

RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA RA/AEMP/DTDCDN/N°154/2015

La Paz, 13 de noviembre de 2015

VISTOS:

El Auto Administrativo de inicio de Diligencias Preliminares; la Resolución Administrativa No. 81/2015 de 8 de mayo de 2015, los memoriales de descargos remitidos por el ingenio IAGSA; el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/MAVY/RTS N° 192/2015 de 12 de noviembre de 2015; el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/YSP N° 193/2015 de 12 de noviembre de 2015, todos ellos emitidos por la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la AEMP; el Auto de Apertura de Término de Prueba de 17 de septiembre de 2015 y auto de ampliación de término de prueba de fecha 15 de octubre de 2015; los antecedentes, la documentación aportada dentro el procedimiento sancionador, la normativa aplicable vigente, y todo lo que ver convino y se tuvo presente;

CONSIDERANDO: (Antecedentes)

Que, mediante Resolución Administrativa No. 81/2015 de 8 de mayo de 2015, la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (AEMP), dispuso iniciar procedimiento administrativo sancionador contra las empresas: Industrias Agrícolas de Bermejo Sociedad Anónima – IABSA; Unión Agroindustrial de Cañeros - UNAGRO S.A.; Ingenio Azucarero IAGSA Sociedad Anónima - IAGSA; Poplar Capital S.A.- POPLAR S.A.; Compañía Industrial Azucarera "San Aurelio" S.A. – CIASA, AZUCAÑA y sus ejecutivos, por la presunta comisión de conductas anticompetitivas en la industria azucarera, y en consecuencia dispuso notificar a las mismas con los siguientes cargos, para que sean atendidos en el plazo de quince (15) días hábiles administrativos y presenten sus descargos, alegaciones, explicaciones que pretendan hacer valer en el proceso administrativo:

- Contra las empresas: IABSA; UNAGRO S.A.; IAGSA; POPLAR S.A.; CIASA, por la presunta contravención del artículo 10, parágrafo I, inciso a) del Decreto Supremo N° 29519, en razón a la **concertación del precio de venta del azúcar** al que es ofrecido en el mercado e intercambiar información con el mismo objeto.
- Contra las empresas: IABSA; UNAGRO S.A.; IAGSA; POPLAR S.A.; CIASA, por la presunta contravención del artículo 10, parágrafo I, inciso c) del Decreto Supremo N° 29519, en razón a la **distribución del mercado del azúcar** mediante espacios geográficos determinados.
- Contra las empresas: IABSA; UNAGRO S.A.; IAGSA; y CIASA, por la presunta contravención del artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519, en razón al **establecimiento de distintos precios de venta del azúcar** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones, generando ventajas exclusivas en favor de un grupo de compradores.
- Contra CIASA y POPLAR CAPITAL S.A., por el presunto **ocultamiento de información y por entorpecimiento de las investigaciones** que señala el artículo 39, numeral 4

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

del Reglamento de regulación de la competencia en el marco del Decreto Supremo N° 29519 aprobado por Resolución Ministerial N° 190 de mayo de 2008 y el artículo 25 del Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el Marco del Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento, aprobado por Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 071/2014, en razón a la falta de presentación de la información requerida mediante Auto Administrativo de 23 de diciembre de 2014 reiterada mediante nota AEMP/DESP/DTDCDN/N° 0194/2015 de 30 de enero de 2015 y Auto Administrativo de 27 de enero de 2015 respectivamente.

- Contra los directores y ejecutivos de empresas que se detallan a continuación, por su presunta participación durante el período de sus funciones de la **gestión 2013 y 2014** respectivamente, en las decisiones que motivaron la comisión de las presuntas prácticas anticompetitivas referidas a la **concertación de precios de venta del azúcar** al que es ofrecido en el mercado e **intercambio de información** con el mismo objeto, de conformidad con el artículo 10, parágrafo I, inciso a) y artículo 20, parágrafo III del Decreto Supremo N° 29519.
 - Luis Fernando Barbery Paz, Presidente de Directorio de la empresa UNAGRO S.A.
 - Carlos E. Rojas Amelunge, Presidente de Directorio de la empresa IAGSA.
 - Ramón A. Gutiérrez Sosa, Presidente de Directorio de la empresa CIASA. (2013 y 2014)
 - David Castillo Rivero, Presidente de Directorio de la empresa IABSA.
 - José E. Silva R., Presidente de Directorio de la empresa POPLAR CAPITAL S.A. (2013 y 2014)
 - Marcelo Fraija Sauma, Gerente General de la empresa UNAGRO S.A.
 - Enrique Montemuro Gómez, Director de Comercialización de la empresa UNAGRO S.A.
 - Rudiger Trepp Del Carpio, Gerente General de la empresa IAGSA.
 - Luis Fernando Vásquez Vespa, Gerente Comercial de la empresa IAGSA.
 - Jorge E. Gutierrez Gutierrez, Comercial de la empresa CIASA. (2013 y 2014)
 - Gallardo Muñoz Mario, Gerente General de la empresa IABSA.
 - Mealla Barros Enrique, Gerente Administrativo Financiero de la empresa IABSA.
 - Germán Espinoza Peña, Apoderado Legal de la empresa POPLAR CAPITAL S.A. (2013 y 2014)
 - Marcos Anglaril Vaca Diez, Gerente Comercial de la empresa POPLAR CAPITAL S.A.
 - Oliver Dausberth, Gerente Comercial de la empresa POPLAR CAPITAL S.A. (2014)
- Contra los directores y ejecutivos de empresas que se detallan a continuación, por su presunta participación durante el período de sus funciones durante la **gestión 2013**, en las decisiones que motivaron la comisión de las presuntas prácticas anticompetitivas referidas a la **distribución del mercado del azúcar mediante espacios geográficos** determinados, de conformidad con el artículo 10, parágrafo I, inciso c) y artículo 20, parágrafo III del Decreto Supremo N° 29519 y al análisis de la presente Resolución.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio “El Cóndor” Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

- Luis Fernando Barbery Paz, Presidente de Directorio de la empresa UNAGRO S.A.
 - Carlos E. Rojas Amelunge, Presidente de Directorio de la empresa IAGSA.
 - Ramón A. Gutiérrez Sosa, Presidente de Directorio de la empresa CIASA.
 - David Castillo Rivero, Presidente de Directorio de la empresa IABSA.
 - José E. Silva R., Presidente de Directorio de la empresa POPLAR CAPITAL S.A.
 - Marcelo Fraija Sauma, Gerente General de la empresa UNAGRO S.A.
 - Enrique Montemuro Gómez, Director de Comercialización de la empresa UNAGRO S.A.
 - Rudiger Trepp Del Carpio, Gerente General de la empresa IAGSA.
 - Luis Fernando Vásquez Vespa, Gerente Comercial de la empresa IAGSA.
 - Jorge E. Gutierrez Gutierrez, Comercial de la empresa CIASA.
 - Gallardo Muñoz Mario, Gerente General de la empresa IABSA.
 - Mealla Barros Enrique, Gerente Administrativo Financiero de la empresa IABSA.
 - Germán Espinoza Peña, Apoderado Legal de la empresa POPLAR CAPITAL S.A.
 - Marcos Anglaril Vaca Diez, Gerente Comercial de la empresa POPLAR CAPITAL S.A.
- Contra los directores y ejecutivos de empresas que se detallan a continuación, por su presunta participación durante el período de sus funciones de la **gestión 2013**, en las decisiones que motivaron la comisión de las presuntas prácticas anticompetitivas referidas al **establecimiento de distintos precios de venta del azúcar** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones, de conformidad con el artículo 11, numeral 10 y artículo 20, parágrafo III del Decreto Supremo N° 29519 y al análisis de la presente Resolución.
- Luis Fernando Barbery Paz, Presidente de Directorio de la empresa UNAGRO S.A.
 - Carlos E. Rojas Amelunge, Presidente de Directorio de la empresa IAGSA.
 - Ramón A. Gutiérrez Sosa, Presidente de Directorio de la empresa CIASA.
 - David Castillo Rivero, Presidente de Directorio de la empresa IABSA.
 - Marcelo Fraija Sauma, Gerente General de la empresa UNAGRO S.A.
 - Enrique Montemuro Gómez, Director de Comercialización de la empresa UNAGRO S.A.
 - Rudiger Trepp Del Carpio, Gerente General de la empresa IAGSA.
 - Luis Fernando Vásquez Vespa, Gerente Comercial de la empresa IAGSA.
 - Jorge E. Gutierrez Gutierrez, Comercial de la empresa CIASA.
 - Gallardo Muñoz Mario, Gerente General de la empresa IABSA.
 - Mealla Barros Enrique, Gerente Administrativo Financiero de la empresa IABSA.
- Contra la Asociación AZUCAÑA, por la presunta obtención directa de beneficios y ventajas en favor de las empresas IABSA; UNAGRO S.A.; IAGSA; POPLAR S.A.; CIASA, en la presunta contravención del artículo 10, parágrafo I, incisos a) y c) del Decreto Supremo N° 29519.

Habiéndose notificado con la señalada resolución a la Empresa IAGSA en fecha 15 de mayo de 2015, presentando la empresa los siguientes memoriales:

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 - Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

- Mediante memorial presentado en fecha 9 de junio de 2015 el Sr. Fritz Rudiger Trepp del Carpio como **representante legal de IAGSA**, interpone recurso de revocatoria contra la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°081/2015, y por memoriales presentados en fecha 12 y 17 de junio de 2015 contesta e interpone nulidad de notificación asimismo presenta descargos.
- Mediante auto de fecha 3 de julio de 2015 se dispone **anular la diligencia** de notificación de fecha 15 de mayo de 2015 realizada a la empresa ingenio azucarero IAGSA, disponiendo que IAGSA deberá ratificar los descargos presentados o presentar nuevos descargos.
- Mediante Edicto publicado el 23 de julio de 2015 se notifica con la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°081/2015 de 8 de mayo de 2015 a la Empresa IAGSA, y a los ejecutivos Carlos Eduardo Rojas Amelunge Presidente de Directorio gestión 2013 de IAGSA, Rudiger Trepp del Carpio Gerente General gestión 2013 IAGSA, Luis Fernando Vásquez Vespa Gerente Comercial Gestión 2013 de IAGSA.
- Cursa a fs. 6272 constancia de notificación de fecha 7 de agosto de 2015 por el que se notifica a Carlos Eduardo Rojas Amelunge en su Calidad de **Representante legal de IAGSA con la RA 081/2015**.
- Cursa a fs. 6298 a fs. 6279 resolución de recurso de revocatoria interpuesto por IAGSA contra el auto de fecha 12 de junio de 2015 respecto a la inhibitoria de competencia de la AEMP resolviendo, **CONFIRMAR TOTALMENTE** el auto administrativo de fecha 12 de junio de 2015.
- Mediante memorial presentado en fecha 23 de septiembre de 2015 por IAGSA complementa ofrecimiento de prueba consistente en cuadro de evolución de precios y volúmenes de venta de azúcar de EMAPA y de INSUMOS BOLIVIA solicitando oficios.
- Mediante memorial de fs. 7278 presentado en fecha 6 de octubre de 2015 la empresa IAGSA interpone recurso de revocatoria contra el auto de fecha 17 de septiembre de 2015. Mismo que es resuelto por auto de fecha 14 de octubre de 2015 disponiendo que no se evidencia ninguna restricción a su derecho a la defensa ni perjuicio a sus intereses por lo que conforme el art. 57 de la Ley 2341 no procede su recurso contra el Auto Administrativo de fecha 17 de septiembre de 2015 por constituirse un acto de carácter preparatorio.
- Mediante nota IN-BOL D.G.E. N° 759/2015 de fecha 9 de octubre de 2015 emitido por el Director General Ejecutivo de INSUMOS BOLIVIA remite información de precios y volúmenes de venta de azúcar gestiones 2011,2012 y 2013 cursante a fs.7282-7288.
- Mediante memorial presentado en fecha 13 de octubre de 2015 por la empresa IAGSA presenta prueba consistente en Análisis económico, estadístico y econométrico de la Resolución Administrativa RA/081/2015 realizado por el Dr. Marco Antonio del Rio

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Rivera y el Mgs. Fernando Alonso Aponte Amelunge, Estudio de características Técnicas Homogeneidad y sustituibilidad del azúcar realizado por el Ing. Miguel A. Roca Reyes y el Ing. Raúl Suarez Bravo; y solicitan inspección administrativa.

- Mediante auto de fecha 15 de octubre de 2015 se dispone no ha lugar a la solicitud de inspección administrativa por considerarse innecesario y meramente dilatorio, siendo que la misma puede ser constatada en prueba documental aportada.
- Mediante memorial presentado en fecha 23 de octubre de 2015 IAGSA solicita exposición oral de estudio. Y mediante proveído de fecha 23 de octubre se fija audiencia para el jueves 29 de octubre de 2015 a Horas 15:00 en la AEMP, constando el acta de realización correspondiente.

CONSIDERANDO: (Análisis técnico y jurídico de los descargos presentados por la empresa IAGSA y Carlos E. Rojas Amelunge, Presidente de Directorio de la empresa IAGSA, Rudiger Trepp Del Carpio, Gerente General de la empresa IAGSA y Luis Fernando Vásquez Vespa, Gerente Comercial de la Empresa IAGSA)

Mediante memorial presentado en fecha 26 de agosto de 2015 IAGSA se apersona y contesta los cargos formulados aclarando que se desestime los anteriores descargos presentados, por lo que se pasa a analizar los descargos ratificados, asimismo, por memoriales de fechas 12 de junio de 2015 y memoriales de fecha 15 de octubre de 2015 se adhieren a los descargos de IAGSA.

A efectos de realizar un preciso análisis, a continuación se aplicará un razonamiento estructurado que examina todos y cada uno de los puntos en controversia expuestos por IAGSA en el orden propuesto por la AEMP en grupos temáticos.

1 Grupo temático sobre aspectos legales

1.1 Respecto a la nulidad de notificación por Edicto

El regulado señala:

"1.- Nulidad de Notificación porque viola el art. 27 de la LPA SIREFI y que la emisión del Edicto conforme a la publicación de 23 de julio de 2015 en lugar de dejar un aviso escrito que debió ser entregado en el domicilio de IAGSA se ha incurrido en más de una causal de nulidad de acuerdo a lo previsto en los incisos c), d) del artículo 35 de la LPA."

Al respecto señalar lo que dispone en el art. 27 del Decreto Supremo No. 27175:

"Artículo 27.- (Domicilio Desconocido).

I. Cuando las personas en un procedimiento sean desconocidas, se ignore su domicilio o, intentada la notificación, ésta no hubiera podido ser practicada, la notificación se efectuará mediante Edicto que será publicado por una sola vez en la sede de funciones de la respectiva Superintendencia.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

II. El Edicto deberá disponer la presentación de la persona interesada o infractor, dentro de un plazo razonable fijado por la Superintendencia correspondiente, que no podrá ser menor a cinco (5) ni exceder de diez (10) días hábiles administrativos, ante las oficinas de la Superintendencia respectiva o ante las oficinas de otra institución pública que por motivos de distancia, la Superintendencia requirente hubiera fijado para proceder a la notificación, a fin de tomar conocimiento del trámite.

III. Efectuada tal diligencia y si la persona interesada o infractor no se apersonara ante las mencionadas oficinas, la notificación se tendrá por practicada para todos los efectos, debiendo colocarse la respectiva constancia en el expediente.

IV. Una vez apersonada la persona interesada o infractor, deberá señalar domicilio dentro del radio urbano del asiento de la respectiva Superintendencia o su Oficina Regional establecida, caso contrario se tendrá como tal la secretaría de la Superintendencia u Oficina Regional respectiva."

Al respecto puntualizar que conforme cursa en el expediente la AEMP, según informe de la Notificadora de la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia, procede a realizar el primer intento de notificación dejando el aviso, y la segunda y tercera constancia, sin embargo las mismas son tachadas de nulas e inexistentes por parte de la misma Empresa y sus apoderados, lo que hace que la AEMP proceda a corregir el procedimiento anulando los avisos de notificación y notificaciones, concluyendo que se intentó la notificación sin embargo la misma no pudo realizarse. Consecuentemente se enmarca en lo estipulado en la norma en el párrafo I del Art. 27 del Decreto Supremo No. 27175 que señala **"intentada la notificación, ésta no hubiera podido ser practicada, la notificación se efectuará mediante Edicto que será publicado por una sola vez en la sede de funciones de la respectiva Superintendencia."** Por lo que no ha existido ninguna violación al procedimiento de notificación, sino más bien se ha dado cumplimiento a lo dispuesto por la norma.

Al respecto el art. 35 de la Ley N°2341 que señala:

"Artículo 35° (Nulidad del Acto)

- I. Son nulos de pleno derecho los actos administrativos en los casos siguientes (...)*
- c) Los que hubiesen sido dictados prescindiendo total y absolutamente del procedimiento legalmente establecido;*
 - d) Los que sean contrarios a la Constitución Política del Estado; y,*
- II. Las nulidades podrán invocarse únicamente mediante la interposición de los recursos administrativos previstos en la presente Ley."*

Sobre el argumento vertido por el regulado, respecto a que la notificación hubiera sido dictada prescindiendo total y absolutamente del procedimiento legalmente establecido, resulta no ser evidente siendo que como se mencionó precedentemente, la notificación se realizó siguiendo el procedimiento dispuesto por el párrafo I del art. 27 del Decreto Supremo No. 27175, normativa vigente y de aplicación al caso.

Asimismo, de la revisión de antecedentes, se establece que no existe la pretendida nulidad de la notificación argumentada por el administrado, en razón a que dicho acto cumple con todos los requisitos dispuestos por el artículo 28 de la Ley No. 2341, al haber sido emitido por

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

autoridad competente, con causa sustentada en antecedentes como es el proceso administrativo por presuntas prácticas anticompetitivas iniciado mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°081/2015; asimismo, contiene objeto cierto dentro del procedimiento conforme señala el artículo 23 de la Resolución Ministerial No. 190 referido a la etapa probatoria, para que como señala la norma, los agentes económicos tengan conocimiento y formulen los argumentos y explicaciones que consideren pertinentes, gozando de la validez y eficacia dispuesta por el artículo 32 de la Ley N° 2341, por lo que no se hubiera incurrido en vicio de nulidad alguna respecto a la notificación por edicto, siendo que obedece a los antecedentes del proceso.

1.2 Respetto al ámbito de aplicación del Decreto Supremo N° 29519

El regulado señala:

"El Ámbito de aplicación del D.S. 29519, la regulación de abastecimiento de mercado y banda de precios al sector cañero y agroindustrial cañero, siendo que el sector es regulado por el gobierno respecto el abastecimiento del mercado, las exportaciones e importaciones y los precios del azúcar".

Asimismo señala IAGSA que es erróneo que los decretos supremos no hacen referencia a ninguna fijación de bandas de precio sino tan solo a autorizaciones de exportación, señala que es totalmente errónea.

Al respecto las normas mencionadas en la RA 81/2015, señalan que son autorizaciones para exportación que cumplan con el certificado de abastecimiento interno a "precio justo", conceptos diferentes a la fijación de precio para mercado, puesto que el concepto de "precio justo" refiere al precio determinado con el fin de lograr las autorizaciones de exportación de azúcar y el mismo es controlado solo para ese fin, empero como señalan los Decretos Supremos mencionados, establecen una banda de precios en la cual deben de **competir** los distintos ingenios azucareros, esta normativa no otorga (como pretende IAGSA) una autorización a los ingenios para que se reúnan y fijen los precios de venta de sus productos.

1.3 Respetto a la regulación específica

El regulado señala:

"Regulación específica al sector cañero y agroindustrial cañero, que según señala que el sector cañero y agroindustrial cañero se encuentra fuera del ámbito de aplicación del D.S. 29519 puesto que se trata de un sector regulado sujeto a su propio marco normativo y entes reguladores por lo que la AEMP vulnera las competencias regulatorias atribuidas a otros entes reguladores."

Al respecto, en primera instancia, debe considerarse que el Decreto Supremo No. 29519, tiene por objeto regular la competencia y la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado y que provoquen especulación en precios y cantidad, a través de mecanismos ejecutados por el Instituto Boliviano de Metrología (IBMETRO) y la

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (AEMP). Esta norma en su artículo 2, establece que su ámbito de aplicación son aquellas personas naturales y/o jurídicas que desarrollen actividades económicas con o sin fines de lucro, en el territorio nacional, con excepción de aquellas que ya se encuentren reguladas por Ley, y en su art. 16, numerales 3 y 6, otorga a este ente regulador las atribuciones de regular, controlar y supervisar a las empresas, personas y entidades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a prácticas anticompetitivas absolutas y relativas; así como la atribución de regular los actos de las personas individuales colectivas, privadas o públicas que produzcan, comercialicen o de cualquier otra forma realicen actos relacionados con la puesta de bienes en los mercados, y siendo que la empresa IAGSA comercializa azúcar, se constituye en agente económico y se encuentra dentro del alcance del citado Decreto Supremo No. 29519.

Por otra parte, la Ley N° 2027 del Bonosol y la Ley N° 2495 de Reestructuración de Empresas, establecen en sus artículos 20 y 25, respectivamente, que la Superintendencia de Empresas, ahora Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas, por mandato del artículo 4 del Decreto Supremo No. 0071, tiene jurisdicción y competencia nacional para regular, controlar y supervisar a las personas, entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a la defensa de la competencia, de lo cual se establece que la AEMP tiene amplias facultades para asumir conocimiento en el presente caso.

Atribuciones de la AEMP sobre la defensa de la Libre Competencia

Que, el parágrafo I del artículo 312 de la Constitución establece que toda actividad económica debe contribuir al fortalecimiento de la soberanía económica del país. No se permitirá la acumulación privada de poder económico en grado tal que ponga en peligro la soberanía económica del Estado. De la misma forma en el parágrafo II del artículo 312 de la Constitución señala que todas las formas de organización económica tienen la obligación de generar trabajo digno y contribuir a la reducción de las desigualdades y a la erradicación de la pobreza.

Que, en el artículo 2 de la Decisión N° 608 de 29 de marzo de 2005, emitida por la Comunidad Andina de Naciones, se establece que dicha decisión tiene como objetivo la protección y promoción de la libre competencia en el ámbito de la Comunidad Andina, buscando la eficiencia en los mercados y el bienestar de los consumidores.

Que, en el artículo 7 de la Decisión N° 608, en sus incisos a), b) y c) establece que se presumen que constituyen conductas de restrictivas de la libre competencia, entre otros, los acuerdos que tengan el propósito de: a) Fijar directa o indirectamente precios u otras condiciones de comercialización; b) Restringir la oferta o demanda de bienes o servicios; c) Repartir el mercado de bienes o servicios.

Que, el Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008 que tiene por objeto regular la competencia y la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado, provocando especulación en precios y cantidad, a través de mecanismos adecuados a ser ejecutados por el Instituto Boliviano de Metrología - IBMETRO y la Superintendencia de Empresas (ahora, Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas - AEMP).

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Que, el parágrafo I del artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, establece que se considera 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;

Que, el numeral 2 del artículo 16 del Decreto Supremo N° 29519, establece que la Superintendencia de Empresas (ahora, Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas) cuenta con la facultad de defender y promover la competencia en los mercados que no presenten características de monopolios naturales.

Que, el numeral 3 del artículo 16 del Decreto Supremo N° 29519, establece que la Superintendencia de Empresas (ahora, Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas) cuenta con la facultad de regular, controlar y supervisar a las empresas, personas y entidades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a prácticas anticompetitivas absolutas y relativas.

Que, el numeral 11 del artículo 16 del Decreto Supremo N° 29519, establece que la Superintendencia de Empresas (ahora, Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas) cuenta con la facultad de regular la competencia como un bien colectivo de interés público, promoviendo acciones para mejorar y ampliar la competencia de los bienes y servicios en los mercados.

Que, mediante el inciso f) del artículo 3 del Decreto Supremo N° 0071 de 9 de abril de 2009, se crea la Autoridad de Fiscalización Social de Empresas, por otra parte, en el artículo 5 de la norma citada precedentemente establece que la Autoridad de Fiscalización y Control de empresa es una institución pública técnica y operativa, con personalidad jurídica y patrimonio propio, independencia administrativa, financiera, legal y técnica, supeditadas al Ministro cabeza de sector.

Que, en el artículo 41 del Decreto Supremo N° 0071, se establece que la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas fiscaliza, controla, supervisa y regula las actividades de las empresas en lo relativo al gobierno corporativo, defensa de la competencia, reestructuración de empresas y registro de comercio.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Que, en el inciso a) del artículo 48 de la norma citada precedentemente, establece que la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas cuenta con la competencia de regular, controlar y supervisar a las personas, entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a gobierno corporativo, defensa de la competencia, reestructuración y liquidación voluntaria de empresas y registro de comercio.

