decide iniciar la construcción de una planta de cemento, aprovechando el clínker producido por la fábrica Itaú de Corumbá. Para el año 1991 se inicia la producción del Cemento "Camba", en el departamento de Santa Cruz; con una capacidad de producción de hasta 60.000 TM año.

Luego de una serie de convenios de asesoramiento técnico, entre los grupos TUMPAR e Itaú, al culminar el año 1997 nace una nueva sociedad, denominada ITACAMBA CEMENTO S.A., conformada por los grupos TUMPAR, Itaú y Camargo Correa. Para el año 2011, ITACAMBA disponía de una capacidad de producción de cemento de hasta 200.000 TM al año, es decir, que desde el año 1991 incremento su capacidad de producción en aproximadamente un 233%.

4. CUOTAS DE MERCADO

El mercado del cemento en Bolivia se reduce a cuatro empresas (SOBOCE, FANCESA, COBOCE e ITACAMBA), por lo que podría entenderse que es un mercado con tendencia oligopólica²⁰.

En el gráfico N° 2 se presentan las cuotas de mercado de las empresas cementeras a nivel nacional para el año 2011; en el mencionado gráfico se evidencia que la empresa SOBOCE

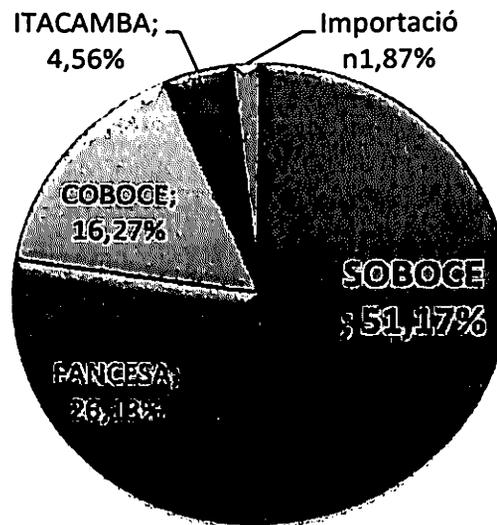
¹⁹ http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/economia/20100901/acciones-de-fancesa-estan-ahora-en-manos-de-la-gobernacion-de-87709_168003.html

²⁰ "El oligopolio: este mercado se caracteriza por tener pocos vendedores, de forma que cada empresa puede influir en el precio de mercado y en la conducta de sus competidores". Economía Principios y Aplicaciones, F. Mochón, 2008 (pag.134)



presenta una cuota del 51,17%, es decir que, se encuentra con una participación dominante en el mercado del cemento.

Gráfico N° 2
Cuotas de mercado de empresas cementeras Bolivia, 2011 (producción de cemento más importaciones)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del IBCH

De acuerdo al manual de prácticas anticompetitivas (2010), "varias jurisdicciones establecen que una firma individualmente considerada es dominante, si posee una cuota de mercado superior al 50%"²¹. En ese sentido se podría decir que, la empresa SOBOCE, se encuentra en una posición dominante del mercado.

5. 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 mercado²².

5.1. Mercado Producto

El mercado del producto es la producción y comercialización de cemento portland. En la actualidad la demanda de cemento portland proveniente principalmente del área de la construcción, no cuenta con bienes sustitutos lo suficientemente cercanos, que pudiesen contrarrestar un posible incremento en precios por parte de un monopolista hipotético, que lleve el precio de dicho producto a un nivel de competencia.

Los clientes de las empresas cementeras son diversos, y pueden variar desde las empresas constructoras (públicas y privadas) dedicadas a la construcción de viviendas u obras públicas (carreteras, hospitales, etc.), los grandes distribuidores, empresas de hormigón

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

²² Manual de Prácticas Anticompetitivas, Naciones Unidas, 2010 (pag.6)



premezclado, hasta las instituciones sin fines de lucro (Hábitat para la Humanidad, Pro-habitat) y el público en general.

Es preciso señalar que el cemento es un bien que se encuentra ligado directamente al ciclo de la construcción (y al no existir sustitutos perfectos para este producto), mientras el ciclo de construcción (público y privado) se mantenga estable o en crecimiento, la demanda del cemento será inelástica a incrementos en precios; es decir que, un incremento en el precio del cemento no disminuirá sustancialmente la demanda de dicho producto.

5.2. Mercado Geográfico

*"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"*²³.

El alcance geográfico en el que las empresas cementeras desarrollan sus negocios es de carácter nacional, toda vez que, las empresas cementeras bolivianas se encuentran distribuidas en distintos departamentos, y debido a que, el alcance de una posible distribución geográfica del mercado resultante de posibles acuerdos colusorios, abarcaría la totalidad del territorio boliviano.

6. 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"*²⁴.

Es preciso señalar que *"el poder monopólico o de mercado, está asociado con altas cuotas de mercado"*²⁵, por lo que en el presente caso de análisis, se entendería que la alta cuota de mercado de SOBOCE (51,17%) estaría asociada con un elevado poder de mercado por parte de dicha empresa.

6.1. Nivel de Concentración Económica

En el presente caso de análisis se calculó el Índice Hirschman-Herfindhal²⁶ (HHI), en base a los volúmenes de venta de cemento registrados a nivel nacional por parte de las empresas cementeras.

Si bien esta es una herramienta que se utiliza generalmente en casos de fusiones de empresas (una mayor concentración generalmente significa que se prohíbe la fusión), una amplia gama de autores²⁷ ahondan en el uso del indicador HHI, como una herramienta que

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

²⁴ 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>

²⁵ MPI Studies on Intellectual Property, Josef Drexler, Reto M. Hilty, Wolfgang Schön, Joseph Straus, 2008 (P.60)

²⁶ En la legislación de la Unión Europea se determina que el límite sobre el cual se considera un mercado altamente concentrado es de $HHI > 2.000$, aunque la legislación 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.

²⁷ Weil, Wagner & Frank (2001), Bruce Lyons (2009), Davis & Garcés (2010)



permite determinar el poder de mercado de una empresa²⁸, así como, la concentración de mercado²⁹ y la consecuente posibilidad de que se creen carteles (colusión) en el mismo.

Cuadro N° 1
Índice HHI correspondiente al mercado de cemento en Bolivia, año 2011

Año	SOBOCE	FANCESA	COBOCE	ITACAMBA	Importaciones	Índice HHI
2011	51,17	26,13	16,27	4,56	1,87	3.590

Fuente: Elaboración Propia en base a datos IBCH

El índice HHI, se calcula mediante la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado individuales de todos los participantes, es decir:

$$HHI = \sum_i m_i^2$$

Donde m_i son las cuotas de mercado de las distintas empresas.

$$HHI = (51,17)^2 + (26,13)^2 + (16,27)^2 + (4,56)^2 + (1,87)^2 = 3590.$$

En nuestro caso de análisis, el indicador HHI no solamente permite determinar el poder de mercado de la empresa SOBOCE, toda vez que, esta presenta un peso proporcionalmente mayor de participación en el mercado, de acuerdo a su importancia relativa (51,17), sino que, permite conformar un criterio respecto el riesgo de que eventualmente se presente una tendencia colusoria en dicho mercado.

Cuadro N° 2
Umbral de análisis de la Comunidad Europea (CE) y de USA

	HHI
Umbral de análisis en la CE	
Requiere análisis de competencia	1000-2000
Requiere análisis de competencia	>2000
Umbral de análisis en USA	
Requiere análisis de competencia	1000-1800
Requiere análisis de competencia	>1800
No hay preocupación para la competencia si el HHI <1000	

Fuente: Elaboración propia en base a Recent Developments in Antitrust, Jay Pil Choi, (2007)

Un análisis del cuadro N° 2 permite señalar que en la legislación americana los mercados pueden ser catalogados como desconcentrados ($HHI < 1000$), moderadamente concentrados ($1000 < HHI < 1800$) o altamente concentrados ($1800 > HHI$)³⁰. Realizando una analogía de la legislación americana con la legislación Europea, tenemos que, en la comunidad europea los

²⁸ Davis & Garces (2010) Quantitative Techniques for Competition an Antitrust Analysis, (pag. 288). Naciones Unidas (2010), Manual de Prácticas Anticompetitivas (pág. 12). Massimo Motta (2003), competition Policy theory an Practice (pag. Cap. 3, pag. 23).

²⁹ Weil, Wagner & Frank (2001) Litigation Services Handbook (Capítulo 26, pág 11)

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

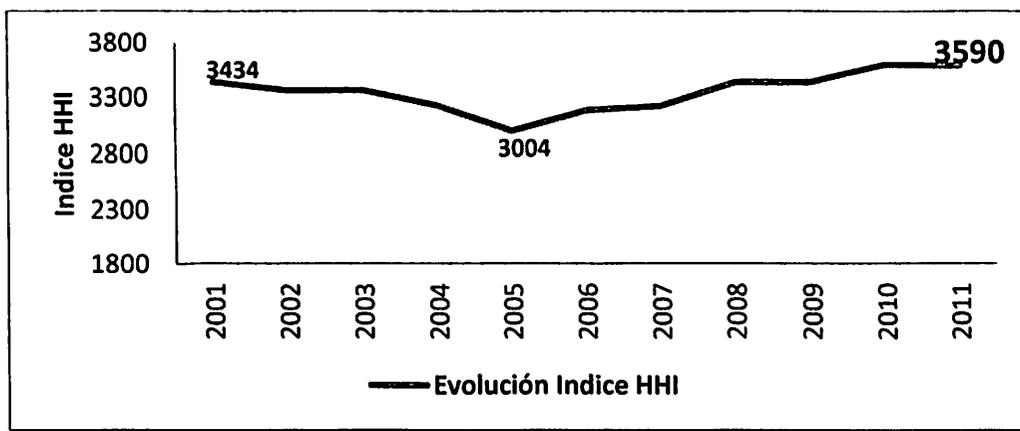




mercados pueden ser catalogados como desconcentrados ($HHI < 1000$), moderadamente concentrados ($1000 < HHI < 2000$) o altamente concentrados ($2000 > HHI$).

Por lo tanto, en el marco de la legislación americana como de la legislación europea, podemos decir que, el mercado de producción y comercialización de cemento en Bolivia se encuentra altamente concentrado (3590), por ende, presenta un mayor riesgo de que se conformen carteles (acuerdos colusorios) en el mismo.

Gráfico N° 3
Evolución del Índice HHI del mercado del cemento 2001-2011



Fuente: Elaboración propia en base a datos del IBCH

El gráfico N° 3 permite determinar que a lo largo de todo el periodo 2001-2011, el mercado de cemento boliviano ha estado altamente concentrado, con niveles superiores a los 2000 que señala la legislación europea y a los 1800 que señala la legislación americana.

De igual manera, se puede observar que partir del año 2005 se presenta una tendencia creciente en la concentración del mercado de cemento en Bolivia, hecho que puede ser el resultado de una menor cantidad de empresas en el mercado y/o amplias variaciones en las cuotas de mercado, generándose con ello un mayor grado de concentración³¹.

Un aspecto que puede influenciar a que el mercado boliviano del cemento permanezca altamente concentrado, puede ser la presencia de una serie de barreras de ingreso que se presentan en la industria, barreras que podrían disuadir el ingreso de posibles entrantes al mercado, motivo por el cual se las describe a continuación.

6.2. Barreras de Entrada

Las barreras de entrada pueden entenderse como las desventajas de posibles entrantes respecto a empresas establecidas en el mercado, dichas barreras presentan un rol importante para determinar la estructura de la industria, como ser, el número de empresas en el mercado y la distribución del tamaño de las empresas.³²

³¹ Industrial Organization, A Strategic Approach, Jeffrey Church y RogerWare, 2000 (pag.272)

³² Traducción propia del texto: "those costs which cannot be recovered by the firm". The Blackwell Encyclopedia of Management, Managerial Economics, Robert E. McAuliffe. 2005 (pag. 229).

6.2.1. Costos hundidos

Por costos hundidos entendemos *"aquellos costos que no pueden ser recuperados por la empresa"*³³.

Aunque el proceso de producción del cemento es conocido, fácilmente entendible y que la maquinaria necesaria para dicha producción se encuentra disponible en el mercado, los elevados costos hundidos (ej. molinos, hornos, etc.) en los que se debe incurrir para instalar y poner en funcionamiento una fábrica de cemento son bastante elevados y por ello pueden representar una barrera de ingreso para potenciales entrantes.

Por ejemplo, la compra de un Molino por un valor de 2 millones de \$us, representa un costo hundido para la empresa ya que dicho activo no tiene ningún uso alternativo, que el de la molienda de cemento.

La elevada inversión que se realiza para la puesta en marcha de una empresa cementera y la imposibilidad de utilizar la misma para la producción de otros productos (lo que representa una salida muy costosa), puede representar de igual manera una barrera de entrada para los posibles entrantes, que poseen una baja tolerancia al riesgo.

6.2.2. Economías de escala

De acuerdo a Mochón y Becker (2008), existen *"...economías de escala crecientes cuando, al variar la cantidad utilizada de todos los factores en una determinada proporción, la cantidad obtenida del producto varía en una proporción mayor (por ejemplo, al duplicar las cantidades utilizadas de todos los factores obtenemos más del doble del producto)"*³⁴. También se puede decir que, *"existen economías de escala cuando los costos unitarios de producción disminuyen con la cantidad total producida"*³⁵.

La inversión en capacidad instalada va de la mano con importantes economías de escala que se consiguen al incrementar el tamaño de la planta, con el resultado de costos unitarios menores para las empresas más grandes. Las economías de escala resultan en una desventaja de costos para el ingreso de empresas de pequeña escala, fijando un tope para el número de empresas que pueden entrar en un mercado y generar beneficios positivos³⁶.

Las economías de escala pueden llegar a representar barreras de ingreso a posibles entrantes, puesto que estos últimos están sujetos a realizar sustanciales inversiones de capital para lograr alcanzar el tamaño óptimo de planta, que permita producir de manera competitiva haciendo frente a las empresas ya presentes en el mercado³⁷.

³³ The Blackwell Encyclopedia of Management, Managerial Economics, Robert E. McAuliffe. 2005 (pag. 16)

³⁴ ECONOMÍA PRINCIPIOS Y APLICACIONES, Mochón y Becker,

³⁵ Competition policy Theory and Practice, Massimo Motta, 2003 (cap. 1, pag. 2)

³⁶ Industrial Organization, A Strategic Approach, Jeffrey Church y Roger Ware, 2000 (pag.280)

³⁷ The Blackwell Encyclopedia of Management, Managerial Economics, Robert E. McAuliffe. 2005 (pag. 16)



6.2.3. Ubicación geográfica de la planta

Una planta cementera requerirá de ciertas características para poder operar de manera optima, como por ejemplo, estar instalada cerca de una cantera que disponga de una gran cantidad de piedra caliza de alta calidad, estar cerca de amplias áreas urbanas que se convertirán en sus principales mercados, estar cerca de un río, ferrocarril o carretera que permita distribuir la producción de cemento desde la planta hasta el mercado lo más pronto posible.

Sin embargo, cumplir con todas estas características, resulta una tarea complicada puesto que la disponibilidad de yacimientos (canteras) de piedra caliza de alta calidad para la producción de cemento, que se encuentren próximas a redes de transporte y de áreas pobladas, se encuentran disponibles en un número reducido, por ende representan un aspecto esencial para la competitividad de la planta cementera el asegurar los sitios más rentables.

En ese sentido, si es que la disponibilidad de yacimientos con las características descritas anteriormente se agotase, ello representaría un cierre del mercado para los potenciales entrantes a la industria cementera.

6.2.4. Integración vertical

De acuerdo a Bruce Lyons (2009)³⁸, las integraciones verticales se dan entre vendedores y compradores, es decir que, dicha integración se da entre empresas que se encuentran realizando sus actividades en distintas etapas de los procesos de producción y comercialización, razón por la cual no son competidores directos³⁹.

Un ejemplo claro de integración vertical que se presenta en la industria del cemento, viene dado por las empresas productoras de cemento que compran empresas de hormigón pre mezclado, en estos casos, las empresas cementeras principalmente buscan asegurar su cuota de mercado⁴⁰.

Considerando que las empresas de hormigón pre mezclado vienen a ser uno de los principales clientes de las empresas cementeras, un posible efecto de la mencionada integración vertical, sería la de generar barreras de ingreso, ya que, las potenciales empresas entrantes al mercado del cemento, deberían ingresar simultáneamente al mercado del hormigón pre mezclado y de esa manera contar con una cuota de mercado mínima asegurada.

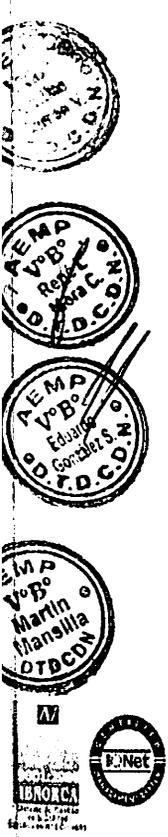
De acuerdo al Manual de Prácticas Anticompetitivas, si los acuerdos verticales son estudiados y son sancionados por las entidades encargadas de la defensa de la competencia "se debe a que tienen ciertos efectos horizontales, o sea ciertos efectos restrictivos de la competencia entre empresas que operan en el mismo mercado"⁴¹.

³⁸ Cases in European Competition Policy, Bruce Lyons, 2009 (pag. 21)

³⁹ EU Distribution Law, Joanna Goyder, 2005 (pag. 19)

⁴⁰ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 40)

⁴¹ Manual de Práctica Anticompetitivas, Diego Borht 2010, (pag.24)





En resumen, podemos decir que debido a los elevados costos hundidos que debe realizar un posible entrante a la industria del cemento, las economías de escala de las empresas presentes en la industria, la disponibilidad de ubicaciones estratégicas de explotación de yacimientos y las integraciones verticales realizadas entre empresas cementeras y empresas de hormigón pre mezclado, es que podemos deducir que, la industria cementera presenta numerosas barreras de entrada.

7. DEFINICIÓN DE CARTEL Y SU ESTRUCTURA

Un cartel es una conducta que *"incluye acuerdos entre competidores para fijar precios, restringir la cantidad ofertada, presentar ofertas colusorias o distribuirse el mercado, "hiere a los consumidores en muchos países al aumentar los precios y restringir la oferta"*⁴².

*"Cuando empresas realizan acuerdos formales para fijar precios o cantidades producidas, pueden haber formado un cartel para reducir la competencia entre ellos"*⁴³.

Los miembros de un cartel son oligopolistas que cooperan entre si y que pueden decidir maximizar beneficios conjuntos, dividirse el mercado o fijar otros objetivos dependiendo del número de miembros y la variedad de fuerzas económicas⁴⁴.

La presencia de carteles dentro de la economía de un país, ocurre en una variedad de sectores de la economía, pero por lo general su conformación es más común en sectores como los de la construcción y sus materiales (cemento, concreto, asfalto)⁴⁵.

De acuerdo a Dumez y Jeunemaitre (2000), la industria del cemento por lo general ha sido relacionada con la formación de carteles, debido a que se han presentado sucesivos casos de defensa de la competencia relacionadas con este tipo de prácticas⁴⁶ en dicha industria.

Entre las características que se presentan en la conformación de un cartel podemos señalar⁴⁷:

- El *acuerdo colusorio* (ej. fijación de precios de venta de productos, cuotas de mercado, volúmenes de ventas, territorios, clientes y/o volúmenes de ventas).
- *Monitoreo y control* del cumplimiento del acuerdo.
- *Sanción* para los infractores del acuerdo.

Los operadores de una colusión, están concientes de que su conducta es anticompetitiva y que se encuentra fuera de la ley, por lo que realizan sus operaciones de manera secreta y

⁴² Traducción del texto original: *This conduct, which includes agreements among competitors to fix prices, restrict output, submit collusive tenders or share markets, "injures consumers in many countries by raising prices and restricting supply".* Hard Core Cartels, Recent Progress and Challenges Ahead, OECD, 2003 (pag.7)

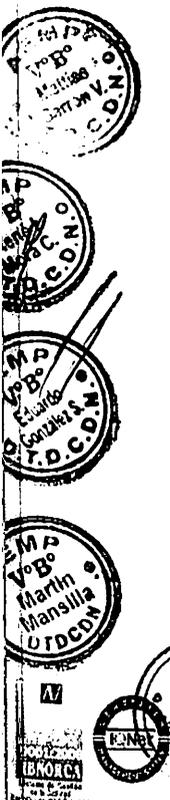
⁴³ Traducción del texto original: *When firms make formal agreements to set prices or output levels they may form a cartel to reduce competition between them.* The Blackwell Encyclopedia of Management, Managerial Economics, Robert E.McAuliffe. 2005 (pag. 32)

⁴⁴ The Blackwell Encyclopedia of Management, Managerial Economics, Robert E.McAuliffe. 2005 (pag. 32)

⁴⁵ Hard Core Cartels, Recent Progress and Challenges Ahead, OECD, 2003 (pag.10)

⁴⁶ Revisar prácticas anticompetitivas en la industria del cemento llevadas a cabo en Japón, Alemania y Estados Unidos.

⁴⁷ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006





generalmente elaboran intrincados esquemas que permiten llevar a cabo el acuerdo sin ser detectados⁴⁸.

7.1. Acuerdos Colusorios

*"Los acuerdos colusorios pueden tomar diferentes formas: Empresas pueden acordar respecto a precios de venta, acordar distintas cuotas entre ellos, dividirse los mercados de manera que algunas empresas decidan no presentarse en ciertos mercados a cambio de ser los únicos vendedores en otros mercados, o coordinar su comportamiento en otras dimensiones. Los acuerdos institucionales para mantener la colusión puede que varíen: desde una muy bien organizada estructura colusoria, donde la oficina central (secreta, si existe la ley de defensa de la competencia) toma las decisiones principales, hasta situaciones donde las empresas encuentran una manera de comunicarse para mantener el acuerdo"*⁴⁹.

7.1.1. Acuerdo colusorio de precios

Los acuerdos colusorios relacionados con los precios de venta de productos, por lo general se destacan por la presencia de precios comunes (o sugeridos) cuando los productos son homogéneos (como en el caso del cemento); en el caso de una variedad de productos, el cartel puede acordar ya sea una estandarización de productos a ser comercializados o el uso de un sistema sofisticado de precios⁵⁰.

Es decir que, en presencia de acuerdos colusorios, no solamente hay precios mayores de venta a los consumidores, precios estandarizados y una menor cantidad de promociones y descuentos; sino que también se presenta una estandarización de los productos, simplificando de esta manera el proceso de monitoreo y control.

El año 1991 el Departamento de Justicia del Japón⁵¹ (JFTC), impuso una multa record de 11.2 billones de yens (\$us 83.3 millones al tipo de cambio de 1991) a empresas cementeras que coludieron con la finalidad de fijar precios.

Para la puesta en marcha de este tipo de acuerdos se debe considerar que, las empresas en colusión intercambiarán información sensible relativa a precios y sus posibles incrementos.

7.1.2. Acuerdo colusorio de adjudicación de mercado

De acuerdo a Joseph Harrington (2006) existen tres posibles esquemas de adjudicación del mercado, dentro de un acuerdo colusorio:

- Cuotas de ventas (cuotas de mercado).
- Distribución geográfica (relacionada con los mercados naturales).