Que, la Resolución Ministerial N° 190 de 25 de mayo de 2008, emitido por el Ministerio de Producción y Microempresa (ahora, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural) aprueba el Reglamento de Regulación de la Competencia en el marco del Decreto Supremo N° 29519. Además, en el artículo segundo de la norma citada, establece que el ente regulador de empresas queda encargado del cumplimiento y ejecución del reglamento.

Que, el artículo 1 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190, establece que el Reglamento tiene por objeto cumplir lo previsto en la disposición adicional cuarta del Decreto Supremo N° 29519, de 16 de abril de 2008, de Regulación de la Competencia y Defensa del Consumidor, estableciendo el procedimiento administrativo en materia de regulación de la competencia a cargo de la Superintendencia de Empresas (ahora, AEMP).

Que, el artículo 9 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190, señala que: *"Las prácticas anticompetitivas absolutas señaladas en el artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, son infracciones consideradas de gravedad media y máxima, las mismas que, ante la evidencia de su ejecución por parte del o los agentes económicos involucrados bajo garantía del debido proceso, serán sancionadas con multa o con la suspensión definitiva o temporal de sus actividades y en su caso, con la Revocatoria de la Matrícula de Comercio, de acuerdo a evaluación económica y justificación legal en el marco de las disposiciones normativas en Vigencia".*

Que, el numeral 1 del artículo 11 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190, establece que para que las prácticas anticompetitivas relativas, señaladas en el artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519, deban ser sancionadas deberá comprobarse, que el presunto responsable tiene poder sustancial sobre el mercado relevante. Por otra parte, el numeral 2 del mismo artículo citado precedentemente, adicionalmente establece que para que las prácticas anticompetitivas relativas sean sancionadas deberá comprobarse que se realicen respecto de bienes o servicios que correspondan al mercado relevante de que se trate.

Que, como puede apreciarse de la disposición descrita precedentemente, las prácticas anticompetitivas relativas requieren previamente que se compruebe el poder sustancial sobre el mercado relevante y que estas se realicen respecto de bienes o servicios que correspondan al mercado relevante de que se trate. En cambio, **en el caso de las prácticas anticompetitivas absolutas**, la normativa aplicable vigente no establece medios o mecanismos de prueba, lo cual hace que el ente regulador recurra a otras fuentes del derecho administrativo como es la doctrina y la jurisprudencia nacional y extranjera, dada además las características de las prácticas anticompetitivas como fenómenos económicos de connotaciones jurídicas.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Que, en el párrafo I del artículo 15 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190, se establece que las diligencias preliminares procederán de oficio o a denuncia. Además, en el párrafo III del artículo 15 de la norma citada anteriormente, señala que el objeto de la diligencia preliminar será conocer, determinar y comprobar, de modo fehaciente, la existencia y veracidad de conductas anticompetitivas absolutas o relativas.

Que, el inciso e) del párrafo III del artículo 15 de la misma norma, señala que el objeto de la diligencia preliminar será determinar si la supuesta práctica anticompetitiva afectaría el interés público.

Instrumentos aplicables en la investigación de Prácticas Anticompetitivas Absolutas:

De manera específica, a efecto de realizar el análisis de las posibles prácticas anticompetitivas absolutas, la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas posee las atribuciones contenidas en el Decreto Supremo N° 29519, cuyos numerales pertinentes son descritos a continuación:

- “2. Defender y promover la competencia en los mercados que no presenten características de monopolios naturales;*
- 3. Regular, controlar y supervisar a las empresas, personas y entidades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a prácticas anticompetitivas absolutas y relativas;*
- 4. Establecer los criterios, así como los instrumentos analíticos adecuados para el efectivo cumplimiento de sus atribuciones en la aplicación consistente a los principios establecidos en el presente Decreto Supremo y sus reglamentos;*
- 5. Establecer las acciones necesarias para evitar la formación de prácticas anticompetitivas absolutas;*
- 6. Regular los actos de las personas individuales o colectivas, privadas o públicas que produzcan, comercialicen o de cualquier forma o manera realicen actos relacionados con la puesta de bienes y la prestación de servicios en los mercados, coordinando sus acciones, cuando corresponda con las Superintendencias Sectoriales;*
- 7. Realizar inspecciones y auditorías de verificación y requerir la exhibición de papeles, libros, documentos, archivos e información generada por medios electrónicos o de cualquier otra tecnología, conforme a Ley;*

(...)

11. Regular la competencia como un bien colectivo de interés público, promoviendo acciones para mejorar y ampliar la competencia de los bienes y servicios en los mercados;

12. Conocer, investigar, procesar, sancionar y resolver los actos contrarios a la competencia en los mercados, de acuerdo a lo establecido en el presente Decreto Supremo y sus reglamentos;

(...)

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

19. Otras necesarias para el cumplimiento de las funciones establecidas en el presente Decreto Supremo”.

Que, de acuerdo a la normativa descrita precedentemente, la AEMP posee amplias facultades a efecto de realizar la investigación y análisis de las prácticas anticompetitivas absolutas, entre las cuales se encuentran la posibilidad de establecer los criterios, así como los instrumentos analíticos adecuados. En este sentido, el ente regulador requirió a las empresas información y documentación que le permita tener conocimiento de su conducta en el mercado. Asimismo para corroborar esta información se requirió de igual forma información a la Aduana Nacional, Impuestos Nacionales, el Instituto Nacional de Estadísticas y FUNDEMPRESA.

Que, dada la condición técnica de las prácticas anticompetitivas en general, en el país si bien existe normativa que tipifica las conductas absolutas y relativas, no se cuenta con lineamientos técnicos desarrollados con amplitud a efecto del análisis de las mismas, asimismo no se cuenta con la experiencia jurisprudencial desarrollada en el ámbito de la Defensa de la Competencia, lo que ha dado lugar al estudio de la doctrina a nivel regional y mundial así como la jurisprudencia extranjera aplicados como instrumentos importantes en casos anteriormente resueltos por la AEMP. Por lo que, la doctrina y la jurisprudencia en el presente caso objeto de análisis también son aplicables.

1.4 Respecto al Acuerdo de 5 de Mayo de 2011

El regulado señala:

“El acuerdo de 5 de mayo de 2011 contrario a lo que sostiene la AEMP rige actualmente ya que no han sido suspendido, modificados o terminados mediante norma legal alguna.”

(...) “Sobre la Nota MDP/VME/2013-0179 de 8 de noviembre de 2013 en la que la Ministra Teresa Morales señala de manera unilateral que la fijación de precios suscrita en el Convenio de 5 de mayo de 2011 estuvo vigente solo para esa gestión 2011, carece de todo sustento legal y en todo caso cualquier recisión o derogatoria del acuerdo surtiría efectos desde su instrumentación mediante un acto administrativo expreso y por ende no amerita mayores consideraciones de orden legal.”

Al respecto cursa en el expediente:

El Acuerdo de fecha 5 de mayo de 2011, suscrito entre el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP), el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT), el sector cañero y el sector industrial azucarero, que establece los precios máximos de venta del azúcar, tanto en ingenio (5.20 Bs./Kg), como al consumidor final (6.00 Bs./Kg), mismo que señala que el acuerdo será iniciada en la gestión 2011, sin embargo no hace referencia a una vigencia indefinida.

Y corresponde puntualizar, que un convenio al ser un acuerdo de partes debe cumplir ciertos requisitos como ser, tener un objeto cierto, causa determina, plazo definido entre otros, lo

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

señalado en la teoría de contratos, lo que en el presente caso no está definido puesto que el documento convenio de 5 de mayo de 2011, no contiene un plazo identificado. Sin embargo cabe recalcar que siendo una de las partes el Estado mediante el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP), el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT), entidades estatales, mismos que se rigen por la normativa administrativa, misma que determina que todos los compromisos asumidos solo tienen una vigencia de (1) una gestión, terminando la misma en diciembre del mismo año de suscripción, por cuestiones contables, presupuestarias y programáticas, siendo que ninguna autoridad administrativa puede comprometer recursos por más de una Gestión, según lo que está dispuesta por las Normas Básicas de Presupuestos aprobadas por Resolución Suprema No. 225558 así como por la Ley financiera de cada año, como es el caso del convenio de 5/05/2011.

Lo que es confirmado por la nota que cursa en el expediente N° MDP/VME/2013-0179 de 08 de noviembre de 2013, la Lic. Ana Teresa Morales Olivera, Ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural, quien puso en conocimiento de la AEMP que la fijación de precios suscrita en el convenio de mayo de 2011 estuvo vigente sólo para esa gestión (2011). Por lo que queda desvirtuado el argumento del regulado de que hubiera tenido una autorización del Gobierno mediante un convenio que fija un precio del azúcar a la fecha vigente.

1.5 Falta de competencia de la AEMP para dictar resoluciones

El regulado argumenta que:

Existe nulidad de la RA 81/2015 por haber sido dictada sin competencia conforme el art. 35 de LPA, por vulneración del principio de legalidad, y el principio de legalidad positiva y no la negativa.

Asimismo argumenta que "... Si bien puede tener competencia para regular prácticas anticompetitivas no puede aplicar el D.S. 29519 para sectores regulados. Esta normativa solo se sanciona para los mercados no regulados entonces la resolución de la AEMP de formulación de cargos tiene objetivo o contenido ilícito porque está aplicando la normativa vigente a un supuesto de hecho distinto con relación para el cual (sociedades no reguladas) fue emitida. Entonces la RA 81/2015 es nula de pleno derecho, puesto que vulnera el principio de legalidad previsto en los Artículos 14 IV; 232 y Artículo 410 de la Constitución Política del Estado y Artículo 72 de la LPA, y Artículo 62 del RLPA-SIREFI entre otros, incurriendo en la nulidad expresamente prevista en el Artículo 35 d) de la LPA que establece que son nulos de pleno derecho los actos administrativos que sean contrarios a la Constitución Política del Estado."

En primera instancia, debe considerarse que el Decreto Supremo N° 29519, tiene por objeto regular la competencia y la defensa del consumidor frente a conductas lesivas que influyan negativamente en el mercado y que provoquen especulación en precios y cantidad, a través de mecanismos ejecutados por el Instituto Boliviano de Metrología (IB-METRO) y la AEMP. Esta norma en su artículo 2, establece que su ámbito de aplicación son aquellas personas naturales y/o jurídicas que desarrollen actividades económicas con o sin fines de lucro, en el territorio nacional, con excepción de aquellas que ya se encuentren reguladas por Ley, y en su artículo

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

16. numerales 3 y 6, otorga a este ente regulador las atribuciones de regular, controlar y supervisar a las empresas, personas y entidades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a prácticas anticompetitivas absolutas y relativas; así como la atribución de regular los actos de las personas individuales colectivas, privadas o públicas que produzcan, comercialicen o de cualquier otra forma realicen actos relacionados con la puesta de bienes en los mercados, y siendo que la empresa IAGSA comercializa azúcar, se constituye en agente económico sujeto a regulación por parte de la AEMP en lo que refiere a la posible comisión de conductas anticompetitivas. A su vez se encuentra dentro el alcance del citado Decreto Supremo N° 29519 y la competencia de la AEMP.

Por otra parte, la Ley N° 685, dispone en su artículo 6, que la Superintendencia de Empresas, ahora Autoridad de Fiscalización de Empresas, tiene jurisdicción y competencia nacional para regular, controlar y supervisar a las personas, entidades, empresas y actividades sujetas a su jurisdicción en lo relativo a la **defensa de la competencia**, de lo cual se concluye que la AEMP posee amplias facultades para asumir conocimiento del presente caso.

Pronunciamiento Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural

Que mediante Auto Administrativo de fecha 12 de junio de 2015, el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural se pronunció con relación a la solicitud de Inhibitoria de competencia presentada por la empresa: Ingenio Azucarero IAGSA S.A., señalando:

“... se debe considerar que la AEMP, en aplicación de las atribuciones conferidas por las normas en vigencia, es la entidad llamada por ley para regular, controlar y supervisar la “Competencia” en las actividades económicas de personas naturales y jurídicas, así como investigar posibles “Conductas Monopólicas” y “Anticompetitivas”, cuando afecten el interés público; aspecto que precisamente es el que se trata de identificar en el proceso que la citada entidad lleva adelante sobre la Unión Agroindustrial de Cañeros UNAGRO S.A., consiguientemente la AEMP, está plenamente legitimada para la instauración de procesos sancionadores por la identificación de conductas que atenten contra el interés público y que se relacionen con la competencia...”

*“La Ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural, en uso de sus facultades y atribuciones, sin entrar en mayores consideraciones de orden legal, en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 9 inciso a) del Decreto Supremo N° 27113, se declara **INCOMPETENTE** para conocer en primera instancia el Proceso Administrativo Sancionador iniciado sobre el Ingenio Azucarero IAGSA, por la presunta comisión de prácticas anticompetitivas, aspectos que deben ser investigados y resueltos por la Autoridad de Fiscalización de Empresas – AEMP, conforme la normativa vigente”.*

Pronunciamiento Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras

Que por otra parte, mediante Auto Administrativo de 12 de junio de 2015, el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras se pronunció con relación a la cuestión de competencia e inhibitoria de competencia de la AEMP planteada por el Ingenio Azucarero IAGSA ante dicho Ministerio, señalando lo siguiente:

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

"En observancia de los art. 64,66 y 68 del Decreto Supremo N° 29894 de 07 de febrero de 2009, se establece que es atribución y competencia del Ministerio de Desarrollo y Economía Plural, a través de la institución pública AEMP, creada mediante Decreto Supremo N° 0071 de 09 de abril de 2009 y regulada mediante Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008 y reglamento correspondiente; en esa lógica se considera que el MDyT, sobre el presente caso específico, no tiene competencia para conocer para conocer, sustanciar y resolver contravenciones de las empresas en cuanto a sus actividades de comercialización, considerando que el Complejo productivo de la caña de azúcar comprende: la producción primaria, la transformación e industrialización y comercialización de los productos, y que el MDyT, solo está a cargo del primer eslabón que comprende la producción primaria".

*"Por lo expuesto precedentemente el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, en observancia de la normativa vigente y del inc. a) del art. 9 del Decreto Supremo N° 27113 de 23 de julio de 2003, se declara **INCOMPETENTE** para conocer, sustanciar y resolver el presente caso, procediendo a remitir antecedentes a la Autoridad correspondiente".*

En fecha 12 de junio de 2015, el mismo Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras notifica a la AEMP la siguiente diligencia:

"...en atención al memorial que promueve cuestión de Competencia y solicita INHIBITORIA DE LA AEMP, representada por el Sr. Fritz Rudiger Trepp del Carpio, con relación al Ingenio Azucarero IAGSA S.A. IAGSA., se procede a notificar con AUTO de fecha 12 de junio y antecedentes a la AUTORIDAD de EMPRESAS, dejando la correspondiente copia de ley..."

Que, en este entendido, considerando que la solicitud de PROMUEVE CUESTION DE COMPETENCIA Y SOLICITA INHIBITORIA DE LA AEMP presentada por la empresa IAGSA, ya fue atendida de forma oportuna por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural y por el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras a través de pronunciamientos que fueron puestos en conocimiento de la empresa y que le reconocen a la AEMP la atribución y competencia para conocer y resolver en primera instancia en materia de defensa de la competencia, la empresa IAGSA deberá sujetarse a la normativa aplicable en la materia y dentro las competencias de la AEMP.

Por lo que la Autoridad de Fiscalización de Empresas, en uso de sus facultades y atribuciones, sin entrar en mayores consideraciones de orden legal, en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 8, parágrafo I del Decreto Supremo N° 27175, se declara **COMPETENTE** para conocer en primera instancia el Proceso Administrativo Sancionador iniciado contra la Empresa **Ingenio Azucarero IAGSA Sociedad Anónima** y otras empresas azucareras a través de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 081/2015 de 08 de mayo de 2015, por la presunta comisión de prácticas anticompetitivas, asimismo está facultada para emitir Resoluciones Administrativas sancionatorias.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

1.6 Anulabilidad por vulneración al reglamento de procedimiento de diligencias preliminares

El regulado señala:

"La Resolución Administrativa Interna No. RAI/AEMP/ DJ/ No 067/2011 de 30 de diciembre de 2011, aprueba el "Reglamento de Procedimiento de Diligencias Preliminares para la Investigación de Presuntas Prácticas Anticompetitivas de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas". La referida norma establece que los procedimientos sancionatorios tramitados por la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la Autoridad de Empresas (AEMP), en la etapa de Diligencias Preliminares, iniciados a partir de su publicación, deben someterse a la aplicación del Reglamento aprobado en su Artículo Primero.

El Artículo 3 del Reglamento de Procedimiento de Diligencias Preliminares aprobado mediante la Resolución No. RAI/AEMP/ DJ/ No 067/2011, establece que la Dirección Técnica de Defensa de la Competencia y Desarrollo Normativo de la Autoridad de Empresas (AEMP), tiene un plazo máximo de hasta sesenta (60) días hábiles administrativos, computables a partir de la notificación con el inicio de las diligencias Preliminares para concluir las mismas. Excepcionalmente y de manera fundamentada dicho plazo puede ser ampliado (antes de que culmine) hasta 30 días hábiles administrativos.

En fecha 23 de septiembre de 2013, la AEMP notificó al Ingenio Azucarero IAGSA S.A., con el Auto Administrativo de Inicio de Diligencias Preliminares de fecha 18 de septiembre de 2013. Posteriormente, en el marco del Art. 15 de la Resolución Ministerial No. 190, habiendo cumplido con el objeto de las Diligencias Preliminares, la AEMP emitió la Resolución Administrativa RA/AEMP/ DTDCDN/No 081/2015 en fecha 08 de mayo de 2015, mediante la cual resolvió formular cargos al Ingenio Azucarero IAGSA S.A., por la presunta comisión de prácticas anticompetitivas.

De lo anterior, podemos evidenciar que la AEMP excedió abundantemente el plazo máximo de duración de las Diligencias Preliminares, ya que procedió a emitir la Resolución Administrativa de Formulación de Cargos luego de más de diecinueve (19) meses de haber notificado el Auto de Inicio de Diligencias Preliminares, incurriendo de esta manera en una causal de anulabilidad del acto administrativo, vulnerando el Art. 62 del RLPA-SIREFI y el Art. 21 y 36 de la LPA.

Tomando en cuenta los argumentos y el marco legal descrito, su autoridad deberá anular la Resolución Administrativa de Formulación de Cargos, al haber sido emitida en violación al plazo máximo otorgado por el Reglamento de Diligencias Preliminares para que la AEMP concluya con la Etapa de Diligencias Preliminares."

Argumenta que la AEMP excedió el plazo máximo de noventa (90) días de duración de las Diligencias Preliminares, previsto en el artículo 3 de la Resolución Administrativa Interna N° RAI/DJ/N° 067/2011 de 30/12/2011 que aprueba el "Reglamento de Procedimiento de Diligencias Preliminares para la Investigación de Presuntas Prácticas Anticompetitivas de la

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Autoridad de Fiscalización y control Social de Empresas” ya que la Resolución Administrativa de formulación de cargos, fue emitida luego de diecinueve meses de haber notificado con el Auto de Inicio de Diligencias Preliminares, lo cual a su criterio es una causal de anulabilidad del acto administrativo vulnerando el artículo 62 del RLPA-SIREFI y el artículo 21 y 36 de la LPA. En etapa de alegatos, añade que la modificación de dicho plazo es irretroactivo.

Al respecto, cabe señalar que los artículos 81 y 82 de la Ley N° 2341 de 23 de Abril de 2002, Ley de Procedimiento Administrativo, establecen:

“ARTÍCULO 81º.- (DILIGENCIAS PRELIMINARES). I. En forma previa al inicio de los procedimientos sancionadores, los funcionarios determinados expresamente para el efecto por la autoridad administrativa competente, organizarán y reunirán todas las actuaciones preliminares necesarias, donde se identificarán a las personas individuales o colectivas presuntamente responsables de los hechos susceptibles de iniciación del procedimiento, las normas o previsiones expresamente vulneradas y otras circunstancias relevantes para el caso.” (Subrayado y cursiva agregados)

“ARTÍCULO 82º.- (ETAPA DE INICIACIÓN). La etapa de iniciación se formalizará con la notificación a los presuntos infractores con los cargos imputados, advirtiéndolos a los mismos que de no presentar pruebas de descargo o alegaciones en el término previsto por esta Ley, se podrá emitir la resolución correspondiente.”

En cumplimiento de las citadas disposiciones legales, la AEMP emitió la Resolución Administrativa Interna N° RAI/DJ/N° 067/2011 que tiene por finalidad organizar, reunir y recolectar la información necesaria para contar con la justificación y fundamentación pertinente que den lugar al inicio del correspondiente procedimiento sancionador o el archivo de obrados, solicitando información, realizando inspecciones administrativas, etc. Es decir, que la Resolución Administrativa Interna N° RAI/DJ/N° 067/2011 que aprueba las diligencias preliminares es de carácter interno porque contiene las actuaciones preliminares necesarias que deben desarrollar los funcionarios de la AEMP para el inicio o no del correspondiente procedimiento administrativo sancionador y no afecta los derechos al debido proceso ni a la defensa ni a las garantías o principios constitucionales del procesado porque aún no se ha dado inicio al procedimiento administrativo sancionador con la notificación de los cargos hallados, no evidenciándose causal de nulidad ni mucho menos infracción del artículo 62 del Decreto Supremo N° 27175 tal como señala equivocadamente la empresa IAGSA.

La modificación del artículo 3 de la Resolución Administrativa Interna N° RAI/DJ/N° 067/2011, ampliando el plazo para la realización de diligencias preliminares a doce (12) meses, no pudo causar ninguna lesión a los derechos e intereses subjetivos de los hoy procesados porque el procedimiento sancionador aún no se había iniciado, y por lo tanto, no constituye un argumento que vicié de nulidad el procedimiento como pretende la empresa IAGSA. Además, cabe precisar que dicha modificación fue emitida durante la vigencia del Auto de Inicio de Diligencias Preliminares de fecha 18/09/2013, es decir, que desde el 23/09/2013 fecha de notificación a la empresa IAGSA, hasta el 20/01/2014 fecha de la modificación, la etapa de diligencias preliminares se mantuvo vigente porque no había transcurrido el plazo de noventa (90) días hábiles que preveía la Resolución Administrativa Interna N° RAI/DJ/N° 067/2011.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Por otra parte, cabe señalar que el artículo 18 (Carácter y Alcance de las Resoluciones) del Decreto Supremo N° 27175 de 15/09/2003, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 2341, para su aplicación en el ámbito del SIREFI, dispone que: *“Las Resoluciones Administrativas son de carácter general cuando sus determinaciones y efectos jurídicos alcanzan a la totalidad, a un sector o a un conjunto determinado de sujetos regulados, y son de alcance particular cuando sus determinaciones y efectos jurídicos alcanzan en forma individualizada a un sujeto regulado”*. Sobre el particular, la Resolución Administrativa Interna N° RA/DJ/N° 067/2011 no entra en la categoría prevista en la citada disposición legal porque sus determinaciones no tienen efectos jurídicos con alcance general ni particular, y tampoco generan efectos obligatorios sobre los regulados, ya que contiene las actuaciones preliminares necesarias que deben desarrollar los funcionarios de la AEMP antes del inicio del procedimiento administrativo sancionador, por lo tanto, no afecta derechos subjetivos ni intereses legítimos de los administrados.

Con relación al argumento de la irretroactividad, la Sentencia Constitucional Plurinacional 0770/2012 de 13/08/2012, entre sus fundamentos jurídicos del fallo, establece: *“Por otra parte, es necesario también precisar que el derecho penal sustantivo o material es el conjunto de las normas que regulan la materia de los delitos y de las penas que a ellos corresponden y se encuentra contemplado en el Código Penal o las leyes penales que también establecen los delitos y las penas; en tanto que el derecho adjetivo o procesal, es el conjunto de normas destinadas a establecer el modo de aplicación de aquellas, es decir, constituye las reglas procesales o procedimentales que regulan el juicio penal”*. En este marco, conforme la doctrina uniforme, la jurisprudencia nacional e internacional en lo referente a la aplicación de la norma penal adjetiva, la norma procesal aplicable es la vigente siempre y cuando no tenga afectación al derecho sustantivo en cuyo caso se aplica la norma adjetiva más favorable.