⁴⁸ Hard Core Cartels, Recent Progress and Challenges Ahead, OECD, 2003 (pag.11)

⁴⁹ Competition policy Theory and Practice, Massimo Motta, 2003 (cap. 4, pag. 2)

⁵⁰ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag.7)

⁵¹ <http://www.justice.gov/atr/public/speeches/5076.htm>





- Adjudicación de clientes.

Empresas que llevan a cabo acuerdos colusorios pueden realizar una combinación de los esquemas anteriores, o inclusive utilizar los tres esquemas a la vez⁵². La búsqueda de un acuerdo colusorio por parte de los participantes del mercado será eliminar la incertidumbre de los precios de venta y les otorgará una estabilidad de los mismos.

Las prácticas o acuerdos colusorios de este tipo, permiten a las empresas hacer uso de un Poder de Mercado (incrementar precios o reducir cantidades ofertadas) que no poseerían si es que el acuerdo no estuviera presente, restringiendo de una manera artificial la competencia, de manera que puedan incrementar los precios, situación que termina afectando el bienestar de los consumidores finales.

Por ejemplo se presentó una colusión en el mercado del cemento en Egipto, país en el cual empresas estatales estaban encargadas de la producción de cemento hasta el año 1999, año en que se realizó la apertura de dicho sector a los inversionistas privados. Inicialmente se presentó un crecimiento inmediato en el sector, que permitió para el año 2000 disponer de un precio del cemento de entre 35 \$us a 55.7 \$us por tonelada métrica (en comparación con el precio internacional de entre 39 \$us a 110 \$us la tonelada métrica), permitiendo que las exportaciones de cemento de Egipto a partir del año 2002 crecieran rápidamente⁵³.

El que no existiera una autoridad de defensa de la competencia en dicho país que controlase la colusión de las empresas cementeras, permitió que los productores de cemento coludieran⁵⁴ y fueran capaces de incrementar ampliamente los precios de venta en pocos años, para el año 2007, el precio de venta puesto en almacenes era de 70\$us la tonelada⁵⁵. Situación similar se presentó en el cartel del cemento descubierto en el sur de Lander (Alemania) el año 1988 por la *Bundeskartellamt* (La oficina de carteles de Alemania)⁵⁶, donde cada productor tenía una cuota de mercado que fue fijada previamente en coordinación con las otras cementeras.

7.1.2.1. Adjudicación de mercado mediante cuotas de ventas

El congelar las cuotas de mercado entre empresas rivales, a través de acuerdos colusorios, vuelve inútil cualquier estrategia de descuentos de precios de venta que pudiesen aplicar las empresas, ya que se elimina todo incentivo para promocionarse y ganar cuotas de mercado.

De acuerdo a Dumez y Jeunemaitre (2000), *“las cuotas de ventas podrían ser establecidas a un nivel global del mercado (si fuese global), regional (por ejemplo Europa) y país”*⁵⁷.

Al fijarse cuotas de ventas entre empresas rivales mediante acuerdos colusorios, se evita la competencia de precios, y resulta ser un sistema menos complicado que un sistema de control de precios, puesto que se requiere únicamente verificar el cumplimiento de las cuotas de mercado establecidas.

⁵² How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 25)

⁵³ Competition and Development (the Power of Competitive Markets), Susan Joeekes y Phil Evans, 2008 (pag 29)

⁵⁴ <http://competitionregimes.com/pdf/Book/Africa/42-Egypt.pdf>

⁵⁵ http://enpub.fulton.asu.edu/cement/cbm_CI/CBMI_Separate_Articles/Article%2023.pdf

⁵⁶ Ver BKA, Juicio B1-2531100-A-30/88-4, 12 Septiembre 1988.

⁵⁷ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 25)



La puesta en marcha de este tipo de sistema colusorio se presentó en el sur de Alemania en la década de los 80's, en el mercado del cemento, donde uno de los representantes autorizados de la empresa Heidelberger Zement (miembro del cartel), operando desde la sede de su empresa, se comunicaba telefónicamente con los otros miembros del cartel de manera mensual para averiguar los niveles totales de ventas para cada mes, y de esa manera ver cuánto había variado la demanda estimada de la demanda efectiva. Adicionalmente, calculaba si las cuotas de mercado de cada uno de los miembros eran concordantes con las cuotas establecidas y en base a ello se ajustaban los precios de venta para el mes vigente⁵⁸.

Una característica de un mercado coludido que ha sido distribuido en base a volúmenes de ventas o cuotas de mercado, es que, las cuotas de mercado de las empresas coludidas son **altamente estables** a lo largo del tiempo. Sin embargo, antes de incurrir en erróneas conclusiones, es preciso señalar que la inexistencia de una estabilidad en cuotas de mercado no es sinónimo de inexistencia de un cartel.⁵⁹

7.1.2.2. Adjudicación de mercado mediante distribución geográfica

Un principio común presente en una serie de carteles, era el principio del "mercado natural", en el cual los miembros de un cartel reducirían la oferta de sus productos a los mercados próximos a sus plantas de producción. El objetivo era lograr un acuerdo que permitiese (idealmente), que cada miembro del cartel tomase control de su mercado natural y lograrse compartir la demanda global que no correspondía al mercado natural de ninguno de los miembros del cartel⁶⁰.

El consensuar la división del mercado entre empresas rivales es considerado una práctica anticompetitiva, puesto que tiene como consecuencia la supresión de la competencia entre los agentes participantes del mercado, y busca otorgar a cada uno de los agentes infractores, la capacidad de actuar como un monopolista en su respectivo territorio. Además, una vez que se ha establecido la distribución territorial del mercado, es muy difícil el volver a amoldarlo, especialmente en el corto plazo.

El repartirse el mercado mediante **territorios o mercados naturales**, eventualmente puede conducir a la presencia de precios superiores a los que se habrían presentado en un mercado de competencia⁶¹, coartando además las opciones para los consumidores.

Este tipo de acuerdo de distribución de mercado entre productores, constituye una práctica concertada que afecta a la competencia, si es utilizada para disuadir el ingreso de nuevas empresas rivales al mercado y es contraria a toda normativa de defensa de la competencia.

⁵⁸ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 30)

⁵⁹ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag.31)

⁶⁰ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag.34)

⁶¹ The role of exclusive territories in producers competition, Patrick Rey & Joseph Stiglitz, 1995.



7.1.2.3. Adjudicación de mercado mediante tipo de clientes

La distribución de clientes es una manera coordinada de un cartel de compartir el mercado, para llevar a cabo este tipo de distribución, podrían usarse los volúmenes históricos de compra de distintos clientes, para dividirse los clientes más representativos, entre los miembros del cartel.

Otro método de distribución de clientes, puede presentarse en la forma de un acuerdo que limite la competencia por ganar los clientes de la competencia, y por el contrario, que impida de manera activa asegurarse que los clientes no cambien de proveedor.

Este método fue analizado por la Comisión Europea en el cartel del cloruro de colina⁶², donde se determinó que las empresas coludidas se habrían adjudicado clientes específicos y habrían acordado entre sí, ofrecer precios mayores a los clientes que habían sido adjudicados a otros productores⁶³.

7.2. Monitoreo y Control

Una vez que empresas coludidas han logrado llegar a un acuerdo en lo relativo a precios y/o distribución del mercado, es preciso que el acuerdo sea implementado; lo que conlleva la posibilidad de que alguna de las empresas coludidas haga trampa, ya sea: reduciendo el precio de venta demasiado bajo, vendiendo demasiado, atrayendo de manera activa a los clientes de una empresa rival o cometiendo otras "violaciones" al acuerdo realizado entre las empresas.

Es en ese sentido que, un aspecto crítico para mantener los acuerdos colusorios en marcha, es el desarrollo de un sistema de monitoreo y control de los distintos elementos estipulados en los acuerdos colusorios, de manera que asegure la implementación de todo lo acordado⁶⁴.

*"Un cartel se levanta si es capaz de cubrir sus costos de organización, y luego sobrevive si establece un sistema (y política) de control que sea lo suficientemente fuerte y capaz de limitar la competencia (por ejemplo competencia de precios a entrantes) a un nivel aceptable"*⁶⁵.

7.2.1. Intercambio de información

El intercambio de información resulta ser un elemento esencial al momento de dar continuidad a un cartel, la cantidad de información que se comparte entre los miembros de un cartel es impresionante, aunque por lo general esto no se detecta hasta que una investigación de defensa de la competencia toma lugar.⁶⁶

⁶² El cloruro de colina (soporte de maíz), es una vitamina hidrosoluble del complejo "B". Es un factor esencial para el normal desarrollo y la salud de los animales: es necesaria para el crecimiento óptimo de la mayoría de los animales.

⁶³ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag.37)

⁶⁴ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 25)

⁶⁵ Traducción propia de: "A cartel arises if it is able to cover the cost of organizing, and then survives if it establishes a sufficiently strong monitoring and enforcement (policing) system that is capable of limiting competition (for example, price competition, entry) to an acceptable level". How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 31)

⁶⁶ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 41)



Existe amplia literatura⁶⁷, que señala como característica de los carteles la presencia o conformación de "cámaras de comercio", "institutos", "asociaciones", u otros similares, como **centros de conspiración** que permiten dar continuidad a los carteles, mediante la recopilación de información⁶⁸ de los miembros del cartel (volúmenes de ventas, capacidades instaladas, productos vendidos, materia prima, etc.), que valida el cumplimiento de los acuerdos colusorios.

Otro canal utilizado para el intercambio de información, son las revistas empresariales o revistas especializadas de la industria, las cuales proveen información sobre programas de inversión, tecnología disponible, evolución económica del mercado, precios, u otra información considerada de carácter sensible para las empresas.

7.2.2. Monitoreo de precios

El monitoreo de precios es necesario cuando no se han llevado a cabo acuerdos relativos a los volúmenes de ventas o cuotas de mercado, aunque ello no significa que no puedan aplicarse en la presencia de estos últimos.

Los precios pueden ser utilizados, por ejemplo, como una variable de ajuste que permite cumplir con la cuota de mercado estipulada en un acuerdo⁶⁹.

El monitoreo de precios entre los miembros de un cartel, podrá presentarse en distintas formas, desde la publicación mensual de las empresas de sus precios de venta⁷⁰, el reporte de precios a través de distribuidores, a través de revistas especializadas⁷¹ o a través de la prensa.

7.2.3. Monitoreo de ventas

Las empresas miembros de un cartel por lo general prefieren estabilizar la cuotas de mercado a utilizar la fijación de precios, debido a que el monitoreo de este sistema es más sencillo. Como característica de este tipo de acuerdo colusorio está el hecho de que **las cuotas de mercado son relativamente estables**, y por ende su volatilidad es relativamente baja⁷².

Es en ese sentido que, una gran mayoría de los carteles realizó el monitoreo sobre el cumplimiento de los acuerdos colusorios, a través del monitoreo de los volúmenes (o cuotas) de ventas⁷³. La información específica sobre ventas (donde, cuanto, para quien, etc.), puede

⁶⁷ Harrington (2006), Jumez y Jeunemaitre (2000), OECD (2003).

⁶⁸ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 50)

⁶⁹ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 29)

⁷⁰ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 33)

⁷¹ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 41)

⁷² Para mayor información revisar: Screening markets for cartel detection: collusive markers in the CFD cartel-audit. Christian Lorenz, 2008

⁷³ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 47)



ser recopilada a través de una empresa miembro que asume dicha labor, o puede centralizarse a través de una cámara de comercio, instituto u otro similar⁷⁴.

La utilización de este tipo de instituciones para la recopilación e intercambio de información relativa a ventas (y otras más), pudo observarse en el caso del cartel del cemento portland en Arizona (Estados Unidos) el año 1983, caso en el cual se consideró el rol clave que jugó la *Asociación del Cemento Portland* (Portland Cement Association-PCA) en la recopilación y diseminación de la información entre las empresas coludidas⁷⁵.

La determinación de las cuotas de venta puede estar sujeta en base a la capacidad instalada de las empresas, el promedio de producción de las empresas de los últimos tres años⁷⁶, u otros similares.

El monitoreo de un acuerdo basado en volúmenes de ventas o cuotas de mercado, podría estar sujeto a un "presupuesto" anual de ventas de las empresas miembros del cartel, al cual se debe hacer seguimiento por ejemplo de manera mensual o trimestral, de manera que si existen desviaciones, se puedan realizar los ajustes de ventas que permitan dar cumplimiento a las cuotas de mercado determinadas en el acuerdo⁷⁷. Es debido a este proceso de ajuste, que cualquiera sea el método de determinación de cuotas de mercado utilizado por el cartel, generará una estabilidad de cuotas de mercado entre las empresas miembros.

7.3. Sanciones y/o compensaciones

Algunas empresas en colusión que poseen un sistema de distribución de cuotas de mercado o volúmenes de ventas, elaboran un sistema de compensación mediante el cual⁷⁸:

- i. La empresa que vendió en demasía, tiene que comprar producto a la empresa que vendió menos o,
- ii. Las cuotas de ventas del próximo año, deben ser ajustadas para nivelar los resultados del año anterior.

En algunos casos se ha presentado un comportamiento agresivo en precios por parte de las empresas (a manera de sanción), sin embargo, este tipo de acciones pueden derivar en una guerra de precios⁷⁹ (o el colapso del cartel), por lo que no es común la aplicación de este tipo de esquema por un cartel.

El proceso seguido por la Comisión Europea⁸⁰ al cartel de las vitaminas A y E en Europa, señala que en dicha colusión las empresas realizaban un monitoreo continuo de los volúmenes de ventas respecto a las cuotas establecidas. En los casos en los que una empresa vendía mucho al final del año, se esperaba que la empresa desacelerase sus

⁷⁴ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 48)

⁷⁵ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 43)

⁷⁶ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 51)

⁷⁷ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 46)

⁷⁸ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 57)

⁷⁹ Estado de intensa competitividad acompañada con una serie de reducciones de precios multilaterales.

⁸⁰ Para mayor información remitirse a: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:006:0001:0089:en:PDF>



ventas para el próximo año, de manera que las otras empresas alcanzasen las cuotas de mercado pactadas⁸¹.

Este tipo de compensaciones son esenciales para que un cartel se mantenga vigente, ya que, el no llevar a cabo las mismas representaría el incumplimiento de las cuotas de mercado pactadas y puede derivar en el colapso del cartel en su totalidad.

8. ANÁLISIS TÉCNICO ECONÓMICO

Si bien en el mercado boliviano, existen siete plantas de producción de cemento, el análisis técnico económico se centra en las 4 empresas cementeras que participan en el mercado Boliviano (SOBOCE, FANCESA, COBOCE e ITACAMBA), el análisis se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- El *acuerdo colusorio*
 - i. Colusión de precios de venta de productos,
 - ii. Adjudicación de cuotas de mercado, clientes y/o volúmenes de ventas,
 - iii. Adjudicación de territorios.
- *Monitoreo y control* del cumplimiento del acuerdo.
 - i. *Intercambio de información*
 - ii. *Monitoreo de precios*
 - iii. *Monitoreo de cuotas de mercado o volúmenes de ventas.*
- *Sanción* para los infractores del acuerdo.

8.1. Colusión de precios y estandarización de productos

El Decreto Supremo N° 29519, en su Artículo 10, inciso a) señala que está prohibido el **"fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto"**⁸².

Como se ha observado anteriormente (ver punto 7.1.1.), las alianzas estratégicas generadas entre los miembros de un cartel, ayudan a estabilizar el mercado, al intercambio de información y al desarrollo de intereses comunes (ej. estandarización de productos), eliminando de esta manera las promociones, los descuentos⁸³ y evitando una posible guerra de precios entre las empresas, que busque ganar cuotas de mercado.⁸⁴

En nuestro caso de análisis se generan indicios de una búsqueda de estandarización de productos⁸⁵, la fijación de precios⁸⁶ y políticas de promociones y/o descuentos por parte de

⁸¹ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 58). "Commission Fines Five Companies in Sodium Gluconate Cartel." Comunicado de prensa de la Comisión Europea, Marzo 19, 2002.

⁸² Resaltado nuestro

⁸³ How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag.7)

⁸⁴ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez and Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 66)

⁸⁵ Acta N° 67 del 24 de julio del 2009, IBCH

⁸⁶ Acta N° 78 del 21 de febrero de 2011, IBCH

las empresas cementeras⁸⁷ que han eliminado o han disminuido los descuentos, (tanto a intermediarios, como a consumidores finales) características que serían concordantes con aquellas propias de una colusión entre empresas, por lo que, se generarían indicios de un posible acuerdo colusorio que no solamente tendría como resultado una disminución en la libertad de elección de los distribuidores debido a una menor variedad de productos, sino que, podría generar un mayor precio.

8.1.1. Estandarización de productos

Un indicio de la búsqueda de las distintas empresas cementeras presentes en el mercado boliviano, de homogenizar sus productos, viene planteada por el deseo de las empresas cementeras de uniformizar algunos insumos, que den como resultados productos homogéneos. De acuerdo a reuniones realizadas entre los representantes de las cuatro empresas cementeras (SOBOCE, FANCESA, COBOCE e ITACAMBA) existía la propuesta de que *"...todas las empresas utilicen la misma arena, eliminando una fuente de variabilidad y el IBCH se constituiría en el proveedor oficial para todo el país"*⁸⁸.

La empresa FANCESA propuso su laboratorio para llevar a cabo los estudios que permitan a las cementeras (en su conjunto) cumplir con la homogenización de la arena que en el marco de la norma UNE⁸⁹.

Otro indicio de la estandarización de productos, resulta de un análisis de la información proporcionada por las empresas cementeras, respecto a los volúmenes de producción de los distintos tipos de cemento elaborados (I-30, IP-30, IP40) a lo largo del periodo 2009-2011. Señalar que COBOCE ha dejado de producir en su totalidad cemento IP-40 e I-30 para el año 2011 y en el caso de FANCESA, se evidencia que esta empresa destina la mayor parte de su pequeña producción de IP-40 (aproximadamente el 74%) a proyectos carreteros y/o a su empresa de hormigón pre- mezclado (Concretec).

La situación descrita en los párrafos precedentes, buscaría homogenizar el tipo de producto ofertado por la empresas cementeras a sus clientes, es decir, una tendencia a ofertar únicamente el cemento tipo IP-30. Este tipo de estandarización genera indicios de la presencia de un acuerdo entre las empresas de cemento en Bolivia, toda vez que, como se vio en el punto 7.1.1. este tipo de estandarización es propia de mercados coludidos.

8.1.2. Fijación de precios

8.1.2.1. Coordinación en precios de venta

Se generan indicios de intercambio de información con la finalidad de concertar precios de venta de productos, en el marco de las reuniones llevadas a cabo en el IBCH, si consideramos lo expresado en el acta de reunión del Directorio N° 78: *"...considerando las dificultades de transporte, señaló que ITACAMBA podría proveer cemento para Ready Mix y Concretec, a un precio mayor a fin de recuperar los altos costos de*

⁸⁷ Nota G.G.90/2012, del 1 de junio del 2012, ITACAMBA. Nota OF-ADJ-005/2012 del 13 de julio de 2012, FANCESA. Nota GG N° 07/12 de 6 de junio de 2012 SOBOCE. Nota COBOCE CL-GG-013/2012 de 6 de junio de 2012, COBOCE.

⁸⁸ Acta N°66 del 8 de mayo de 2009

⁸⁹ Acta N° 67 del 24 de Julio de 2009

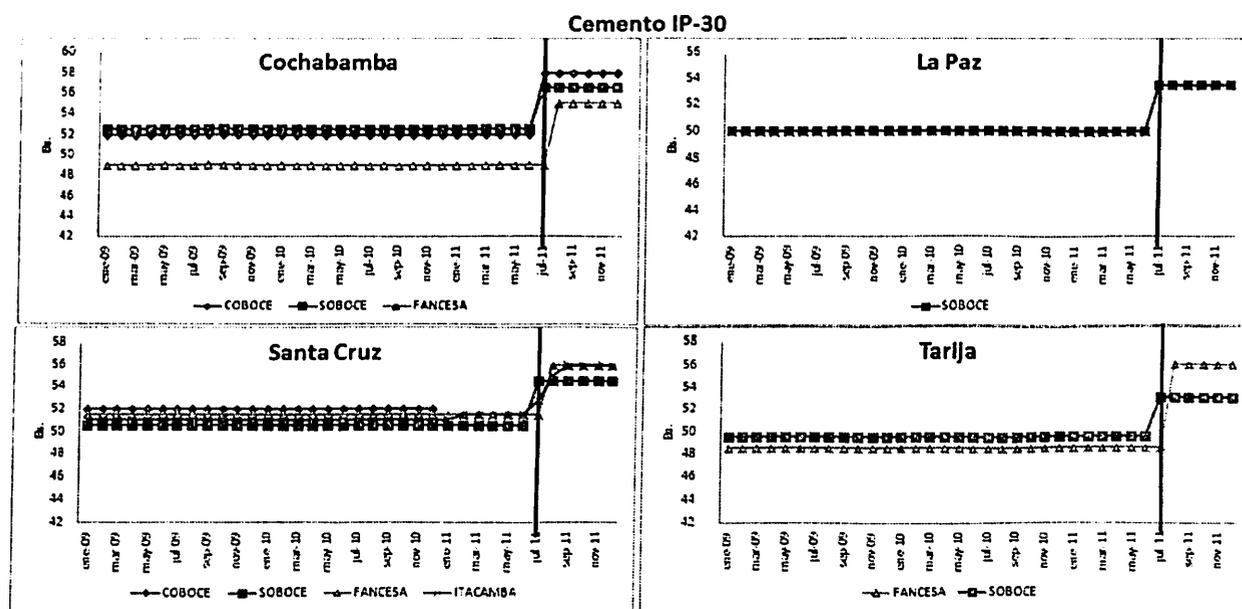


importación⁹⁰; la cita textual anterior genera indicios de que se habría intercambiado información con el objeto de incrementar los precios de venta.

Otro indicio del intercambio de información con la finalidad de incrementar precios, viene dado por el incremento realizado en el cemento tipo IP-30 por las empresas SOBOCE y COBOCE en el departamento de Cochabamba (ver gráfico N° 4), puesto que ambas empresas incrementaron sus precios de venta exactamente el mismo mes (julio del 2011), situación que no podría haberse presentado si es que existiesen asimetrías de información entre las empresas (libre de coordinación) y los precios de comercialización fuesen mantenidos en secreto.

El incremento paralelo de precios de venta llevado a cabo por dos empresas (SOBOCE y COBOCE) en el departamento de Cochabamba, podría buscar evitar una posible reducción en ventas por parte de la empresa que incrementó sus precios inicialmente y por ende buscaría evita una variación en las posibles cuotas de mercado establecidas por un posible acuerdo colusorio entre empresas cementeras.

Gráfico N° 4
Evolución de precios en 4 departamentos de Bolivia, (2009-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a información de empresas cementeras

Al referirse Harrington (2006) a los incrementos de precios realizados por empresas coludidas, señala que, "en muchos carteles, había una clara orquestación de quien se movería primero y cuando lo seguirían las otras empresas lo cual podía ser en días, semanas, o incluso meses"⁹¹.

⁹⁰ Acta N° 78 del 21 de febrero de 2011, IBCH

⁹¹ Traducción del texto original: *In many cartels, there was a clear orchestration of who would move first and when other firms would follow which could be in days, weeks, or even months.* How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 22).



Este tipo de orquestación entre empresas coludidas, podría presentarse en el gráfico N° 4, ya que, se observa como la empresa FANCESA incrementó los precios de venta del cemento IP-30 en los departamentos de Cochabamba, Santa Cruz y Tarija, un mes después de que la empresa SOBOCE realizara sus incrementos de precios.

Los incrementos de precios realizado por FANCESA para su cemento tipo IP-30 en los departamentos de Santa Cruz, Cochabamba y Tarija, un mes después de los incrementos realizados tanto por COBOCE, como por SOBOCE, generan indicios de una coordinación para incrementar precios de venta del cemento y donde FANCESA adapta sus precios a los estipulados por el líder del mercado.

La necesidad de que empresas coludidas incrementen sus precios de manera paralela o en lapsos cortos de tiempo, tiene su justificación económica, en el hecho que *"durante el tiempo entre el que una empresa incrementa sus precios y las otras la siguen, la líder de precios podría perder ventas. Esto no es únicamente costoso para la empresa sino que también podría poner en riesgo la estabilidad del cartel si las perdidas en ventas son lo suficientemente grandes para causar una retracción del precio incrementado o el movimiento a un precio incluso menor con la finalidad de recuperar cuotas de mercado"*⁹².

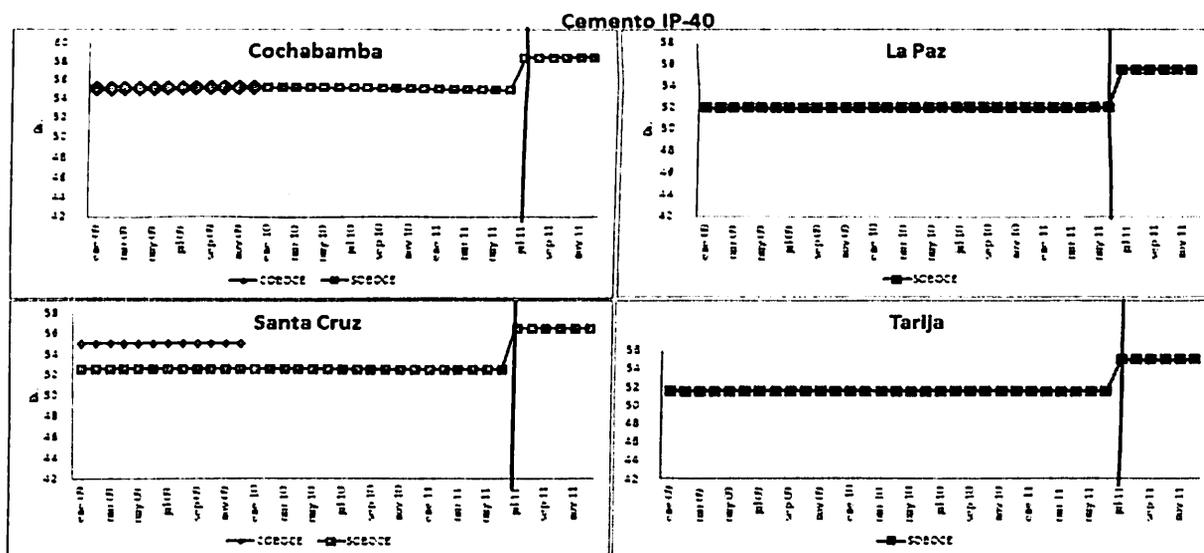
Un análisis del gráfico N° 5, permite observar que SOBOCE realiza el incremento paralelo de precios a nivel nacional del cemento tipo IP-30 durante el mes de julio de 2011, este incremento paralelo es comprensible, puesto que, **existe comunicación interna** entre las distintas sucursales de la empresa SOBOCE, que permite coordinar dicho incremento.

El incremento de precios realizado de manera coordinada por SOBOCE observado en el gráfico N° 5 por SOBOCE, guarda una relación con el incremento de precios realizado posiblemente de manera coordinada entre COBOCE y SOBOCE observado en el gráfico N° 4, esta posible coordinación estaría infringiendo la normativa de defensa de la competencia, puesto que se estaría manipulando el precio de venta, con la finalidad de generar mayores márgenes de ganancia a favor de las empresas cementeras.

⁹² Traducción del texto original: *During the time between when one firm raises its prices and the other firms follow, the price leader could lose sales. This is not only costly to that firm but it could risk the stability of the cartel if the lost sales are sufficiently great to cause retraction of the price increase or movement to an even lower price in order to regain market share. How Do Cartels Operate?*, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 24).



Gráfico N° 5
Evolución de precios en 4 departamentos de Bolivia, (2009-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a información de empresas cementeras

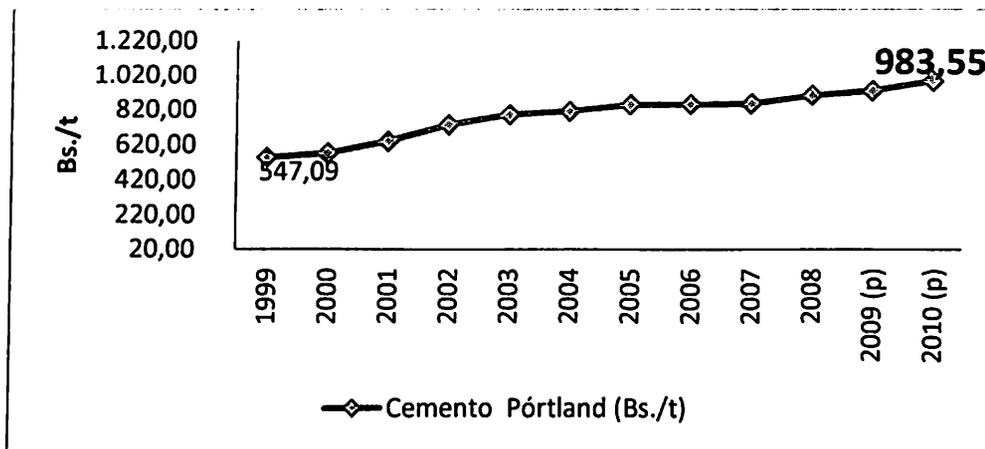
Al margen del incremento de precios paralelo observado en el gráfico N° 5, que realiza SOBOCE en los departamentos de Cochabamba, La Paz, Santa Cruz y Tarija para su cemento tipo IP-40, podemos resaltar que a partir de enero del 2010 SOBOCE es la única empresa que se dedica a la comercialización de este tipo de cemento en los mencionados departamentos, ya que, COBOCE dejó de comercializar el mencionado producto en los departamentos de Cochabamba y Santa Cruz, hecho que genera indicios de una posible repartición del mercado por tipo de producto.

La aparente fijación de precios entre posibles empresas coludidas en el mercado del cemento, podría verse reflejada en la evolución de los precios de venta de cemento en Bolivia durante el periodo 1999-2010, ya que, como se puede observar en el gráfico N° 6, existe una evidente tendencia creciente del precio de venta, cuando se esperaría que en un mercado en competencia se presentasen tanto incrementos como decrementos en dichos precios de venta.





Gráfico N° 6
Evolución de precios de cemento portland, Bolivia (1999-2010)



Fuente: Elaboración propia en base a información INE

Posibles acuerdos colusorios de fijación de precios, se ven reforzados si consideramos que a menor número de agentes económicos en un mercado, resulta más fácil la conformación y el mantenimiento de acuerdos de empresas en colusión⁹³, considerando que en el mercado boliviano se evidencia la existencia de únicamente cuatro empresas cementeras (SOBOCE, FANCESA, COBOCE E ITACANBA), resultaría más fácil mantener en marcha este tipos de acuerdos.

8.1.2.2. Disminución o eliminación de descuentos

Un posible sistema de fijación de precios, iría emparejado de la disminución o eliminación de los descuentos⁹⁴ otorgados a los consumidores finales, ello con la finalidad de que el cartel presente una menor variabilidad en precios. En ese sentido, se realiza un análisis de los descuentos realizados por las cementeras a los distintos consumidores (intermedios y finales).

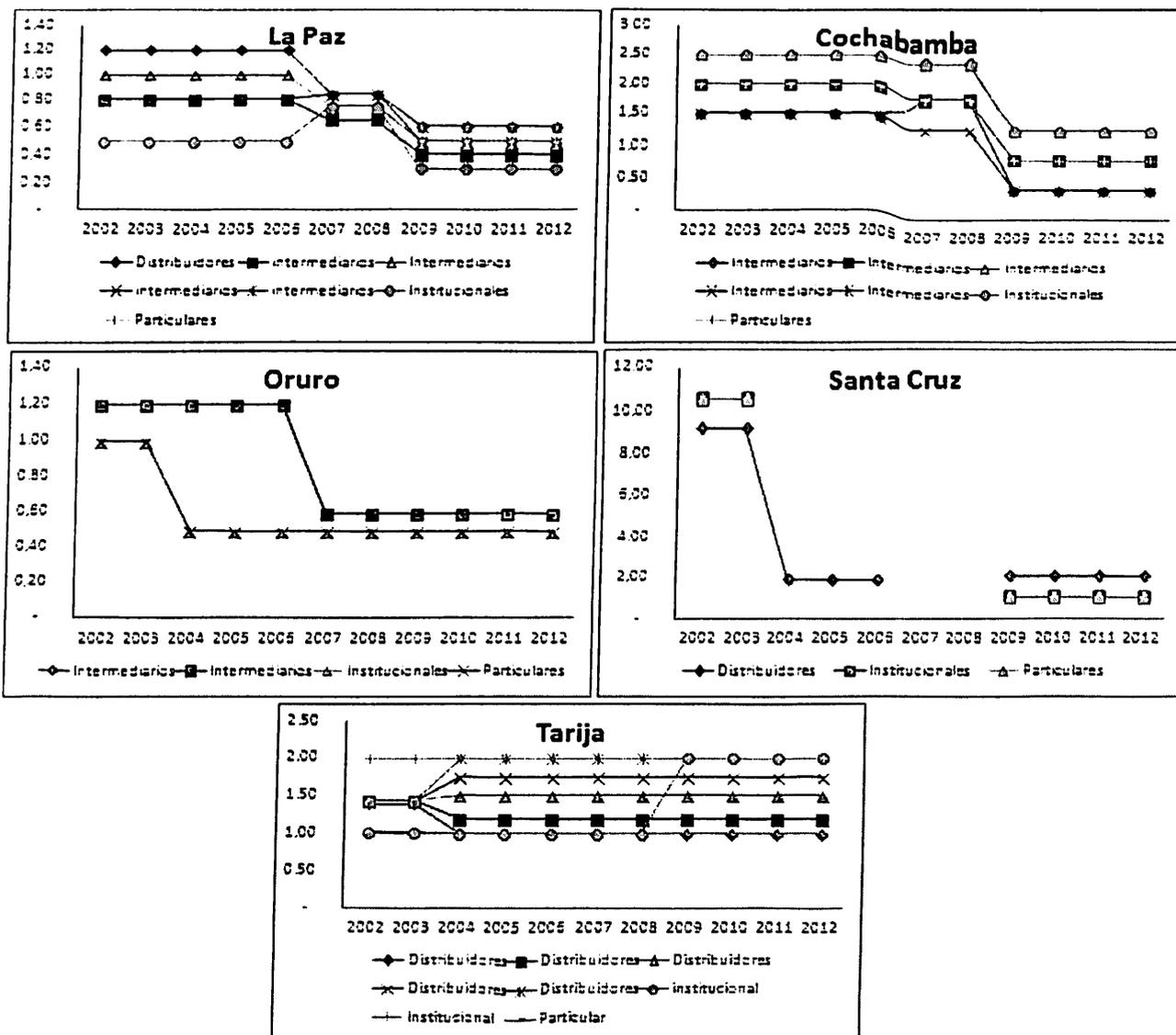
Los descuentos⁹⁵ realizados por la empresa SOBOCE durante las gestiones 2002, 2004, 2007 y 2009 denota una clara tendencia decreciente de los mismos en los departamentos de La Paz, Cochabamba, Oruro y Santa Cruz, con resultados mixtos en el departamento de Tarija y sin promociones para los demás departamentos, es decir que, cada vez son menores los descuentos ofertados a los consumidores en varios de los departamentos de Bolivia (ver gráfico N° 7).



Screening markets for cartel detection: collusive markers in the CFD cartel-audit. Christian Lorenz, 2008
How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006, (pag. 6)
Adjunto a Nota cite: GG N° 07/12 de fecha 6 de junio de 2012



Gráfico N° 7 Evolución de descuentos SOBOCE, en Bs. (2002-2012)



Fuente: Elaboración propia en base a datos SOBOCE.

Según información proporcionada de ITACAMBA, esta empresa "no realiza descuentos ni otorga precios promocionales especiales para la comercialización"⁹⁶. Esta situación es similar al caso de FANCESA, puesto que según información proporcionada por dicha empresa⁹⁷ no se detallan descuentos a los consumidores finales.

Finalmente, según información proporcionada por COBOCE, se habría realizado un incremento a los descuentos a los consumidores intermedios, pero en ningún caso se habrían realizado descuentos a los consumidores finales.



Nota cite: GG 90/2012, de fecha 1 de junio de 2012

Nota cite: OF-AJD-0055/2012



La tendencia decreciente o la total falta de descuentos en el mercado del cemento boliviano (especialmente a los consumidores finales), que busque generar competencia entre empresas con la finalidad de **obtener mayores cuotas de mercado**, genera indicios de un mercado en colusión que busca no solamente una estandarización de los precios de venta, sino también, el mantenimiento de posibles cuotas de mercado establecidas por parte del cartel.

8.2. Adjudicación de mercado (cuotas de venta y distribución geográfica)

El Decreto Supremo N° 29519, en su Artículo 10, inciso b) señala que está prohibido el *"Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen, frecuencia restringidos o limitados de servicios"*⁹⁸.

El mencionado Decreto Supremo en su Artículo 10, inciso c) señala que está prohibido el *"Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables"*⁹⁹.

En ese sentido, la normativa vigente en materia de defensa de la competencia prohíbe la adjudicación del mercado ya sea mediante cuotas de mercado y/o por distribución geográfica del mismo.

8.2.1. Análisis de la dispersión de las cuotas de mercado a nivel nacional

En los puntos 7.1.2.1. y 7.2.3., se observó que un aspecto característico de los mercados coludidos, es la baja volatilidad o dispersión de las cuotas de mercado, por lo que corresponde realizar una valoración de dicha variable a nivel nacional, como a nivel departamental.

Con ese fin es que se procedió a determinar los coeficientes de variación (CV) de las cuotas de mercado de las cuatro empresas presentes en el mercado de cemento, toda vez que *"el coeficiente de variación determina el grado de dispersión de un conjunto de datos relativo a su media"*. El CV sirve como una medida de dispersión de las cuotas de mercado.

El CV se calcula dividiendo la desviación estándar de una distribución (normal y/o sesgada) por su media y multiplicando dicho resultado por 100, es decir:

$$CV = \frac{s}{X} (100)$$

La interpretación del Coeficiente de Variación utiliza como base los siguientes porcentajes:

Resaltado nuestro
Resaltado nuestro



Cuadro N° 3
Interpretación de los valores del coeficiente de Variación

CV	Interpretación	Interpretación
26% o más	Muy Heterogéneo	El mercado es muy inestable
16% a 25%	Heterogéneo	El mercado es inestable
11% a 15%	Homogéneo	El mercado es estable
0% a 10%	Muy Homogéneo	El mercado es muy estable

Fuente: <http://www.slideshare.net/carlosjprieto/medidas-estadistica>

Realizando el cálculo de los coeficientes de los coeficientes de variación de las empresas cementeras en Bolivia durante los últimos cinco años (2007-2011), tenemos:

Cuadro N° 4
Dispersión de las cuotas de mercado del cemento boliviano (2007-2011)

	Promedio Cuota de Mercado (2007-2011)	Desviación Estándar (s)	Coefficiente de Variación (CV)
SOBOCE	49%	2,2%	4.6%
COBOCE	26%	1,5%	5.8%
FANCESA	18%	1,8%	9.9%
ITACAMBA	6%	1,8%	29.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Tal como se puede apreciar en el cuadro N° 4, los Coeficientes de Variación de las tres empresas con mayores cuotas de mercado (SOBOCE, COBOCE y FANCESA) son **muy homogéneos**, es decir que, presentan una baja volatilidad o dispersión en sus cuotas de mercado, característica que como vimos es propia de empresas que se encuentran en colusión (ver punto 7.1.2.1.). Si bien el CV de ITACAMBA presenta una dispersión muy heterogénea, esta llega a ser marginal en nuestro caso de análisis, toda vez que, dicha empresa llega a presentar en promedio únicamente un 6% de cuota de mercado.

De acuerdo a Joseph Harrington "El uso de precedentes históricos en la determinación de cuotas de mercados coludidas y posteriormente la continuidad a dicha asignación a lo largo del tiempo nos lleva a señalar que las cuotas de mercado en mercados coludidos son altamente estables. Es importante resaltar que, debido a los cambios en la oferta de producto de empresas no miembros del cartel (en particular, crecimiento resultado de una colusión), la cuota de mercado de un miembro del cartel, respecto al total del mercado podrá cambiar a lo largo del tiempo. Lo que tiende a ser estable es la cuota de mercado de la empresa miembro del cartel, respecto al total del producto ofertado por los miembros del cartel".¹⁰⁰

Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag. 31) "The use of historical precedence in the setting of collusive market shares and then the persistence of this allocation over time leads us to claim that firm market shares are highly stable under collusion. It is important to note that, due to changes in non-cartel supply (in particular, growth as a result of collusion), a



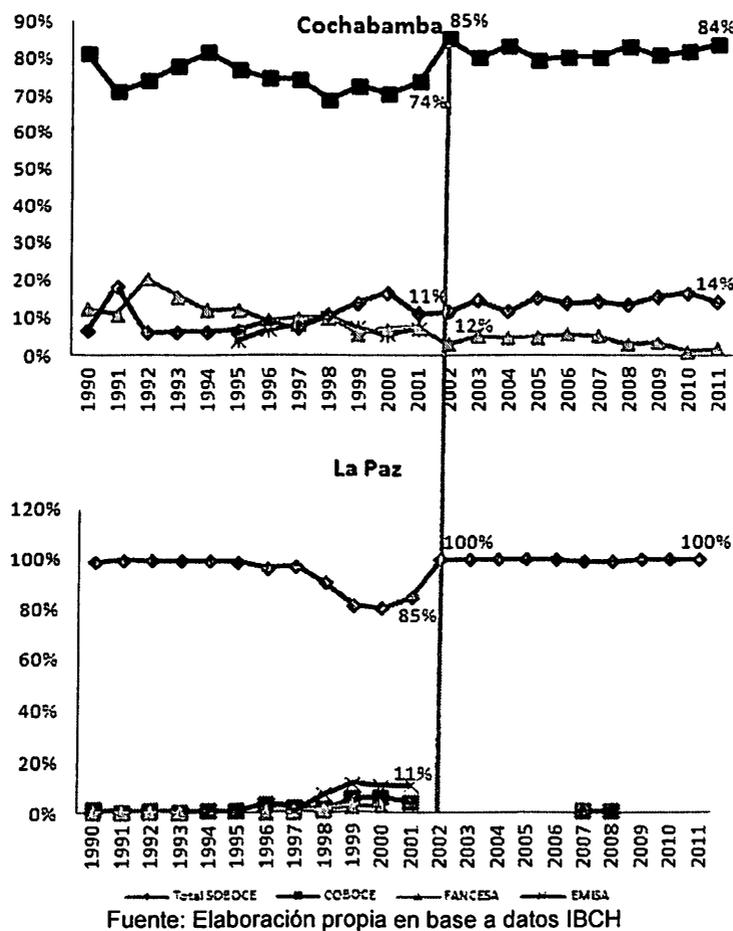
Con la finalidad de profundizar en el análisis del mercado de cemento en Bolivia, se desarrolló un análisis de cuotas de mercado por departamento.

8.2.2. Mercado del cemento de Cochabamba y La Paz

8.2.2.1. Cuotas de mercado en los departamentos de Cochabamba y La Paz

Recopilando la información presente en la Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón, respecto a las cuotas de mercado de las empresas cementeras que compiten en los departamentos de Cochabamba y La Paz durante el periodo 1990-2011 tenemos (ver gráfica N° 8):

Gráfico N° 8
Evolución cuotas de mercado del cemento en Cochabamba y La Paz (1990-2011)



Un análisis de las cuotas de mercado de las empresas cementeras en los departamentos de Cochabamba y La Paz, permite apreciar la participación de la empresa EMISA en el departamento de Cochabamba durante el periodo 1995-2001, y la participación de la misma empresa en el departamento de La Paz durante el periodo 1997-2001.

Cartel member's share of the total market can change over time. What tends to be stable is a cartel member's share of total cartel supply. Collusive Marker: There is a subset of firms for which each firm's share of total supply for that subset of firms is highly stable over time".



Es preciso resaltar el hecho de que a partir del año 2002, SOBOCE incorpora a la empresa EMISA a su grupo de cementeras, empresa que representaba su competencia más significativa en el departamento de La Paz con un 11% de la cuota de mercado para el año 2001. Paralelamente, se observa que COBOCE deja de vender su producto en el departamento de La Paz, hecho que permite a SOBOCE adquirir el 100% de cuota de mercado en el departamento de La Paz, prácticamente a lo largo de todo el periodo 2002-2011 (ver gráfica N° 8).

El que COBOCE dejase de comercializar sus productos en el departamento de La Paz, pasaría desapercibido, si no se contrastase con las cuotas de mercado de las empresas cementeras del departamento de Cochabamba, donde se observa la salida del mercado de los productos EMISA, debido a la fusión de esta empresa con SOBOCE, pero donde no se observa un incremento en las cuotas de mercado de SOBOCE ganadas gracias a la fusión de EMISA.

La situación descrita en el párrafo anterior genera indicios de un acuerdo colusorio de distribución del mercado por territorio, en el cual, se otorga el 100% del mercado natural (ver punto 7.1.2.2.) de La Paz a la empresa SOBOCE (Viacha); y se suprime de esta manera la competencia entre los agentes participantes del mercado, otorgándose a SOBOCE, la capacidad de actuar como un monopolista en el mencionado territorio (posibilidad de incrementos de precios).

De manera paralela el año 2002, se evidencia un leve incremento (1%) en las cuotas de mercado de SOBOCE en el departamento de Cochabamba, pero se observa un incremento en la cuota de mercado de COBOCE de aproximadamente un 10%.

A partir del año 2002 las cuotas de mercado tanto de COBOCE como de SOBOCE permanecen relativamente estables a lo largo del tiempo, tanto en el departamento de Cochabamba, como en el departamento de La Paz; esta situación genera indicios de una concertación para repartirse el mercado por cuotas de mercado y geográficamente.