Asimismo, la Sentencia Constitucional 0636/2011-R de 03/05/ 2011, puntualizó lo siguiente: *“Así, respecto a la aplicación de la norma procesal y sustantiva en el tiempo, la jurisprudencia puntualizó lo siguiente: “la aplicación de derecho procesal se rige por el tempus regis actum y la aplicación de la norma sustantiva por el tempus commissi delicti; salvo claro está, los casos de ley más benigna” (Así las SSCC 1055/2006-R, 0386/2004-R entre otras). Conforme este entendimiento, es claro que en el caso específico de disposiciones referidas a la tipificación y sanción de ilícitos, no solo en el ámbito penal sino en el ámbito administrativo sancionatorio en general, la regla del tempus commissi delicti, cobra mayor relevancia, por cuanto en caso de cambio normativo, la norma aplicable para la tipificación y sanción de las acciones u omisiones consideradas infracciones del ordenamiento jurídico, será la vigente al momento en que estas ocurrieron, salvo que la norma sustantiva posterior sea más benigna con el infractor, cuyo procesamiento podrá hacerse conforme la nueva normativa procesal, dependiendo, desde luego, del momento en el que se haya iniciado el procesamiento. Consiguientemente, es válido que en un proceso judicial o administrativo se apliquen dos normas: la norma procesal vigente y la abrogada cuando discipline aspectos sustantivos.”*

Bajo la jurisprudencia constitucional señalada, se tiene que el “Reglamento de Procedimiento de Diligencias Preliminares para la Investigación de Presuntas Prácticas Anticompetitivas de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas”, aprobado por Resolución

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Administrativa Interna N° RAI/DJ/N° 067/2011, contiene reglas preliminares que deben observarse antes del procesamiento, constituyéndose en un reglamento interno de orden adjetivo, (ergo, no es de naturaleza sustantiva) por lo que su modificación dispuesta mediante Resolución Administrativa Interna RAI/AEMP/DJ/N° 06/2014, puede aplicarse a los casos en tramitación siempre y cuando su aplicación no afecte a los elementos del debido proceso, lo cual se ha dejado claramente establecido anteriormente.

Este análisis se encuentra en concordancia con lo dispuesto por el Tribunal Supremo de Justicia, en el Auto Supremo N° 017/2014-RRC de 24/03/2014, que señala: *"Por lo desarrollado líneas supra, de la jurisprudencia constitucional nacional y la de los tribunales internacionales en la materia se tiene:*

"Se aplica la norma penal sustantiva vigente al momento de cometer el acto presuntamente delictivo.

Por el principio de seguridad jurídica se encuentra vedada la aplicación retroactiva de la ley penal más gravosa de forma retroactiva en cuyo caso debe aplicarse la ley penal sustantiva vigente a momento de cometer el ilícito de forma ultractiva.

Es posible la aplicación retroactiva de la ley penal sustantiva más favorable.

Se aplica norma adjetiva vigente (retrospectividad)...." (Énfasis añadidos)

Desde el contexto analizado anteriormente, la irretroactividad se aplica para la normativa sustantiva vigente al momento de cometer el hecho, y no así exclusivamente para las disposiciones adjetivas, en las que por mandato constitucional y el fallo del Tribunal Supremo de Justicia, se puede aplicar la normativa que se encuentre vigente por el principio de retrospectividad, desvirtuándose así la pretendida irretroactividad de la Resolución Administrativa Interna RAI/AEMP/DJ/N° 06/2014 de 20/01/2014 y la supuesta nulidad del procedimiento planteada por la empresa IAGSA.

1.7 Respecto a que ninguna de las actas reflejan decisiones adoptadas por IAGSA

El regulado argumenta:

- *"... que ninguna de las actas reflejan decisiones adoptadas por IAGSA sino simples opiniones de distintos accionistas o funcionarios que carecen de relevancia al no haber sido materializadas en decisiones societarias de IAGSA."* *"En cuanto a la primera observación de "analizar el precio del azúcar", se debe tomar en cuenta que al ser un mercado regulado, existen reuniones que se celebran entre todos los actores del mercado y el gobierno, por lo que analizar el precio de cara a estas reuniones conjuntas no implica de ningún modo el establecimiento o fijación conjunta de precios, o el intercambio de información sensible con dicho fin."*
- *En cuanto a la primera extracción referente a "concertar como se lo hizo en el pasado" en ningún momento se refiere a concertar los precios o realizar acuerdos colusorios como lo indica la AEMP de manera totalmente errónea. las opiniones vertidas expresando un juicio personal de lo que debiera hacerse o de las decisiones que*

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

debieran tomarse, no significan una manifestación de voluntad social de IAGSA a menos que en una Resolución o Decisión así lo indicare."

Al respecto, es necesario puntualizar:

El art. 62 del código de comercio dispone:

*"Los libros y papeles comerciales llevados con todos los requisitos exigidos por este Capítulo, **constituyen plena prueba** en las controversias mercantiles que los comerciantes debatan entre sí, judicial o extrajudicialmente. Quien los utilice como prueba no sólo estará a lo favorable, sino también a lo que resulte en contra suya. (Arts. 43, 63, 116 C. Comercio). Si en un litigio una de las partes presenta libros llevados con los requisitos señalados por Ley, y la otra sin ellos, se resolverá conforme a los de la parte que los lleve en forma, mientras no se presente plena prueba que destruya o desvirtúe el contenido de tales libros..."*

Y siendo que las actas de Directorio de IAGSA cumpliendo todas las formalidades dispuestas por el art. 40 del Código de Comercio son considerados válidos; y conforme el art. 62 y 63 del Código de Comercio hacen **plena prueba**, que bajo el principio de buena fe la AEMP ha tomado en cuenta las actas y las determinaciones expresadas en las mismas con la plena validez que le otorga las normas comerciales, por lo que no resulta relevante la negación o modificación a las mismas que pretenda hacer la empresa IAGSA, por lo que no es evidente que las actas mencionadas no tengan validez o sean meras opiniones personales, siendo que conforme los estatutos cada persona que toma la palabra en Directorio lo hace en función al cargo que desempeña dentro de la Empresa.

Respecto a que las actas estén descontextualizadas, resulta no ser evidente, siendo que conforme la transcripción en la Resolución Administrativa No. 81/2015, fueron tomadas de las Actas siguientes:

- Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de Julio de 2009.
- Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 260 de 30 de Octubre de 2009.
- Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 275 de 8 de Septiembre de 2010.
- Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 335 de 25 de Julio de 2013.
- Políticas y Estrategias de Comercialización 2008-2013 remitidas por el ingenio IABSA adjuntas a nota cite IABSA-ASL-C-54-13, de fecha 14 de octubre de 2013.
- Invitaciones a los ingenios Azucareros a reuniones a realizarse en Azucaña

Actas con la plena validez conforme a normativa comercial, de las que la AEMP transcribió textos completos para determinar los cargos de concertación entre ingenios contra la Empresa, mismas a las que la Empresa no presenta mayores pruebas que desvirtúen las mismas, por lo que se confirma el cargo de participación en la concertación entre ingenios.

Asimismo, la empresa IAGSA señala:

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

“... una reunión en la CAO a la que hace referencia el presidente de IAGSA, es la reunión realizada en fecha 13 de junio de 2013 a horas 9:00 a convocatoria del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, según nota MDPNME/DSC/2013-0176-CS de 10 de junio 2013 efectuada en atención a las preocupaciones del Sector Agroindustrial y Agrícola Cañero v de socializar las Resoluciones Ministeriales No. 080.2013 y No. 081.2013”. Asimismo, declaran que desconocen las Políticas y Estrategias de Comercialización del Ingenio Azucarero Bermejo S.A.

Al respecto, pese a las aseveraciones del regulado no presenta ninguna prueba de lo argumentado, por lo que no desvirtúa la acusación, siendo que las actas señalan lo contrario, mismas que tiene la validez de prueba plena conforme a las normas comerciales citadas.

1.8 Respecto a las circulares de Azucaña circulares 8/2013; 9/2013 y 13/2013, solo indicios o presunciones

El regulado argumenta:

La AEMP debiera verificar “1) que las reuniones se efectuaron y, 2) que existen actas de esas reuniones que comprometan a IAGSA de haber participado en ellas, y 3) Haber intercambiado información con el objeto de concertar precios de manera conjunta elementos sustanciales que no figura en el contenido de la RA 81/2015, por lo tanto la formulación de cargos en contra de IAGSA prescinde totalmente de argumentos legales.”

Al respecto recalcar que las citadas circulares generaron indicios de que en las reuniones de Azucaña los ingenios azucareros concertaron precios de venta del azúcar intercambiando información sobre los precios de venta del azúcar en el mercado interno y el de exportación, mismas que están respaldadas por la mención que se hace en las actas de directorio, misma que es verificada y respaldada con el estudio técnico del comportamiento de la azucarera que fue realizado por la AEMP.

Asimismo, respecto a que la AEMP solo tiene indicios y presunciones aplicados por el ente regulador en su análisis, cuestionando su uso y aplicación en el proceso sancionador iniciado mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 81/2015, sin embargo debe resaltarse el hecho que los informes que fundan dicho acto administrativo no se basan únicamente en indicios y presunciones, toda vez que también se sustentan en datos estadísticos, documentos proporcionados por las empresas azucareras y actas de reuniones de directorio, los cuales constituyen pruebas de varios de los hechos materia de procedimiento.

Dentro el aspecto doctrinal procedimental, tenemos que en legislaciones comparadas el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y de la Propiedad Intelectual a través de su Sala de Defensa de la Competencia en su Resolución Nº 276-97-TDC, establece un criterio básico respecto al empleo de indicios y presunciones, los cuales llegan a constituirse en elementos imprescindibles en la investigación de prácticas anticompetitivas y en específico en la investigación de prácticas anticompetitivas absolutas, en este sentido, a continuación se describe el análisis efectuado por dicho tribunal:

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Colorados Nº 24 – Edificio “El Cóndor” Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

"Los medios probatorios que se pueden emplear en los procedimientos administrativos por infracción a la Ley de Libre Competencia y el uso de sucedáneos de los medios probatorios".

"Son sucedáneos de los medios probatorios los indicios, las presunciones y las ficciones legales. Para efecto del presente caso, resulta importante diferenciar los conceptos legales de indicios y presunciones, a fin de comprender cómo éstos son elementos que se complementan entre sí.

El indicio es un hecho material, mientras que la presunción es una forma determinada de razonar. En tal sentido el Profesor Devis Echandia señala que:

"La presunción (...) es diferente del indicio, como la luz lo es de la lámpara que la produce. Del conjunto de indicios que aparecen probados en el expediente, obtiene el juez la inferencia que le permiten presumir el hecho indicado, pero esto no significa que se identifiquen, porque los primeros son la fuente de donde se obtiene la segunda, aquellos son los hechos y ésta el razonamiento conclusivo."

"Es evidente que el indicio, como un hecho material, nada prueba, si no se le vincula a una regla de experiencia, mediante la presunción de hombre que en ella se basa, para deducir de aquél un argumento lógico - crítico (...). Por lo tanto, la presunción judicial no se identifica con el indicio, sino es apenas la base del argumento de prueba que el juez encuentra en el segundo, mediante la operación lógica - crítica que lo valora."

"El indicio es la prueba y la presunción judicial la consecuencia de la regla de experiencia o técnica que permite valorarla..."¹

Los indicios pueden, en algunos casos, por sí solos, generar convicción plena sobre los hechos (indicio necesario) o, en otros casos, contribuir a alcanzar este resultado conjuntamente con otras pruebas e indicios (indicio contingente).

"Se entiende por indicio necesario el que de manera infalible e inevitable demuestra la existencia o inexistencia del hecho investigado (...) con independencia de cualquier otra prueba. (...)

Los demás indicios serán contingentes y se basan, tomados cada uno por separado, en un cálculo de probabilidad y no en una relación lógica de certeza; pero varios de ellos (...) pueden otorgar ese pleno convencimiento."²

¹ Devis Echandia, Hernando (1991). Teoría General de la Prueba Judicial, Tomo II, pp. 696, 611 y 613.

² Devis Echandia, Hernando (1991). Teoría General de la Prueba Judicial, Tomo II, pp. 627.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

El indicio es pues un hecho que se acredita por cualquiera de los medios probatorios que la ley autoriza a la administración a utilizar (un documento, una declaración, etc.). Probada la existencia del indicio (o hecho indicador), la autoridad encargada de resolver podrá utilizar el razonamiento lógico para derivar del indicio o de un conjunto de ellos la certeza de la ocurrencia de lo que es objeto del procedimiento (esto es, el hecho indicado).

En lo que concierne al ámbito específico de los procedimientos por infracción a las normas de Libre Competencia, los indicios y presunciones³ resultan ser una herramienta particularmente importante. Por lo general, las empresas, conscientes en muchos casos de la ilegalidad de estas conductas, suelen desarrollarlas de la manera que haga más difícil su detección. Muchas decisiones no son colocadas por escrito o, si lo son, se usa un lenguaje del que no se puede derivar la intencionalidad o la manera cómo ocurrieron exactamente las cosas⁴.

³ Por ejemplo, en la comunidad europea es usual el empleo de presunciones para probar la existencia de prácticas concertadas. Al respecto, Bellamy & Child señalan lo siguiente: *"Prueba de las prácticas concertadas. Una práctica concertada debe ser probada adecuadamente, pero puede ser suficiente la prueba por presunciones. En la práctica si se prueba una conducta paralela en el mercado y un contacto entre las partes, se presumirá de inmediato una práctica concertada."* BELLAMY Christopher & CHILD Graham (1991). Derecho de la Competencia en el Mercado Común, p. 91.

En ese sentido, el Tribunal de Defensa de la Competencia de España en la denuncia de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERC) contra Frint España S.A. y otras, Expediente N° 294/91, estableció que:

"Hay que tener en cuenta que es de ocurrencia corriente que para probar los acuerdos colusorios y anticompetitivos es infrecuente contar con otros medios de prueba como documentos, testigos y, menos aún, con la confesión de los acusados. Por ello ha de recurrirse a la prueba de presunciones. Lo que también ha hecho repetidamente el Tribunal de la Comunidad Europea (entre otras en las sentencias de 16 de diciembre de 1975 en el asunto Suiker, de 14 de julio de 1977 en el asunto Materias Colorantes, de 14 de julio de 1981 en el asunto A.G. Zuechner contra Bayerische Vereinsbank A.G., de 7 de junio de 1983 en el caso Hi Fi Pioneer, 21 de febrero de 1984 en el asunto Hasselblad).

Lo que es preciso para usar esta prueba, como ha dicho la jurisprudencia constitucional, es que se parta de hechos básicos objetivamente acreditados y que la inferencia lógica que parte de esos hechos no sea irrazonable ni irrazonada."

⁴ Como bien señala, por ejemplo, el Tribunal de Defensa de las Competencia de España:

"...los infractores -para los cuales es mucho más rentable coludir que competir- no dejan pruebas evidentes de su mal hacer concurrencia. Antes bien procuran por todos los medios a su alcance evitar el ofrecer medios de prueba ya que son profesionales que entre sus pautas de conducta tienen que incorporar necesariamente la legislación antitrust. Así, siempre que pueden, evitan dejar rastros que permitan su persecución". Citado por CASES PALLARES, Luis. Derecho Administrativo de la Defensa de la Competencia, p. 742.

Asimismo, Alberto Bercovitz expresa que:

"Notables dificultades suscita la prueba de una práctica concertada, pues es frecuente que las empresas traten de suprimir todo rastro del concierto previo a la ejecución de la práctica. Por ello es preciso apoyar la prueba normalmente en indicios y presunciones sobre la existencia, basados fundamentalmente en el hecho de que el comportamiento de las partes en el mercado sea inexplicable sin partir de la existencia de algún tipo de concertación entre ellas. A tales efectos, es claro también que la prueba de contactos entre las empresas implicadas puede adquirir una gran relevancia." BERCOVITZ, Alberto (1994). Tratado de la Comunidad Económica Europea, p. 358.

Por otro lado, Guerrin y Kyriazis señalan:

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 - Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Por otra parte, la mecánica y dinámica del mercado suelen no dejar huellas claras de cómo ocurrieron los hechos⁶. Probar negativas verbales de venta, existencia de discriminaciones o intenciones predatorias suele ser complicado por la rapidez con la que ocurren los hechos, por la evidente conducta cautelosa y defensiva de los infractores, y por lo dificultoso que es encontrar información relevante. En este sentido, la Sala ha expresado en anteriores oportunidades, refiriéndose a este tema, que:

*"...si bien no se requiere encontrar una prueba concluyente, como un acuerdo firmado o una grabación de una reunión en que se acuerdan medidas que restrinjan o limiten la competencia entre las empresas que concurren en un mercado en particular, sí es necesario que las pruebas o indicios evaluados en conjunto demuestren directa o indirectamente la existencia de tal acuerdo. Así, por ejemplo, pruebas de reuniones excepcionales entre los competidores, documentación posterior en que se vigile el cumplimiento de las condiciones pactadas, lineamientos de políticas a adoptarse elaborados por un gremio que agrupa a los competidores, entre otros, podrían constituir indicios que harían presumir la existencia de un acuerdo."*⁶

En este orden de ideas, la comprobación de la existencia de prácticas restrictivas de la competencia y de otras prácticas ilegales similares, generalmente se producirá en base a pruebas circunstanciales e indicios contingentes, que deben ser apreciados en conjunto por el juzgador para poder extraer presunciones que lo lleven a formar una convicción respecto de los hechos investigados. Así, por ejemplo, puede darse el caso que un indicio, apreciado de manera aislada, no convenza al juzgador, pero que éste, apreciado al lado de otros indicios, lo lleven a formarse una auténtica convicción.

"Este planteamiento se hallaba plenamente justificado, especialmente si se considera el claro desequilibrio existente entre los autores de un cártel secreto y las autoridades encargadas de su verificación. Los primeros poseen la prueba que demuestra la infracción de las normas de competencia, y despliegan todos los medios a su alcance para ocultar dicha infracción. Por su parte, las autoridades, a pesar de sus amplias facultades para llevar a cabo investigaciones y de su determinación de llevarlas a cabo, se encuentran muchas veces impotentes ante los sofisticados métodos de ocultación y destrucción de pruebas utilizadas por los responsables de la organización de un cártel". GUERRIN Maunce y Georgios KYRIAZIS (1994). Carteles: Aspectos Procesales y Probatorios, en: Gaceta Jurídica de la C.E. y de la Competencia, abril 1994, p. 278.

Luego, los mismos autores, en la página 304, señalan:

"Además, la prueba de una práctica concertada equivalente a un cartel se obtiene generalmente de pruebas circunstanciales que salen a la luz durante las investigaciones de la Comisión. Es, por lo tanto, la combinación de estas presunciones - caso de ser precisas y pertinentes - la que casi siempre, permite por sí misma, probar la existencia de una práctica concertada, corroborada por la conducta real de las empresas involucradas (que debe ser probada) y, finalmente, tan sólo le resta al Juez comunitario determinar si las pruebas presentadas por la Comisión son concluyentes."

"De hecho, ni la vida económica y social de las empresas, ni sus documentos o correspondencia están organizados con el propósito de establecer claras e indiscutibles pruebas que evidencien la infracción de las normas de competencia con el fin de satisfacer y facilitar la tarea de las autoridades competentes." (Guerrin y Kyriazis, Op. Cit., p. 322).

⁶ Ver Resolución N° 105-96, emitida el 23 de diciembre de 1996 en el procedimiento iniciado por la Comisión de Libre Competencia con Cooperativa de Transportes San Pablo y otros, a raíz de la denuncia que formuló la Municipalidad Provincial de Lambayeque, sobre concertación en los precios del servicio de transporte terrestre entre Lambayeque y Chiclayo.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

En el presente caso, además de apreciar y valorar las pruebas directas actuadas, deben analizarse los indicios previamente acreditados utilizando el razonamiento lógico anotado. Ello implica, también, sumergir las conclusiones obtenidas de los indicios en una "prueba ácida", constituida por un análisis contra - fáctico, es decir, buscando otras posibles conclusiones que razonablemente puedan derivarse de los indicios detectados.

La prueba indiciaria tiene, en este sentido, el mismo mérito que cualquier otro medio probatorio. Incluso mediante el uso de la prueba indiciaria podría desvirtuarse el valor probatorio de pruebas directas. Tan es así que en el proceso penal, en el que se encuentran en juego valores tan importantes como la libertad de las personas, y en dónde los principios garantistas tienen especial valor, las pruebas de cargo que sirven para condenar a los ciudadanos suelen ser pruebas indiciarias⁷.

Como bien se expuso precedentemente, la AEMP en ejercicio de sus atribuciones y a efecto de establecer la comisión de prácticas anticompetitivas, recurrió a indicios y presunciones que le permitan formar un criterio respecto a la conducta de las empresas azucareras dentro el mercado del azúcar. En función de dichos indicios y presunciones, la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas emitió la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº 81/2015.

Por otra parte, esta resolución se encuentra enmarcada en el procedimiento sancionador contenido en la Resolución Ministerial Nº 190 de 25 de mayo de 2008, emitido por el Ministerio de Producción y Microempresa, que aprueba el Reglamento de Regulación de la Competencia en el marco del Decreto Supremo Nº 29519. Este reglamento, establece en su artículo 15, parágrafo II y III lo siguiente:

"II. Previo a la emisión del Auto de iniciación del procedimiento la Superintendencia analizará, organizará y reunirá toda la información necesaria identificando a los agentes económicos presuntamente responsables de los hechos susceptibles de iniciación del procedimiento".

Considerando en primera instancia este parágrafo, la AEMP a consecuencia de un estudio del mercado del azúcar, ha logrado identificar a los distintos agentes económicos que forman parte de él. Asimismo, el ente regulador, detectó a los presuntos responsables de actuaciones coordinadas cuyos efectos derivaban en el incremento de los precios del azúcar, la limitación o restricción a la distribución y comercialización del cemento y la distribución o imposición porciones o espacios geográficos del mercado del azúcar, y determinar los presuntos responsables.

"El objeto de la diligencia preliminar será conocer, determinar y comprobar, de modo fehaciente, la existencia y veracidad de conductas anticompetitivas absolutas o relativas, para lo cual se determinará:

⁷ Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual Sala de Defensa de la Competencia RESOLUCION Nº 276-97-TDC - EXPEDIENTE Nº 029-96-CLC; pág.22.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados Nº 24 - Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: acmp@autoridadempresas.gob.bo

- a) Si las personas individuales o colectivas **presuntamente responsables** de los hechos susceptibles de iniciación del procedimiento están individualizadas;
- b) Las normas **supuestamente vulneradas** en el ámbito de la competencia;
- c) **Si existen indicios** sobre la existencia de la práctica denunciada y su duración...”.

A manera de conclusión respecto al principio de inocencia, los indicios y las presunciones, se pudo establecer que un conjunto de indicios de acuerdo a la sana crítica del ente regulador, dieron lugar a establecer presunciones respecto a la conducta de las empresas entre ellas IAGSA, estas conductas, relacionadas a la actuación coordinada en el mercado del azúcar en el país, dieron lugar al inicio del procedimiento sancionador en el marco de la Defensa de la Competencia. Asimismo, como establece Flint Pinkas, la “*prueba de las prácticas concertadas se basa principalmente en indicios y presunciones*”...⁸. En este sentido y por todo lo expuesto anteriormente, la AEMP en ningún momento ha vulnerado el principio de inocencia, toda vez que dentro del proceso tramitado a cargo del ente regulador no se trató a los presuntos responsables como infractores de la norma, en cambio sí tuvieron por parte de la administración, el resguardo al debido proceso y la atención correspondiente a sus solicitudes, sin habersele además, impuesto sanción alguna.

Asimismo, la empresa IAGSA no presenta pruebas que desvirtúen los cargos al respecto, por lo que se ratifica la misma.

1.9 Respecto al ilegal procedimiento sancionador sin previa sanción a la empresa por ser inaplicable el D.S 29519

El regulado señala:

“Que se pretende aplicar sanción a una persona natural sin previamente haber sancionado a la persona jurídica IAGSA, conforme el art. 20 del D.S. 29519”.

Al respecto señalar: que conforme dispone el art.20 del Decreto Supremo N°29519:

“Artículo 20°.- (Forma de aplicación de las sanciones)

- I. Las sanciones se aplicarán, por la Superintendencia de Empresas o por el IBMETRO, según la gravedad de la infracción, acción u omisión, dentro las previsiones de los Artículo s anteriores, mediante resolución motivada dictada por las Máximas Autoridades Ejecutivas.
- II. Las sanciones se impondrán tanto a personas naturales como a personas colectivas y podrán aplicarse más de una de las establecidas en el Artículo anterior en forma simultánea por la misma infracción, acción u omisión.
- III. Cuando se trate de personas colectivas, las sanciones se aplicarán además a los directores, administradores, gerentes, apoderados u otras personas que hayan participado en las decisiones que motivaron la aplicación de las mismas.”

⁸ Flint, Pinkas (2002). “Tratado de Defensa de la Libre Competencia”; Pág. 1153.

El parágrafo III del art. 20 del Decreto Supremo N°29519 es claro al señalar que las sanciones se aplicaran además a los directores, administradores, gerentes, apoderados u otras personas, que hayan participado en las decisiones que motivaron la aplicación de las mismas, por lo que la aseveración que hace la Empresa de que se pretenda aplicar una sanción sin previamente haber sancionado a la Empresa, no resulta cierta, puesto que primeramente en la presente resolución se está procediendo a sancionar a la señalada Empresa, segundo, no es imprescindible la existencia de sanción previa de la persona jurídica para la existencia de sanción contra los ejecutivos de la Empresa, siendo que la norma no existe este requisito previo. Por lo que la aseveración de vicios de nulidad referidos a la sanción previa de la empresa no son evidentes, no siendo válidos los argumentos de la empresa al respecto.