Es importante resaltar la **estabilidad de las cuotas de mercado** de las empresas SOBOCE y COBOCE en los departamentos de Cochabamba y La Paz (según cálculo del **coeficiente de variación**), toda vez que, esto es una característica de mercados coludidos y debido a que de acuerdo a Jumez y Jeunemaitre (2000), *"congelar cuotas de mercado de las plantas en competencia, convierte inútil toda estrategia de descuentos en precios. La competencia en precios se logra evitar fijando cuotas de producción que por medio de un sistema de control de precios"*.¹⁰¹

¹⁰¹ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez and Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 28)



8.2.2.2. Estabilidad de cuotas de mercado en los departamentos de Cochabamba y La Paz

Se procedió a determinar los coeficientes de variación (CV) de las cuotas de mercado de las tres empresas presentes en el mercado de Cochabamba, para determinar el grado de dispersión (estabilidad) de las mismas.

Cuadro N° 5
Dispersión de las cuotas de mercado del cemento en Cochabamba (2007-2011)

	Promedio Cuota de Mercado (2007-2011)	Desviación Estándar (s)	Coefficiente de Variación (CV)
SOBOCE	15%	1,3%	8,5%
COBOCE	82%	1,4%	1,7%
FANCESA	3%	1,5%	52,4%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Al igual que en el análisis realizado a nivel nacional, los Coeficientes de Variación de las dos empresas con **mayores cuotas de mercado (SOBOCE, COBOCE)** en el mercado de Cochabamba son **muy homogéneos (8,5% y 1,7%)**, como es de esperarse en un mercado coludido. La variación de la empresa FANCESA resulta irrelevante toda vez que esta representa en promedio apenas el 3% del mercado para el periodo (2007-2011).

Para el caso del departamento de La Paz, no justifica realizar el análisis anterior, toda vez que, la cuota de mercado de dicho mercado corresponde prácticamente en un **100%** a SOBOCE, durante el período 2007-2011 y a que la participación de COBOCE los años 2007 y 2008 son marginales.

Con la finalidad de secundar la estabilidad de las cuotas de mercado de las empresas SOBOCE y COBOCE en el departamento de Cochabamba, se procedió a determinar el intervalo de confianza¹⁰² con un 95% de confianza, en nuestro caso de análisis considerando las cuotas de mercado del periodo 2007-2011, nos permite determinar con un noventa y cinco por ciento (95%) de certeza para el año 2012, entre que cuotas de mercado (límite superior e inferior) se encontrarán las cuotas de mercado tanto de COBOCE como de SOBOCE en el departamento de Cochabamba.

Cuadro N° 6
Intervalos de confianza (95%), para las cuotas de mercado en el departamento de Cochabamba (2007-2011)

COBOCE		SOBOCE	
Menor (A)	Mayor (B)	Menor (A)	Mayor (B)
81%	84%	13%	15%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Rango dentro del cual se encuentra un parámetro desconocido. Un intervalo de confianza tiene un límite inferior de confianza (LIC) y un límite superior de confianza (LSC)



Para el periodo 2007-2011, por una parte, se pudo determinar que el promedio de las cuotas de mercado de COBOCE durante ese periodo fue de 82%, por otra parte, se pudo determinar con un 95% de confianza que dicha empresa dispondrá para el año 2012 de una cuota de mercado comprendida entre el 81 al 84 por ciento del mercado (ver cuadro N° 5). De igual manera, se pudo determinar que el promedio de las cuotas de mercado de SOBOCE durante ese periodo 2007-2011 fue de 14%, y que dicha empresa (con un 95% de confianza) dispondrá para el año 2012 de una cuota de mercado en el departamento de Cochabamba comprendida entre el 13 y el 15 por ciento del mercado.

Por lo tanto, podemos determinar que las cuotas de mercado tanto de COBOCE como de SOBOCE en el departamento de Cochabamba son **altamente estables** a lo largo del tiempo ya que su rango no es mayor de tres (3) puntos porcentuales, cuando se esperaría que un mercado competitivo, dichas cuotas de mercado tiendan a presentar rangos mayores.

En el caso del mercado de cemento en el departamento de La Paz, se evidencia que a partir del año 2002 hasta el 2011 (ver gráfico N° 8) la empresa SOBOCE, prácticamente posee el 100% del mercado de cemento, salvo los años 2007 y 2008 (99.3 y 99.5 respectivamente) . Es por ello que no es de extrañarse que el intervalo de confianza para dicha empresa se encuentre entre 99.7% y 100%, lo cual nos permite señalar con un 95% de confianza que, SOBOCE dispondrá para el año 2012 de una cuota de mercado comprendida entre el 99.7 al 100 por ciento del mercado.

Cuadro N° 7
Intervalos de confianza (95%), para la cuota de mercado de SOBOCE en el departamento de La Paz (2007-2011)

SOBOCE	
Menor (A)	Mayor (B)
99,70%	100 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

En virtud a ello, podemos determinar que las cuotas de mercado de SOBOCE en el departamento de La Paz son **altamente estables** a lo largo del tiempo.

Considerando que, en los mercados coludidos las cuotas de mercado de las empresas miembros del cartel son altamente estables a lo largo del tiempo y que:

- Se observa un aparente intercambio de mercado (por cuotas y territorio) en los departamentos de La Paz y Cochabamba por parte de las empresas COBOCE y SOBOCE, durante el periodo 2001-2002.
- Los Coeficientes de Variación de las empresas que poseen amplias cuotas de mercado (COBOCE y SOBOCE), en el departamento de Cochabamba son muy homogéneos (estables).
- El análisis de intervalos de confianza realizado sobre las empresas COBOCE y SOBOCE en Cochabamba y La Paz nos muestra una variación mínima en las cuotas de mercado ambas empresas a lo largo del tiempo.

Podemos señalar que se generan indicios de que los mercados de cemento de los departamentos de Cochabamba y La Paz se encontrarían coludidos por las empresas SOBOCE y COBOCE, habiendo sido distribuido dicho mercado no solamente por cuotas de mercado (volúmenes de venta), sino también por territorio.

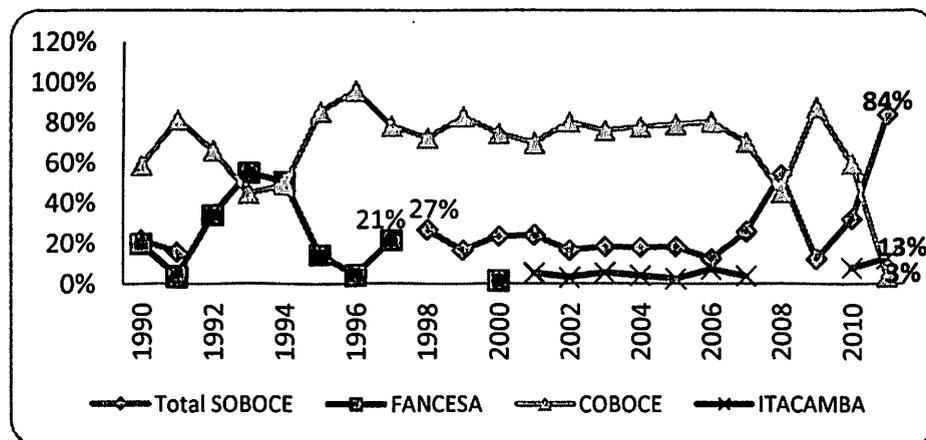
Es preciso resaltar el hecho de que el año en el que se observa modificaciones estructurales en las cuotas de mercado, es coincidentes con la fusión llevada a cabo por SOBOCE con empresas rivales, el año 2002, la compra por parte de SOBOCE de la cementera EMISA. Esta situación genera indicios de que una posible redistribución de cuotas de mercado, así como, una redistribución territorial, posiblemente está en función de las fusiones en el mercado entre empresas cementeras rivales y su ubicación geográfica.

8.2.3. Mercado del cemento de Beni

8.2.3.1. Cuotas de mercado en el departamento de Beni

Recopilando la información presente en la Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón, respecto a las cuotas de mercado de las empresas cementeras que compiten en el departamento de Beni durante el periodo 1990-2011 tenemos:

Gráfico N° 9
Evolución cuota de mercado del cemento en Beni (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Un análisis del gráfico N° 9 nos permite identificar algunos puntos importantes en la tendencia de las cuotas de mercado de las empresas cementeras en el departamento de Beni, por una parte se evidencia que el año 1997, es decir un año después de que SOBOCE incorpora a su grupo de cementeras a la empresa cementera El Puente; FANCESA deja de comercializar su producto en el departamento de Beni, pero incrementa su cuota de mercado en el departamento de Tarija en 14% (ver gráfico N° 13), generándose indicios de la puesta en práctica de una distribución territorial (a nivel departamental) por parte de los miembros de un cartel.

El año 1998 se observa que, SOBOCE inicia operaciones de comercialización de sus productos en el departamento de Beni, con una cuota de mercado de 27%, justamente una



año después de la salida del mercado de su competidor FANCESA, reforzándose con ello los indicios de la puesta en práctica de una distribución territorial por parte de los miembros de un cartel.

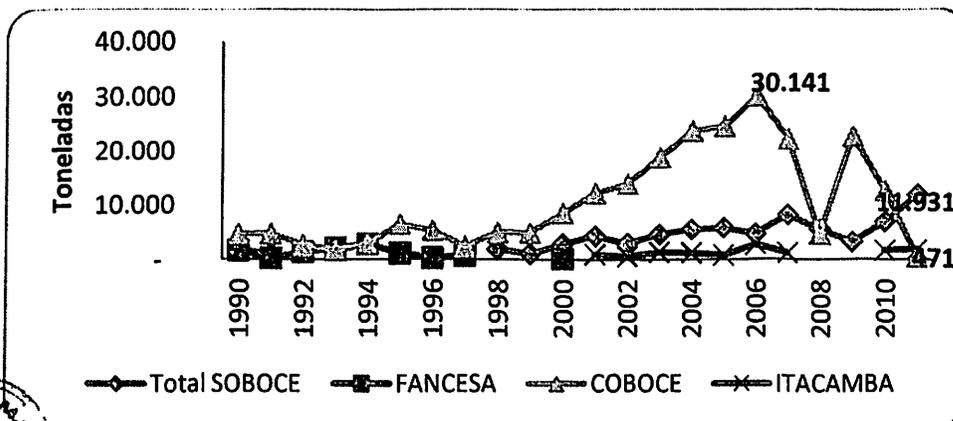
A partir de año 2002 hasta el 2006 se observa una tendencia constante en las cuotas de mercado de las tres cementeras presentes en Beni (COBOCE, SOBOCE e ITACAMBA), estabilidad que se ve distorsionada los años sucesivos de manera impredecible, con cambios de cuotas de mercado entre COBOCE y SOBOCE inesperadas, para concluir el año 2011 con la virtual salida de COBOCE del mercado con un 3% de cuota de mercado, mientras que SOBOCE para el mismo año presentó un 84%, correspondiendo el saldo restante de la cuota de mercado para ITACAMBA (13%).

Un aspecto particular que se evidencia en el gráfico N° 9, es el hecho de que los dos años que no hay presencia de producto de ITACAMBA en Beni, son los años con mayores variaciones de cuotas de mercado entre COBOCE y SOBOCE, realizados con incrementos y posteriores decrementos, esta figura genera indicios de un posible "ajuste" de cuotas de mercado (ver punto 7.3.) que se habría realizado entre las empresas COBOCE y SOBOCE, donde aquella empresa que se excedió en volumen de ventas (y por ende se excedió en sus cuotas de mercado establecidas) un año tuvo que reducir sus ventas al año siguiente.

Resaltar que los cambios abruptos en los volúmenes comercializados en el departamento de Beni, generan indicios de una manipulación de las cantidades ofertadas de cemento por empresas en posible colusión, esta posible manipulación de cantidades podría afectar a los consumidores en el departamento de Beni vía incremento de precios del cemento, puesto que, a una menor cantidad de producto ofertado la teoría económica señala una tendencia al incremento de precios del producto.

Las variaciones en cuotas de mercados de la empresa COBOCE se hacen aun más evidentes, si se observan los volúmenes de cemento comercializados en el Beni por dicha empresa, la cual pasa de comercializar más de 30 mil toneladas de cemento el año 2006, a comercializar únicamente 471 toneladas el año 2011 (ver gráfico N° 10).

Gráfico N° 10
Evolución ventas de cemento en toneladas, Beni (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

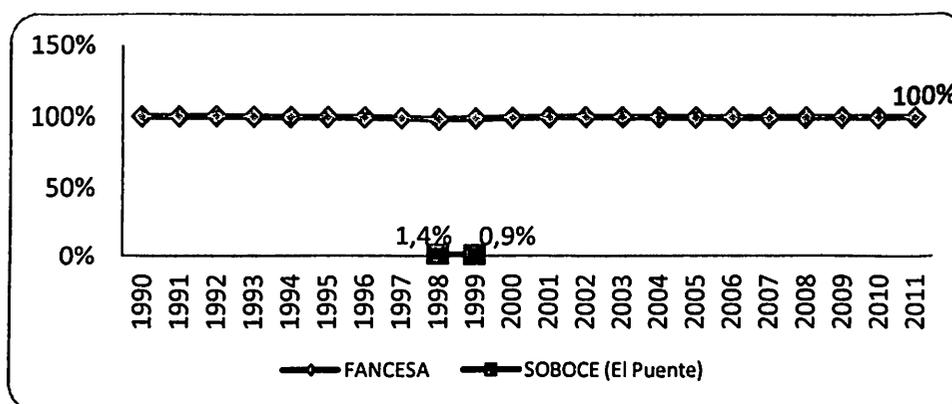


8.2.4. Mercado del cemento de Chuquisaca

8.2.4.1. Cuotas de mercado en el departamento de Chuquisaca

Recopilando la información presente en la Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón, respecto a las cuotas de mercado de las empresas cementeras que compiten en el departamento de Chuquisaca durante el periodo 1990-2011 tenemos:

Gráfico N° 11
Evolución cuota de mercado del cemento en Chuquisaca (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

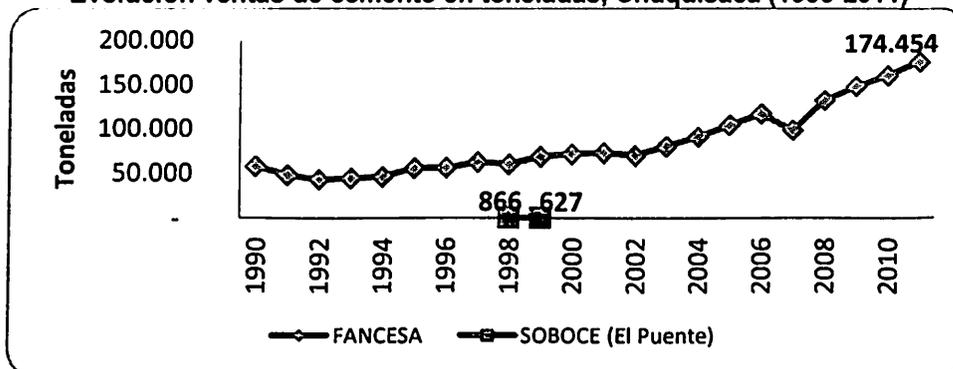
El mercado de cemento de Chuquisaca corresponde prácticamente en un 100% a la empresa FANCESA, durante el periodo de análisis (1990-2011). Esta situación genera indicios de un acuerdo colusorio de distribución del mercado por territorio, en el cual se otorgaría un 100% del "mercado natural" de FANCESA a dicha empresa. En un mercado competitivo, se esperaría que productos rivales pudiesen ingresar al mercado para competir y tratar de ganar consumidores e incrementar cuotas de mercado.

Un posible acuerdo colusorio de distribución del mercado por territorio, en el cual, se otorga el 100% del mercado (ver punto 7.1.2.2.) de Sucre a la empresa FANCESA; suprimiría la competencia entre los agentes participantes del mercado, y otorgaría a FANCESA, la capacidad de actuar como un monopolista en el mencionado territorio; capacidad que podría afectar a los consumidores finales; primeramente, al coartar su libertad de elección de productos sustitutos a los ofertados por la empresa FANCESA, y en segundo lugar se afectaría a los consumidores con posibles incrementos de precios que no serían contrarrestados por empresas rivales.

Es necesario considerar que la venta de cemento por parte de FANCESA en Chuquisaca, presenta una tendencia positiva que ha permitido que para el año 2011, se alcancen las 174.454 toneladas vendidas en el departamento (ver gráfico N° 12), situación que denotaría la existencia de una demanda potencial insatisfecha que podría ser atendida por empresas rivales las cuales no ingresan en Sucre debido a un posible acuerdo colusorio.



Gráfico N° 12
Evolución ventas de cemento en toneladas, Chuquisaca (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

8.2.4.2. Estabilidad de cuotas de mercado en el departamento de Chuquisaca

Si bien realizar un análisis de distribución (CV) para el periodo 2007-2011 que verifique la estabilidad de cuotas de mercado es irrelevante, se realizó un análisis de intervalo de confianza, que permitiría inferir las cuotas de mercado esperadas para el 2012.

En el caso del mercado de cemento en el departamento de Chuquisaca, se evidencia que a partir del año 1990 hasta el 2011 (ver gráfico N° 12) la empresa SOBOCE, prácticamente posee el 100% del mercado de cemento, salvo los años 1998 y 1999 (98.6 y 99.1 respectivamente). Es por ello que no es de extrañarse que el intervalo de confianza para dicha empresa se encuentre entre 99.58% y 100%, y podemos señalar con un 95% de confianza, que FANCESA dispondrá para el año 2012 de una cuota de mercado comprendida entre el 99.58 al 100 por ciento del mercado, es decir menos de un (1) punto porcentual de diferencia.

Cuadro N° 8
Intervalos de confianza (95%), para la cuota de mercado de SOBOCE en el departamento de Chuquisaca (1990-2011)

FANCESA	
Menor (A)	Mayor (B)
99,58%	100 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Por lo tanto, podemos determinar que las cuotas de mercado de FANCESA en el departamento de Chuquisaca son altamente estables a lo largo del tiempo.

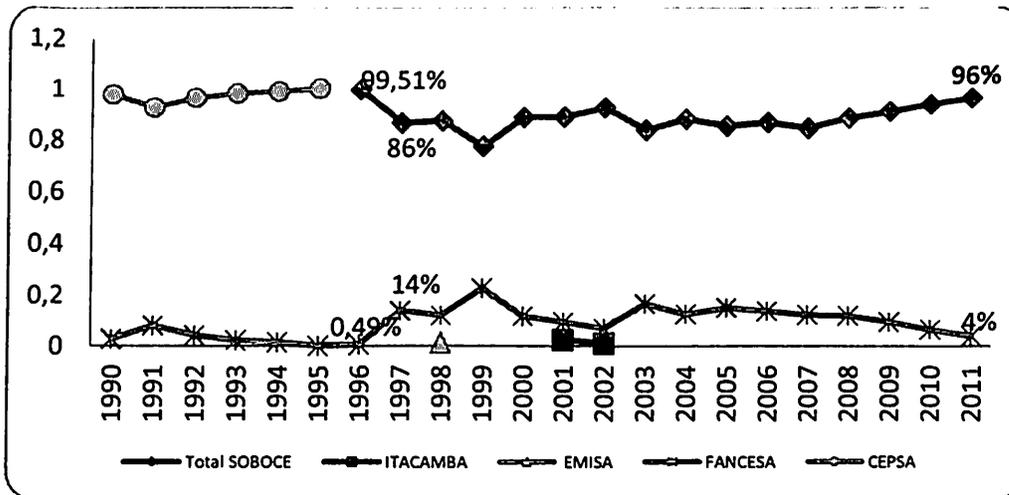
8.2.5. Mercado del cemento de Tarija

8.2.5.1. Cuotas de mercado en el departamento de Tarija

Recopilando la información presente en la Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón, respecto a las cuotas de mercado de las empresas cementeras que compiten en el departamento de Tarija durante el periodo 1990-2011 tenemos:



Gráfico N° 13
Evolución cuota de mercado del cemento en Tarija (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Un análisis del gráfico N° 13 nos permite identificar la salida de algunas empresas cementeras del mercado, salvo FANCESA y SOBOCE que se encuentran presentes en el mercado desde el año 1990 y 1996 respectivamente, manteniendo su presencia hasta el año 2011. El hecho de que la empresa FANCESA incrementó su cuota de mercado de 0,49% durante el año 1996 a un 14% durante el año 1997, cuando se esperaría que SOBOCE mantuviese el 99,51% que poseía su recientemente adquirida El Puente, es coincidente con la salida de FANCESA del mercado de Beni a finales del año 1997, generándose con ello indicios de la puesta en práctica de una distribución territorial y de cuotas de mercado por parte de empresas miembros de un cartel.

8.2.5.2. Estabilidad de cuotas de mercado en el departamento de Tarija

Se procedió a determinar los coeficientes de variación (CV) de las cuotas de mercado de las tres empresas presentes en el mercado de Tarija, para determinar el grado de dispersión (estabilidad) de las mismas.

Cuadro N° 9
Dispersión de las cuotas de mercado del cemento en Tarija (2007-2011)

	Promedio Cuota de Mercado (2007-2011)	Desviación Estándar (s)	Coefficiente de Variación (CV)
SOBOCE	91%	4,6%	5,1%
FANCESA	9%	3,6%	41,7%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Los Coeficientes de Variación de las dos empresas que compiten en el mercado de Tarija (SOBOCE, FANCESA) son muy homogéneos (SOBOCE) y Muy heterogéneo (FANCESA), situación que podría descartar una posible distribución de cuotas de mercado



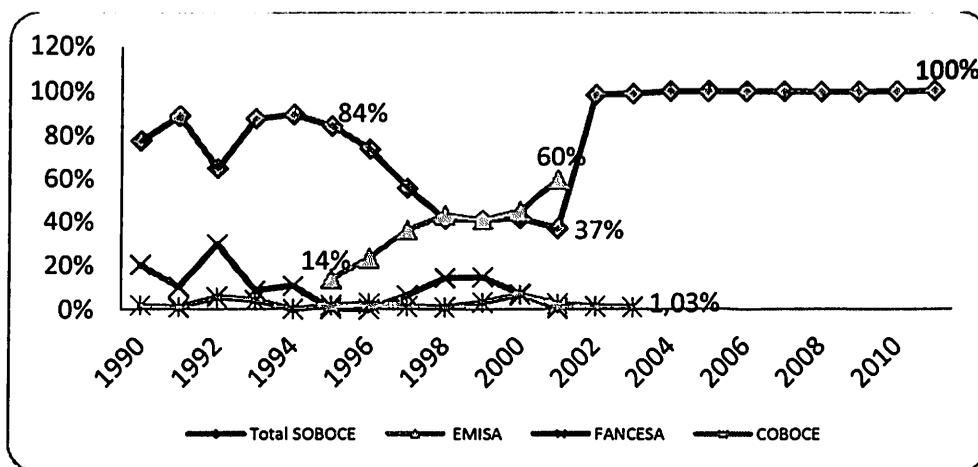
en dicho departamento, pero no descartaría una posible distribución territorial (salida del mercado de Beni de FANCESA por una mayor cuota de mercado en Tarija).

8.2.6. Mercado del cemento de Oruro

8.2.6.1. Cuotas de mercado en el departamento de Oruro

Recopilando la información presente en la Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón, respecto a las cuotas de mercado de las empresas cementeras que compiten en el departamento de Oruro durante el periodo 1990-2011 tenemos:

Gráfico N° 14
Evolución cuota de mercado del cemento en Oruro (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

El gráfico N° 14 nos permite identificar dos momentos importantes dentro del mercado del cemento en Oruro, que determinaron la estructura de cuotas de mercado que se presentan el año 2011.

El primer momento se presentó el año 1995, año en que la empresa EMISA ingresa en el mercado orureño a comercializar sus productos (14%), mientras que la empresa SOBOCE se encontraba con un 84% de cuota de mercado en el departamento de Oruro en el mencionado año.

La estrategia utilizada por SOBOCE el año 1996 que le permitió convertirse en la empresa con mayor cuota de mercado en el departamento de Tarija (99,51%), fue la compra (fusión) de la empresa con mayor cuota de mercado presente en Tarija en ese momento (El Puente).

Estrategia similar fue utilizada por SOBOCE en el mercado orureño, toda vez que, SOBOCE compró a la empresa que le había restado de manera significativa su cuota de mercado a lo largo del periodo 1995-2001 (EMISA). La compra (fusión) por parte de SOBOCE el año 2002 de la empresa que mayor competencia le había presentado en Oruro los años precedentes (EMISA), permitió a SOBOCE hacerse con el 98.6% del mercado de Oruro para

el 2002.



El hecho de que FANCESA retirase su producto del mercado de Oruro, así como, la subsecuente salida de COBOCE (el año 2003), permitieron a SOBOCE, a través de su empresa fusionada EMISA, hacerse con el 100% de la cuota de mercado de Oruro desde el año 2004 hasta la emisión del presente informe.

A lo largo del periodo analizado 1990-2011, se observa que la estrategia de SOBOCE buscó hacerse de todo el mercado de Oruro, a través de la compra de sus rivales más fuertes; con la compra de la cementera EMISA (el año 2002), que había restado mercado a SOBOCE en un 60% el año previo a su compra (estrategia similar a la utilizada en Tarija). La salida de las cementeras rivales (COBOCE y FANCESA) simplemente permitió a SOBOCE lograr el monopolio en el departamento de Oruro.

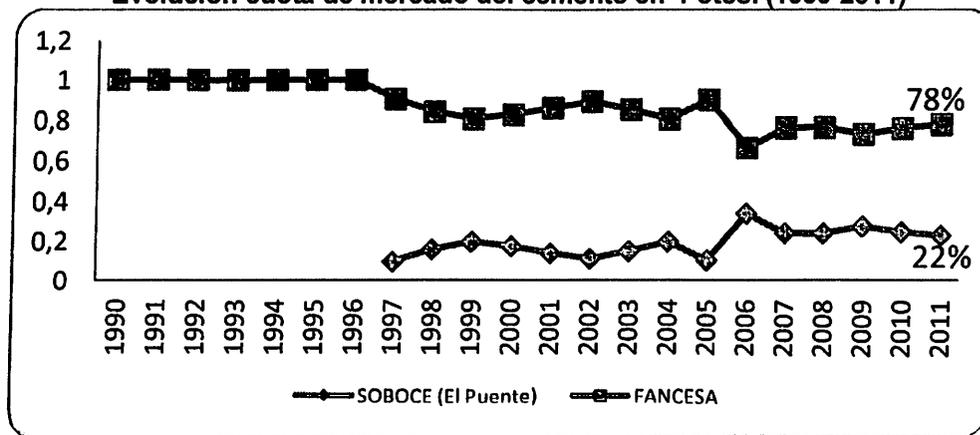
La situación descrita en el párrafo anterior genera indicios de un acuerdo colusorio de distribución del mercado por territorio, en el cual, se otorga el 100% del mercado (ver punto 7.1.2.2.) de Oruro, a la empresa SOBOCE; y se suprime de esta manera la competencia entre los agentes participantes del mercado (COBOCE y FANCESA), otorgándose a SOBOCE, la capacidad de actuar como un monopolista en el mencionado territorio (posible incremento de precios y generación de beneficios supra competitivos).

8.2.7. Mercado del cemento de Potosí

8.2.7.1. Cuotas de mercado en el departamento de Potosí

Recopilando la información presente en la Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón, respecto a los volúmenes de ventas de las empresas cementeras que compiten en el departamento de Potosí durante el periodo 1990-2011 tenemos:

Gráfico N° 15
Evolución cuota de mercado del cemento en Potosí (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Un análisis del gráfico N° 15, permite resaltar dos aspectos significativos, el primero, es el ingreso en el mercado de Potosí para el año 1997 de la empresa SOBOCE, por medio de los productos elaborados por su empresa fusionada durante el año 1996 (El Puente). El



segundo aspecto a resaltar, es la aparente estabilidad de cuotas de mercado de SOBOCE y FANCESA a lo largo del tiempo.

8.2.7.2. Estabilidad de cuotas de mercado en el departamento de Potosí

Se procedió a determinar los coeficientes de variación (CV) de las cuotas de mercado de las dos empresas presentes en el mercado de Potosí, para determinar el grado de dispersión (estabilidad) de las mismas.

Cuadro N° 10
Dispersión de las cuotas de mercado del cemento en Potosí (2007-2011)

	Promedio Cuota de Mercado (2007-2011)	Desviación Estándar (s)	Coefficiente de Variación (CV)
SOBOCE	24%	1,7%	7,1%
FANCESA	76%	1,7%	2,3%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Los Coeficientes de Variación de las dos empresas que compiten en el mercado de Potosí (SOBOCE, FANCESA) para el periodo 2007-2011 son **muy homogéneos** (menores al 10%), como es de esperarse en un mercado con empresas en colusión (ver punto 7.1.2.1.).

Con la finalidad de respaldar la estabilidad de las cuotas de mercado de las empresas SOBOCE y FANCESA en el departamento de Potosí, se procedió a determinar el intervalo de confianza¹⁰³ con un 95% de confianza, en nuestro caso de análisis considerando las cuotas de mercado del periodo 2007-2011, lo que nos permite determinar con un noventa y cinco por ciento (95%) de certeza para el año 2012, el rango (límite superior e inferior) en que se encontrarán las cuotas de mercado tanto de FANCESA como de SOBOCE en el departamento de Potosí. Señalar con un 95% de confianza que FANCESA dispondrá para el año 2012 de una cuota de mercado comprendida entre el 74 al 78 por ciento del mercado (ver cuadro N° 11); mientras que la empresa SOBOCE dispondrá para el año 2012 (con un 95% de confianza) de una cuota de mercado en el departamento de Potosí comprendida entre el 22 y el 26 por ciento del mercado.

Cuadro N° 11
Intervalos de confianza (95%), para las cuotas de mercado en el departamento de Potosí (2007-2011)

FANCESA		SOBOCE	
Menor (A)	Mayor (B)	Menor (A)	Mayor (B)
74%	78%	22%	26%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

¹⁰³ Rango dentro del cual se encuentra un parámetro desconocido. Un intervalo de confianza tiene un límite inferior de confianza y un límite superior de confianza (LSC)



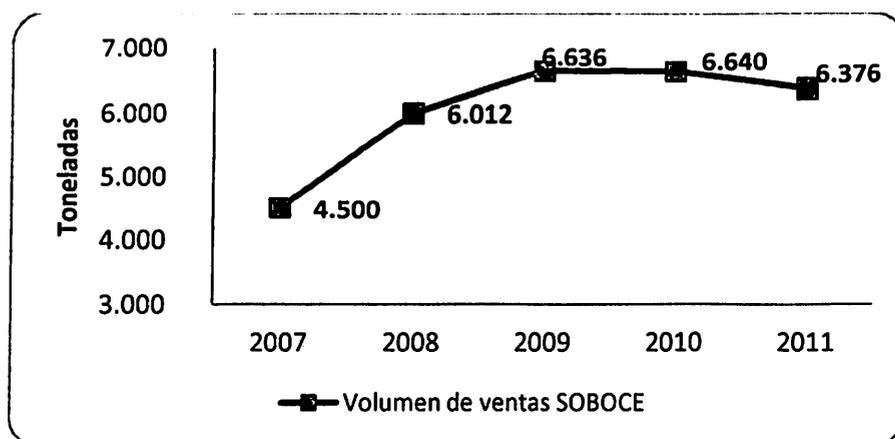
Del análisis anterior podemos determinar que las cuotas de mercado tanto de FANCESA como de SOBOCE en el departamento de Potosí son altamente estables a lo largo del tiempo ya que su rango no es mayor de cuatro (4) puntos porcentuales, cuando se esperaría que un mercado competitivo, dichas cuotas de mercado tiendan a presentar rangos mayores.

8.2.8. Mercado del cemento de Pando

8.2.8.1. Cuotas de mercado en el departamento de Pando

Recopilando la información aportada por las empresas cementeras, respecto a los volúmenes de ventas en el departamento de Pando durante el periodo 2007-2011 tenemos:

Gráfico N° 16
Evolución ventas de cemento en toneladas, Pando (2007-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos empresas cementeras

Un análisis del gráfico N° 16 nos permite determinar que para el periodo 2007-2011, SOBOCE posee el 100% de cuota de mercado del departamento de Pando, con una tendencia creciente en sus volúmenes de ventas, aunque para el año 2011 estas disminuyeron respecto al 2010 (aproximadamente en un 4%).

El que SOBOCE sea la única empresa que comercializa sus productos en el departamento de Pando, podría deberse al hecho de que la Planta de Viacha es la más próxima a dicho departamento (1200Km) y ello significa un menor coste a los ya elevados costos de transporte en los que se incurre para disponer del producto en el departamento de Pando, respecto a las otras empresas cementeras.

8.2.9. Mercado del cemento de Santa Cruz

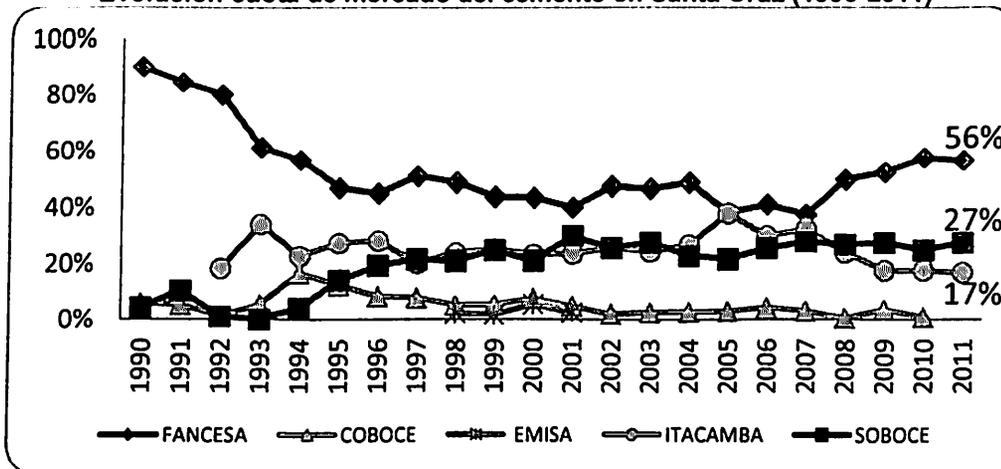
8.2.9.1. Cuotas de mercado en el departamento de Santa Cruz

Recopilando la información presente en la Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón, respecto a los volúmenes de ventas de las empresas cementeras que compiten en el departamento de Santa Cruz durante el periodo 1990-2011 tenemos:

Gráfico N° 17



Evolución cuota de mercado del cemento en Santa Cruz (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Un análisis del gráfico N° 17 nos permite identificar algunas particularidades en lo que respecta a las cuotas de mercado de las empresas cementeras en el departamento de Santa Cruz. Se observa una variabilidad en las cuotas de mercado de las cementeras (salvo SOBOCE) a lo largo del periodo 1990-2011, además, sobresale la salida del mercado el año 2010 de los productos de COBOCE, situación que podría deberse a un acuerdo de distribución geográfica (como se observó en otros departamentos).

8.2.9.2. Estabilidad de cuotas de mercado en el departamento de Santa Cruz

Se procedió a determinar los coeficientes de variación (CV) de las cuotas de mercado de las cuatro empresas presentes en el mercado de Santa Cruz, para determinar el grado de dispersión (estabilidad) de las mismas.

Cuadro N° 12
Dispersión de las cuotas de mercado del cemento en Santa Cruz (2007-2011)

	Promedio Cuota de Mercado (2007-2011)	Desviación Estándar (s)	Coficiente de Variación (CV)
FANCESA	50%	8,0%	15,9%
SOBOCE	27%	1,2%	4,5%
ITACAMBA	21%	6,6%	30,9%
COBOCE	2%	1,6%	81,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

Si bien el Coeficiente de Variación de las dos empresas con mayores cuotas de mercado (FANCESA, SOBOCE) son homogéneo y muy homogéneo (respectivamente); la variación de las empresas ITACAMBA y COBOCE presentan CV's muy heterogéneos. Esta situación podría descartar una posible distribución de cuotas de mercado en dicho departamento, pero no descartaría una posible distribución territorial (salida del mercado cruceño de COBOCE).

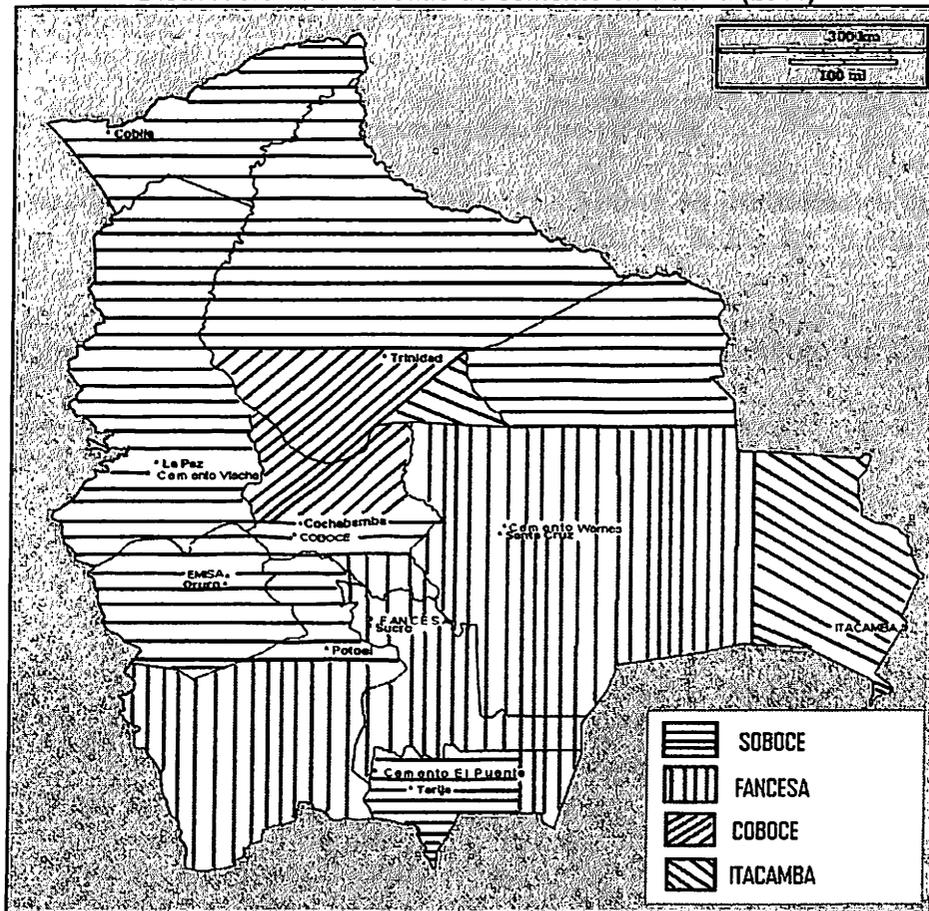


8.2.10. Distribución del mercado boliviano

En base a los análisis de cuotas de mercados departamentales realizados anteriormente, se elaboró el gráfico N° 18, en el cual se puede apreciar la distribución del mercado de cemento en Bolivia.

Vale la pena resaltar que cuatro departamentos de Bolivia, es decir, un 44 por ciento del mercado boliviano, se encuentra atendido por proveedores únicos. Tanto Pando, La Paz como Oruro, son atendidos únicamente por SOBOCE y para el caso de Sucre indicar que este mercado es atendido únicamente por FANCESA; generándose con ello indicios de la práctica de un acuerdo colusorio de distribución territorial del mercado por parte de las empresas cementeras.

Gráfico N° 18
Distribución del mercado de cemento en Bolivia (2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

8.2.11. Hitos relevantes en el mercado de cemento boliviano (1990-2011)

Un resumen de los hitos relevantes en relación a posibles cambios estructurales de las cuotas de mercado que podrían haberse llevado a cabo a nivel nacional, durante el periodo



1990-2011, en los distintos departamentos de Bolivia (ej. Ingreso a un nuevo mercado, ingreso de una nueva empresa, salida de un mercado, etc.), es presentado en el cuadro N° 13, a continuación.

Cuadro N° 13
Hitos relevantes durante el periodo 1990-2011 en el mercado de cemento

Santa Cruz	Cochabamba	La Paz	Chuquisaca	Tarija	Oruro	Potosí	Beni
	COBOCE incrementa su cuota de mercado de 74% (2001) a 85% (2002).	SOBOCE a partir del año 2002 cuenta con casi el 100% del mercado.	FANCESA mantiene prácticamente un 100% de la cuota del mercado de Chuquisaca durante 21 años (1990-2011), salvo las gestiones 1998 y 1999, años en los que su cuota de mercado representa el 99%.	El año 1996, SOBOCE compra a El Puente y pasa a tener la mayor cuota de mercado de cemento en Tarija.	El año 2002 SOBOCE compra la cementera EMISA y se hace del 99% del mercado para el año 1997.	SOBOCE ingresa en el mercado de Potosí el año 1997 con un 9%.	FANCESA se retira del mercado de Beni el año 1997, teniendo un 21% del mismo.
	EMISA no comercializó sus productos a partir del año 2002.	EMISA sale del mercado el 2001 al ser adquirida por SOBOCE.			EMISA comienza a comercializar su producto en Oruro el año 1995 con un 14%.	FANCESA poseía el 100% del mercado hasta el año 1996, año en que ingresa SOBOCE.	El año 1998 ingresa SOBOCE en el mercado con un 27% con cemento Warnes.
		FANCESA ingresa al mercado el año 1996 y sale del mismo el año 2000.		El año 1997, FANCESA incrementa su cuota de mercado a 14%, respecto al 0,46% que poseía el año 1996.	El año 2001, FANCESA deja de comercializar su producto en el departamento de Oruro.		
		COBOCE deja de comercializar sus productos el año 2002.			El año 2004, COBOCE deja de comercializar su producto en el departamento de Oruro.		

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

De acuerdo al cuadro N° 13, durante el periodo 1990-2011 se presentan una serie de hitos relevantes en el mercado del cemento (a nivel nacional), entre los cuales vale la pena resaltar el hecho de que:

- COBOCE incrementó su cuota de mercado en el departamento de Cochabamba de 74% el año 2001 hasta un 85% el año 2002.
- SOBOCE a partir del año 2002 dispone de una cuota de mercado en el departamento de La Paz de un 100% gracias a la salida de COBOCE.
- FANCESA presenta una cuota de mercado en el departamento de Chuquisaca de 100% prácticamente a lo largo de todo el periodo de análisis (salvo 1998 y 1999).
- FANCESA deja de comercializar sus productos en el departamento de La Paz el año 2000 y el 2001 deja de comercializar en el departamento de Oruro.
- SOBOCE compra EMISA el año 2002 e inicia operaciones de comercialización en el departamento de Oruro con aproximadamente un 99% de cuota de mercado.
- SOBOCE compra El Puente el año 1996 e inicia operaciones de comercialización en el departamento de Tarija con casi un 100% de cuota de mercado.
- FANCESA deja de comercializar sus productos en el departamento de Beni a finales del año 1997 con una cuota de mercado 21%, e incrementa la comercialización de sus productos en el departamento de Tarija el año 1997 en aproximadamente un 13%.
- SOBOCE inicia la comercialización de sus productos en el mercado de Potosí el año 1997.
- El año 1998 SOBOCE ingresa con su producto cemento Warnes, en el mercado de Beni con un 27% del mercado.

En base a un análisis de los puntos anteriores, se generan indicios de una posible repartición del mercado de cemento a nivel nacional (distribución territorial y de cuotas de



mercado), por parte de las empresas COBOCE, SOBOCE y FANCESA durante el periodo 1990-2011.

8.3. Monitoreo, Control y Compensación de un posible acuerdo colusorio en el mercado de cemento en Bolivia

Como se vio anteriormente (punto 7.2.) el intercambio de información y el monitoreo de las cuotas establecidas, debe realizarse a través de un agente centralizador de la misma, resultando este agente un elemento esencial al momento de dar continuidad a un cartel.

En ese sentido, se puede inferir que el posible agente que realizaría la centralización de la información, si es que existiese un acuerdo colusorio entre las empresas cementeras, sería el Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón (IBCH), por las características que se detallan a continuación.

8.3.1. Intercambio de información vía Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón (IBCH)

El Instituto Boliviano del Cemento y el Hormigón IBCH, se encuentra constituido como una "institución sin fines de lucro, dedicada a la investigación, transferencia de tecnología y promoción de las aplicaciones del cemento y el hormigón"¹⁰⁴. El IBCH fue fundado el año 1996 y a la fecha se encuentra conformado por: SOBOCE (Viacha, Warnes, El Puente y EMISA, FANCESA, COBOCE y COCECA S.A. (Posteriormente ITACAMBA).

El Directorio del IBCH se encuentra conformado por representantes legales de las distintas empresas cementeras (SOBOCE, COBOCE, FANCESA e ITACAMBA), y lleva a cabo reuniones de manera periódica (mensual o trimestral), tanto en el IBCH, como en oficinas de las distintas empresas cementeras.

Durante las reuniones de Directorio se tocan temas diversos como ser la homogenización de productos, cuotas de mercado, abastecimiento del mercado, costos de transporte, precios de venta de productos, proyectos de ampliación de sus plantas de producción, proyectos carreteros gubernamentales, importación de insumos y productos y otros más.¹⁰⁵

Al respecto, vale la pena señalar que al margen del intercambio de información sensible y de carácter estratégico realizada en las reuniones del IBCH, una de las características principales de dicho instituto, es la centralización de información digital estratégica en forma digital (Hojas Excel); esta información es remitida de manera mensual (máximo hasta el 10 de cada mes) por las empresas cementeras miembros del IBCH según el siguiente detalle:

- Producción y venta anual de cemento (mercado nacional y exportaciones), por departamento y según Planta de Producción.
- Producción, importación y exportación anual de clinker por Planta de Producción.

¹⁰⁴ http://www.ibch.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=3
¹⁰⁵ Artículos del IBCH N° 66 a la 82.



- Capacidad instalada y utilizada (cemento y clinker) anual, por departamento y según Planta de Producción.

El hecho de que una variedad de carteles¹⁰⁶ encuentren en las cámaras, institutos, asociaciones, consejos u otros similares, un espacio que permite intercambiar información sensible para realizar un seguimiento a acuerdos colusorios, contrastado con el hecho de que el IBCH estuviese poniendo a disposición de las empresas cementeras información detallada de producción, ventas, capacidad instalada y otras más, genera indicios de que, a través de este agente se estaría llevado a cabo el monitoreo y control a un posible acuerdo colusorio (precios, productos, cuotas de mercado y distribución geográfica) de las empresas cementeras.