2 Grupo temático de análisis de mercado relevante

2.1 Argumento sobre el mercado de producto

La empresa IAGSA, mediante memorial de descargos de fecha 26 de agosto de 2015 señala en el acápite denominado *"Mercado de Producto"* del análisis realizado por la AEMP correspondiente a la sustituibilidad de la demanda contenido en RA 081/2015: *"No se hace un análisis completo y riguroso respecto a las distintas variedades de azúcar que se producen y que por lo tanto satisfacen distintas necesidades"*⁹.

En el mismo documento IAGSA continúa señalando que: *"...se extraña también un análisis respecto al creciente mercado de edulcorantes (stevia, sacarosa, etc.) que satisfacen las mismas necesidades para un determinado sector de consumidores, ya que relevarlos del análisis únicamente por considerar que por su alto costo no se encuentran dentro del mismo mercado, es además de insuficiente, equivocado debido a que el precio llega a ser muy similar"*¹⁰.

Finalmente, IAGSA concluye este punto con la siguiente afirmación: *"En la determinación de la Sustituibilidad desde el punto de vista de la demanda por lo tanto no se hizo un análisis completo y riguroso que permita evaluar el grado de sustituibilidad desde el punto de vista de la demanda y por lo tanto esta omisión afecta en la correcta determinación del Mercado Relevante de Producto"*¹¹.

Al respecto, de las consideraciones anteriores, cabe señalar que, IAGSA en los distintos argumentos descritos anteriormente no establecen como es que las supuestas falencias en la determinación del mercado relevante desvirtúan los cargos formulados en su contra mediante RA 081/2015 (por la presunta contravención del artículo 10, parágrafo I, incisos a. y c., y artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519), limitándose a realizar afirmaciones generales, vacías y carentes de fundamentación que las sustenten como se demuestra a continuación.

⁹ Memorial de 26/8/2015, página 24.

¹⁰ Memorial de 26/8/2015, página 25.

¹¹ Memorial de 26/8/2015, página 25.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

La afirmación de IAGSA según la cual la AEMP no realizó un análisis completo y riguroso respecto a las distintas variedades de azúcar que se producen en Bolivia, realiza una descripción general de las variedades de azúcar presentes en el mercado boliviano, sin especificar como la desagregación de la información por variedad de azúcar mejoraría la rigurosidad de la determinación del mercado relevante de producto. Esta incapacidad por parte de IAGSA de determinar en que mejorara la determinación del mercado relevante de producto, se ve explicada por la propia IAGSA, ingenio que entiende que todas estas variedades de azúcar pertenecen a un mismo mercado, ya que mediante información adjunta¹² a nota cite IAG.SA GG-221/2013, de fecha 8 de octubre de 2013 remite **un único cuadro de costos de producción de azúcar y un único cuadro de exportación de azúcar**, de haber sido relevante disgregar por variedad de azúcar, IAGSA hubiera procedido en ese sentido y hubiera remitido distintos cuadros según variedad de azúcar, hecho que no sucedió.

El que IAGSA considera que todas las variedades de azúcar pertenecen a un solo mercado relevante de producto, se ve corroborado por nota cite REF.: IAG.SA GG-012/14 de 17/01/2014 en la cual esta empresa vuelve a remitir cuadros de exportación de azúcar agregada y donde igualmente señala que: "El Ingenio Azucarero IAGSA tiene implementado un **sistema de costeo por unidades principales de negocios**, mediante el cual se obtienen costos generales por quintal de azúcar y otros, pero no tiene estructuradas las cuantificaciones para los distintos tipos de azúcar que se producen" (énfasis añadido), estructura de costos que evidencia como todas estas variedades de azúcar a criterio de la propia IAGSA pertenecen a un mismo mercado relevante de producto, el del azúcar.

Así mismo, la necesidad de considerar todas las variedades de azúcar dentro de un mismo mercado relevante de producto, resulta evidente al remitirse a información publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE)¹³ en su página web, donde se evidencia que esta entidad experimentada en identificación de mercados, no disgrega el mercado del azúcar por sus distintas variedades.

El enunciado de IAGSA según el cual la AEMP al descartar del mercado relevante de producto por su alto costo es un análisis insuficiente por descartarlos mediante un análisis de sus precios y equivocado debido a que "el precio llega a ser muy similar", la afirmación de que sería insuficiente descartar a los edulcorantes por su diferencia de precios, se realiza de manera infundada y resulta ser incorrecta, toda vez que la literatura en la materia señala que el grado de sustituibilidad de la demanda entre bienes depende de sus niveles relativos de precios, si los precios son diferentes¹⁴, entonces la definición adecuada del mercado podría también ser diferente. IAGSA igualmente afirma sin ningún sustento que los precios de los edulcorantes y del azúcar llegan a ser muy similares, siendo que la AEMP técnicamente demostró en RA 081/2015 que las diferencias de precios entre unidades equivalentes de estos productos no eran próximos, y que las diferencias de precios oscilaban entre un 332% y un 597% más.

¹² Hoja Excel AEMP 2008 2013, Pestaña denominada Cuadro 13.

¹³ Instituto Nacional de Estadísticas (INE), disponible en: <http://www.ine.gob.bo/ipc/ipcprecios.aspx>.

¹⁴ Davis & Garcés (2010): Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis, pág. 167.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Cuadro N° 1
Precios de cantidades equivalentes de endulzantes, 2012

Producto	Cantidad gramos	Precio Bs	Diferencia %
Azúcar	1000	5,27	0%
Miel	750	36,75	597%
Stevia	50	26,74	407%
Sacarina	100	22,76	332%

Fuente: Elaboración propia en base a datos supermercados.

En ese sentido, toda vez que los distintos argumentos presentados por IAGSA son ambiguos, infundados, erróneos o directamente no establecen cual la relación con los cargos formulados por la AEMP, queda demostrado que la determinación del mercado relevante de producto fue debidamente realizada por la AEMP en RA 081/2015, además que los argumentos de IAGSA de ninguna manera desvirtúan los cargos formulados por la AEMP en contra de la empresa mediante RA 081/2015 ni representan vicio alguno del procedimiento, y los mismos resultan inoperantes.

2.2 Argumento sobre la sustituibilidad desde el punto de vista de la oferta

Según el memorial de descargos de fecha 26 de agosto de 2015, IAGSA sostiene que en la RA 081/2015, la AEMP habría omitido incorporar al ingenio Santa Cecilia porque esta autoridad "...entendió que dado ese incremento de precios¹⁵, no sería atractivo para este ingenio dejar el mercado del alcohol, para dedicarse a producir azúcar. Esta conclusión es más bien contraria a toda lógica ya que con ese incremento de precios, en todo caso haría más atractivo a este ingenio dedicarse a producir azúcar y dejar de producir alcohol o en todo caso producir ambos productos, por lo que debió tomarse en cuenta a Santa Cecilia dentro del Mercado Relevante como un ofertante sustituto y no dejarlo fuera del análisis como lo hizo la AEMP".

Posteriormente IAGSA enuncia que la AEMP: "...confirma que Aguaí sí puede dedicarse a producir azúcar inmediatamente y por lo tanto desafiar el mercado, dejando en evidencia que la AEMP también omitió indebidamente incorporar al Ingenio Aguaí dentro del análisis de la sustituibilidad de la Oferta".

Finalmente IAGSA concluye en el memorial de descargos de 26 de agosto de 2015, que la AEMP habría omitido "indebidamente" incorporar a los ingenios Aguaí y Santa Cecilia en la investigación y que por ende: "Al haberse omitido indebidamente a ambos ingenios dentro del análisis de la sustituibilidad por el lado de la oferta se ha distorsionado la correcta determinación del Mercado Relevante de Producto y por lo tanto los resultados del análisis que se realicen sobre el mismo estarán también distorsionados".

IAGSA realiza no solamente meras afirmaciones generales que no desvirtúan la responsabilidad de la empresa en la comisión de las conductas anticompetitivas identificadas

¹⁵ Incremento de precios del quintal de azúcar de 160 Bs el 2010 a 450 Bs el 2011.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 – 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

por la AEMP que fueron plasmadas en la notificación de cargos en contra de esta empresa, sino que además, confunde los argumentos de la AEMP presentados en RA 081/2015 como se demuestra a continuación.

Al respecto, IAGSA confunde el análisis realizado por la AEMP en RA 081/2015, al afirmar que esta autoridad consideró que el incremento de precios evidenciado entre las gestiones 2010 y 2011, no sería atractivo para este ingenio, dejar el mercado del alcohol ya que esta autoridad determinó técnicamente en base a datos del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras - MDRyT que pese a que entre las gestiones 2010 y 2011 el precio del quintal de azúcar se incrementó de 160Bs a 450Bs (respectivamente), el ingenio Santa Cecilia prefirió seguir produciendo únicamente alcohol en lugar de producir azúcar, por lo que en base a hechos fácticos, históricos y verificables, esta autoridad demostró que Santa Cecilia respondió a los incentivos de precios mayores del azúcar, prefiriendo mantenerse fuera de este mercado relevante y por lo tanto se concluyó que este ingenio no debía de ser incorporado en el mismo.

En lo correspondiente a los enunciados generales realizados por IAGSA respecto a que el ingenio Aguaí debería de haberse incorporado al mercado relevante, reiterarle a esta empresa que en RA 081/2015 se determinó que durante el periodo de investigación (2013) el ingenio Aguaí no se encontraba en absoluto produciendo azúcar, inclusive de acuerdo a datos¹⁶ correspondientes a la gestión 2014, hasta noviembre de dicha gestión este ingenio continuaba sin producir absolutamente nada de azúcar, por tanto, no correspondía que este agente económico fuera incorporado dentro del mercado relevante investigado.

Respecto a que la supuesta omisión de los citados ingenios "ha distorsionado la correcta determinación del Mercado Relevante de Producto y por lo tanto los resultados del análisis que se realicen sobre el mismo estarán también distorsionados", IAGSA realiza un enunciado **abstracto y general**, sin especificar qué resultados sería supuestamente "distorsionados" y menos aún establece cual sería la supuesta distorsión, que no sirven para desvirtuar los cargos formulados por la AEMP en contra de este ingenio.

Finalmente, queda demostrado que IAGSA en sus enunciados confunde y no expone objetivamente cómo es que las supuestas omisiones de agentes económicos en el mercado relevante determinado en RA 081/2015, cambian o distorsionan las conclusiones a las que arribó esta autoridad respecto de la comisión de las conductas anticompetitivas realizadas por esta empresa; por tanto estos enunciados no desvirtúan los cargos formulados en su contra, no representan un vicio al procedimiento y por tanto resultan impertinentes.

2.3 Argumento sobre el mercado geográfico

Según IAGSA, las conclusiones de la AEMP resultantes del análisis técnico del mercado relevante geográfico que establecen un reducido y no significativo volumen de importación de azúcar a Bolivia, representa que el precio en el mercado interno "...no es excesivo ya que de

¹⁶ Declaraciones juradas realizadas por este ingenio a la AEMP en el marco del Complejo Productivo de la Caña de Azúcar.

otro modo las importaciones se incrementarían tomando en cuenta que no existen barreras importantes o especiales a la importación...”.

La afirmación realizada por IAGSA resulta ser subjetiva puesto que carece de cualquier tipo de sustento, además que no desvirtúa las valoraciones estadísticas de correlaciones, tendencias, etc., ni las actas, circulares, etc., expuestas en la RA 081/2015 de formulación de cargos.

3 Grupo temático de análisis de poder de mercado

3.1 Argumento sobre los niveles de concentración

De acuerdo a aparentes datos de los ingenios en poder de IAGSA esta afirma que: *“La AEMP toma en cuenta para medir estos niveles de concentración, a cinco ingenios y a las importaciones, sin tomar en cuenta que dentro de la comercialización del azúcar, también participan los cañeros (proveedores de la caña como materia prima), que tienen alrededor del 21% en el año 2013, por lo que los niveles de concentración del mercado expuestos por la AEMP no son reales y por lo tanto presentan distorsiones significativas en los resultado que arroja el Índice de HHI utilizado por la AEMP”.*

A continuación, IAGSA concluye que: *“Al no estar los Cañeros incluidos en el Mercado Relevante, y al ser éstos actores importantes en la comercialización de azúcar, se estima que aproximadamente el 22.1 % del azúcar comercializada en la Gestión 2013, no ha sido considerada en el estudio de la AEMP, lo que constituye un error significativo en la determinación del Mercado Relevante y por lo tanto influye de manera directa en cualquier análisis que se haga sobre dicho Mercado”.*

Al respecto, es preciso señalar que según los datos utilizados por IAGSA, los ingenios CIASA, POPLAR e IABSA se encontraría realizando el sistema de coparticipación con los productores cañeros. Sin embargo, conforme las notas de respuesta remitidas por lo citados ingenios: CIASA Cite: PSA001/2014 de 8/01/2014, POPLAR Cite: PC/COM/OO3-2014 02/01/2014 e IABSA Cite: IABSA-DIV-PLANIF-N° 001/2013 17/03/2014 Anexo Políticas y Estrategias Comerciales Gestión 2008-2013, en las que dichos ingenios detallan sus respectivas políticas de comercialización del azúcar, se puede verificar que ninguno especifica el sistema de coparticipación referido por IAGSA.

No obstante lo anterior, asumiendo que los datos presentados por IAGSA en su memorial de descargos fueran veraces y que los productores cañeros participasen en la comercialización del azúcar con dicho volúmenes, el cálculo del HHI¹⁷ sería el siguiente:

¹⁷ Índice de Herfindahl Hirschman (HHI).

Cuadro N° 2 Índice Herfindahl–Hirschmann (HHI)

Ingenios y cañeros	Participación	HHI
UNAGRO	31,57%	996,66
IAGSA	29,80%	888,04
CIASA	9,17%	84,09
POPLAR	4,71%	22,18
IABSA	2,66%	7,08
CAÑEROS CIASA	12,25%	150,06
CAÑEROS POPLAR	6,30%	39,69
CAÑEROS IABSA	3,55%	12,60
Total		2.200

Fuente: AEMP.

En ese sentido, considerando la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°071/2014 de 17 de julio de 2014, el cual establece que: “Los grados de concentración de los mercados pueden ser catalogados como: desconcentrados ($HHI < 1000$), moderadamente concentrados ($1000 < HHI < 2000$) o altamente concentrados ($2000 > HHI$)”; con los datos proporcionados por IAGSA, se demuestra que el mercado de comercialización de azúcar en Bolivia se encuentra altamente concentrado (2.200), y por consiguiente, no presenta “distorsiones significativas” en los resultado que arroja el Índice de HHI calculado por la AEMP (2.546) como libremente afirma IAGSA.

En los hecho considerando que el valor mayor previsto en los índices de concentración son de 10.000, la diferencia entre el HHI calculado por la AEMP y el HHI calculado con los datos proporcionados por IAGSA sería de apenas un 3,46%, quedando demostrado que inclusive con los datos proporcionados por IAGSA esta diferencia no constituiría de ninguna manera “un error significativo” en la determinación del Mercado Relevante como erróneamente afirma esta empresa, y consecuentemente tampoco influiría en los análisis hechos por esta autoridad sobre dicho Mercado.

Por lo tanto, queda demostrado que ninguno de los ingenios que supuestamente incorporan a los productores cañeros en la comercialización del azúcar, declaró este hecho en sus respectivas estrategias de comercialización, e inclusive considerando los supuestos volúmenes comercializados por los productores cañeros señalados por IAGSA, el HHI no varía “significativamente” como erróneamente afirma esta empresa, sino que este índice continua siendo altamente concentrado y consecuentemente no afecta el análisis realizado por la AEMP, no representa ningún tipo de vicio al procedimiento y menos aún representa un descargo a los cargos formulados contra IAGSA en RA 081/2015.

4 Grupo temático de análisis de la presunta conducta anticompetitiva absoluta de concertación de precios

4.1 Argumento sobre los factores que facilitarían la colusión

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

En lo que corresponde a este acápite de RA 081/2015, IAGSA señala que: "...el análisis en relación a los supuestos factores que facilitan la colusión en el presente caso, carecen al igual que para la determinación del Mercado Relevante de la rigurosidad necesaria para realizar un análisis idóneo de competencia".

Al respecto, IAGSA se confunde y pretende encontrar falencias en definiciones aportadas por la AEMP relacionadas a los factores que facilitan la colusión entre empresas, siendo que la esta autoridad posteriormente desarrolla la relación de cada una de estas definiciones con el mercado investigado, hecho que se encuentra debidamente plasmado en RA 081/2015, por ejemplo, en lo referente a los factores que facilitan la colusión para el mercado del azúcar, la AEMP establece en RA 081/2015 que:

"En acápite denominado Factores que Facilitan la Colusión, se estableció que la conformación de acuerdos colusorios se ve facilitada si existe un bien homogéneo, si la demanda es inelástica, si el mercado está altamente concentrado, si existen barreras de entrada e intercambio de información sensible".

Al respecto, el azúcar es considerado un bien de consumo básico homogéneo con muy bajo nivel de diferenciación o especialización, hecho corroborado por la misma Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación¹⁸. En ese sentido, al ser este un bien muy homogéneo se genera un mayor riesgo de colusión entre empresas en el mercado boliviano del azúcar.

Como pudo establecerse anteriormente (en la RA 081/2015, punto 4.1.1.1), el azúcar presenta una elasticidad precio de la demanda menor a 1, es decir, que este es un bien relativamente inelástico. En ese sentido, al ser un bien con una demanda inelástica podemos señalar que en este mercado se presenta un mayor riesgo de colusión entre empresas.

En la RA 081/2015 se estableció anteriormente que el mercado boliviano del azúcar aun considerando a los productores cañeros se observa un elevado índice HHI (2.200), es decir, que este mercado se encuentra altamente concentrado, estableciéndose con ello el mayor riesgo de colusión entre empresas presente en la industria azucarera.

La industria azucarera presenta una serie de barreras de entrada, como ser:

- El proceso de producción del azúcar, requiere que los participantes de dicha industria presenten costos hundidos (ej. maquinaria de recepción de la caña, molienda, etc.) para instalar y poner en funcionamiento un ingenio azucarero, costos que al ser significativos pueden representar una barrera de ingreso para potenciales entrantes.
- La inversión en capacidad instalada que debe realizarse en la industria azucarera, 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

¹⁸ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, disponible en: <http://www.fao.org/economic/est/est-commodities/sugar/en/>.

de empresas de pequeña escala, fijando un tope para el número de empresas que pueden entrar en un mercado y generar beneficios positivos¹⁹, representando ello una barrera de ingreso para potenciales entrantes.

- La ubicación geográfica de los ingenios estará condicionada a los lugares donde se disponga de las condiciones ambientales propicias para el cultivo de la caña de azúcar (ej. Humedad, temperatura, suelo, etc.), si es que la disponibilidad de las condiciones ambientales propicias para la producción de caña de azúcar es escasa, ello puede representar una barrera de entrada a potenciales entrantes a la industria azucarera.

Según afirmaciones de los ingenios azucareros²⁰, se realizaron reuniones entre ingenios azucareros en las cuales se intercambió información sensible relativa a precios de venta, estableciéndose con ello un mayor riesgo de colusión entre empresas presente en la industria azucarera.

En síntesis, en función de los distintos factores que facilitan la conformación de acuerdos colusorios, es decir, habiéndose establecido que el azúcar es un bien homogéneo, cuya demanda de producto es inelástica, en un mercado altamente concentrado que presenta barreras de entrada y en el cual se llevó a cabo un intercambio de información sensible entre empresas, se establece que en el mercado boliviano del azúcar existe un mayor riesgo de colusión entre ingenios azucareros”.

El hecho que IAGSA pretenda encontrar falencias en definiciones, resulta innecesario e impertinente pues no representa descargo alguno en contra de los cargos formulados, como tampoco una definición puede llegar a representar de alguna manera un vicio de procedimiento como pretende esta empresa.

Toda vez que, IAGSA incurre en esta misma confusión tanto con las definiciones de Posición Dominante Compartida, Poder de Mercado Conjunto y con las definiciones de Cartel y su Estructura del mismo, estas resultan impertinentes y no ameritan mayor ahondamiento.

La confusión de IAGSA de tratar de encontrar falencias en definiciones de los factores que facilitan colusión y otras definiciones, se torna evidente cuando posteriormente en acápite denominado “En cuanto al análisis técnico económico de posibles Prácticas Anticompetitivas”, nuevamente vuelve señalar la existencia de supuestas “falencias” que a su criterio se encontraría presentes en los factores de colusión desarrollados por la AEMP, que guardan relación con el mercado relevante investigado.

4.2 Argumento sobre el intercambio de información

¹⁹ Jeffrey Church y Roger Ware (2000): Industrial Organization, A Strategic Approach, pág. 280.

²⁰ Estrategias comerciales y políticas de precios de los ingenios

IAGSA pretende desconocer un documento que se encuentra en carpeta, al señalar “Más allá de que se desconoce el contenido u origen del referido documento²¹, es decir que esta empresa pretende desconocer información disponible en la investigación para todo aquel agente económico que se encuentra debidamente acreditado que la solicite, y por tanto, el hecho que IAGSA no haya pedido la misma, o no haya realizado una lectura correcta de la misma, no es atribuible a esta autoridad, no pudiendo esta realizar un trabajo que corresponde únicamente a dicho agente económico.

Así mismo en memorial de descargos se menciona:

“...por lo que los requerimientos de información y las reuniones entre todos los actores y el Gobierno son constantes y obligatorias, por lo que en el caso del mercado del azúcar en particular, no puede tomarse en cuenta este factor como un elemento que facilite la conformación de carteles, ya que justamente la regulación a la que está sometido, obliga a que sea una actividad transparente en la que se comparte cierta información, que bajo condiciones distintas carentes de regulación, podría ser considerada en algún caso sensible”²².

En este sentido IABSA reconoce, que se comparte cierta información entre todos los actores y el Gobierno, siendo que esta información debió ser otorgada al Estado pero no compartida entre ingenios, por lo que se puede percibir que la información ya carecía de toda confidencialidad, además que los ingenios ya tenían conocimiento del documento “Estrategias comerciales y políticas de precios de los ingenios”.

4.3 Argumento sobre las conductas anticompetitivas absolutas

La AEMP en RA 081/2015, al referirse a las conductas anticompetitivas absolutas, señaló que:

“...no necesariamente deben producirse los efectos de dichas conductas, sino que basta con que se tuviera el propósito de distorsionar la competencia para que estas sean consideradas anticompetitivas.”, afirmación que se desprende de que en Artículo 10, parágrafo I del Decreto Supremo N° 29519, establece 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...”.

La afirmación realizada por la AEMP se encuentra corroborada en Manual de Prácticas Anticompetitivas, donde se señala que: “En el caso boliviano, la norma que regula la competencia en sectores no regulados, ha determinado la realización de un análisis de competencia por la regla per se, en el caso de comprobarse la ocurrencia de conductas anticompetitivas absolutas (Art. 10 DS 29519), y un análisis de competencia por la regla de la

²¹ Página 30 del memorial de descargos

²² Memorial de descargos de fecha 26 de agosto de 2015.

razón en el caso de la existencia de conductas anticompetitivas relativas (Art. 11 DS 29519)"²³ (énfasis añadido).

Asimismo, el citado manual señala que de la frase "...cuyo propósito o efecto sea cualquiera de los siguientes" se desprende que: "...no es necesario que se produzcan los efectos, sino que es considerada una práctica anticompetitiva absoluta, con el sólo hecho de que con ellos se tuviera la intención de afectar la libre competencia"²⁴.

IAGSA en un aparente desconocimiento de la normativa legal enuncia de manera infundada señala que: "Esta apreciación delimita el ámbito de la investigación realizada por la AEMP para justificar que no se detuvo a verificar si el cartel se llegó a conformar o si existieron efectos contrarios a la competencia...", pretendiendo obligar a esta autoridad a establecer efectos de las conductas absolutas, siendo que estas no son requeridas por la normativa legal vigente boliviana.

No obstante lo anterior, recordarle a IAGSA que esta Autoridad en el marco de la normativa legal vigente realizó las investigaciones, fundamentaciones y valoraciones técnicas respectivas que fueron plasmadas en RA 081/2015, que determinaron la existencia de indicios de conductas anticompetitivas absolutas y relativas, mismas que ameritaron su correspondiente formulación de cargos.

4.4 Respecto al análisis estadístico de la posible concertación de precios de venta

La empresa IAGASA indicó al respecto que *"Normalmente es inestable ya que todas las empresas tienen la tentación de vender una mayor cantidad de la acordada, si creen que las demás no responderán"*. Asimismo, señaló que *"Como se puede evidenciar, en el mercado del Azúcar en el cual existe un número reducido de oferentes, la interdependencia entre los competidores es alta, por lo que es perfectamente normal la correlación en las variaciones de precios, al existir una alta interdependencia de los agentes, sin que esto signifique que se encuentren coludidos"*. Por último, precisó que *"Es importante hacer notar que el precio vigente en el Mercado Interno, siempre ha estado por debajo del techo autorizado por el Gobierno por lo que éste no se rige por los precios del mercado internacional, ni siquiera por los precios del azúcar en los países vecinos"*.

Respecto a las afirmaciones que realiza IAGSA sobre este punto, señalar que existen diferentes indicios de concertación como se expuso en el punto anterior que establece la coordinación entre ingenios, siendo corroborado con el análisis de correlación positiva y fuerte entre los mismos, por lo cual, estos hechos muestra indicios de prácticas anticompetitivas en el mercado analizado.

4.5 Argumento sobre la afectación de los precios internacionales en la determinación de los precios de exportación de los ingenios

²³ Manual de prácticas anticompetitivas, MDPyEP 2010, pág. 3.

²⁴ Manual de prácticas anticompetitivas, MDPyEP 2010, pág. 21.

La empresa IAGSA indicó que "... por lo que el sector cañero y agroindustrial cañero no discrimina precios en favor del mercado externo sino que buscar **obtener los mejores precios posibles para exportar sus saldos** caso contrario se queda con stock de azúcar".

Además señaló lo siguiente: "También debe tomarse en cuenta, que se trata de **productos perecederos**, es decir que los saldos deben necesariamente exportarse al precio que fija el mercado internacional dentro de un periodo reducido que debe tomar en cuenta además el periodo de autorización fijado por el Estado para exportarse, por lo que la conformación de precios en el mercado interno y el mercado de exportación responden a **criterios diferentes**".

Por último, IAGSA precisó que "Por otro lado la AEMP en la RA 81/2015 utiliza erróneamente los valores de la bolsa de **Nueva York**, contrato número 11, este contrato se refiere a **azúcares crudas**. A medio procesar siendo que nosotros en Bolivia producimos **azúcares blancas y refinadas**, esto hace que cualquier comparación de precios o análisis estadísticos que se hayan realizado con estos valores carezcan de validez. Asimismo, para la comparación de precios de exportación con precios de mercado interno o cualquier otra bolsa donde se comercialice azúcar, deberán mínimamente incluir los impuestos de ley de IVA, IT y GA y costos de flete para ser comparados con los precios locales, de otro modo los resultados alcanzados estarían errados u las conclusiones no podrían ser válidas".

No obstante lo anterior, asumiendo que los argumentos presentados por IAGSA en su memorial de descargos fueran veraces y los valores de la bolsa de **Nueva York**, contrato número 11, de **azúcares crudas** son erradas, se realiza este análisis comparando los precios internacionales de la Bolsa de Londres, la Bolsa de Nueva York y aun los precios del azúcar a nivel mundial como se puede apreciar en el Grafico N°1, los precios a los que comercializa IAGSA que aun comparando estos tres precios internaciones, refleja que el precio de comercialización de IAGSA en el mercado interno es superior al del comercializado en el exterior, lo cual desvirtúa la afirmación de IAGSA.

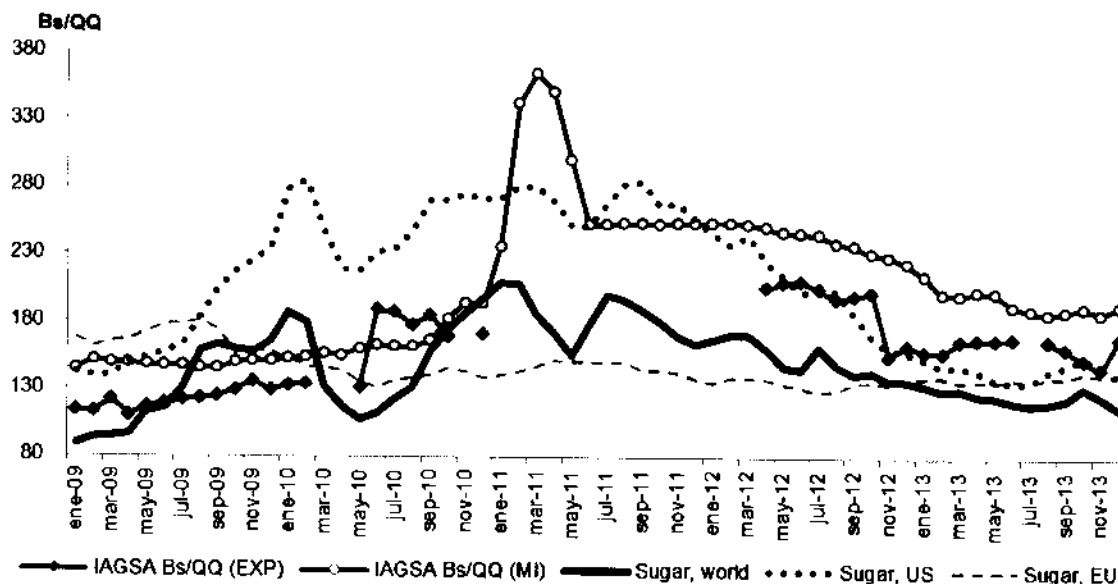
Afirmado este análisis y como se podrá apreciar en el siguiente punto, las ventas de los ingenios son realizadas en puerta de fábrica (FCA Fabrica) lo cual demuestra que los costos adicionales en los que incurra el exportador es asumido por el exportador y no así como pretende argumentar este ingenio lo cual demuestran que los argumentos presentados por IAGSA no desvirtúan los cargos formulados en la RA 081/2015.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Gráfico N° 1

Evolución de los precios promedio de venta de la empresa IAGSA mercado Interno, exportación y precios internacionales, Bolivia
Periodo: 2009 - 2013



- Notas: (1) Sugar (EU), European Union negotiated import price for raw unpackaged sugar from African, Caribbean and Pacific (ACP) under Lome Conventions, c.i.f. European ports. Fuente: International Monetary Fund; World Bank.
 (2) Sugar (US), nearby futures contract, c.i.f. Fuente: Bloomberg, World Bank.
 (3) Sugar (world). Fuente: International Sugar Agreement (ISA) daily price, raw, f.o.b. and stowed at greater Caribbean ports.

Fuente: World Bank Commodity Price Data (The Pink Sheet), disponible en: <http://www.worldbank.org/en/research/commodity-markets>.

5 Grupo temático de análisis de la presunta conducta anticompetitiva absoluta de distribución de mercados mediante espacios geográficos

Sobre la demanda de azúcar IAGSA indicó que:

*"Indico que la demanda de azúcar en el mercado nacional es fuerte, han elaborado una carta a la ministra morales pidiendo que se regule el mercado en cuota para que todos estén obligados a vender de acuerdo a la producción, IAGSA está de acuerdo a recibir el 35% de la cuota nacional". Además, "Conforme a lo que se demuestra en lo arriba transcrito, IAGSA menciona la predisposición de una **regulación del mercado por parte del Gobierno...**". Concluyendo en que "Por otro lado al incluir al ingenio AGUAI en temas de comercialización de azúcar, queda demostrado precisamente que no se pretendía establecer un cartel, dado que una particularidad del cartel son los obstáculos*

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: acmp@autoridadempresas.gob.bo

*para el ingreso de nuevos competidores al mercado, conducta que se desvirtúa completamente, y no precisa de mayores comentarios”.*²⁵

Al respecto, cabe mencionar que en el primer párrafo IAGSA demuestra su interés no por la regulación, sino pretende que el gobierno promueva la comisión de la conducta anticompetitiva de distribución de cuotas de comercialización, conducta considerada anticompetitiva en el marco del artículo 10 inciso b) del Decreto Supremo N° 29519. Argumentando que anteriormente el gobierno estableció las zonas de comercio de azúcar

Por otra parte menciona que se pretende incluir al ingenio AGUAI, sin embargo, como se menciona en la RA 081/2015 pasaron 6 años para que esta empresa pudiese ingresar efectivamente en el mercado siendo que a la fecha este ingenio está produciendo solo alcohol y no así azúcar, lo que desvirtúa lo señalado por IAGSA, lo cual demuestra que existen ciertas restricciones para ingresar al mercado.

6 Grupo temático de análisis de la presunta conducta anticompetitiva relativa de discriminación de precios

6.1 Argumento sobre la igualdad de condiciones

La empresa IAGSA señala:

“En el caso de los compradores que adquieren el azúcar para el mercado interno, les es aplicado un precio que toma en cuenta cubrir toda la estructura de costos (materia prima, mano de obra, almacenaje, transporte, impuestos, etc.) y dejar en su caso una utilidad razonable. Esta estructura de costos y los precios a ser aplicados para el mercado interno son reportados periódicamente al Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural que es la entidad pública que regula este mercado, para solicitar la autorización de exportación de saldos, quien por su parte, para otorgar dicha autorización, por mandato legal, verifica previamente “el abastecimiento del mercado interno a precio justo”.

*“Por su lado el otro comprador de azúcar destinado a la exportación, es un comprador de saldos (excedentes) tal y como se ha desarrollado de manera extensa en el numeral 3.14.6 de este memorial”*²⁶.

Al respecto, estas observaciones merecen la siguiente consideración, IAGSA en la información remitida a esta Autoridad así como otros ingenios establece que sus ventas son realizadas en la modalidad FCA es decir en Puerta de Fábrica según se observa en el siguiente cuadro:

²⁵ Memorial de 26/8/2015, pág. 59.

²⁶ Memorial de 26/8/2015, página 63.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Cuadro N° 3

Punto de entrega de los ingenios para comercializar la azúcar destinada a la exportación y al mercado interno

INGENIO	LUGAR DESIGNADO EXPORTACIÓN	LUGARES DESIGNADO MERCADO INTERNO
IABSA	FCA La Paz	Distribución Propia
IAGSA	FCA Fábrica	Distribución Propia
CIASA	FCA Fábrica	Venta en puerta
UNAGRO	FCA Fábrica	Venta en puerta

Fuente: AEMP en base a datos de ingenios.

Siendo que la venta de estos productos son realizados en puerta de fábrica se evidencia que existe discriminación de precios los cuales son diferenciados para compradores del mercado interno a un precio mayor que a los compradores del mercado externo a precios inferiores siendo favorecidos estos últimos por lo cual se evidencia la discriminación de precios.

CONSIDERANDO: (Valoración técnica de las pruebas presentadas por IAGSA)

Una vez valorados los descargos presentados por IAGSA en contra de la RA 81, a continuación se valoran las pruebas ofrecidas por aquella en el memorial recibido el 26 de agosto de 2015.

A efectos de realizar un preciso análisis, a continuación se aplicará un razonamiento estructurado que examina todos y cada uno de los puntos en controversia expuestos por IAGSA en el orden propuesto por la AEMP según grupos temáticos.

En este acápite se analizarán las pruebas presentadas por el ingenio IAGSA en el memorial de fecha 13 de octubre de 2015 los cuales incluyen dos documentos: i) Análisis económico, estadístico y econométrico; y ii) Estudio de características técnicas, homogeneidad y sustituibilidad del azúcar.

1 Estudio económico, estadístico y econométrico

A efectos de realizar un preciso análisis, a continuación se aplicará un razonamiento estructurado que examina todos y cada uno de los puntos en controversia expuestos por IAGSA en el orden propuesto por la AEMP según grupos temáticos.

1.1 Argumento sobre el mercado relevante

Al respecto IAGSA señala:

"Para entender el problema que supone la determinación del mercado relevante puede considerarse un par de ejemplos. Considere el mercado de helados. Ahora bien, hay dos

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

*tipos de empresas que ofrecen el producto "helados": por un lado, las heladerías tipo restaurantes donde las personas pueden consumir copas de helados, y las heladerías que venden sus productos mediante sistemas de distribución masiva colocando heladeras en las tiendas de barrio o mediante vendedores ambulantes. ¿Ambos tipos de empresas pertenecen al mismo mercado, o se deben considerar dos mercados diferentes?*²⁷

Así también se menciona "En ese sentido, hay varias razones para considerar que el estudio del producto incluido en la RA 081/2015 es insuficiente, este extremo quedara demostrado en el estudio que presentara IAGSA de homogeneidad y sustituibilidad del azúcar donde estarán considerados los diferentes factores que influyen en la decisión de compra".²⁸

En referencia a la prueba del monopolista hipotético IAGSA menciona: "Antes de entrar en un análisis de fondo, hay que señalar que el precio promedio al pasar de Bs 1.81 a Bs 266 aumenta en un 46,96%, y no en un 32% como anota la cita reproducida en el párrafo anterior. Un cálculo erróneo, evidentemente. La variación porcentual de las ventas si es del 52%.

En esa línea también argumenta:

"El paso más importante en la implementación de la prueba es la estimación de la elasticidad precio de la demanda. Con esa información y con una idea de la estructura de costos se puede calcular el cambio en los beneficios debido a un incremento del 5% en el precio... Si la elasticidad precio y la estructura de costos son tales que el incremento en los precios de 5% no es rentable, hay que identificar cuáles son los productos que ejercen una restricción competitiva sobre el bien en cuestión. Eso es necesario para hacer la segunda etapa de la prueba, que es repetir la pregunta hipotética del incremento del precio de 5% sobre, por ejemplo, el mercado de la cerveza y las gaseosas".

Entre otro argumento señala que la RA 081/2015 también afirma que haber encontrado que la demanda es inelástica "es coherente con la prueba del monopolista hipotético". Aquí se debe señalar que en ningún momento, el test SSNIP exige que la demanda sea inelástica.

Al respecto este acápite IAGSA llega a la siguiente conclusión: "En el estudio del mercado relevante, la prueba del monopolista hipotético ha sido notoriamente mal realizada, al tomar un incremento del 47% en el precio, cuando el diseño de la prueba consiste en aplicar un aumento en el precio entre el 5 y 10%; incremento además que no debe ser transitorio según la metodología de la prueba, siendo que la RA 081/2015 ha tomado datos de los años 2010 y 2011, años en los cuales el incremento registrado en el precio en Bolivia fue precisamente transitorio".

Mencionar que el ejemplo que IAGSA presenta para establecer el mercado relevante es descontextualizado y carece de fundamento; sin embargo para el presente proceso se

²⁷ Análisis económico, estadístico y econométrico pág. 11.

²⁸ Análisis económico, estadístico y econométrico pág. 13.

establece como objeto de análisis el mercado de azúcar el cual está claramente definido, el análisis y objeto del presente documento son los indicios de prácticas anticompetitivas demostrados en RA 081/2015.

El estudio de homogeneidad y sustituibilidad del azúcar que hace mención IAGSA es analizado y desarrollado en el acápite Estudio de características técnicas, homogeneidad y Sustituibilidad del azúcar.

En relación al análisis planteado estamos de acuerdo que el valor es efectivamente 46,96% o no así el valor de 32%, aunque este cálculo no modifica el valor encontrado en el análisis económico de la AEMP, siendo el resultado del Test del SSNIP del 51,48%, por lo que no desvirtúa la conclusión a la que se llega con este Test. Por otro lado este Test no incluye en el análisis los costos ni beneficios por lo cual se desvirtúa la aseveración de que los mismos se deberían incluir en el análisis; sin embargo esta relación se comprueba con dos modelos econométricos en los cuales se determina que la demanda precios es inelástica y menor a uno confirmando las apreciaciones del Test SSNIP.

En cuanto al cuestionamiento de que porque se utilizó los datos de los años 2010, 2011, es porque de manera natural la AEMP estudia los dos años inmediatamente anteriores al periodo en estudio, es analizar la reacción de un ingenio ante un incremento del precio del azúcar, siendo que en este periodo ha existido un incremento significativo en el precio del azúcar, se observa que el Test SSNIP reaccionó positivamente, el sentido que la rentabilidad del ingenio ha aumentado, lo que corrobora que no existen sustitutos cercanos para el azúcar, por lo que no desvirtúa la conclusión a la que se llega con este Test, y es respaldado por un modelo econométrico, los cuales son complementarios y no así como pretende distorsionar el Ingenio IAGSA, los mismos tienen funciones propias en el presente estudio, los cuales confirmaron que ante subidas de precios la demanda será inelástica.

Por otra parte IAGSA cuestiona la estimación de la elasticidad precio de la demanda u oferta, señalando que:

"Como se ha mencionado con anterioridad, no resulta evidente que la relación entre las variables precio-cantidad necesariamente establezca una función de demanda, ya que son las mismas variables las que se usan para establecer la función de oferta. Si a esto añadimos que las variables dicótomas (dummy) usadas en el informe de la AEMP están más relacionadas a la oferta que a la demanda, lo que se obtiene es una especificación cuando menos ambigua".

"Resulta arriesgado suponer como se hace en el informe de la AEMP- que la variable precios es exógena, de hecho la interdependencia entre las variables precio-cantidad es un problema latente en cualquier análisis de este tipo ya que por lo general ambas están determinadas simultáneamente por el mercado y aún si se trabajase con modelos de ecuaciones simultáneas, el problema de identificación estaría presente".

Para respaldar sus ideas IAGSA presenta dos modelos que estiman el comportamiento de este ingenio y señala en el segundo modelo presentado que

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

"Donde la única diferencia con la ecuación (2) viene dada por la variable ingreso en lugar de la variable cantidad. El informe de la AEMP obtiene un valor positivo para el coeficiente $P1$ y ese parece ser motivo suficiente para afirmar que "...la industria del azúcar en el periodo de estudio, tuvo la capacidad de incrementar el precio de manera rentable". Lo que el informe de la AEMP ignora es la importancia del valor del coeficiente obtenido con relación a la relativa igualdad de precios entre ingenios".

Al respecto, dada la teoría económica, la función encontrada mediante el modelo econométrico utilizado por la AEMP da un valor de la variable independiente negativa, por lo cual se confirma que la pendiente es negativa lo que implica que la función es de demanda. En cuanto al modelo presentado por esta Autoridad, presenta estimadores consistentes, por lo cual, carece de todo fundamento la afirmación de IAGSA.

No obstante el Ingenio IAGSA presentó modelos similares al planteado por esta Autoridad. Sin embargo, estos modelos son estimados solo para IAGSA y no así para el conjunto de ingenios azucareros investigados. Por otro lado, los modelos planteados por IAGSA no presentan las salidas correspondientes y siendo que no se observan estimadores estadísticos tales como Durbin-Watson y R^2 , que corroboren los resultados obtenidos, estos carecen de confiabilidad, siendo que los modelos no presentan características que determinen su robustez. En consecuencia, este argumento no desvirtúa los cargos formulados por la AEMP.

Y finalmente como ya se demostró en RA 081/2015 se tienen diferentes estudios que corroboran que la elasticidad en este mercado es inelástica de México, Colombia, China y Estados Unidos entre otros, por lo cual las afirmaciones de IAGSA carecen de todo fundamento.

En cuanto a la identificación de mercado geográfico IAGSA señala *"Cabe señalar que Juan Dubra señala que también se puede usar el Test SSNIP para determinar el mercado geográfico. La RA 081/2015 no ha utilizado este enfoque en relación al tamaño geográfico del mercado"*.

Al respecto, estos comentarios de la identificación de mercado geográfico no tienen mayores comentarios, siendo que no se desvirtúa el análisis realizado por la AEMP en función a los test LOFI y LIFO, utilizado por la AEMP, se focaliza en el año investigado, siendo las observaciones del ingenio subjetivas y carecen de teoría económica.

1.2 Argumento sobre el poder de mercado

En lo que se refiere a la concentración de la industria IAGSA afirma:

"Acá es necesario puntualizar que esta conclusión está basada en el paradigma Estructura-Conducta-Desempeño, desarrollado por Joe S. Bain en los años cincuenta del siglo XX. Coloma (2005: 3211 resume el núcleo duro de este paradigma en los términos siguientes: "La lógica del paradigma estructura-conducta-desempeño es que, en general, lo que se observa del funcionamiento de los mercados son por un lado las

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

variables de estructura y por otro las variables de desempeño, y que la conducta se infiere de la relación que pueda encontrarse entre estas variables"

Asimismo, IAGSA menciona sobre el Índice de Herfindahl-Hirschmann lo siguiente: *"El problema del IHH es que el peso de estos dos tipos de concentración no es el mismo. A medida que aumenta el número de empresas, el peso de la concentración estructural se reduce, mientras que aumenta la incidencia de la concentración participativa"*.

EL argumento planteado por este ingenio muestra la descomposición del índice de Herfindahl-Hirschmann encontrando la siguiente relación matemática:

$$IHH = \frac{1}{N} + N * S_w^2$$

Producto del cual IAGSA afirma que: *"El problema del IHH es que el peso de estos dos tipos de concentración no es el mismo. A medida que aumenta el número de empresas, el peso de la concentración estructural se reduce, mientras que aumenta la incidencia de la concentración participativa"*.

Así mismo señala: *"Es evidente que una industria será un oligopolio por las barreras a la entrada de nuevas empresas. Muchas de estas barreras tienen que ver con las tecnologías de producción como los costos hundidos y las economías de escala"*.

En lo que se refiere a la medición e interpretación de la AMPE este ingenio señala las siguientes afirmaciones:

"Llama la atención que sólo se hayan considerado las participaciones de mercado, y calculado el IHH, para los datos de la gestión 2013".

"Llama la atención la forma poco coherente de tratar los decimales en el cálculo. En efecto las participaciones están en porcentajes sin decimales, pero se añade la participación de las importaciones con dos decimales (0,09%)".

"Ahora bien en este caso, su análisis debería hacerse en la escala de 2.000 a 10.000; y en tal caso no es evidente que haya una concentración excesiva en el sector".

"Una alternativa, y que nos parece conceptualmente más adecuada, es tomar en cuenta los niveles de ventas". Según los cuadros 05 Cuotas de mercado aproximadas por tipo de vendedor para 2013 y cuadro 06 Participaciones porcentuales en la capacidad instalada de 2013.

"Parece razonable hacer la comparación con lo que ocurre en otros países con aspectos estructurales semejantes. En este sentido, tomar como referencia los valores críticos usados en Estados Unidos o la Unión Europea"

De las afirmaciones realizadas anteriormente IAGSA concluye:

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

“En conclusión, se constata que hay diversos criterios para calcular las cuotas de mercado, y que el IHH debe ser interpretado haciendo una serie de precisiones, las que son obviadas por la RA 081/2015. Se constata además que la AEMP calcula el IHH de manera muy simple, obviando las complicaciones conceptuales y prácticas que supone su cálculo. Prescinde de todo el debate conceptual en cuanto a su interpretación y de forma inaudita sanciona a las empresas conforme el IHH de la industria”.

“El cálculo e interpretación del IHH es convencional, y se usa de forma mecánica”.

“Es cuestionable que en enfoque analítico de la AEMP esté basado en el paradigma Estructura-Conducta-Desempeño, siendo que a la fecha existen diversos enfoques y teorías alternativas en el ámbito de la Economía industrial. No es evidente porqué la AEMP debe preferir ese enfoque a otros”.

Al respecto, cabe aclarar que el análisis realizado por esta Autoridad no está basado en el paradigma Estructura-Conducta-Desempeño, siendo que la metodología utilizada por la AEMP es conformada por razonamientos técnicos-económicos sobre la identificación de conductas anticompetitivas, por lo que esta afirmación no desvirtúa los cargos formulados en la RA 081/2015.

Con respecto al índice de Herfindahl-Hirschmann, las conjeturas que realiza IAGSA no desvirtúan las propiedades de este indicador ni su método de aplicación, siendo que esta herramienta permite evaluar el nivel de concentración en el mercado y es un instrumento que permite establecer el poder de mercado de las empresas. Así mismo la estimación de estos valores se realiza en el periodo de análisis, gestión 2013 y como se menciona en memorial de descargo no variarían considerablemente gestiones anteriores. Aun tomando las observaciones en cuanto al cálculo de los valores realizadas por IAGSA, este indicador no se modificaría considerablemente.

Aun tomando los datos en los cuales se incluyen a otros actores el índice Herfindahl-Hirschman (HHI) muestra una alta concentración con puede observar en el Cuadro 2 del presente documento; así mismo, se muestra en los cuadros del memorial de pruebas de fecha 13 de noviembre de 2015 presentado, en los cuadros 05 y 06 los valores de este índice no se modificarían considerablemente.

1.3 Argumento sobre las prácticas anticompetitivas absolutas – concertación de precios

Tomando en cuenta las consideraciones sobre la teoría de la colusión que aborda por IAGSA referentes a: El concepto de colusión y sus características, fragilidad de los acuerdos colusorios, factores estructurales (facilitadores y neutros de la colusión) y la transparencia de los precios y la teoría de la colusión.