El intercambio de información que se realiza tanto en las reuniones periódicas, de forma electrónica, es secundado por el propio Documento de Constitución del IBCH, el cual señala que uno de los objetivos principales de dicha entidad es el de: *"intercambiar todo tipo de información, experiencias y opiniones afines.- recolectar y difundir información estadística sobre la industria del cemento y sus derivados"*¹⁰⁷, por lo que dicho intercambio de información podría estar relacionado a cuotas de mercado, precios, productos u otros similares, como se vio a lo largo del presente documento.

El cartel del cemento que se presentó en la Comunidad Europea, viene a ser el ejemplo más claro del rol que toman las cámaras de comercio de cemento (similares al IBCH), dentro de lo que es un cartel. De acuerdo a la comisión de Defensa de la competencia Europea, el rol de la cámara de comercio (Cemenbureau) en el cartel del cemento "...fue el corazón de este mecanismo, y el lugar en el cual los acuerdos entre los productores se trabajaban y operaban"¹⁰⁸.

En ese sentido, se generan indicios de la existencia de un cartel en el mercado boliviano de cemento, cuyo corazón en el que se trabajarían y operarían los acuerdos vendría a ser el IBCH.

8.3.2. Monitoreo de precios

Un ejemplo del intercambio de información y monitoreo en lo relativo a precios de venta de producto en el marco de las reuniones llevadas a cabo en el IBCH, se encuentra suscrita en el Acta N° 78 de fecha 21 de febrero del 2011, en la cual el Ing. Capela señala:

"...considerando las dificultades de transporte, señaló que ITACAMBA podría proveer cemento para Ready Mix y Concrettec, a un precio mayor a fin de recuperar los altos costos de importación".

¹⁰⁶ El cartel del ácido cítrico tenía la *European Citric Acid Manufacturers Association* [Citric acid – EC, 81, 97]; El cartel de la Lecina tenía la CEFIC [Choline chloride – EC, 69], el cartel de cañerías de cobre tenía la *International Wrought Copper Council* (IWCC).

¹⁰⁷ Documento de Constitución del IBCH
¹⁰⁸ Understanding and Regulating the Market at a Time of Globalization, Herve Dumez y Alain Jeunemaitre, 2000 (pag. 180)



Tal como se puede apreciar en el párrafo precedente, existe un intercambio de información expresa por parte de los miembros del Directorio del IBCH, en lo relativo a precios de venta, situación que generaría indicios no solamente del monitoreo que se realiza sobre los mismos, sino también, sobre un intercambio de información cuyo objeto o efecto sea el de elevar precios (ver punto 8.2.2.1.).

8.3.3. Monitoreo de cuotas de ventas

Existen ejemplos de carteles en los cuales el monitoreo de las cuotas de mercado establecidas para cada miembro era monitoreada a través de información centralizada discutida y disponible, en la forma de *hojas de cálculo*, tal es el caso del cartel de la lisina¹⁰⁹.

En nuestro caso de análisis, es posible que las empresas miembros de un posible cartel del cemento realicen un seguimiento de las cuotas de mercado que hubiesen pactado, toda vez que en el IBCH se encuentra disponible información relativa a volúmenes de ventas anuales por departamento, de manera libre e irrestricta.

La información de volúmenes de ventas anuales por departamento presente en el IBCH, es fácilmente convertible a cuotas de mercado por departamento, permitiendo evidenciar posibles variaciones en las posibles cuotas de mercado asignadas de todas las empresas miembros de un cartel; permitiendo a su vez realizar "ajustes" de manera que aquellas empresas que vendieron por encima de sus cuotas de ventas establecidas durante un año, reduzcan sus ventas el año venidero (como se pudo observar en los departamentos de Potosí, Beni y Cochabamba).

8.3.4. Compensaciones

A continuación se presenta un análisis de un posible sistema de compensaciones en los departamentos de Cochabamba y Beni, donde es probable que las empresas nivelasen sus cuotas de ventas de un año a otro.

8.3.4.1. Cochabamba

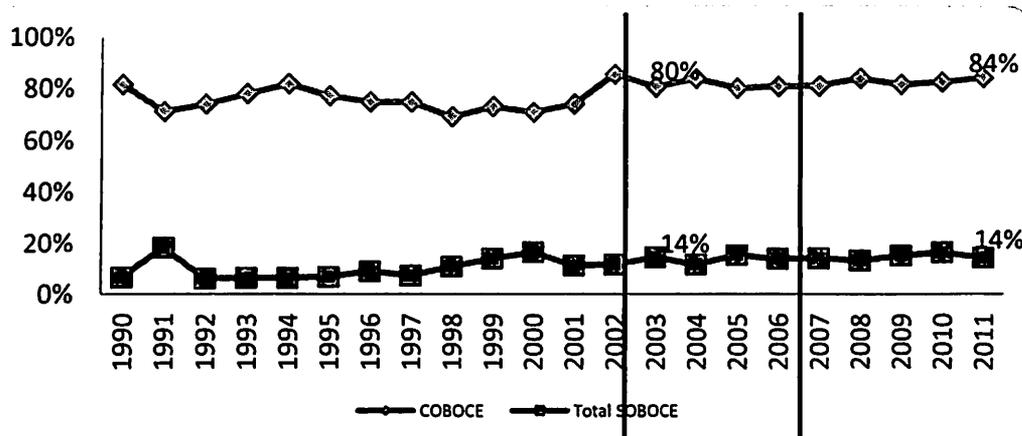
Realizando un análisis de las cuotas de mercado de las empresas COBOCE, SOBOCE y FANESA para la ciudad de Cochabamba, a partir del año 2003 se observa una relación que genera indicios de una aparente compensación de cuotas de mercado entre ambas empresas. Es decir que, una empresa que vendió por encima de su cuota de mercado asignada, debe ajustar las cuotas de venta del próximo año, para "nivelar" los resultados del año anterior.

Es gracias a este sistema de monitoreo de cuotas de mercado, que posiblemente se presenta un coeficiente de variación (volatilidad) de las cuotas de mercado de SOBOCE y COBOCE muy homogéneo para el departamento de Cochabamba (ver punto 8.2.2.2.). Esta relación genera indicios de una posible repartición de cuotas de mercado que debe ser mantenida en el tiempo.

Traducción de: "...having been at the heart of this mechanism, and the place where the agreements between the producers were worked out and operated". How Do Cartels Operate?, Joseph E. Harrington, 2006 (pag.49)



Gráfico N° 19
Evolución cuotas de mercado COBOCE y SOBOCE* en Cochabamba (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH.
(* Se omitió graficar la cuota de mercado de FANCESA, para simplificar el gráfico.)

Otro indicio más de la posible repartición de cuotas de mercado, se presenta al realizar la sumatoria de las cuotas de mercado de las empresas COBOCE, SOBOCE y FANCESA para el periodo 2003-2007.

Cuadro N° 14
Sumatoria de cuotas de mercado SOBOCE y COBOCE,
Cochabamba (2003-2007)

	COBOCE (X)	*SOBOCE (Y)	Sumatoria cuotas de mercado (X+Y)
2003	80%	15%	95%
2004	83%	12%	95%
2005	80%	15%	95%
2006	81%	14%	95%
2007	81%	14%	95%

Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH
*Sumatoria del cemento comercializado por SOBOCE y EMISA a partir del 2002.

Una posible concertación entre SOBOCE y COBOCE en el mercado de Cochabamba, podría explicar el porqué la sumatoria de las empresas COBOCE y SOBOCE no exceden el 95% de cuota de mercado, permitiendo a FANCESA mantener la cuota de 5% (restante) del mercado en el departamento de Cochabamba, durante el periodo 2003-2007.

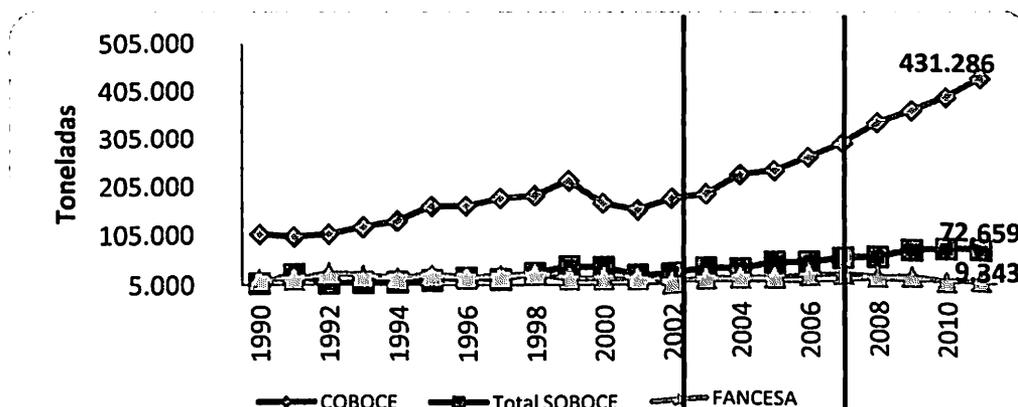
Al existir tres competidores en el mercado de Cochabamba, el que se repitan las cuotas de mercado tantos años seguidos genera indicios de que habría existido un acuerdo colusorio entre partes.

La dificultad de que se repitan las cuotas de mercado durante tantos años, yace en que los volúmenes de ventas de las distintas empresas presentan tendencias crecientes a lo largo del tiempo (ver gráfica N° 20); y para que las tres empresas mantuviesen las mismas cuotas



de mercado, tendrían que haberse incrementado sus volúmenes de ventas de manera proporcional durante el periodo 2003-2007, situación se podría lograrse si es que hubiese existido una coordinación entre las empresas.

Gráfico N° 20
Evolución ventas de cemento en toneladas, Cochabamba (1990-2011)



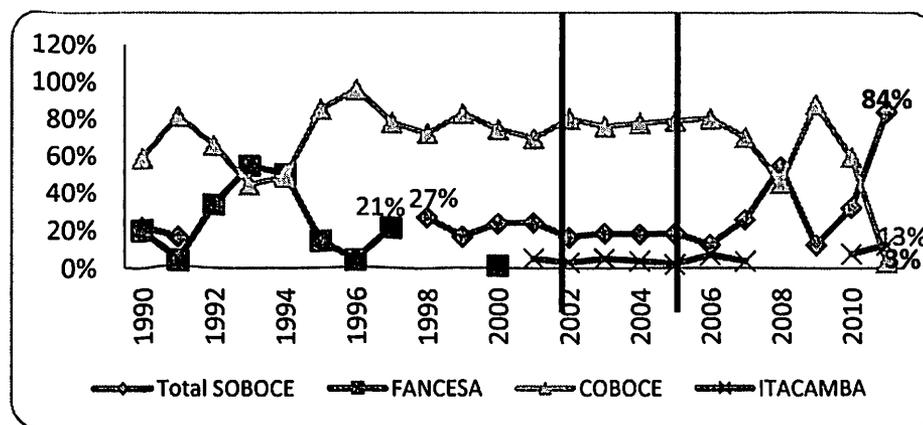
Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH

8.3.4.2. Beni

De manera similar al caso de Cochabamba, en el departamento del Beni se puede observar un periodo de aparente estabilidad de cuotas de mercado entre las empresas SOBOCE, COBOCE e ITACAMBA, durante el periodo 2002-2005.

Esta posible estabilidad de cuotas de mercado puede presentarse gracias a un posible sistema de monitoreo de cuotas de mercado. Esta situación genera indicios de una posible repartición de cuotas de mercado que debe ser cumplida por los miembros del cartel a lo largo del tiempo (ver gráfico N° 21).

Gráfico N° 21
Evolución cuotas de mercado COBOCE, SOBOCE en Beni (1990-2011)



Fuente: Elaboración propia en base a datos IBCH



Los dos ejemplos analizados (departamentos de Cochabamba y Beni), generan indicios de un posible acuerdo colusorio entre las empresas cementeras que, en su componente de sanción o compensación, buscaría "nivelar" las cuotas de mercado de las empresas. El sistema consistiría en disminuir las ventas del año siguiente, a aquella empresa que vendió en demasía durante un año.

CONSIDERANDO: (de la valoración jurídica de la investigación)

1. OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN. -

El objeto de la presente investigación es determinar si existen los indicios suficientes que ameriten un procedimiento sancionador por presuntas prácticas anticompetitivas absolutas por parte de las empresas COBOCE, SOBOCE, FANCESA e ITACAMBA. (las empresas investigadas). Toda vez que el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 de agosto de 2012 concluye:

- El mercado de cemento en Bolivia se encuentra altamente concentrado y presenta una serie de barreras de ingreso, que facilitan la generación de acuerdos colusorios.
- Se evidencian procesos de compra y/o fusión de empresas rivales, por parte de la empresa SOBOCE, que concentraron más el mercado de cemento boliviano.
- La empresa SOBOCE posee poder de mercado, en el mercado de producción y comercialización de cemento, que le permitiría ser capaz de manipular los precios y cantidades del cemento portland.
- Se evidencia una estabilidad en las cuotas de mercado de las distintas empresas cementeras a nivel nacional.
- Se evidencian departamentos en los cuales existe un único proveedor de cemento portland.
- Se generan indicios de un acuerdo colusorio en el mercado del cemento boliviano entre las empresas COBOCE, SOBOCE, FANCESA e ITACAMBA.

El Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 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 las prácticas anticompetitivas establecidas en los incisos a, b y c del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519 que señala que son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea cualquiera de los siguientes :



- a) Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- b) Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen, frecuencia restringidos o limitados de servicios;
- c) Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables.

Conforme a lo establecido precedentemente se puede señalar que las **prácticas anticompetitivas que van a ser objeto de investigación** son absolutas, por lo que, se debe entender que se refiere a conductas en las que participan dos o más agentes económicos competidores entre si por medio de contratos, convenios, acuerdos, arreglos combinaciones que se realizarían a un mismo nivel, de forma horizontal con el objeto o efecto restringir o afectar la competencia.

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

2. 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; 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.

En ese sentido, se puede establecer que para el presente análisis se determina que el mercado relevante es la producción y distribución del cemento, en el área geográfica será Bolivia, todo el territorio nacional.

- 2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

Como se señala en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 de agosto de 2012, el producto del mercado relevante es la **producción y comercialización de cemento portland**, que no cuenta con bienes sustitutos lo suficientemente cercanos.

En ese sentido, como se establece en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012, mientras el ciclo de construcción (público y privado) se mantenga estable o en crecimiento, la demanda del cemento será **inelástica** a incrementos en precios; es decir que, un incremento en el precio del cemento no disminuirá sustancialmente la demanda de dicho producto. De esa forma, la **producción y comercialización de cemento portland**, sería el bien objeto de la práctica a investigar.

- 2.2. 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."¹¹⁰

Realizando el análisis de la información presentada tanto por las empresas del sector y como por el Instituto Boliviano del Cemento y Hormigón - IBCH se establece que las empresas cementeras bolivianas se encontrarían distribuidas en distintos departamentos cuenta. En ese sentido, por la distribución de éstas y su alcance, se determina como área geográfica del mercado relevante a todo el territorio nacional.

- 2.3. 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°

¹¹⁰ 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.



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.

En ese sentido, 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.¹¹¹

Según el análisis realizado mediante informe técnico la actuación realizada por las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. tendrían una presunta actuación coordinada sobre la fijación de precios, el intercambio de cuotas y distribución territorial, las cuales se habrían realizado en las últimas gestiones (2010 - 2011), sin ser esto una limitante, para poder realizar el análisis histórico del mercado, más aún de advertirse una conducta anticompetitiva continua.

3. LAS PRESUNTAS PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS. -

Conforme a lo establecido en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 de agosto de 2012 se puede señalar que la investigación se basa en demostrar la existencia de indicios sobre presuntas prácticas anticompetitivas descritas en el parágrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519:

1. Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.
2. Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen, frecuencia restringidos o limitados de servicios.
3. Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables.

3.1. CONSIDERACIONES PRELIMINARES.

Previo a realizar el análisis jurídico específico de las posibles prácticas anticompetitivas concluidas en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 de agosto de

se establece en el 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.



2012, es pertinente realizar el desarrollo de algunos de los presupuestos objetivos que llegan a ser comunes para las presuntas infracciones.

- 3.1.1. CON RELACIÓN A LA COMPETENCIA Y LAS PRACTICAS COLUSORIAS.

Es necesario recordar que la libre competencia es beneficiosa para la sociedad y el interés público, debido a que se produce eficiencias asignativas, es decir, que los consumidores adquieren el producto ofertado al menor precio posible según su disposición, mientras que los ofertantes producirán a ese precio de competencia toda la cantidad que la sociedad requiera, haciendo efectivo el derecho de libertad de elección del consumidor, por otra parte, se producen eficiencias productivas, es decir, que los ofertantes buscarán producir los bienes o servicios al menor costo posible. Finalmente, se produce eficiencias dinámicas, es decir, que los competidores realizan inversión en la investigación y desarrollo para innovar procesos productivos y mejorar la calidad, con el objetivo de que sus productos puedan diferenciarse y ser elegidos.¹¹²

De la misma forma, es necesario traer a consideración que existe un consenso tanto en la doctrina como en la jurisprudencia comparada que las prácticas colusorias horizontales son las conductas más perjudiciales para la competencia, debido a que las empresas al formar parte del acuerdo sustituyen la actuación autónoma en el mercado por una actuación coordinada, en la que los incentivos para la captación de clientes se ven reducidos, en perjuicio de éstos y de la eficiencia del sistema en general.¹¹³

Tanto dentro del Ordenamiento Jurídico de Defensa de la Competencia, como en la jurisprudencia se establece que los acuerdos para incrementar el precio, reducir las cantidades producidas o repartirse a los clientes son calificados como ilegales *per se*, no importando su efecto en la competencia y el bien estar social, dicha presunción se realiza y se la adopta dentro de los Ordenamientos Jurídicos debido a que es contraria a los intereses de los consumidores ya que comparte un aumento de precios, una reducción de la producción y una reducción de las alternativas para los consumidores, en ese sentido, los "demandantes no se han de preocupar en demostrar como la práctica restringe la competencia, sino que han de presentar pruebas fehacientes de que el acuerdo se ha producido".¹¹⁴

"Como puede apreciarse, la regla *per se* posee una naturaleza simplificadora de la labor de la autoridad de competencia, pues la libera de ingresar al campo del entendimiento de las motivaciones de las empresas involucradas en el acuerdo, toda vez que parte de una premisa que establece, prima facie, que la concertación de precios es ilegal y perjudicial por donde se lo mire y, asimismo, de la dificultad que reviste la recolección de pruebas que

¹¹² Pág. 31. Tommy Deza Sandoval. "Análisis de las Prácticas Colusorias Horizontales contenidas en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas a la Luz de la Jurisprudencia Europea".

¹¹³ Pág. 32. Tommy Deza Sandoval. "Análisis de las Prácticas Colusorias Horizontales contenidas en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas a la Luz de la Jurisprudencia Europea".

¹¹⁴ "Manual de Practicas Anticompetitivas"



demuestren la efectiva realización del acuerdo anticompetitivo, pues los agentes involucrados procuran eliminar rastro alguno".¹¹⁵

En ese sentido, la afectación a la competencia por medio de la concertación o fijación de precios sería una práctica anticompetitiva absoluta que tiende a limitar o eliminar la competencia en desmedro de los consumidores finales.

Por otra parte, dentro de la doctrina se establece que existen ciertas características que hacen más probables la formación de carteles, como: mercado concentrado; un producto ofertado bastante homogéneo y que no tenga sustitutos cercanos; una demanda inelástica; información sobre ventas se encuentra ampliamente disponible; la existencia de asociaciones, comités, gremios y otras formas de organización asociativa que contribuyen a reducir costos de transacción para llegar a un acuerdo, facilitar su monitoreo, permitir sancionar de traidores al acuerdo, entre otros.¹¹⁶

En el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 se establece que el mercado de producción y comercialización de cemento en Bolivia se encuentra altamente concentrado, se señala que el cemento es un producto homogéneo, con una demanda inelástica, por otra parte, se advirtió la presencia del Instituto Boliviano del Cemento y Hormigón - IBCH, como una asociación gremial que agrupa a las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios "COBOCE LTDA"; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., en el cual se intercambia información, entre las cuales se encuentra los volúmenes de venta. En ese sentido, por lo señalado anteriormente se puede establecer que el mercado cemento en el territorio boliviano cuenta con características que hacen probable la formación de un cartel.

- 3.1.2. CON RELACIÓN AL POSIBLE ACUERDO ENTRE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DEL CEMENTO.

De acuerdo a lo determinado por el inciso a) del párrafo I el artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, se requiere que exista un acuerdo, convenio, arreglo o combinación para la configuración del tipo, es decir, se requiere la manifestación, decisión o una común resolución o de las partes intervinientes.

Es importante tomar en cuenta que la colusión puede ser entendida como la coordinación del comportamiento competitivo de las empresas. El resultado probable de tal coordinación es la subida de precios, la restricción de la producción y el aumento de los beneficios de las empresas participantes en la colusión. El comportamiento colusorio no siempre se basa

¹¹⁵ Pág. 153, 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 Industrial del INDECOPI.

¹¹⁶ Pág. 51. Tommy Deza Sandoval. "Análisis de las Prácticas Colusorias Horizontales contenidas en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas a la Luz de la Jurisprudencia Europea".



en la existencia de acuerdos explícitos entre empresas, sino que también puede resultar de situaciones en las que las empresas actúan por su cuenta pero, reconociendo su interdependencia con sus competidores, ejercitan conjuntamente el poder de mercado con los demás competidores en colusión. Esta práctica suele llamarse «colusión tácita»¹¹⁷.

De la misma forma, dentro de la Jurisprudencia de Defensa de la Competencia se establece que:

- *“la palabra ‘acuerdo’ no se refiere exclusivamente a contratos como fuente de obligaciones, sino más bien a todo un género de actos en los que una de las partes se obliga a limitar su libertad de acción respecto a la otra, con la finalidad última de restringir la competencia.”*¹¹⁸
- *“para que exista acuerdo a efectos del apartado 1 del artículo 85 [101.1] del Tratado, basta con que las empresas de que se trate hayan expresado su voluntad común de comportarse de una determinada manera en el mercado”*¹¹⁹
- *“para ser considerado un acuerdo dentro de los alcances del artículo 85(1) [101.1] del Tratado, es suficiente para las empresas en cuestión haber expresado sus intenciones de conducirse en el mercado en una manera particular. Ese es el caso donde hay un ‘pacto de caballeros’ entre varias empresas representando la expresión de la buena fe de la intención de las partes de unirse al acuerdo restrictivo de la competencia.”*¹²⁰

De la misma forma, “las practicas colusorias se producen cuando dos o mas agentes económicos se ponen de acuerdo expresa o tácitamente para desplegar una conducta que tenga como objeto o efecto distorsionar el mercado, restringiendo, impidiendo o falseando la libre competencia. Es decir, se trata de conductas que involucran un comportamiento conjunto –como si fueran una sola- que elimina la competencia efectiva entre ellas, obteniendo como resultado un beneficio económico, como ocurre, por ejemplo, en el caso de la fijación de precios.”¹²¹

En ese sentido, se debe entender que para se configure una práctica colusoria, los agentes económicos competidores implicados en el “acuerdo” deben haber manifestado su intención,

¹¹⁷ Según la definición de “colusión” contenida en el Glosario de términos utilizados en el ámbito de la política de competencia de la Unión Europea. 2002.