En referencia a las consideraciones sobre la teoría de colusión que la empresa IAGSA, presentada en memorial de pruebas señalar que las afirmaciones que realiza pretenden distorsionar la esencia del presente caso de competencia, siendo que la teoría economía señala

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

que el equilibrio de Nash es donde cada jugador conoce y ha adoptado su mejor estrategia, lo cual confirma la racionalidad de los agentes económicos.

En lo que corresponde al punto referente a "Observaciones en cuanto a los factores que facilitan la colusión según la Resolución Administrativa 081/2015" mencionado el memorial de pruebas analizado se tiene los siguientes argumentos:

En lo que respecta a la Homogeneidad del producto se menciona:

"Es posible que desde el punto de vista del consumidor final, por ejemplo el ama de casa, no se establezca una diferenciación entre las cinco marcas de azúcar"

"Por otra parte, una parte del azúcar que produce el IAGSA está destinado a las industrias de alimentos y bebidas, tal como muestra el Cuadro 07. En muchos casos, las empresas de la industria de los alimentos y bebidas exigen un azúcar con determinadas propiedades físico-químicas, por lo que razonablemente se puede pensar que el azúcar no es un bien totalmente homogéneo, en especial en el azúcar que se habrá de utilizar industrialmente".

"El Cuadro 09 muestra las especificaciones técnicas que reconoce el instituto Boliviano de Normalización y Calidad, IBNORCA, para tres tipos de azúcar: blanco, blanco especial y refinado".

En lo que concierne a la demanda inelástica del producto se considera:

Considerando la estimación empírica de la elasticidad precio de la demanda de azúcar obtenida en la RA 081/2015, si se realiza la respectiva prueba estadística de hipótesis para probar si se tiene una demanda inelástica, la hipótesis nula y la hipótesis alternativa serían $H_0: \beta = -1$ y $H_a: \beta > -1$ respectivamente. Luego, calculando el valor del estadístico t : se tiene:

$$t = \frac{(-0,721286) - (-1)}{0,398968} = 0,6986$$

Resultado que indica que los datos no permiten rechazar la hipótesis nula (demanda de elasticidad unitaria), tanto al 1% como 5% de significación.

Asimismo IAGSA presenta el siguiente análisis:

"Lo anterior se puede demostrar analíticamente. Sea una función de demanda de elasticidad constante $Q = A/P^b$ donde b es la elasticidad precio de la demanda. Para hallar la función de ingresos del monopolista se debe despejar precio, en cuyo caso se tiene la función inversa de demanda $P = (A/Q)^{1/b}$. Dado que el ingreso se obtiene de multiplicar precio por cantidad se tiene $R = P \cdot Q = A \cdot Q^{1-(1/b)}$. Para hallar la función del ingreso marginal basta derivar la función del ingreso con respecto a la cantidad y se tiene $RMg = (1-1/b) \cdot A \cdot Q^{-1/b}$. Se puede verificar que si b es igual a uno, el ingreso

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

marginal se anula, y si b es un valor entre 0 y 1, se tiene que la expresión entre paréntesis es negativa”.

Al respecto, según los argumentos planteados por IAGSA y una vez examinado los cuadros presentados en todos los casos mencionan productos de azúcar lo cual implica que no se modifica el compuesto esencial que es objeto de estudio siendo que este insumo no puede ser remplazado por otro edulcorante, solo se menciona variaciones en los grados de calidad, lo cual corrobora que este bien es homogéneo.

La afirmación de que este bien es homogéneo se demuestra en la remisión de información realizada por este ingenio ya que mediante nota²⁹ cite IAG-SA-GG-221/2013, remite un **único cuadro de costos de producción de azúcar y un único cuadro de exportación de azúcar**, de haber sido relevante disgregar por variedad de azúcar, IAGSA hubiera procedido en ese sentido y hubiera remitido distintos cuadros según variedad de azúcar, hecho que no sucedió, así mismo por nota cite REF.: IAG.SA GG-012/14 de 17/01/2014 en la cual esta empresa vuelve a remitir cuadros de exportación de azúcar agregada y donde igualmente señala que: *“El Ingenio Azucarero IAGSA tiene implementado un sistema de costeo por unidades principales de negocios, mediante el cual se obtienen costos generales por quintal de azúcar y otros, pero no tiene estructuradas las cuantificaciones para los distintos tipos de azúcar que se producen”* (énfasis añadido).

Al respecto, las observaciones sobre modelo presentado por esta Autoridad en RA 081/2015, y dado que la estimación empírica que se realiza respecto al contraste de hipótesis planteada se encuentra en valor $H_0: \beta = -1$, y siendo que los modelos econométricos son una simplificación de la realidad y tienen que contener un fuerte respaldo de la teoría económica, la hipótesis planteada carece de todo fundamento económico, y una vez corroborado la homogeneidad del azúcar y sostenida en punto 2.1 Argumento sobre mercado producto, y demostrado que no existen sustitutos que replacen este bien, la teoría económica que nos indica que:

“Los determinantes básicos de la elasticidad de la demanda de una mercancía con respecto a su precio son:

2. En general, los artículos suntuarios son elásticos respecto al precio, en tanto que los de primera necesidad son inelásticos³⁰.”

Por lo cual queda demostrado que la hipótesis planteada $H_0: \beta = -1$ de la demanda con elasticidad unitaria es errada y carece de fundamento económico, siendo que el azúcar es un bien homogéneo y un bien de primera necesidad, hecho que fue corroborado en la gestión 2011 en el cual se evidencia ante una subida de precio del azúcar se mantuvo el consumo el consumo de este bien, lo cual confirman que los argumentos planteados por IAGSA son infundadas.

²⁹ Hoja Excel AEMP2008 2013, Pestaña denominada Cuadro 13.

³⁰ Extraído de libro de Microeconomía Moderna A. Koutsoyiannis Editores Amorrortu- pág. 63

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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



En referencia al análisis de IAGSA de la función de demanda de elasticidad constante el mismo no se enmarca dentro del estudio de este caso ni desvirtuaría los argumentos planteados por esta Autoridad, por lo cual es irrelevante su análisis.

En lo que se refiere a Barreras de entrada, IAGSA señala que *“La RA 081/2015 identifica que hay tres tipos de barreras a la creación de nuevas empresas en el rubro del azúcar: 1) los costos hundidos, 2) las economías de escala, y 3) la ubicación geográfica”*.

En lo que refiere a las barreras de entrada concernientes al objeto de estudio IAGSA argumento:

“... la creación del ingenio azucarero Aguai en 2007 demuestra que tales barreras no son infranqueables, y de existir los capitales necesarios, y empresarios dispuestos a invertir en este tipo de empresas, pues nada se los podría impedir, a no ser alguna regulación estatal. Esto implicaría que las empresas existentes en la industria, los cinco ingenios azucareros, no practican ningún tipo de acciones que puedan interpretarse como creación de barreras artificiales al ingreso de nuevos ingenios azucareros”.

Al respecto, el ingenio Aguai a la fecha esta empresa está produciendo alcohol y no así azúcar, y aún esta empresa desde el 2007 no ingresa al mercado de azúcar, por lo que esta afirmación no es evidente.

1.4 Argumento sobre prácticas anticompetitivas absolutas – segmentación geográfica

a. En referencia a las consideraciones sobre el mercado Internacional de azúcar IAGSA señala:

“El mercado internacional del azúcar está organizado en dos plazas: Londres y Nueva York. En el mercado de Londres se realizan transacciones sobre el azúcar refinado o blanco (sus cotizaciones se conocen como contrato de futuro N° 5), mientras que en el mercado de Nueva York se cotiza el azúcar crudo (en los llamados contrato N° 11 y contrato N°14). Es evidente que las cotizaciones del azúcar refinado son mayores que las del azúcar crudo”.

“Las cotizaciones del contrato de futuros N° 5 de Londres establece que los puertos de entrega se encuentran en el este del mar Mediterráneo, aunque se puede establecer otros puertos. El vendedor debe cubrir el costo de los fletes entre el puerto definido en el contrato y el puerto donde quiere que se le entregue el producto”.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

"Bajo el contrato N° 11 de la Bolsa de Futuros de Nueva York se transa azúcar cruda, a precios FOB proveniente de 28 países: Argentina, Australia, Barbados, Bélgica, Brasil, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Ecuador, Islas Fiji, Antilla Francesa, Guatemala, Honduras, India, Jamaica, Malawi, Mauricio, México, Nicaragua, Perú, Filipinas, Sudáfrica, Swazilandia, Taiwán, Tailandia, Trinidad, Estados Unidos y Zimbabwe. Cabe destacar que Bolivia no transa azúcar cruda en este mercado".

"Por lo tanto, las cotizaciones internacionales de azúcar no se pueden considerar fruto del funcionamiento de un mercado competitivo. Los precios del mercado internacional del azúcar están fuertemente distorsionados por las políticas proteccionistas de los países y la presencia de especuladores financieros".

La RA 81/2015 utiliza la cotización internacional de precios de los crudos, tanto en su acusación de colusión, como de discriminación de precios. Sin embargo, es un grotesco error utilizar tales cotizaciones. Sería más adecuado usar la cotización de azúcar blanca; pero incluso esto es cuestionable dado que el mercado internacional del azúcar es un mercado donde los precios están totalmente distorsionados por diversos factores, y está totalmente lejos de poder considerarse un mercado libre y competitivo.

Como se puede apreciar en el punto de "Afectación de los precios internacionales en la determinación de los precios de exportación de los ingenios" del presente documento Gráfico N°1 del mismo apartado, se puede apreciar que comparando los precios internacionales a los que hace mención IAGSA se apreció que los precios internacionales están por debajo de los precios nacionales, lo cual desvirtúa la afirmación de IAGSA. A esto se añade que el hecho de que la comercialización del azúcar de IAGSA es realizada en puerta de fábrica (FCA Fabrica) como se puede apreciar en Cuadro N°3 por lo cual se desvirtúan los argumentos presentados por este ingenio.

- b. *"En todo el documento de la AEMP no existe un solo análisis técnico-económico que respalde tal acusación. Esto resulta cuando menos desconcertante ya que en otros casos la AEMP si ha sustentado su acusación de este tipo mediante un análisis técnico, como en la demanda a las empresas del cemento (RA 100/2012)".*

"La RA 081/2015 no considera que aproximadamente el 40% de la producción de IAGSA es destinada como insumo a la industria alimenticia, y el resto es vendido a los hogares como producto de consumo final".

"Es cierto que no llega a algunas regiones del país, pero esto no se debe a un reparto del mercado, sino a motivos muchos más complejos como costos de transporte, almacenamiento, contrabando, etc".

"En tal sentido, se estimó la siguiente regresión de elasticidad cruzada para el período Julio 2011-septiembre 2013:

$$\ln \text{Ventas}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{PPO} + \varepsilon$$

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

“Donde Ventas_G representa las ventas de IAGSA, PPO es el precio promedio de otros ingenios, i un departamento específico y t el periodo de tiempo. Ahora bien, dado que el azúcar de un ingenio es el sustituto casi- perfecto del azúcar de otro ingenio, se espera que el coeficiente β sea positivo Si el coeficiente fuera estadísticamente significativo entonces las variaciones en el precio de los otros ingenios harían variar las ventas de IAGSA, lo que a su vez implicaría una fuerte competencia por el mercado del azúcar”.

Para comprobar cuan robustos son nuestros resultados de elasticidad cruzada, se estimó la siguiente ecuación:

$$\ln \text{Ventas}_{G,i,t} = \beta_0 + \beta_1 (\ln \text{PPO} - \ln \text{PG}) + \varepsilon$$

En conclusión, Los resultados de la elasticidad cruzada demuestran que no existe un reparto geográfico del mercado, y que de hecho existe bastante competencia en Santa Cruz, Cochabamba y La Paz; debido no solamente a la gran población existente en estos tres departamentos.

En este punto IAGSA concluye: No hay un estudio técnico económico que sustente la acusación de reparto geográfico del mercado.

Respecto a la afirmación de IAGSA sobre este punto, recordarle que a este ingenio que para la determinación del mercado geográfico en RA 081/2015 se realizaron los test LIFO y LOFI, y la correlación de precios y delimitación de mercados geográficos presentados por departamento.

Respecto a los modelos planteados por el ingenio IAGSA, para este punto mencionar que los mismo no presenta las salidas o cálculos realizados, siendo que no se muestran algunos estimadores estadísticos que corroboren los resultados obtenidos y siendo que los modelos no presentan características que determine su robustez, son superficiales y carecen de fiabilidad, lo cual demuestran que los argumentos presentados por IAGSA no desvirtúan los cargos formulados en la RA 081/2015.

1.5 Argumento sobre prácticas anticompetitivas relativas – discriminación de precios

En referencia a este punto IAGSA aborda los siguientes argumentos relevantes para el presente caso:

a. Los hechos económicos

“La RA 081/2015 toma las cotizaciones con contrato de futuros N° 11, que corresponde al azúcar crudo; esto es un grave error pues los ingenios azucareros bolivianos producen y venden azúcar blanca o refinada”.

*“Sin embargo, no se debe olvidar que para hacer comparables un precio nacional con un precio internacional se debe considerar los **costos de transporte**. En este caso, si un importador decidiera adquirir azúcar en el mercado de Londres, tendría que cubrir todo el flete desde un puerto en el mar Mediterráneo hasta un puerto en Sudamérica, y de ahí cubrir el costo hasta territorio nacional”.*

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

b. Los indicios

IAGSA señala que:

En el inciso 8) de este acápite... el 95,67% de la variabilidad del precio del IAGSA se explica por los cambios en los precios de CIASA"

"En rigor, como se puede constatar en cualquier buen texto de econometría, el coeficiente de determinación se define por la fórmula $R^2 = 1 - SCR/STC$ donde SCR es la suma de los cuadrados de los residuos y STC es la suma total de cuadrados. La RA 081/2015 comete el error de definir el coeficiente de determinación según $R^2 = SEC/STC$ donde SEC es la suma de cuadrados explicados por la regresión (Pág. 106). Ambas fórmulas son equivalentes cuando la ecuación de regresión incluye una constante. Pero cuando la regresión pasa por el origen, la definición de la RA 081/2015 arroja resultados incorrectos".

"Por otra parte, el coeficiente de determinación tiene como propiedad que puede tomar valores entre 0 y 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) pero esto sólo ocurre cuando la ecuación de regresión incluye una constante; si la regresión no tiene constante (regresión por el origen) entonces $R^2 \leq 1$: el coeficiente de determinación puede ser negativo. Por eso, las ideas expresadas en la pág. 106 no son exactamente adecuadas ni precisas".

En lo referente a conductas anticompetitivas relativas IAGSA señala:

"La RA 081/2015 acusa a los ingenios azucareros de conducta anticompetitiva relativa de discriminación de precios, ya que presuntamente el precio del azúcar en el mercado interno sería superior al precio internacional".

"El cuadro N° 9 (página 40) de la RA 081/2015 muestra las diferencias porcentuales entre el precio promedio anual de venta de los ingenios en el mercado interno y el precio internacional, sin embargo los errores que se han señalado en el documento persisten en este apartado. Primero, es necesario hacer notar la inconsistencia en el uso del periodo, ya que en este caso se analizan solamente tres años (2011, 2012 y 2013) mientras que en otros casos se usa el periodo 2009-2013 o 2011/02-2013/07".

"El precio de venta en el mercado interno tiene incluido todos los impuestos de ley. Es decir que, si al precio internacional de blancos incluimos los impuestos, entonces, la brecha es mucho menor o inexistente tal y como se puede evidenciar en el Gráfico 05".

En lo referente a la afectación a otros productos señala:

En tal sentido es pertinente analizar la relación existente entre la variación de precios de los productos finales y la variación del precio del azúcar, para de esta forma determinar si el consumidor final se ha visto afectado por algún cambio en el precio del azúcar como bien intermedio, o por el contrario, los procesos de producción se ven afectados por otras variables.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 \text{Precio Azucar}_t + \beta_2 \text{Dummy} + e_t$$

Donde la variable Y representa el precio final de algún producto que requiera azúcar en el proceso de producción, mientras que la variable dependiente viene dada por el precio del azúcar; finalmente la variable dummy es una variable dicótoma usada para controlar los meses de enero a mayo del año 2011 debido a la escasez existente en ese periodo el primer paso es realizar un análisis de raíz unitaria de las variables en cuestión, para luego proceder al análisis de regresión.

Al respecto, IAGSA en la información remitida a esta Autoridad así como otros ingenios establece que sus ventas son realizadas en la modalidad FCA es decir en Puerta de Fábrica según se observa en el Cuadro N° 3, por lo cual se evidencia que existe discriminación de precios los cuales son diferenciados para compradores del mercado interno a un precio mayor que a los compradores del mercado externo a precios inferiores siendo favorecidos los del mercado externo hecho que evidencia la discriminación.

Por otro lado a las observaciones al modelo econométrico planteado en RA 081/2015, los mismos presentan las salidas obtenidas producto de la estimación del modelo hecho que permite corroborar los resultados, y si bien se detectaron falencias de transcripción estas no modifican el análisis realizado por esta Autoridad.

Es referencia al modelo econométrico presentado por IAGSA en el punto 7 afectaciones a otros productos, del memorial de pruebas, estos modelos nuevamente no presentan salidas de las estimaciones de las mismas, ni cálculos utilizados en la elaboración de los mismos por lo que carecen de fiabilidad respecto a la robustez que representan. Siendo que los modelos econométricos no solamente son estimación de las variables sino que existen diferentes estadísticos que confirman su robustez por lo cual estos carecerían de confiabilidad.

1.6 Grupo temático sobre el análisis de otros temas

1.6.1 Argumentos sobre temas de redacción

- a. La empresa IAGSA menciona *"Se resalta la falta de cuidado en la elaboración del documento. Se ha encontrado: mala numeración de los subtítulos, porcentajes mal calculados, datos imprecisos (se señala un valor en el texto y aparece otro en los cuadros), datos erróneos, datos faltantes, imprecisión en el nombre de las variables (los nombres con los que se han hecho correr los modelos econométricos), plagio. Esto es inaceptable en un documento que por su carácter tiene implicaciones jurídicas"*.

"... plantea la posibilidad de que los datos usados por la AEMP sean incorrectos, o de ser correctos hayan sido objeto de inadecuada manipulación estadística y/o econométrica. En este sentido, el derecho a defensa exige que todos los datos utilizados en el estudio económico deberían (sic) incluirse en la misma RA 081/2015. Si bien se tiene siete anexos, donde en seis de ellos se tiene parte de la información estadística utilizada, se debe deplorar que tal información sea incompleta".

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Al respecto, las observaciones de IAGSA sobre ciertos elementos contenidos en la RA 081/2015 se tratan de simples comentarios que no precisan o identifican con claridad y especificidad los supuestos errores contenidos en el mencionado acto administrativo. En consecuencia, los argumentos planteados son infundados e insuficientes para desvirtuar los cargos planteados por la AEMP.

En referencia a la utilización de la información utilizada por esta Autoridad, la misma fue proporcionada por los ingenios, y aplicada en función del análisis de los indicios de práctica anticompetitivas que se presentaron en el mercado estudiado; así mismo, no se podría dar a conocer en su totalidad siendo que la misma contiene información industrial confidencial.

1.6.2 Argumentos sobre el estudio del mercado del azúcar

En lo referente al mercado del azúcar IAGSA señala:

"El estudio del mercado del azúcar incluido en la RA 081/2015 es notoriamente breve e insatisfactorio. No hace referencia ni a las relaciones contractuales que se dan en el mercado de la caña de azúcar, y que tiene directa incidencia en los procesos de distribución y comercialización en el mercado del azúcar; tampoco considera el mercado del azúcar como insumo para las industrias de alimentos y bebidas; y finalmente ignora totalmente el carácter regulado de este mercado por parte del Estado y sus instituciones".

Al respecto IAGSA argumenta que "De acuerdo a la información proporcionada por los ejecutivos de IAGSA, el 57,2% de la producción de azúcar realizada bajo la modalidad de los convenios de cooperación pertenece a los productores cañeros; por lo tanto para el año 2013 se estima que un 22,1% del total de la producción de azúcar fue comercializada por los cañeros o sus organizaciones"³¹.

Al respecto, las anteriores observaciones que realiza IAGSA respecto al estudio de mercado del azúcar, estos son subjetivos y carecen de todo fundamento por lo cual no desvirtúan los cargos formulados por esta Autoridad al Ingenio IAGSA.

Por otra parte en referencia a los contratos mencionados, en el Grupo temático 2: Análisis de poder de mercado, se presenta un análisis en el cual se demuestra que aun los índices de concentración en este mercado son altos llegando a 2.200 tomando a los productores cañeros dentro del análisis de poder de mercado.

2 Estudio de características técnicas, homogeneidad y sustituibilidad del azúcar

En fecha 13 de octubre de 2015 se remite memorial, el mismo contiene el documento: "Estudio de características técnicas, homogeneidad y sustituibilidad del azúcar", señalando en el acápite de **Homogeneidad del producto** que: "La AEMP sostiene que su formulación de cargos que el azúcar es un producto homogéneo, sin embargo no toma en cuenta los diferentes tipos de

³¹ Análisis económico, estadístico y econométrico pág. 8.

azúcar que se producen especialmente por IAGSA y que son comercializados en territorio nacional y extranjero...³² de los cuales se detallan el siguiente cuadro:

Tabla N° 1
TIPOS DE AZÚCAR

TIPO DE AZUCAR	CARACTERISTICAS	MERCADO OBJETIVO
Azúcar Refinado (I)	Azúcar Refinado con color máximo ICUMSA 45	Embotelladores de gaseosas con franquicia internacional, bebidas claras, farmacia y otros que existen esta norma de calidad
Azúcar Refinado (II)	Azúcar Refinado con color máximo ICUMSA 60	Embotelladores de gaseosas de marca, cerveza, jugos, y otras bebidas, fabricantes de mermeladas dulces y otras que exigen este rango de color y norma de calidad.
Azúcar Extrafino	Azúcar Refinado con color máximo ICUMSA 120	Fabricantes de gaseosas con marcas propias, jugos, lácteos, productos azucarados, galletas, heladería, gelatinas, etc. Y consumidor doméstico del fraccionado nacional.
Azúcar Especial I	Azúcar blanco directo con color máximo ICUMSA 300 y granulometría fina	Fabricantes de polvos azucarados con chocolate, refresco en sobre, panadería, confitería, mieles y chancaca y otros productos que pueden usar este tipo de azúcar no refinada
Azúcar Especial II	Azúcar blanco directo que a requerimiento del cliente tiene color máximo ICUMSA 1000 y granulometría gruesa	Venta en ciertos nichos del mercado doméstico que prefieren este tipo de azúcar por uso y costumbre en lugar del refinado.
Azúcar Morena	Azúcar obtenida por cristalización de mieles y centrifugado sin agua con color entre ICUMSA 1000 y 6000	Supermercados y tiendas de productos naturales y dietéticos, a granel y fraccionados.
Azúcar Crudo Cuota USA	Cristalización de mieles y Centrifugado sin agua entre ICUMSA 1000 y 5000 CALIDAD VHP.	Para exportación a EEUU en cumplimiento de la asignación de la cuota americana de azúcar a Bolivia (contrato Domino)

Fuente: Memorial de 13/10/2015.

Señalando: "Que la AEMP no considere los tipos de azúcar que son producidos y comercializados por IAGSA hacen que la determinación del mercado relevante sea errónea

³² Memorial de 13/10/2015, página 50 (según foliación).

dado que se afirma que el bien es un bien homogéneo el cual se interpreta que no tiene variaciones en sus características técnicas³³.

Por otra parte en el acápite III Factores que interfieren en la decisión de compra del azúcar, establecen como criterio la salud señalando que: *"Este es un razonamiento que no permite que los consumidores expresen sus preferencias. Supone ignorar que muchas personas (cuya importancia cuantitativa habría que establecer empíricamente) pueden optar por los edulcorantes como la sacarina y la stevia por razones de salud o bienestar físico, al margen del precio".... "En otras palabras se necesita estudios empíricos de las pautas de consumo y demanda de las familias bolivianas que establezcan en qué medida la miel, la sacarina y la stevia son productos sustitutos del azúcar"*.³⁴

En complementación al punto anterior, el Ingenio IAGSA, presenta en el acápite 3.2 Precio, el Cuadro 01. Poder edulcorante de la miel, la stevia y la sacarina comparada con el azúcar, refiriéndose a este cuadro como: *"Cabe señalar que los datos la Organización internacional del Azúcar muestran que, para los Estados Unidos, los edulcorantes de alta intensidad son más baratos que el azúcar, a paridad de poder edulcorante."*

El ingenio IAGSA señala en las conclusiones del memorial de 13 de octubre de 2015, con referentes a este punto que³⁵:

- *"El Azúcar no es un producto homogéneo como se afirma en la RA 081/2015."*
- *El factor para influir en la decisión de compra del azúcar no es únicamente el precio, puesto que como se puede evidenciar la salud, es un elemento que influencia también en la elección del producto y decisión de compra y que no fue tomado en cuenta para un estudio adecuado de la sustituibilidad del azúcar por la AEMP."*
- *El grado de sustituibilidad con los otros productos como la stevia, la sacarina y la miel es alta demostrado en el cuadro presentado en el punto 3.2 con precios reales en el mercado Boliviano."*

Al respecto, el cuadro presentado por IAGSA "Tipos de Azúcar", nos muestra el mercado objetivos, a la cual se destina la producción de azúcar como insumo, se puede apreciar que este bien puede ser remplazada por otro tipo de azúcar y no así por otro tipo de edulcorante, por lo que se confirma, que el azúcar es un producto homogéneo y los grados de ICUMSA³⁶ descritos en la columna no modifica la composición esencial de este bien. Además se puede apreciar en el cuadro, que los diferentes grados de ICUMSA no influyen ya que diferentes tipos de azúcar se puede destinar a dos o tres mercados objetivos, a esto se suma el hecho de en el memorial de pruebas analizado no presentan los costos de cada una de los denominados tipos

³³ Memorial de 13/10/2015, página 51 (según foliación).

³⁴ Memorial de 13/10/2015, página 52 (según foliación).

³⁵ Memorial de 13/10/2015, página 53 (según foliación).

³⁶ Comisión Internacional para Métodos Uniformes de Análisis de Azúcar.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

de azúcar y como se mencionó anteriormente la información remitida en nota cite IAG-SA-GG-221/2013³⁷, remite **un único cuadro de costos de producción de azúcar y un único cuadro de exportación de azúcar**, así mismo este hecho se corrobora por nota cite REF.: IAG.SA GG-012/14 de 17/01/2014 en la cual esta empresa vuelve a remitir cuadros de exportación de azúcar agregada y donde igualmente señala que: “El Ingenio Azucarero IAGSA tiene implementado un **sistema de costeo por unidades principales de negocios**, mediante el cual se obtienen costos generales por quintal de azúcar y otros, pero no tiene estructuradas las cuantificaciones para los distintos tipos de azúcar que se producen” (énfasis añadido). Por lo que se demuestra la homogeneidad del azúcar.

Así mismo, IAGSA en memorial de 13 de octubre de 2015 presenta en el acápite 3.2 Precio, el Cuadro 01. Poder edulcorante de la miel, la stevia y la sacarina comparada con el azúcar, comparando **la paridad de poder edulcorante**, siendo que los mismos carecen de sustento siendo que la información fue recopilada de los EEUU economía con mercado muy diferente al nuestro, y siendo que la AEMP técnicamente demostró en RA 081/2015 que las diferencias de precios entre unidades equivalentes de estos productos en Bolivia no eran próximos, y que las diferencias de precios oscilaban entre un 332% y un 597% según el Cuadro N°1 del presente documento.

En ese sentido, toda vez que los distintos argumentos presentados por IAGSA son ambiguos, infundados, erróneos o directamente no establecen cual la relación con los cargos formulados por la AEMP, queda confirmado que la determinación del mercado relevante de producto fue debidamente realizada por la AEMP en RA 081/2015, además que los argumentos de IAGSA de ninguna manera desvirtúan los cargos formulados por la AEMP en contra de la empresa mediante RA 081/2015 ni representan vicio alguno del procedimiento, y los mismos resultan inoperantes.

CONSIDERANDO: (Etapas de alegatos)

Mediante auto de fecha 30 de octubre de 2015, la AEMP dispuso la clausura de término de prueba dentro el procedimiento administrativo sancionador iniciado mediante RA 81/2015, otorgando a su vez el plazo de cinco (5) días para que tome vista del expediente y alegue sobre la prueba producida. Se convocó a audiencia el día 5 de noviembre de 2015, a horas 09:30 en instalaciones de la AEMP, con la finalidad de ilustrar mejor la decisión de la Autoridad. La audiencia fue realizada el día y hora programado conforme consta en el Acta respectiva.

Asimismo los alegatos fueron presentados por memorial de fecha 5 de noviembre de 2015 en el que se hizo referencia a la exposición por parte de los abogados de IAGSA, concluyendo que los hechos probados son:

- Análisis económico, estadístico y econométrico de la Resolución Administrativa 081/2015 por la cual se acusa a la industria azucarera de colusión, se prueba que ha existido una incorrecta definición del mercado relevante, no se toma en cuenta en la

³⁷ Hoja Excel AEMP2008 2013, Pestaña denominada Cuadro 13.

sustituibilidad desde la oferta a otros ingenios ni a los importadores. Tampoco al contrabando, que aunque responden a estructuras de precio diferente, el precio del azúcar en Bolivia es similar al precio internacional.

- El estudio de Características técnicas homogeneidad y sustituibilidad del azúcar, prueba que el azúcar tiene productos sustitutos por lo que el Mercado Relevante de Productos está mal definido. Se relativiza en gran medida la homogeneidad del azúcar como factor que facilita la colusión.
- Argumentos jurídicos doctrinales de defensa de la competencia en cuanto a mercados regulados, prueba que el mercado del azúcar es un sector regulado que debe excluirse del ámbito de aplicación del D.S. 29519. Y que las actas de IAGSA totalmente descontextualizadas, con circulares de Azucaña no son prueba de conducta de IAGSA.
- Prueba de descargo ventas por departamento de IAGSA prueba aportada por los demás ingenios refleja que no existe asignación de espacios geográficos."

Al respecto se tienen las siguientes observaciones:

La prueba pericial, como medio probatorio es admisible cuando la apreciación de los hechos que interesan al proceso requiere conocimientos especializados en alguna ciencia. En el presente caso, la empresa IAGSA ANALISIS ECONOMETRICO, ESTADISTICO Y ECONOMETRICO DE LA, RESOLUCION ADMINISTRATIVA RA/AEMP/DTDCN/No.081/2015, realizado por el Dr. Marco Antonio Del Rio Rivera y el Mgs. Fernando Alonso Aponte Amelunge, y el ESTUDIO DE CARACTERISTICAS TECNICAS HOMOGENEIDAD Y SUSTITUIBILIDAD DEL AZUCAR, realizado por el Ing. Miguel A. Roca Reyes y el Ing. Raúl Suarez Bravo, no han acreditado de forma alguna que poseen conocimientos especializados en cuanto a investigaciones realizadas en materia de competencia, por tanto el documento presentado, no puede ser considerado como un informe pericial mucho menos un medio probatorio.

Si bien por mandato del artículo 47 de la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo, la prueba pericial es plenamente válida, conforme establece el artículo 1331 del Código Civil y los artículos 430 y 441 del Código de Procedimiento Civil la naturaleza de la opinión de expertos es solicitada en el caso de hechos que exijan preparación y experiencia especializada. Asimismo, la admisión de la prueba pericial se halla condicionada al conocimiento especializado en este caso en materia de defensa de la competencia.

En cuanto a la fuerza probatoria de la prueba pericial, necesariamente debe considerarse la competencia de los peritos, y en este caso, por las circunstancias enumeradas precedentemente, tal grado de especialidad o pericia no fue acreditado por la empresa IAGSA, por lo cual, los Informes adjuntados no alcanzan el grado de informe pericial ni de documento probatorio. Pese a estas consideraciones, y en resguardo del derecho a la defensa, dicho informe presentado por IAGSA como prueba pericial, fue analizado por la AEMP como parte de sus argumentos.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

CONSIDERANDO: (Subsunción de la acción)

Concluida la valoración y el análisis técnico y jurídico a los argumentos de descargos, pruebas y alegatos presentados por IABSA, se concluye que ésta empresa no presentó los argumentos ni descargos suficientes que desvirtúen los cargos formulados en su contra mediante RA 081/2015, por lo que a continuación se realiza la subsunción de la acción a la norma legal correspondiente a efecto de verificar la transgresión a la misma.

1 Caracterización de los ingenios azucareros y producto investigado

La materia prima utilizada en Bolivia para la producción de azúcar está constituida por la caña de azúcar³⁸. Siendo las zonas geográficas de producción de la materia prima localizada en los departamentos de Santa Cruz y Tarija, no obstante, se tiene prevista la siembra de aproximadamente 110 hectáreas para la producción de semilla de caña de azúcar³⁹ en la población de San Buenaventura.

En el departamento de Santa Cruz, las áreas de producción están ubicadas en la Provincia de Andrés Báñez, los municipios de Santa Cruz, Cotoca, El Torno y La Guardia, también en la Provincia Warnes; Provincia Sara, Municipio de Portachuelo; Provincia Santisteban, Municipios de General Saavedra, Montero y Mineros. En lo que respecta al departamento de Tarija, la zona de producción está ubicada en la provincia Arce Municipio de Bermejo y parte del Municipio de Padcaya.

Los ingenios azucareros que fueron sujetos al inicio del procedimiento sancionador a través de la RA 081/2015 y que han participado en la producción de azúcar en Bolivia para la gestión 2013, se describen a continuación:

Tabla N° 2 Ingenios azucareros

N°	Agente Económico	Siglas	Características
1	Unión Agroindustrial de Cañeros Sociedad Anónima	UNAGRO	El ingenio de la UNAGRO, nace como institución el 5 de diciembre de 1972, se constituye como una Sociedad Anónima el 13 de febrero de 1975, con el objeto de realizar la elaboración y explotación del azúcar y otras actividades Industriales, ubicada en la localidad de Mineros, Provincia Obispo Santisteban. La capacidad instalada de molienda anual de caña de azúcar durante la gestión 2013 fue de 2.5 millones de toneladas y su producción de azúcar durante la gestión 2012 fue de 3.575.117 quintales. El Ingenio UNAGRO para realizar la industrialización de la caña de azúcar, acopia esta materia prima para abastecer su molienda tanto de

³⁸ Según información proporcionada por los cinco ingenios que producen azúcar en Bolivia, ninguno procesa la remolacha como materia prima para la producción de azúcar.

³⁹ MDPyEP (2011). Audiencia Rendición Pública de cuentas.

			sus asociados (mediante el cultivo de cerca de 5.000 hectáreas de caña de azúcar en tierras propias), como de proveedores cañeros independientes.
2	Compañía Industrial Azucarera San Aurelio Sociedad Anónima	CIASA	CIASA fue fundada mediante Resolución Suprema N° 46163 de 28 de noviembre de 1951, con el objeto de realizar la elaboración y explotación del azúcar y otras actividades ganaderas e Industriales derivadas de las mismas. La capacidad instalada de molienda anual de caña de azúcar durante la gestión 2013 fue de 1.6 millones de toneladas y su producción de azúcar durante la gestión 2012 fue de 1.184.113 quintales. El Ingenio CIASA no realiza la compra de caña de azúcar como materia prima para su posterior industrialización, sino que la acopia de terceros (asociaciones cañeras) bajo el convenio de cooperación en el marco de: Decreto Supremo N° 27800, Decreto Supremo N° 28404, Ley N° 307 y Decreto Supremo N° 1554.
3	Industrias Agrícolas Bermejo Sociedad Anónima	IABSA	IABSA inició sus operaciones durante la gestión 1968. Su capacidad instalada de molienda anual de caña de azúcar durante la gestión 2013 fue aproximadamente de 924 mil toneladas⁴⁰ y su producción de azúcar durante la gestión 2012 fue de 2.009.870 quintales. Para realizar la industrialización de la caña de azúcar, IABSA acopia esta materia prima para abastecer su molienda tanto de sus asociados como de proveedores cañeros independientes.
4	Poplar Capital Sociedad Anónima	POPLAR	Poplar Capital S.A. se establece en Bolivia como sucursal de la empresa panameña homónima mediante escritura N° 12.070 de 25 de junio de 2010 esta empresa se adjudicó judicialmente (vía remate) los activos industriales, del ex ingenio "La Bélgica", ubicado en el municipio de Colpa-Bélgica tercera sección de la provincia Sara del departamento de Santa Cruz. La capacidad instalada de molienda anual de caña de azúcar durante la gestión 2013 fue de aproximadamente 1.4 millones de toneladas⁴¹ y su producción de azúcar durante la gestión 2012 fue de 1.097.162 quintales. El Ingenio POPLAR realiza la industrialización de la caña de azúcar, acopiando materia prima para abastecer su molienda a través de proveedores cañeros independientes.
5	Ingenio Azucarero IAGSA Sociedad Anónima	IAGSA	IAGSA inició sus operaciones en julio de 1956, en IAGSA, Montero, provincia Obispo Santistevan del Departamento de Santa Cruz, ingenio que el año 1993 fue privatizado y pasa a manos de los cañicultores y trabajadores de la empresa.

⁴⁰ Considerando una molienda de 4.200.- toneladas/día declarada por IABSA y una zafra de 220 días.

⁴¹ Considerando una molienda de 6.351.- toneladas/día declarada por IABSA y una zafra de 220 días.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

			La capacidad instalada de molienda anual de caña de azúcar durante la gestión 2013 fue de aproximadamente 3 millones de toneladas y su producción de azúcar durante la gestión 2012 fue de 3.575.117 quintales. El Ingenio IAGSA realiza la industrialización de la caña de azúcar, acopiando materia prima para abastecer su molienda a través de proveedores cañeros independientes.
--	--	--	--

Fuente: AEMP.

2 Descripción de las conductas de los ingenios azucareros

2.1 Sobre los cargos de la conducta relacionada al artículo 10, parágrafo I, inciso a) del D.S. 29519 – concertación del precio de venta del azúcar

Cabe resaltar que la estrategia planteada por los ingenios azucareros sujetos a investigación, a lo largo de la última década ha permitido diseñar un esquema que les permite actuar de manera coordinada y comportarse en el mercado de producción del azúcar como un solo bloque o entidad económica, eliminando toda posibilidad de competencia que debería existir en un segmento del mercado, producción de azúcar, en el que participan una serie de empresas con facultades para competir de manera vigorosa. En otras palabras, se trata de una estrategia conjunta, continuada y coordinada, la cual fue y es realizada por los principales ingenios azucareros en Bolivia.

Es así que, el acuerdo investigado ha permitido la creación y funcionamiento de un escenario de concertación, Azucaña, la cual se constituye en un organismo que permite generar espacios para diseñar, discutir y poner en marcha estrategias y mecanismos de monitoreo de precios, de tal manera de controlar el funcionamiento del sector azucarero, en general y del eslabón de producción, en particular.

Concertación de bandas de precios

Según afirmaciones de los ingenios azucareros⁴², durante el periodo 2010 - 2013, se realizaron reuniones entre ingenios azucareros, productores cañeros y el gobierno central, en las cuales, se establecieron franjas de precios para la venta de azúcar (precio máximo y precio mínimo), elemento que avalaría la fijación de precios por parte del Estado.

Al respecto, los Decretos Supremos y Acuerdos relativos a los precios de venta de azúcar, prohibiciones de exportación y los regímenes de exportación, detallan lo siguiente:

- i. El Decreto Supremo N° 255 de 19 de agosto de 2009 aprueba la política de subvención a la producción y comercialización de productos agropecuarios y sus derivados, a precio justo, a ser implementada a través de la Empresa de Apoyo a la Producción de Alimentos - EMAPA.

⁴² Estrategias comerciales y políticas de precios de los ingenios.

- ii. El Decreto Supremo N° 326 de 9 de octubre de 2009 modifica el inciso c) del artículo 4 del Decreto Supremo N° 255, de 19 de agosto de 2009.
- iii. El Decreto Supremo N° 434 de 19 de febrero de 2010 suspende de manera excepcional y temporal la exportación de azúcar e instruye operativos de control a las Fuerzas Armadas y a la Policía Boliviana, en coordinación con la Aduana Nacional.
- iv. El Decreto Supremo N° 464 de 31 de marzo de 2010 deja sin efecto la suspensión temporal de exportación de azúcar y complementa el Decreto Supremo N° 0348 de 28 de octubre de 2009.
- v. El Decreto Supremo N° 671 de 13 de octubre de 2010 establece un régimen temporal y excepcional para la exportación e importación de azúcar.
- vi. El Acuerdo de 05 de mayo de 2011, suscrito entre el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural (MDPyEP), el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT), el sector cañero y el sector industrial azucarero, establece los precios máximos de venta del azúcar, tanto en ingenio (5.20 Bs/kg), como al consumidor final (6.00 Bs/kg), mismo que estuvo vigente sólo para la gestión 2011.
- vii. El Decreto Supremo N° 1111 de 21 de diciembre de 2011 autoriza de manera excepcional la exportación de azúcar hasta un máximo de treinta y dos mil quinientas toneladas (32.500 t), previa verificación de suficiencia de abastecimiento en el mercado interno.
- viii. El Decreto Supremo N° 1324 de 15 de agosto de 2012 autoriza de manera excepcional la exportación de azúcar previa verificación de suficiencia de abastecimiento en el mercado interno.
- ix. El Decreto Supremo N° 1356 de 24 de septiembre de 2012 autoriza de manera excepcional la exportación de azúcar previa verificación de suficiencia de abastecimiento en el mercado interno.
- x. El Decreto Supremo N° 1461 de 14 de enero de 2013 autoriza de manera excepcional la exportación de azúcar previa verificación de suficiencia de abastecimiento en el mercado interno a precio justo.

Resaltar que el último acuerdo realizado por el gobierno con el sector agroindustrial azucarero y los productores cañeros es de fecha 05 de mayo del 2011, vigente durante dicha gestión. Sin embargo, posterior al año 2011 los citados Decretos Supremos no hacen referencia a ninguna fijación de bandas de precio, sino, tan sólo a autorizaciones de volúmenes de exportación.

En consecuencia, las afirmaciones de los ingenios azucareros investigados, según las cuales, las reuniones de fijación de bandas de precios durante las gestiones 2012 y 2013 habrían sido avaladas por el gobierno resultan infundadas. Con ello se entiende que cualquier concertación de bandas de precios posteriores al año 2011, se habría realizado únicamente entre ingenios

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

azucareros, concluyéndose en la existencia de una conducta de concertación de precios de venta reñida con la normativa vigente de defensa de la competencia en Bolivia.

Intercambios de información sensible y concertación de precios

En el marco del D.S. 29519 y su Reglamento (RM 190), se generaron intercambios de información sensible entre los ingenios azucareros con la finalidad de concertar precios de venta de azúcar, debido a las reuniones llevadas a cabo en Azucaña, así como, en las reuniones realizadas en la Cámara Agropecuaria del Oriente (CAO).

El Acta de Inspección Administrativa realizada el 21 de mayo de 2014 a las instalaciones de la empresa IABSA contiene información relativa al intercambio de información con el objeto de concertar precios en el mercado de azúcar. De acuerdo a las declaraciones del Jefe del Departamento de Comercialización se tiene lo siguiente: *“... se llevaron a cabo reuniones con los ingenios UNAGRO, IAGSA, POPLAR y CIASA... En dichas reuniones se trataron temas relacionados con Políticas de Precios, cuotas de exportación y como combatir el contrabando. Azucaña proporcionaba datos actualizados de producción de los distintos ingenios.”* (Énfasis añadido). Estas declaraciones, hacen evidente el intercambio de información sensible entre empresas competidoras, relacionada a la concertación de precios con lo cual se infringe el artículo 10. Parágrafo 1, inciso a) del Decreto Supremo N° 29519.

Si bien el periodo de investigación de las conductas anticompetitivas corresponde a la gestión 2013, los indicios de la concertación de precios por parte de los ingenios azucareros datan desde mucho antes, habiéndose iniciado en la gestión 2003 inclusive, por lo que, el análisis histórico de los patrones de comportamiento de los ingenios permitirá establecer la continuidad en el tiempo de la conducta objeto de repudio por parte de la AEMP. A modo de demostrar lo anterior, a continuación se presenta el análisis histórico de la conducta concertada a manera de antecedente únicamente y también se presenta el detalle de las Actas de Reunión de Directorio y las Estrategias de Comercialización que facilitaron todo lo anterior:

Análisis histórico de la concertación entre ingenios e intercambio de información

Dentro la documentación cursante en la investigación, si bien ésta data de las gestiones 2003, 2004, 2009, y 2013, constituyen indicios de un oligopolio de empresas dedicadas a la producción y comercialización del azúcar, y que desde el año 2003 existía un cartel del azúcar en funcionamiento conformado por las mismas empresas, que tuvo por objeto fijar el precio de venta del azúcar al mercado interno; intercambiar información como se observó en el acta de inspección realizado a instalaciones de IABSA y controlar la producción y el destino de los excedentes, para lo cual se habría suscrito un Convenio de Comercialización y sus respectivos Reglamentos. Se tenía una asociación que los aglutinaba denominada Azucaña, en cuyo interior se realizaban reuniones periódicas y se tomaban las decisiones sobre la producción y comercialización del azúcar, y que para controlar el buen funcionamiento del cartel que denominaban “el sistema”, se contó con la intervención de una empresa privada Altraser que habría realizado el control físico de los productos, constituyeron garantías y se aplicaron sanciones a sus miembros.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

En consecuencia, todos estos elementos son considerados como indicios – no son pruebas ni constituyen cargos- de la existencia y funcionamiento del cartel del azúcar y nos permiten analizar el comportamiento histórico de las empresas que intervinieron en el mismo, efectos que al presente no fueron suspendidos ni corregidos, sino que se observaron inclusive durante el período de investigación. En esta etapa de investigación (gestión 2013) que ya se contaba con una legislación normativa de defensa de la competencia que prohíbe y sanciona estas conductas denominadas conductas anticompetitivas, se observaron e investigaron algunos de sus efectos como son la concertación de precios, el intercambio de información, y la exportación de productos con distinto precio, que han sido objeto de procesamiento en el presente.

a. Acta de reunión de directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009

En el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009, el entonces Director de IAGSA (2009), Ingeniero CRISTÓBAL RODA VACA, refiriéndose a la asociación de ingenios azucareros conocida como Azucaña señaló que "... hizo una autocrítica respecto al precio del azúcar en el mercado, indicó que se estaba haciendo difícil mantener el precio del azúcar, cree que se debe analizar"⁴³. Posteriormente el mismo Ingeniero Roda sugirió que "... se le debe poner el empeño insiste que juntos estaremos mejor"⁴⁴; haciendo alusión a que debe de mantenerse el precio acordado entre los distintos ingenios ya que los beneficios conjuntos serían mayores.

Posteriormente, otro funcionario de IAGSA, el Ingeniero BERNARDO CUELLAR sugirió que "...se analice y se busque la mejor forma de **concertar** como se lo hizo en el pasado"⁴⁵. A lo que el Señor IVAR ANTONIO PERALES GUERRERO acotó indicando que "...hace falta tener una reunión **al más alto nivel entre todos los ingenios e instituciones...**"⁴⁶, la necesidad de reunirse entre ejecutivos de alto nivel planteada por el Señor IVAR ANTONIO PERALES permite a los miembros de un acuerdo colusorio, definir las estrategias conjuntas entre personal con capacidad de decisión quienes podrán implementar las mismas en sus respectivas empresas.

Continuando con el análisis del acta, el entonces Gerente General RUDIGER TREPP DEL CARPIO, manifestó que "... en su criterio no estamos guerreando ya que **no se compite bajando el precio...**"⁴⁷, lo que permite inferir que la estrategia conjunta de los ingenios fue la de evitar una guerra de precios en la que los ingenios miembros del cartel debiesen competir con precios más bajos, y por el contrario buscaron mantener los precios estables.

Sobre el mismo tema el Ingeniero ÁNGELO COLAMARINO sugirió que "... se debe conversar con los otros dueños de ingenios y llegar a convencer que el azúcar de excedente hay que

⁴³ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 2).

⁴⁴ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

⁴⁵ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

⁴⁶ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

⁴⁷ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

*exportar, y concertando es lo mejor para mantener el precio*⁴⁸. Del análisis realizado se infiere que los ingenios actúan como una entidad colectiva (demostrando poder de mercado conjunto), con la estrategia de reducir la cantidad ofertada en el mercado interno, puesto que de introducir un mayor volumen de producto en el mercado el precio tendería a la baja, mientras que exportando podrían mantener el precio elevado.

El entonces director suplente de IAGSA, Señor ERWIN A. SAID, sugirió que “...se debe concertar solo con el ingenio **UNAGRO** como se hizo en el pasado”⁴⁹, este elemento resulta crítico, si se considera que UNAGRO e IAGSA fueron los ingenios con mayores participaciones de mercado durante el periodo 2005-2013 en la producción de azúcar⁵⁰.

Adicionalmente, si se considera que para establecer el poder de mercado conjunto de las empresas “el análisis gira alrededor de la evaluación de las participaciones de mercado que posee la empresa (o empresas)”⁵¹, la mayor participación de mercado (agregada) de las empresas UNAGRO e IAGSA, representaría un aproximado del poder de mercado conjunto, mediante el cual los ingenios azucareros pretendían aplicar estrategias comunes que les permitirían actuar en un mercado en particular como una entidad colectiva.