¹¹⁸ Resolución 224-2003/TDC-INDECOPI del 16 de junio de 2003, emitido por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI del Perú.

¹¹⁹ <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61992J0049:ES:PDF>> (consulta: 16/2/2010)

¹²⁰ Cita realizada en: Tommy Deza Sandoval. “Análisis de las Prácticas Colusorias Horizontales contenidas en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas a la Luz de la Jurisprudencia Europea”; de la traducción libre del siguiente texto: “For there to be an agreement within the meaning of article 85(1) of the Treaty, it is sufficient for the undertakings in question to have expressed their joint intention to conduct themselves in the market in a particular way. That is the case where there is a ‘gentlemen’s agreement’ between a number of undertakings representing the faithful expression of such a joint intention of the parties to the agreement Concerning a restriction of competition” (Sentencia del Tribunal de Justicia del 6 de abril de 1995 en el caso N.º 141/89).

¹²¹ El País, 146, 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.



comportamiento conjunto o voluntad de conducirse coordinadamente, sin importar la forma en que se haya manifestado esa intención, sea oral o por algún instrumento escrito, la conducta debe tener el objeto o efecto distorsionar el mercado, limitando o perjudicando la libre competencia.

En el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 se establece que, después de realizado el análisis sobre los datos históricos del mercado del cemento en Bolivia, la documentación aportada por las empresas y la información publicada por el IBCH, existen indicios sobre un comportamiento coordinado por parte de las empresas del sector del cemento, de acuerdo al siguiente detalle:

- Como se establece en el gráfico N° 8, del análisis técnico, se cuenta con un hito importante comprendido en el periodo 2001 al 2002, en el cual la conducta de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A. y la Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA” cambian conjuntamente, en La Paz SOBOCE S.A. el año 2001 contaba con una cuota de mercado de 85% y el año 2002 obtuvo una cuota 100%; mientras que COBOCE LTDA el año 2001 tenía presencia en el mercado y el año 2002 salió del mercado. Por otra parte en el departamento de Cochabamba COBOCE LTDA el 2001 contaba con una cuota de mercado de 74%, mientras que el año 2001 la empresa EMISA que contaba con presencia en el mercado, después de ser adquirida por SOBOCE S.A., salió del mercado el año 2002.
- Las empresas SOBOCE S.A. y COBOCE LTDA mantienen la estabilidad en las cuotas de mercado dentro de los departamentos de La Paz y Cochabamba.
- En el gráfico N° 9, del análisis técnico, se establece que el año 1997 en el departamento del Beni la Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA que contaba con una cuota de mercado de 21%, posteriormente el año 1998 deja de comercializar y SOBOCE S.A. ingreso al mercado con una cuota del 27%. Por otra parte, se presenta un cambio abrupto en el periodo 2009 - 2011, mediante el cual COBOCE LTDA el año 2009 contaba con una cuota de mercado de 88% y baja hasta a un 3% el año 2011, mientras que SOBOCE S.A. el año 2009 contaba con una cuota de 12% y sube bruscamente hasta 84% de cuota de mercado el año 2011.
- En el gráfico N° 11, del análisis técnico, se determina que en el departamento de Chuquisaca SOBOCE S.A. el año 1998 tuvo una cuota de mercado del 1.4%, que posteriormente el año 1999 obtuvo una cuota de 0,9%, para luego desaparecer, mientras que FANCESA desde entonces cuenta cuota de mercado del 100%.
- En el gráfico N° 13, del análisis técnico, se establece que en el departamento Tarija desde el año 2003 solo SOBOCE S.A. y FANCESA se encuentran en el mercado, obteniendo SOBOCE S.A. el año 2011 una cuota de mercado de 96% y FANCESA una cuota 4%.
- En el gráfico N° 14, del análisis técnico, se establece que en el departamento de Oruro desde el año 2003 SOBOCE S.A. obtuvo una cuota de mercado del 100%, posterior a la





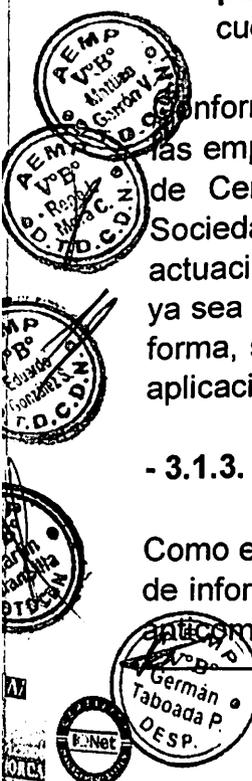
fusión con EMISA (2002), por otra parte, las empresas COBOCE LTDA y FANCESA salieron del mercado hasta el 2003.

- En el gráfico N° 15, del análisis técnico, se establece que en el departamento de Potosí desde el año 1997 las empresas SOBOCE S.A. y FANCESA son las únicas empresas, teniendo el año 2011 SOBOCE S.A. una cuota de 78%, mientras que FANCESA obtuvo una cuota de 22%.
- En el departamento de Pando SOBOCE S.A. es la única empresa por lo que cuenta con 100% de cuota de mercado, además cuenta con una conducta creciente en los volúmenes de venta.
- En el departamento de Santa Cruz hasta el 2010 se encontraban presentes las cuatro empresas, sin embargo el 2011 COBOCE LTDA. salió del mercado, mientras que la cuota de mercado de SOBOCE S.A. se incrementó.
- En el año 1997 se crea el Instituto Boliviano del Cemento y el Hormigón – IBCH compuesto por: SOBOCE S.A., COBOCE LTDA, FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A., que tiene el objetivo de la promoción, realización y difusión de todo tipo de estudios sobre el cemento, sus derivados, su producción; donde se realiza el intercambio de información.
- Se han realizado encuentros entre las empresas del sector para la aplicación de normas de estandarización como se establece en el Acta N° 66 de 8 de mayo de 2009, Acta N° 67 de 24 de julio de 2009 y Acta N° 68 de 9 de octubre de 2009 de Reunión de Directorio del IBCH, suscrita por representantes de SOBOCE S.A., COBOCE LTDA, FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A.
- Se ha presentado una eliminación o disminución de descuentos por parte de las empresas del sector, en el caso de SOBOCE S.A. desde el año 2002 al 2009 denota una tendencia decreciente; COBOCE LTDA. tuvo un incremento en los descuentos consumidores intermedios (distribuidores), sin embargo **no cuenta con descuentos para consumidores finales**; mientras que FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A. no cuentan con descuentos.

Informe a lo señalado precedentemente se puede establecer que existen indicios de que las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían coordinado su actuación en el mercado relevante, limitando su comportamiento en algunos departamentos, ya sea ingresando o saliendo de algunos, respecto a la venta de sus productos. De la misma forma, se puede observar esa coordinación en el mantenimiento de la cuota de mercado, la aplicación de estándares técnicos e intercambio de información.

- 3.1.3. CON RELACIÓN AL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN.

Como en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 se establece el intercambio de información resulta ser un elemento relevante en la colusión, que permite que la práctica anticompetitiva tenga continuidad, más aún si se cuenta con una asociación gremial que





agrupa a los agentes económicos de un sector y que por medio de ésta se realiza la recopilación de la información, algunas veces sensibles o estratégicas.

De la misma forma, es importante señalar que una característica dentro de los acuerdos colusorios que tiene el objeto o efecto de fijar precios es que las empresas, en comportamiento coordinado, **intercambiaran información sensible relativa a precios y sus posibles incrementos.**

Mediante Resolución Prefectural RAP N° 345 de fecha 1 de julio de 1997, la Prefectura del Departamento de La Paz reconoce la personalidad jurídica al Instituto Boliviano del Cemento y el Hormigón – IBCH y dispone la protocolización del Acta de Fundación y Estatutos Orgánicos.

En el artículo 5 de los Estatutos del Instituto Boliviano del Cemento y el Hormigón – IBCH, se señala que “el INSTITUTO tiene como objetivo la promoción, realización y difusión de todo tipo de estudios sobre el cemento, sus derivados, su producción, elaboración, sus aplicaciones correctas y todos aquellos actos tendientes a la obtención de lo precedentemente indicado”.

En el inciso b) del artículo 5 de los Estatutos del Instituto Boliviano del Cemento y el Hormigón – IBCH, se establece que uno de los objetivos del IBCH es el **intercambiar todo tipo de información, experiencias y opiniones afines.**

En ese sentido, analizada la documentación remitida por las empresas del sector del cemento se puede señalar lo siguiente:

- En el punto 4 de la nota G.G. 90/2012 presentada en fecha 4 de junio de 2012 por ITACAMBA CEMENTO S.A. establece que “En nuestra empresa el área encargada de remitir información al Instituto Boliviano del Cemento y Hormigón para la actualización de su base de datos es el Departamento de Comercialización, los envíos de información son realizados de manera mensual como máximo el día de cada mes. Esta información se envía vía correo electrónico utilizando el formato establecido en la planilla adjunta.”
- Mediante Nota COBOCE CL-GG-0132/2012 presentada en fecha 8 de junio de 2012 por la Cooperativa Boliviana de Cemento Industrias y Servicios Ltda. que establece que la información se remite “de manera mensual vía correo electrónico consistente en Volúmenes de Producción de Cemento, Volúmenes de Producción de Clinker y Volúmenes de Venta de Cemento.”
- Mediante nota Cite G.G. No. 07/12 de 6 de junio de 2012 presentada por Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE, en la cual se señala que la información es enviada mensualmente y el tipo de información que se remite es: producción de clinker

y cemento por planta a nivel nacional, registradas en el mes de la información; ventas de cemento por departamento registradas en el mes de la información mensual; ventas a proyectos importantes de pavimentación, importaciones de clinker y cemento registradas en el mes de la información mensual.

- Nota OF-AJD-0055/2012 presentada en fecha 17 de julio de 2012 la Fábrica Nacional de Cemento S.A. establece que "el área encargada de remitir la información al Instituto Boliviano del Cemento y del Hormigón (IBCH) es Gerencia Comercial, información remitida en forma mensual vía correo electrónico".

De lo citado precedentemente, se puede establecer que ha existido un intercambio de información constante, siendo éste suficiente para que las empresas puedan tener conocimiento de datos que sirvan de insumos para la determinación de cuota de mercado, de la misma forma, existe información que es considerada generalmente confidencial o sujeta a reserva, sin embargo, se encuentra publicada dentro de la página web del IBCH, como es el caso de la capacidad instalada.

3.2. LA PRESUNTA VULNERACIÓN AL INCISO A) DEL PARÁGRAFO I DEL ARTÍCULO 10 DEL DECRETO SUPREMO N° 29519.

El Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 02 de agosto de 2012 establece que realizado el análisis se puede señalar que existirían indicios sobre la presunta concertación y coordinación en la fijación de precios en la venta de productos por parte de las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios "COBOCE LTDA"; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A.

Como se consideró anteladamente existiría una actuación coordinada entre las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios "COBOCE LTDA"; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., de la misma forma, éstas habrían realizado un intercambio de información constante y fluida, incluso información sensible.

Adicionalmente, se puede establecer que la afectación a la competencia por medio de la concertación de precios es una de las prácticas anticompetitivas más relevantes, debido a que se afecta a los precios, los cuales son considerados como un elemento central de los mercados, ya que su variación tiene incidencia sobre las cantidades demandadas y ofrecidas; utilidades y beneficios derivadas por el agente económico y; la asignación de recursos entre las distintas actividades productivas.





- 3.2.1. LA POSIBLE FIJACIÓN DE PRECIOS.

Como se estableció en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012, en los acuerdos colusorios relacionados con los precios de venta existe la presencia de una estandarización de precios cuando los productos son homogéneos, de la misma forma, señala que no solo existen precios estandarizados o una menor cantidad de descuentos, sino que se presentan una mayor estandarización de productos, de esa forma, se simplificaría el monitoreo y control. Por otra parte, tendría como resultado una disminución en la libertad de elección de los distribuidores debido a una menor variedad de productos, sino que, podría generar un mayor precio.

De acuerdo a lo establecido anteladamente, para la puesta en marcha de este tipo de acuerdos se debe considerar que las empresas en colusión intercambiarían información sensible relativa a precios y sus posibles incrementos, de la misma forma, es importante señalar que la conducta colusoria entre los agentes económicos ayuda a la estabilización del mercado, desarrollando intereses comunes, como ser la estandarización de productos. Por otra parte, se puede establecer que una señal de la existencia de una fijación de precios es la disminución de promoción, descuentos, esto con el objetivo de evitar una guerra de precios para ganar cuota de mercado.

En ese sentido, dentro del Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 se señalan que existen indicios sobre fijación de precios, de acuerdo al siguiente detalle:

- Se ha presentado una disminución de descuentos por parte de las empresas del sector, como se determina en el gráfico N° 7 SOBOCE S.A. desde el año 2002 al 2009 denota una tendencia decreciente; por otra parte COBOCE LTDA. tuvo un incremento en los descuentos consumidores intermedios (distribuidores), sin embargo **no cuenta con descuentos para consumidores finales**; mientras que FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A. no cuentan con descuentos.
- En el Cuadro N° 4 se puede observar que a partir de **julio 2011** se habría incrementado los precios del cemento tipo IP-30 en los departamentos de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y Tarija, de esa forma, se podría constatar la posible existencia de una actuación coordinada en el incremento del precio del cemento, de la siguiente manera:
 - En **La Paz**, la empresa SOBOCE S.A. ha incrementado sus precios en julio de 2011.
 - En **Cochabamba**, las empresas COBOCE LTDA. y SOBOCE S.A. han incrementado sus precios en julio de 2011 y posteriormente FANCESA, sin que pase mucho tiempo, incrementó sus precios.
 - En **Santa Cruz**, la empresa SOBOCE S.A. ha incrementado sus precios en julio de 2011, mientras, que FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A. subieron sus precios posteriormente, sin dejar pasar mucho tiempo.



- En Tarija, SOBOCE S.A. ha incrementado sus precios en julio de 2011 y luego FANCESA incremento sus precios.
- En el Cuadro N° 6, se puede observar que durante el periodo 1999 – 2010 se ha tenido una tendencia creciente del precio de venta del cemento Portland, cuando en un mercado en competencia habría incrementos como decrementos en los precios de venta.
- En el Acta N° 78 de fecha 21 de febrero de 2011, de Reunión de Directorio del Instituto Boliviano del Cemento y el Hormigón – IBCH, se establece que “El Ing. Capela indico que la mayor parte del déficit se presenta en el departamento de Santa Cruz, en ese sentido, ofreció el apoyo de ITACAMBA para realizar la importación de una parte de clinker necesario, a través de la Hidrovía. Asimismo, considerando las dificultades de transporte, señaló que ITACAMBA podría proveer cemento para Ready Mix y Concretec, a un precio mayor¹²² a fin de recuperar los altos costos de importación”.¹²³

Consecuentemente, se puede establecer que existen indicios de que las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían realizado una actuación coordinada para la fijación de precios en el mercado relevante.

- 3.1.5. SUBSUNCIÓN DE LA ACCIÓN.

Conforme a lo analizado tanto técnica como jurídicamente corresponde adecuar la conducta realizada por las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. a los presupuestos objetivos contemplados en la norma.

En el inciso a) del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008 determina que son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea el fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.

De acuerdo a lo considerado anteriormente, se puede establecer que habrían características que denotarían la posible formación de un acuerdo colusorio sobre fijación de precios, como son: el intercambio de información sensible a precios, que las empresas SOBOCE S.A., COBOCE LTDA, FANCESA e ITACAMBA realizan por medio del IBCH; y la disminución o

¹²² El uso de negrilla es nuestro.

¹²³ Es la cita textual de la parte correspondiente al subtítulo N° 2 sobre la “Importación del Clinker”, en la cual interviene el Ing. Alexander Capela, representante de ITACAMBA CEMENTO S.A.



eliminación de descuentos por parte de las empresas, que evitaría cualquier guerra de precios entre estas.

De la misma forma, realizado el análisis de la información remitida por las empresas del sector de cemento y el IBCH, se pudo advertir la posible existencia de una actuación coordinada por parte de las empresas SOBOCE S.A., COBOCE LTDA, FANCESA e ITACAMBA mediante la cual a partir de julio de 2011 habrían incrementado conjuntamente el precio del cemento tipo IP-30 en los departamentos de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y Tarija.

Adicionalmente, es importante resaltar que en el periodo 1999 – 2010 se habría tenido una tendencia creciente del precio de venta del cemento Portland, lo cual reflejaría la evolución de los precios de venta de cemento Portland en el territorio nacional, sin mostrar ningún tipo de decremento, lo cual no sucedería en un mercado en competencia.

Por otra parte, existen indicios de que las empresas coordinan conjuntamente el incremento de precios, debido a que ITACAMBA CEMENTO S.A. habría señalado que podría proveer cemento a mayor precio, como se establece en el Acta N° 78 de 21 de febrero de 2011 de Reunión de Directorio del IBCH, en la cual se encontraban presentes los representantes de las empresas SOBOCE S.A., COBOCE LTDA, FANCESA.

En ese sentido, se determina que existirían indicios que las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían realizado una actuación coordinada para el incremento y fijación de los precios del cemento en el territorio nacional. Por lo que, dicha conducta se adecuaría a lo establecido en el inciso a) del artículo 10 del parágrafo I del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008.

3.3. LA PRESUNTA VULNERACIÓN AL INCISO B) DEL PARÁGRAFO I DEL ARTÍCULO 10 DEL DECRETO SUPREMO N° 29519.

El Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 02 de agosto de 2012 concluye que habría indicios sobre la posible adjudicación de cuotas de mercado, cuya práctica anticompetitiva se encontraría contemplada en el inciso b) del parágrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, por parte de las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A.

Como se estableció anteladamente en el presente análisis se señaló que habría indicios sobre un “acuerdo” entre las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica



Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., mediante cual éstas habrían coordinado su actuación para contar con una distribución limitada del producto del mercado relevante.

Como la doctrina lo establece que prácticas colusorias principales son los acuerdos de precios, los acuerdos de cuotas o cantidades y los repartos de mercados, de los cuales los acuerdos de cuotas de mercado se caracterizan en que las empresas que competían entre sí “conviene limitar su producción a ciertas cantidades preestablecidas y dividirse el mercado de acuerdo a ciertas participaciones fijas que acuerdas entre ellas. A veces, este tipo de acuerdos toma la forma de un reparto de mercados, por el cual a cada empresa se le asignan ciertos clientes, áreas geográficas o categorías de productos de manera exclusiva, liberándoselos de la competencia con los restantes miembros del acuerdo.”¹²⁴

Por otra parte, en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 se establece que el congelar las cuotas de mercado entre empresas rivales, por medio de acuerdos colusorios, vuelve inútil cualquier estrategia de descuentos de precios de venta que pudiesen aplicar las empresas, ya que se elimina todo incentivo para promocionarse y ganar cuotas de mercado. En ese sentido, al fijarse cuotas de ventas entre empresas rivales mediante acuerdos colusorios, se evita la competencia de precios, y resulta ser un sistema menos complicado que un sistema de control de precios, puesto que se requiere únicamente verificar el cumplimiento de las cuotas de mercado establecidas.

Es importante tomar en cuenta, como se señala en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012, que una característica de un mercado coludido que ha sido distribuido en base a volúmenes de ventas o cuotas de mercado, es que, las cuotas de mercado de las empresas coludidas son **altamente estables** a lo largo del tiempo, aunque este hecho individualmente no es sinónimo de la presencia de una colusión.

Por otra parte, es necesario considerar que para que se realice el monitoreo de las cuotas de mercado se requiere un intercambio constante de información específica, como los volúmenes de venta o volúmenes de producción, que brindan datos para analizar que tipo de medida se va seguir.

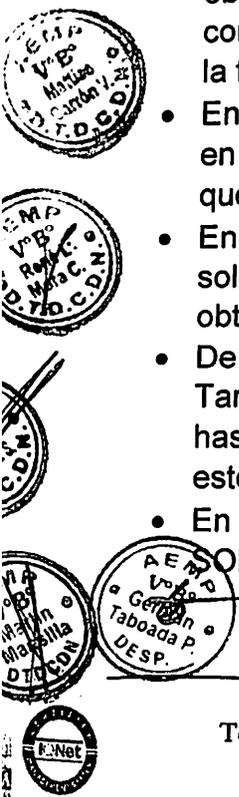
- 3.3.1. CON RELACIÓN A LA DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CEMENTO.

En ese sentido, se puede advertir que la actuación de producir, distribuir y comercializar solamente una cantidad restringida o limitada de bienes se refleja directamente en la coordinación en el manejo de las cuotas de mercado en diferentes departamentos, como se detalla en el análisis contemplado en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012, de la siguiente manera:

¹²⁴ Celoma, Germán. "PRÁCTICAS HORIZONTALES CONCERTADAS Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA".



- Como se establece en el gráfico N° 8 en el periodo 2001 al 2002, en el cual la conducta de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A. y la Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA” cambian conjuntamente, en La Paz SOBOCE S.A. el año 2001 contaba con una cuota de mercado de 85% y el año 2002 obtuvo una cuota 100%; mientras que COBOCE LTDA el año 2001 contaba con presencia en el mercado y el año 2002 salió de éste. Sin embargo, en Cochabamba EMISA contaba con presencia en el mercado, pero posterior a su adquisición por parte de SOBOCE S.A. el año 2002 salió del mercado, mientras que COBOCE LTDA el año 2001 contaba con una cuota de mercado 74% y el año 2002 obtuvo una cuota de mercado 85%.
- El mantenimiento de la estabilidad de las cuotas de mercado por parte de las empresas SOBOCE S.A. y COBOCE LTDA en los departamentos de La Paz y Cochabamba desde el año 2002.
- En el gráfico N° 9 se establece que el año 1997 en el departamento del Beni la Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA que contaba con una cuota de mercado de 21%, luego el año 1998 deja de comercializar y SOBOCE S.A. ingresó al mercado con una cuota del 27%, contando con una actuación ascendente en el mercado. Por otra parte, se presenta un cambio abrupto en el predio 2009 -2011, mediante el cual COBOCE LTDA el año 2009 contaba con una cuota de mercado de 88% y baja hasta a un 3% el año 2011, mientras que SOBOCE S.A. el año 2009 contaba con una cuota de 12% y sube bruscamente hasta 84% de cuota de mercado el año 2011 e ITACAMBA sube su cuota de mercado. Además se pudo advertir una variabilidad de las cuotas de mercado.
- En el gráfico N° 11 se determina que en el departamento de Chuquisaca SOBOCE S.A. el año 1998 tuvo una cuota de mercado del 1.4% que posteriormente el año 1999 obtuvo una cuota de 0,9%, para luego desaparecer, mientras que FANCESA cuenta con una cuota de mercado del 100%, el cual se mantiene así desde el año 2000 hasta la fecha.
- En el gráfico N° 12 se puede observar la estabilidad de una amplia cuota de mercado en el Departamento de Chuquisaca a favor de FANCESA. Además se puede advertir que se han incrementado las ventas del producto sustancialmente.
- En el gráfico N° 13 se establece que en el departamento de Tarija desde el año 2003 solo existen dos empresas SOBOCE S.A. y FANCESA, que el año 2011 SOBOCE S.A. obtuvo 96% de cuota de mercado y FANCESA un 4% de cuota de mercado.
- De la misma forma, se puede advertir que la cuota de mercado en el departamento de Tarija por parte de SOBOCE S.A. ha contado con un incremento desde el año 2003 hasta el año 2011, mientras que la cuota de mercado de FANCESA ha bajado, durante este periodo.
- En el gráfico N° 14 se establece que en el departamento de Oruro desde el año 2003 SOBOCE S.A. cuenta con el 100% de cuota de mercado, posterior a la fusión con





EMISA (2002), por otra parte, las empresas COBOCE LTDA y FANCESA salieron del mercado hasta el 2003.

- Además, es importante mencionar que desde el año 2004 hasta el año 2011 SOCOBE S.A. cuenta con una estabilidad en su cuota de mercado en el departamento de Oruro.
- En el gráfico N° 15 se establece que en el departamento de Potosí desde el año 1997 las empresas SOBOCE S.A. y FANCESA son las únicas empresas, teniendo el año 2011 SOBOCE S.A. una cuota de 78%, mientras que FANCESA obtuvo una cuota de 22%.
- De la misma manera, se debe advertir la estabilidad de cuotas de mercado de SOBOCE S.A. y FANCESA a lo largo del tiempo.
- En el departamento de Pando SOBOCE S.A. tiene una cuota de mercado del 100% y cuenta con una tendencia creciente en sus volúmenes de ventas del producto.
- En el departamento de Santa Cruz se puede observar una variabilidad en las cuotas de mercado de las cementeras durante el periodo 1990 - 2011, excepto SOBOCE S.A., además, resalta la salida del mercado el año 2010 de los productos de COBOCE LTDA.

De la misma forma, en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 se señala que el monitoreo de la información mediante la centralización de ésta, en forma de hojas de cálculo, ha sido usada por varios carteles, como fue el cartel de la lisina. Por otra parte, las empresas del sector remiten información al IBCH constantemente, dentro de cual se encuentran los volúmenes de venta anuales, los cuales son publicados irrestrictamente, además ésta información puede convertirse con facilidad a cuotas de mercado por departamento, por lo que, con esa información se podrían realizar ajustes dentro de las ventas.

En ese sentido, el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 establece que realizado el análisis se habría constado un posible sistema de compensaciones en los departamentos de Potosí, Cochabamba y Beni, donde habría la probabilidad de que las empresas nivelasen sus cuotas de ventas de un año a otro, de la siguiente forma:

- En el gráfico N° 15 se puede observar durante el periodo 1997 – 2011, en el departamento de Potosí las Empresas SOBOCE S.A. y FANCESA han tenido cuotas de mercado estables.
- En el gráfico N° 18 se puede observar durante el periodo 2003 – 2007, en el departamento de Cochabamba, el promedio de la cuota de mercado de COBOCE LTDA fue de 80%, mientras que el promedio de la cuota de mercado que SOBOCE S.A. fue de 15%.
- En el Cuadro N° 13 se puede advertir que durante el periodo 2003 – 2007, en el departamento de Cochabamba, las cuotas de mercado de COBOCE LTDA y SOBOCE S.A. sumadas no excedieron el 95%, por lo que el restante 5% habría estado destinado a FANCESA. Teniendo dentro de este periodo una variación en la cuota entre el 80 al



83% para COBOCE LTDA, mientras que para SOBOCE S.A. su variación en la cuota sería de 12 al 15%.

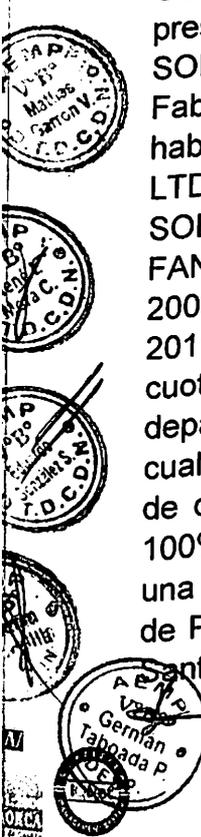
- En el gráfico N° 20 se puede observar que durante el periodo 2003 – 2007, en el departamento de Cochabamba, los volúmenes de venta se ha incrementado para las empresas COBOCE LTDA, SOBOCE S.A. y FANCESA.
- En el gráfico N° 21 se puede observar que durante el periodo 2002 – 2005, en el departamento del Beni, las empresas SOBOCE S.A., FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían tenido una aparente estabilidad en sus cuotas de mercado.

De lo analizado precedentemente, se puede advertir que las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían realizado una actuación coordinada en determinar el volumen de distribución y comercialización del cemento en el territorio nacional.

- 3.3.2. SUBSUNCIÓN DE LA ACCIÓN.

En el inciso b) del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008 determina que son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea el establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen, frecuencia restringidos o limitados de servicios.

Como se menciona en el análisis realizado, se puede advertir que habrían indicios que la presunta actuación coordinada entre las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habría dado lugar a que: en el departamento de Cochabamba desde el año 2002 COBOCE LTDA cuente con una cuota del 85%; en el departamento de La Paz desde el año 2002 SOBOCE S.A. cuente con una cuota de 100%; en el departamento de Chuquisaca FANCESA cuenta con una cuota de mercado de 100%, con una estabilidad desde el año 2000; en el departamento del Beni SOBOCE S.A. llega a tener una cuota de 84% el año 2011, después de la salida de FANCESA del mercado y posterior a la disminución de la cuota de mercado de COBOCE S.A. de 82% a 3%, en la gestión 2009 - 2011; en el departamento de Tarija SOBOCE S.A. obtuviera el 96% de cuota mercado el año 2011, la cual se habría incrementado en el periodo 2003 – 2011 y mientras FANCESA bajo a un 4% de cuota; en el departamento de Oruro desde el año 2003 SOBOCE S.A. cuenta con el 100% de cuota de mercado; en el departamento de Potosí desde el año 1997 cuenta con una cuota de 78%, mientras que FANCESA obtuvo una cuota de 22%; en el departamento de Pando SOBOCE S.A. tiene una cuota de mercado del 100%; y en el departamento de Santa Cruz existe una variabilidad de las cuotas de mercado excepto SOBOCE S.A. que



llega a contar con una cuota de 27%, mientras FANCESA cuenta con 56% e ITACAMBA 17%.

Adicionalmente, se puede advertir que habrían indicios de que resultado del presunto acuerdo entre las empresas, estas contarían con una estabilidad en sus cuotas de mercado, de la siguiente forma: SOBOCE S.A. en los departamentos de La Paz, Oruro, Beni, Pando, Tarija; COBOCE LTDA en el departamento de Cochabamba; FANCESA en el departamento de Chuquisaca, Potosí; e ITACAMBA en los departamentos de Beni y Santa Cruz.

De la misma forma, se tendría indicios de un presunto monitoreo de las cuotas de mercado por parte de las empresas integrantes del IBCH, debido a que a la remisión de información realizada por las empresas del sector sería constante y fluida de información, además esta tendría un carácter sensible, como los volúmenes de venta, que servirían para realizar el monitoreo.

Por otra parte, se puede establecer que existirían indicios de que las empresas cementeras, a raíz del monitoreo, tendrían conocimiento de la cantidad que deben producir, lo cual se reflejaría en la estabilidad que muestran sus cuotas de mercado y la posible compensación que podría darse. De la misma forma, en el seno de las reuniones del Directorio del IBCH se presentarían temas relacionados con el volumen o cantidad a producir.

En ese sentido, se determina que existirían indicios que las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían realizado una actuación coordinada en el territorio nacional y que éstas tendrían como efecto la limitación o restricción a la distribución y comercialización del cemento. Por lo que, las conductas se adecuarían a lo establecido en el inciso b) del artículo 10 del parágrafo I del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008.

3.4. LA PRESUNTA VULNERACIÓN AL INCISO C) DEL PARÁGRAFO I DEL ARTÍCULO 10 DEL DECRETO SUPREMO N° 29519.

El Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 02 de agosto de 2012 concluye que habría indicios sobre la posible adjudicación de territorios, cuya práctica anticompetitiva se encontraría contemplada en el inciso c) del parágrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, por parte de las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A.

Es importante resaltar que un acuerdo colusorio con el objetivo de dividirse el espacio geográfico permite otorgar ventajas a cada agente económico participante en su respectivo



territorio, controlar la oferta y facilitar la manipulación de los precios perjudicando a los consumidores finales.

Como se estableció en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 que una de las razones para que las plantas generalmente vendan su producción en un radio entre 200 a 300 Km. es por la importancia de los costos de transporte que representaría un aproximado de 25% del precio del cemento, más aún si éste es realizado por vía terrestre.

De la misma forma, se debe tomar en cuenta al principio de "mercado natural o de origen", presente en varios carteles, por el cual los miembros del acuerdo reducirían su oferta dentro del mercado de origen de los demás, con el objetivo de que cada miembro del cartel tome el control de su mercado natural o de origen y compartir la demanda global que no era parte del mercado de origen o natural de ninguno de los miembros del acuerdo.

El realizar un acuerdo para la división del mercado por parte de los agentes económicos va en contra del Ordenamiento Jurídico de Defensa de la Competencia, ya que se la afecta o elimina, debido a que se suprime la competencia entre los agentes económicos, brindando el control del territorio, "mercado de origen o natural", a las empresas que realizaron el acuerdo, brindando la posibilidad de actuar como monopolista dentro de ese territorio.

La afectación a la competencia, a raíz de una división territorial del mercado, llegará a ser muy relevante debido a que existe la posibilidad que se eleven los precios por encima a los que se tiene en un mercado con competencia y por otra parte, el restaurar el mercado no llega a ser a corto plazo, de esa forma perjudicando a los consumidores.

- 3.4.1. POSIBLE DIVISIÓN DEL MERCADO.

El Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 se establece que existen indicios sobre la posible división territorial que se habría realizado por las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios "COBOCE LTDA"; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., de la siguiente manera:

- En relación con el departamento de Cochabamba, se puede observar en el gráfico N° 8 en el periodo 2001 al 2002 que se da un cambio coordinado en el cual EMISA contaba con presencia en el mercado, pero después de ser adquirida por SOBOCE S.A. el año 2002 salió del mercado, mientras que COBOCE LTDA el año 2001 contaba con un cuota de mercado 74% y el año 2002 obtuvo con una cuota de mercado de 85% y hasta el momento sigue siendo la oferta principal en este mercado con una mayor cuota de mercado. Por otra parte, la planta de producción de COBOCE LTDA se encuentra en este departamento.
- En relación con el departamento de La Paz, se puede observar en el gráfico N° 8 en el periodo 2001 al 2002 que se da un cambio coordinado, en el cual COBOCE LTDA el





año 2001 tenía presencia en el mercado y el año 2002 salió del mercado; mientras que SOBOCE S.A. el año 2001 contaba con una cuota de mercado de 85% y el año 2002 obtuvo una cuota 100% y hasta el momento sigue siendo la oferta principal en este mercado con una cuota aún mayor. Por otra parte, la planta de producción de SOBOCE S.A. se encuentra en este departamento.

- En relación con el **departamento del Beni**, se puede observar en el gráfico N° 9 que FANCESA contaba con una cuota de mercado de 21%, luego el año 1998 deja de comercializar e ingresa SOBOCE S.A. al mercado con una cuota de 27%, mientras que COBOCE LTDA tenía una cuota de mercado de 73%. Por otra parte, la cuota de mercado de COBOCE LTDA ha bajado de hasta llegar a tener una cuota de 3% el año 2011, cuando el año 2009 contaba con 82%; mientras que la cuota de mercado de SOBOCE S.A. se ha incrementado hasta el 84% al año 2011, por otra parte ITACAMBA S.A. ha incrementado su cuota de mercado hasta el 13% en la gestión 2011, dichos cambios podrían afectar la oferta del producto.
 - En relación con el **departamento del Chuquisaca**, se puede observar en el gráfico N° 11, que SOBOCE S.A. el año 1998 tuvo una cuota de mercado del 1.4% que posteriormente el año 1999 obtuvo una cuota de 0,9%, para luego desaparecer. Mientras que FANCESA cuenta cuota de mercado del 100%, el cual se mantiene así desde el año 2000 hasta la fecha. Por otra parte, la planta de producción de FANCESA se encuentra en este departamento, es decir, que adquirió el control del mercado de origen o natural que le brindó la posibilidad de incrementar sus ventas sustancialmente como se puede advertir en el gráfico N° 12.
 - En relación con el **departamento del Tarija**, se puede observar en el gráfico N° 13, con la salida de ITACAMBA del mercado, desde el año 2003 solo se encontraban presentes dos empresas SOBOCE S.A. y FANCESA, posteriormente la cuota de mercado de SOBOCE S.A. se ha incrementado hasta obtener 96% el año 2011, mientras que la cuota de mercado de FANCESA ha descendido hasta llegar al 4%. Además, es importante señalar que la planta de producción de SOBOCE S.A. (Cemento El Puente) se encuentra en este departamento.
 - En relación con el **departamento de Oruro**, se puede observar en el gráfico N° 14 que desde el año 2004 SOBOCE S.A. cuenta con el 100% de cuota de mercado, posterior a la adquisición de EMISA (2002), por otra parte, las empresas COBOCE LTDA y FANCESA salieron del mercado hasta el 2003. Además, es importante mencionar que la planta de producción de SOBOCE S.A. (EMISA) se encuentra en este departamento y teniendo el control en este mercado, desde el año 2004 hasta el año 2011 SOBOCE S.A. cuenta con una estabilidad en su cuota de mercado.
 - En relación con el **departamento de Potosí**, se puede observar en el gráfico N° 15 que desde el año 1997 las empresas SOBOCE S.A. y FANCESA son las únicas empresas, teniendo el año 2011 SOBOCE S.A. una cuota de 78%, mientras que FANCESA obtuvo una cuota de 22%. De la misma manera, se debe advertir la estabilidad de cuotas de mercado de SOBOCE S.A. y FANCESA a lo largo del tiempo.
- En relación con el **departamento de Pando**, se puede establecer que SOBOCE S.A. tiene una cuota de mercado del 100%, además se puede observar en el gráfico N° 16



que cuenta con una tendencia creciente en sus volúmenes de ventas del producto. Por otra parte, es importante mencionar que la Planta de Viacha es la más próxima a dicho departamento (1200Km), lo cual implica un menor coste en los elevados costos de transporte.

- En relación con el **departamento de Santa Cruz**, se puede observar en el gráfico N° 17 una variabilidad en las cuotas de mercado de las cementeras durante el periodo 1990 - 2011, excepto SOBOCE S.A., además, resalta la salida del mercado el año 2010 de los productos de COBOCE LTDA. Por otra parte, es importante tomar en cuenta que SOBOCE S.A. (Cemento Warnes) cuenta con una planta en este departamento y el 2011 obtuvo una cuota de 27%, por otra parte, la empresa ITACAMBA cuenta con una planta de producción en ese departamento y obtuvo el 2011 una cuota de 17%. Mientras que FANCESA ha descendido hasta llegar el 56% en el año 2011, en relación a la cuota del 90% que tenía el año 1990.

De acuerdo al análisis realizado, se puede establecer que existen indicios que las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían realizado un acuerdo para la división territorial en el mercado relevante, por lo que habría afectado la competencia, habiendo contravenido el ordenamiento jurídico de defensa de la competencia.

- 3.4.2. SUBSUNCIÓN DE LA ACCIÓN.

En el inciso c) del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008 determina que son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea el **dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables.**

De acuerdo a lo señalado anteriormente se puede establecer que habría indicios de una presunta actuación coordinada por parte de las empresas: SOBOCE S.A., COBOCE LTDA, FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A., en el cual se habrían quedado con el control del departamento donde se encuentra su planta de producción, de la siguiente forma: en el departamento de La Paz SOBOCE S.A. ha sido la principal oferta, del cual COBOCE LTDA ha salido desde el año 2002; en el departamento de Cochabamba la principal oferta ha sido COBOCE LTDA, saliendo del mercado la empresa EMISA después de ser adquirida por SOBOCE S.A. el año 2002; en el departamento de Chuquisaca la única oferta ha sido FANCESA desde 1999; en el departamento de Tarija la principal oferta ha sido SOBOCE S.A. (Cemento El Puente) desde 1997; en el departamento de Oruro SOBOCE S.A. (EMISA) ha sido la única oferta desde el año 2004; en el departamento de Santa Cruz FANCESA habría reducido su oferta para que SOBOCE S.A. (Cemento Warnes) e ITACAMBA incrementen su oferta.



Por otra parte, se establece que existirían indicios que las empresas SOBOCE S.A., COBOCE LTDA, FANCESA e ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían actuado coordinadamente para dividirse espacios geográficos en los departamentos en que no cuentan con plantas de producción, de la siguiente manera: en el departamento del Beni SOBOCE S.A., COBOCE LTDA e ITACAMBA; en el departamento de Potosí SOBOCE S.A y FANCESA; y en el departamento de Pando SOBOCE S.A. sería la única oferta, como se estableció en el gráfico N° 18 de "Distribución del mercado de cemento en Bolivia (2011)" del análisis técnico. De esa forma, esos cambios afectarían la oferta del producto y por ende la competencia.

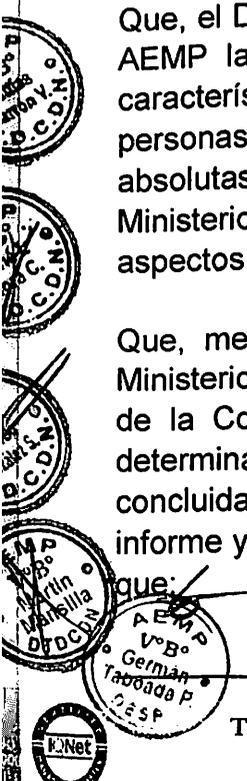
En ese sentido, se determina que existirían indicios que las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios "COBOCE LTDA"; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. habrían realizado una actuación coordinada en el territorio nacional y que éstas tendrían como objeto la distribución o imposición porciones o espacios geográficos del mercado del cemento. Por lo que, la conducta se adecuaría a lo establecido en el inciso c) del artículo 10 del parágrafo I del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008.

CONSIDERANDO: (de las diligencias preliminares)

Que, mediante el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 112/2012 de 13 de agosto 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 artículo 15, parágrafo III del reglamento antes citado, se tiene





- a. Se individualizaron a las partes intervinientes.
 - Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.;
 - Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”;
 - Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA;
 - ITACAMBA CEMENTO S.A.
- b. Se establecieron las normas supuestamente vulneradas en el ámbito de la competencia.
 - El inciso a) del párrafo del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519.
 - El inciso b) del párrafo del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519.
 - El inciso c) del párrafo del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519.
- c. Se evidenció indicios sobre la presunta existencia de prácticas anticompetitivas, las cuales se habrían cometido en las últimas gestiones (2010 - 2011), sin ser esto una limitante, para poder realizar el análisis histórico del mercado, más aún de advertirse una conducta anticompetitiva continua.(Duración de la practica)
- d. La conducta de las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO 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, según el análisis realizado mediante informe técnico la actuación realizada por las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fábrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. presuntamente habría sido coordinada de manera conjunta entre estas en lo relativo a: la fijación de precios, el intercambio esta de cuotas y distribución territorial.

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:** presunta contravención a los incisos a, b y c del párrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, por parte de las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A.
- **características de los bienes o servicios:** la producción y comercialización de cemento portland, con características de producto homogéneo y demanda inelástica.



- **la duración de la práctica**, las últimas gestiones (2010 - 2011), sin ser una limitante, para poder realizar el análisis histórico del mercado, más aún de advertirse una conducta anticompetitiva continúa.
- **las partes identificadas**. las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A.
- **la relación económica existente con la práctica**, la presunta actuación coordinada de las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A., desarrollada en este acto administrativo, habría contravenido el Ordenamiento Jurídico y consecuentemente se presume la fijación de precios, el intercambio de cuotas de mercado, limitando la producción y una distribución territorial.
- **la relación de los elementos de prueba presentados**, la documentación presentada por: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; ITACAMBA CEMENTO S.A. y el Instituto Boliviano del Cemento y el Hormigón - IBCH ha sido considerada y analizada 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 las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A., mediante Resolución Administrativa.

Que, el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 112/2012 de 13 de agosto de 2012 evidenció la existencia de indicios de prácticas anticompetitivas por parte de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO 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.



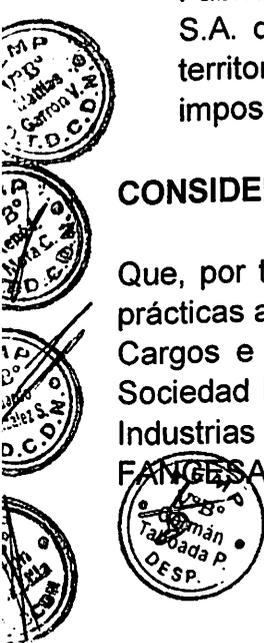
CONSIDERANDO:

Que, del análisis del Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS N° 0107/2012 de 2 de agosto de 2012; el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/MMM N° 112/2012 de 13 de agosto de 2012; se establece que las prácticas anticompetitivas en las que posiblemente se habrían incurrido, son las siguientes:

- **Presunta infracción al inciso a) del párrafo del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519**, por parte de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. debido a la existencia de indicios sobre la presunta actuación coordinada en el territorio nacional por parte de éstas y que habría tenido como efecto el incremento de los precios del cemento.
- **Presunta infracción al inciso b) del párrafo del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519**, por parte de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. debido a la existencia de indicios sobre la presunta actuación coordinada en el territorio nacional por parte de éstas y que habría tenido como efecto la limitación o restricción a la distribución y comercialización del cemento.
- **Presunta infracción al inciso a) del párrafo del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519**, por parte de las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. debido a la existencia de indicios sobre la presunta actuación coordinada en el territorio nacional por parte de éstas y que habría tenido como objeto la distribución o imposición porciones o espacios geográficos del mercado del cemento.

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 las empresas Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A.





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 las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. por la presunta comisión de prácticas anticompetitivas.

ARTÍCULO SEGUNDO. - NOTIFICAR a las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. el cargo por la presunta contravención al inciso a) del parágrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, en lo referido a la conducta anticompetitiva absoluta de actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea el fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.

ARTÍCULO TERCERO. - NOTIFICAR a las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. el cargo por la presunta contravención al inciso b) del parágrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, en lo referido a la conducta anticompetitiva absoluta de actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea el establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen, frecuencia restringidos o limitados de servicios.

ARTÍCULO CUARTO. - NOTIFICAR, a las empresas: Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO S.A. el cargo por la presunta contravención al inciso c) del parágrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, en lo referido a la conducta anticompetitiva absoluta de actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo propósito o efecto sea el dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o



ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA



segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables.

ARTÍCULO QUINTO. - OTORGAR, a la Sociedad Boliviana de Cemento S.A. – SOBOCE S.A.; Cooperativa Boliviana de Cemento, Industrias y Servicios “COBOCE LTDA”; Fabrica Nacional de Cemento Sociedad Anónima – FANCESA; e ITACAMBA CEMENTO 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 SEXTO. - 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 parágrafo 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 Parruy
DIRECTOR EJECUTIVO a.i.
Autoridad de Fiscalización y
Control Social de Empresas