El rol activo del Directorio de IAGSA en la búsqueda de concertación de precios entre ingenios, es evidenciado cuando “... el ing. Cristobal Roda solicitó que lo dejen a él conversar con los otros cuatro ingenios para ver si se puede concertar, pide la opinión de todos”⁵² y en respuesta a esta solicitud “... el directorio aceptó la propuesta del ing. Cristóbal Roda para conversar pero dentro de los parámetros que pretende IAGSA”⁵³.

En síntesis, el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de fecha 10 de julio de 2009, establece un patrón de conducta e identifica la proactividad del Directorio de IAGSA para concertar precios de venta del azúcar, con los máximos ejecutivos de los cuatro ingenios rivales, con el objetivo de actuar de esta manera como una entidad colectiva, reduciendo la cantidad ofertada en el mercado interno (exportando), para mantener un precio elevado.

b. Acta de reunión de directorio de IAGSA N° 260 de 30 de octubre de 2009

En el acápite correspondiente al informe del Gerente General incluido en el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 260 de 30 de octubre de 2009, entre otras cosas comunica sobre la venta de azúcar y la reunión con personeros del gobierno para tratar la regulación de las exportaciones, haciéndose referencia a una situación en la que los ingenios de San Aurelio

⁴⁸ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

⁴⁹ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

⁵⁰ Véase el Gráfico N° 5.

⁵¹ Traducción del texto original: “the analysis rotates around the measurement of market shares held by the firm (or firms)”. Massimo Motta (2003): *Competition Policy Theory and Practice*, (cap. 3, pág. 16).

⁵² Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

⁵³ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009 (pág. 3).

(CIASA), La Bélgica (actualmente POPLAR) y UNAGRO habrían bajado sus precios de venta, supuestamente a debido a una falta de acuerdo.

Al respecto, el vicepresidente de IAGSA Señor IVAR ANTONIO PERALES GUERRERO señaló que "...rectificó que **hubo acuerdo pero nunca lo cumplieron, todo esto es a raíz del precio internacional del azúcar y no porque no nos pusimos de acuerdo entre los ingenios**"⁵⁴, a lo que el Señor ABELARDO SUAREZ acotó indicando que "... deberían analizar la posibilidad de ver cómo ponerse de acuerdo entre todos"⁵⁵.

Los acuerdos colusorios conllevan la posibilidad de que alguna de las empresas coludidas tenga incentivos de para hacer trampa y se desmarquen del acuerdo, reduciendo el precio de venta por debajo de lo concertado entre los miembros del acuerdo, esta situación es explicada por el deseo de las empresas de hacerse de la mayor cantidad de beneficio vendiendo una mayor cantidad de producto por debajo del precio acordado por el cartel⁵⁶.

En ese sentido, de acuerdo al Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 260 de 30 de octubre de 2009, se establece la existencia de un acuerdo de precios entre ingenios del cual se desviaron algunos por el incentivo de hacer trampa inherente a los acuerdo colusorios. Lo cual, permite establecer nuevamente el patrón de conducta de los ingenios de concertar precios de venta con ciertas desviaciones en los mismos, resultado del incentivo a hacer trampa propio de dicho tipo de acuerdos.

c. Acta de reunión de directorio de IAGSA N° 275 de 8 de septiembre de 2010

En el acápite correspondiente al informe de comercialización del Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 275 de 8 de septiembre de 2009, se demuestra el intercambio de información sensible que realizaban los ingenios en Azucaña, cuando el entonces Gerente de Producción, Licenciado LUIS FERNANDO VASQUEZ, señala que "...en Azucaña se está elaborando una carta solicitando la información completa de todos los ingenios sobre la producción, ventas de mercado interno y exportaciones y saldos por cada propietario de azúcar...", intercambio considerado dudoso desde el punto de vista de la competencia, ya que de ésta manera los acuerdos "...reducen la incertidumbre en el mercado y crean condiciones de competencia distintas de las normales"⁵⁷.

La información sensible de los distintos ingenios centralizada en Azucaña, a la que hace referencia el Acta objeto de análisis intercambiada entre ingenios, permite eliminar la incertidumbre propia de mercados en competencia, y permite a los miembros de un cartel mantener un acuerdo colusorio, sea éste de precios, cantidades o territorios.

⁵⁴ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 260 de 30 de octubre de 2009 (pág. 3).

⁵⁵ Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 260 de 30 de octubre de 2009 (pág. 3).

⁵⁶ McAuliffe, Robert E. (2005): The Blackwell Encyclopedia of Management, Managerial Economics (pág. 32).

⁵⁷ Mosso, Carles Estevan (2011): El Análisis de los intercambios de Información. Comisión Europea, DG Competencia.

Al respecto, es preciso resaltar que de acuerdo al **Acta de Reunión de Directorio de IABSA (Ingenio Azucarero Bermejo S.A.) N° 108/2013 de mayo del 2013**, las reuniones realizadas por los ingenios azucareros de Santa Cruz en Azucaña, tuvieron una periodicidad semanal, es decir, se trataría de intercambio de información sensible realizada por los ingenios durante la gestión 2013 de manera semanal, lo cual, habría permitido eliminar cualquier tipo de incertidumbre propia de la competencia en dicha gestión, permitiendo concertar precios de venta.

En consecuencia, el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 275 de 08 de septiembre de 2009 permite establecer un patrón de conducta respecto a las reuniones de los ingenios para el intercambio de información sensible vía Azucaña, conducta que persistió a mayo del 2013 de acuerdo a lo tratado en el Acta de Reunión de Directorio de IABSA N° 108/2013.

d. Acta de reunión de directorio de IAGSA N° 335 de 25 de julio de 2013

En el acápite correspondiente al informe del entonces presidente de IAGSA Licenciado CARLOS EDUARDO ROJAS AMELUNGE incluido en el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 335 de 25 de Julio de 2013, éste funcionario informa sobre una reunión realizada en la CAO, señalando que *"...han tenido una reunión con la CAO para ver entre otros temas, precios del azúcar, exportaciones y otros temas para buscar un entendimiento en el sector"*.

Considerando el patrón de conducta de los ingenios azucareros para concertar precios de venta, observados en actas de las gestiones 2009 y 2010, el Acta IAGSA N° 335 de julio de 2013, identifica una estrategia dirigida a la concertación de precios de venta de azúcar. Toda vez que nuevamente se hace referencia a un entendimiento del sector en lo referente a precios del azúcar establecido en reunión realizada entre ingenios azucareros en la CAO. Cabe recordar que dichas reuniones también eran realizadas semanalmente en Azucaña durante la gestión 2013.

e. Políticas y estrategias de comercialización 2008-2013 remitidas por IABSA

De acuerdo a las *"Políticas y Estrategias de Comercialización 2008-2013"* remitidas por IABSA adjuntas a la nota IABSA-ASL-C-54-13 de 14 de octubre de 2013, en el acápite relacionado a Operación del Sistema se estipula que *"Asimismo, es necesario **continuar realizando acciones de coordinación con los productores azucareros de Santa Cruz, para evitar la competencia desleal entre productores, por lo que se debe precautelar los mercados cautivos y los mercados compartidos**"*. De lo anterior, se puede determinar que se trata de un enunciado que corresponde expresamente al mes de octubre del 2013, donde se establece una coordinación entre ingenios, que pretende evitar la competencia (que ellos llaman desleal) y la coordinación que podría presentarse en distintos ámbitos como ser precios, cantidades, territorios y/o licitaciones.

Entre las políticas y estrategias de comercialización enunciadas por IABSA, se establece la *"...revisión permanente de los precios de venta del azúcar, principalmente en el mercado compartido, **adecuándose al nivel de precios de la competencia**"*, generándose indicios de que las acciones de coordinación (concertación) con los productores azucareros de Santa Cruz a las

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

que hace referencia IABSA, que en una primera instancia están relacionadas a los precios de venta del azúcar, concertación a la que se debe realizar un permanentemente seguimiento y adecuación para su cumplimiento.

De lo anterior, cabe resaltar que las "acciones de coordinación" que realizó y que pretende seguir realizando IABSA con los productores azucareros, son concordantes con las reuniones de "entendimiento del sector" azucarero enunciadas por IAGSA, que fueron realizadas por los ingenios en la CAO durante el año 2013.

Por lo tanto, las políticas y estrategias de comercialización de IABSA de fecha 14 de octubre de 2013, demuestran una estrategia de concertación de precios de venta del citado ingenio, con sus pares localizados en el departamento de Santa Cruz, es decir, CIASA, UNAGRO, POPLAR e IAGSA.

f. Circulares remitidas a los ingenios azucareros para asistir a reuniones a realizarse en Azucaña

La institución denominada Azucaña remitió invitaciones a los ingenios azucareros UNAGRO, IAGSA, CIASA, IABSA y POPLAR, con el objetivo de aquellos asistieran a reuniones a realizarse en sus oficinas localizadas en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Estas circulares demuestran el patrocinio ejercido por Azucaña en la estrategia de los ingenios azucareros de concertaron precios de venta del azúcar, de tal manera de facilitar el intercambio de información sobre los precios de venta del azúcar en el mercado interno y el de exportación, cuyo detalle se presenta a continuación:

- Como antecedente histórico se considera que el orden del día previsto en la Circular N° 7/2013, establece que en dicha reunión se llevará a cabo un "ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DEL MERCADO INTERNO".
- El orden del día previsto en la Circular N° 8/2013, establece que en dicha reunión se llevará a cabo i) "...SUGERENCIAS Y CONDICIONES DE LOS MECANISMOS QUE HARAN CUMPLIR CON EL ABASTECIMIENTO Y PRECIOS DE AZÚCAR DE M. INTERNO Y SALDO EXPORTABLE" y ii) un "ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DEL MERCADO INTERNO".
- El orden del día previsto en la Circular N° 9/2013, establece que en dicha reunión se llevará a cabo i) "...CONDICIONES DE LOS MECANISMOS QUE HARAN CUMPLIR CON EL ABASTECIMIENTO Y PRECIOS DE AZÚCAR DE M. INTERNO Y SALDO EXPORTABLE" y ii) un "ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DEL MERCADO INTERNO Y EXTERNO".
- El orden del día previsto en la Circular N° 13/2013, establece que en dicha reunión se llevará a cabo i) "...ALTERNATIVAS DE CONTROL EN EL ABASTECIMIENTO DE AZUCAR CON EL FIN DE MEJORAR EL PRECIO DE M. INTERNO ZAFRA 2013".

Por tanto, las diferentes circulares emitidas por Azucaña a los distintos ingenios azucareros, demuestran la estrategia planteada por los ingenios azucareros de concertación de precios con

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

la finalidad de maximizar sus ingresos, de tal manera de enmarcarse en la figura de una conducta anticompetitiva absoluta.

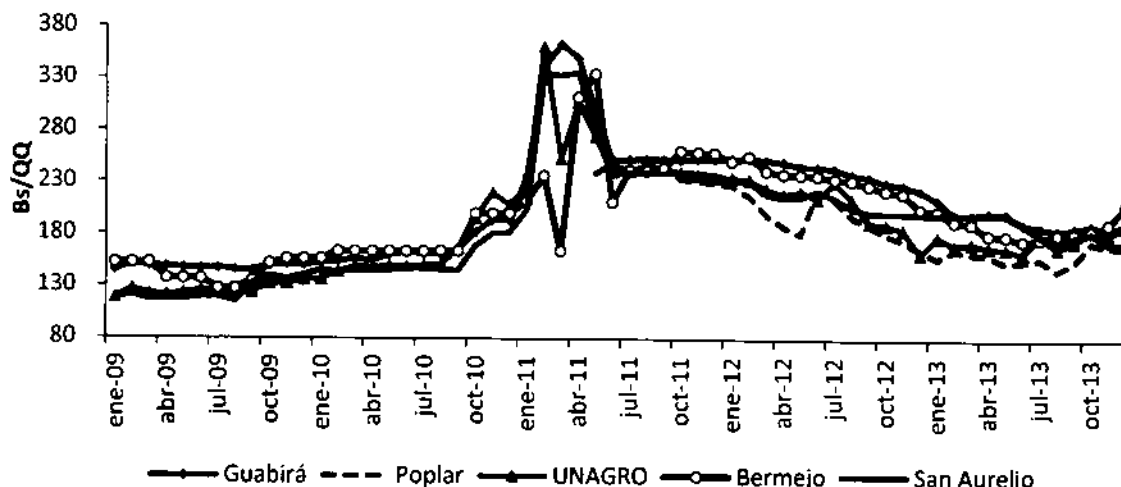
Análisis estadístico de la posible concertación de precios de venta

Las actas de IAGSA de la gestión 2009 permiten observar una posible conducta concertada de precios entre los ingenios azucareros IAGSA, UNAGRO, IABSA, CIASA y La Bélgica (actualmente POPLAR). Mientras que el acta de la misma empresa de julio del 2013 y la estrategia comercial de IABSA de octubre del 2013, permiten demostrar una estrategia de una concertación de precios de los mencionados ingenios azucareros. Por lo tanto, corresponde realizar un análisis económico y estadístico que permita avalar lo identificado en las actas de directorio de IAGSA así como la estrategia de IABSA relacionadas a la concertación de precios realizada durante la gestión 2013.

Del análisis del comportamiento de los precios promedios de venta de azúcar a nivel nacional, se determina que este tuvo un ciclo creciente para el primer semestre del año 2011, con una tendencia a estabilizarse hasta fines de la gestión 2013, respondiendo a un comportamiento prácticamente paralelo entre todos los ingenios (Gráfico N° 2).

Gráfico N° 2

Evolución mensual de los precios promedio de venta por ingenio azucarero, Bolivia
Periodo: 2009-2013



Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios. (Anexo N° 2).

Para establecer la afectación entre los precios internacionales del azúcar y los precios de venta de azúcar de los ingenios, recurramos a un ejemplo presentado por Gregory Mankiw (2012), el cual señala lo siguiente:

“...considere el mercado de la leche. Ningún consumidor de leche por si solo puede influir en el precio de la misma, porque cada comprador adquiere una pequeña cantidad en relación con el tamaño del mercado. De la misma manera, cada productor tiene control limitado sobre el precio, porque muchos proveedores ofrecen leche que es

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

esencialmente idéntica. Debido a que cada vendedor puede vender todo lo que quiera al precio de mercado, no tendrá razones para cobrar menos, y si se cobra más, los compradores se irán a otro lugar. Compradores y vendedores en mercados competitivos **deben aceptar el precio que el mercado determina** y, por tanto, se dice que son **tomadores de precios**⁵⁸ (el resaltado es nuestro).

En ese sentido, al ser el azúcar un bien homogéneo queda establecido que los ingenios azucareros en un mercado competitivo, deberían ser tomadores de precios (ya que por sí solos los ingenios tienen un control limitado sobre el precio) y si es que un ingenio decide cobrar un precio mayor al precio de mercado⁵⁹, los compradores recurrirían a otro(s) proveedores obligando al ingenio que incrementó los precios a reducir los mismos.

La relevancia de los precios internacionales para dar continuidad a un acuerdo colusorio de precios fue expuesta anteriormente en el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 260 de 30 de octubre de 2009, según la cual el vicepresidente de IAGSA, Señor IVAR ANTONIO PERALES GUERRERO señaló que: **“hubo acuerdo pero nunca lo cumplieron, todo esto es a raíz del precio internacional del azúcar y no porque no nos pusimos de acuerdo entre los ingenios”**, afirmación con la que se demuestra que los ingenios se pusieron de acuerdo en los precios del azúcar.

El Gráfico N° 2 es un primer elemento que permite observar la posible relación de los precios del azúcar de los ingenios en el mercado boliviano; y es a través del análisis estadísticos basado en el coeficiente de correlación lineal⁶⁰ y el coeficiente de determinación, utilizando los precios promedios de venta entre ingenios y en relación al precio internacional del azúcar, que será posible establecer fehacientemente la relación existente (o no) entre los precios de los ingenios y los cobrados a nivel internacional.

Para interpretar la significación del Coeficiente de Correlación, se calculó la *proporción de variabilidad compartida*⁶¹, la cual se determina mediante el cuadrado del coeficiente de correlación. De esta manera, es posible interpretar “...qué porcentaje del cambio en Y se explica por un cambio en X”⁶², en otras palabras, permitirá interpretar qué porcentaje de los

⁵⁸ Mankiw, Gregory (2012): Principios de Economía, pág. 260.

⁵⁹ Es posible realizar una analogía entre el precio internacional y el precio de mercado, ya que en el comercio internacional confluyen una gran cantidad de oferentes y demandantes, que toman el precio como dado.

⁶⁰ El análisis de correlación lineal, básicamente es un número entre -1 y +1 que resume la relación entre dos variables (por ejemplo X y Y). Una correlación puede ser positiva o negativa:

- Una correlación positiva significa que si X se incrementa, entonces Y se incrementa,
- Una correlación negativa significa que si X se incrementa Y disminuye.

La correlación también puede señalar la magnitud de la relación entre las variables X y Y, mientras la correlación sea más próxima a +1, se puede decir que la relación es fuerte y positiva. Webster, Allen L. (2000): Estadística aplicada a los negocios y la economía, pág. 348.

⁶¹ Coeficiente de determinación, se define como el cuadrado del coeficiente de correlación.

⁶² Webster, Allen L. (2000): Estadística aplicada a los negocios y la economía, pág. 348.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

cambios en los precios de un ingenio se ven explicados por los cambios de precios de otro(s) ingenio(s).

Los resultados del análisis de correlación lineal de precios promedio de venta⁶³, obtenidos en base a la información remitida por los ingenios azucareros y que es correspondiente al periodo enero 2009 - diciembre 2013 son los siguientes:

Cuadro N° 4

Análisis de correlación de precios promedios de venta del azúcar, Bolivia Periodo: Enero 2009 – Diciembre 2013

	IAGSA	POPLAR	UNAGRO	IABSA	CIASA	Precio Internacional
IAGSA	1					
POPLAR	0,86	1				
UNAGRO	0,93	0,94	1			
IABSA	0,85	0,87	0,79	1		
CIASA	0,98	0,89	0,94	0,83	1	
Precio Internacional	0,56	0,90	0,67	0,58	0,58	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios (Anexo N° 2) y <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=sugar&months=120> (Anexo N° 4).

Si bien para el caso investigado es posible evidenciar una correlación **positiva fuerte** entre los precios promedio de venta del azúcar entre ingenios (y correlaciones positivas débiles entre los precios promedio de venta del azúcar de los ingenios y el precio internacional), elevando los coeficientes de correlación al cuadrado, es posible interpretar qué porcentaje de los cambios en los precios de un ingenio se ven explicados por los cambios de precios de otro(s) ingenio(s), pudiéndose de esta manera explicar con mayor precisión la relación entre precios de ingenios y el precio de mercado. Por lo tanto, se procede a realizar el análisis de proporción de variabilidad (Cuadro N° 5).

Cuadro N° 5

Análisis de proporción de variabilidad compartida de precios promedios de venta del azúcar en el mercado interno, Bolivia - Periodo: Enero 2009 - Diciembre 2013

	IAGSA	POPLAR	UNAGRO	IABSA	CIASA	Precio Internacional
IAGSA	1					
POPLAR	74%	1				
UNAGRO	87%	88%	1			
IABSA	73%	76%	63%	1		
CIASA	97%	78%	88%	69%	1	
Precio Internacional	31%	80%	45%	34%	33%	1

Fuente: Elaboración propia en base a datos Cuadro 1.

La interpretación de los resultados de la proporción de variabilidad de precios entre ingenios en el mercado interno y respecto a los precios internacionales es la siguiente:

⁶³ Ver detalle de precios utilizados en Anexo N° 5.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

- Como la correlación entre el precio promedio de venta de IAGSA y el precio promedio de CIASA en el mercado interno es de 0.98, significa que $(0.98)^2 = 0.97$, lo que es la proporción de variabilidad compartida entre ambas variables. Esta puede interpretarse como que un cambio del precio de venta de CIASA es explicado en un 97% por un cambio en el precio de venta de IAGSA.

Si se toma como variable explicativa o independiente al precio promedio de venta del azúcar de IAGSA y se elige como variable a explicar o dependiente al precio promedio de venta de azúcar de CIASA⁶⁴, se tiene que el precio promedio de venta del azúcar de IAGSA da cuenta de un 97% de la variabilidad en el precio promedio de venta de azúcar de CIASA.

Los resultados obtenidos de los distintos ingenios azucareros presentes en el Cuadro N° 2, permiten evidenciar niveles superiores a 63% en la mayoría de los casos de proporción de variabilidad compartida entre los precios de los ingenios azucareros, mismos que pueden ser interpretados de manera similar al caso de IAGSA Y CIASA, pudiéndose establecer de manera general que el precio promedio de venta del azúcar de los ingenios da cuenta de la variabilidad en el precio promedio de venta de azúcar de los ingenios rivales en un elevado porcentaje, cual si fueran una entidad colectiva.

Por otra parte, la correlación entre el precio internacional de venta de azúcar y el precio promedio de venta del azúcar de IAGSA es de 0.56, significa que $(0.56)^2 = 0.31$, lo que es la proporción de variabilidad compartida entre ambas variables. Esta puede interpretarse como que un cambio del precio de venta de IAGSA es explicado apenas en un 31% por un cambio en el precio internacional.

Si se toma como variable explicativa o independiente al precio internacional de venta del azúcar y se elige como variable a explicar o dependiente al precio promedio de venta de azúcar de IAGSA⁶⁵, como resultado se obtiene que el precio internacional de venta del azúcar da cuenta de tan solo un 31% de la variabilidad en el precio promedio de venta de azúcar de IAGSA.

Los resultados obtenidos de los distintos ingenios azucareros presentes en el cuadro N° 2 respecto a los precios internacionales, permiten evidenciar niveles inferiores al 45% en la mayoría de los casos de proporción de variabilidad compartida entre los precios de los ingenios azucareros y el precio internacional⁶⁶, mismos que pueden ser interpretados de manera similar al caso precedente, pudiéndose establecer de manera general que el precio internacional de venta del azúcar da cuenta de la variabilidad en el precio promedio de venta de azúcar de los ingenios rivales en un reducido porcentaje.

En resumen, los resultados obtenidos correspondientes a la relación de los precios promedio de los distintos ingenios y el precio internacional, permiten determinar que:

⁶⁴ Ello debido a la menor participación de mercado de CIASA respecto a IAGSA.

⁶⁵ Ello asumiendo que IAGSA es un agente tomador del precio internacional competitivo.

⁶⁶ Salvo en el caso de POPLAR 80% ingenio que no exporta su producción.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

- Los precios promedio de venta de los ingenios en el mercado interno son explicados en un elevado porcentaje por los precios promedio de venta de ingenios rivales; y
- Los precios promedio de venta de los ingenios en el mercado interno son explicados en un reducido porcentaje por los precios internacionales de venta del azúcar.

El elevado porcentaje de explicación de los precios de venta entre ingenios (inclusive de hasta el 97%), denota que la determinación de los precios de venta del azúcar de los ingenios en el mercado interno se ve explicada fuertemente por los precios de sus pares, elemento que genera indicios de una conducta anticompetitiva de concertación de precios entre los ingenios investigados.

El reducido porcentaje de explicación de los precios promedio de venta de los ingenios en el mercado interno respecto al precio internacional (menores al 45%) permite descartar al precio internacional como un factor externo que afecte significativamente en la determinación de los precios de venta de los ingenios en el mercado interno, resultados que terminan siendo inconsistentes con la teoría económica que establece que los ingenios serían tomadores de precios en condiciones de competencia, generándose igualmente indicios de una concertación de precios entre ingenios que desconocen los precios internacionales al momento de establecer los precios de venta en el mercado interno.

La proporción de variabilidad compartida de precios de venta entre ingenios genera indicios de una práctica concertada y consciente realizada por las empresas miembros de un cartel, que pretende dar continuidad a un acuerdo colusorio uniformizando los precios de venta entre empresas⁶⁷, desconociendo de manera conjunta a los precios internacionales y fijándose precios en el mercado interno superiores a los que deberían de existir en condiciones normales de competencia.

Afectación de los precios internacionales en la determinación de los precios de exportación de los ingenios

Graficando la evolución de los precios internacionales del azúcar (P. Internacional), los precios promedio de venta en el mercado interno (MI) y los precios de exportación (Exp), de los ingenios IAGSA, UNAGRO, IABSA, CIASA y POPLAR⁶⁸ (ver gráfico N° 3), es posible evidenciar que los precios promedio de venta en el mercado interno a partir de abril del 2011 (posterior a las líneas punteadas) fueron superiores a los precios internacionales para todos los ingenios, siendo que estos deberían de ser próximos a los precios internacionales (al ser los ingenios tomadores de precios) o al menos oscilar alrededor del mismo, como ocurrió durante el periodo enero 2009 - enero 2011.

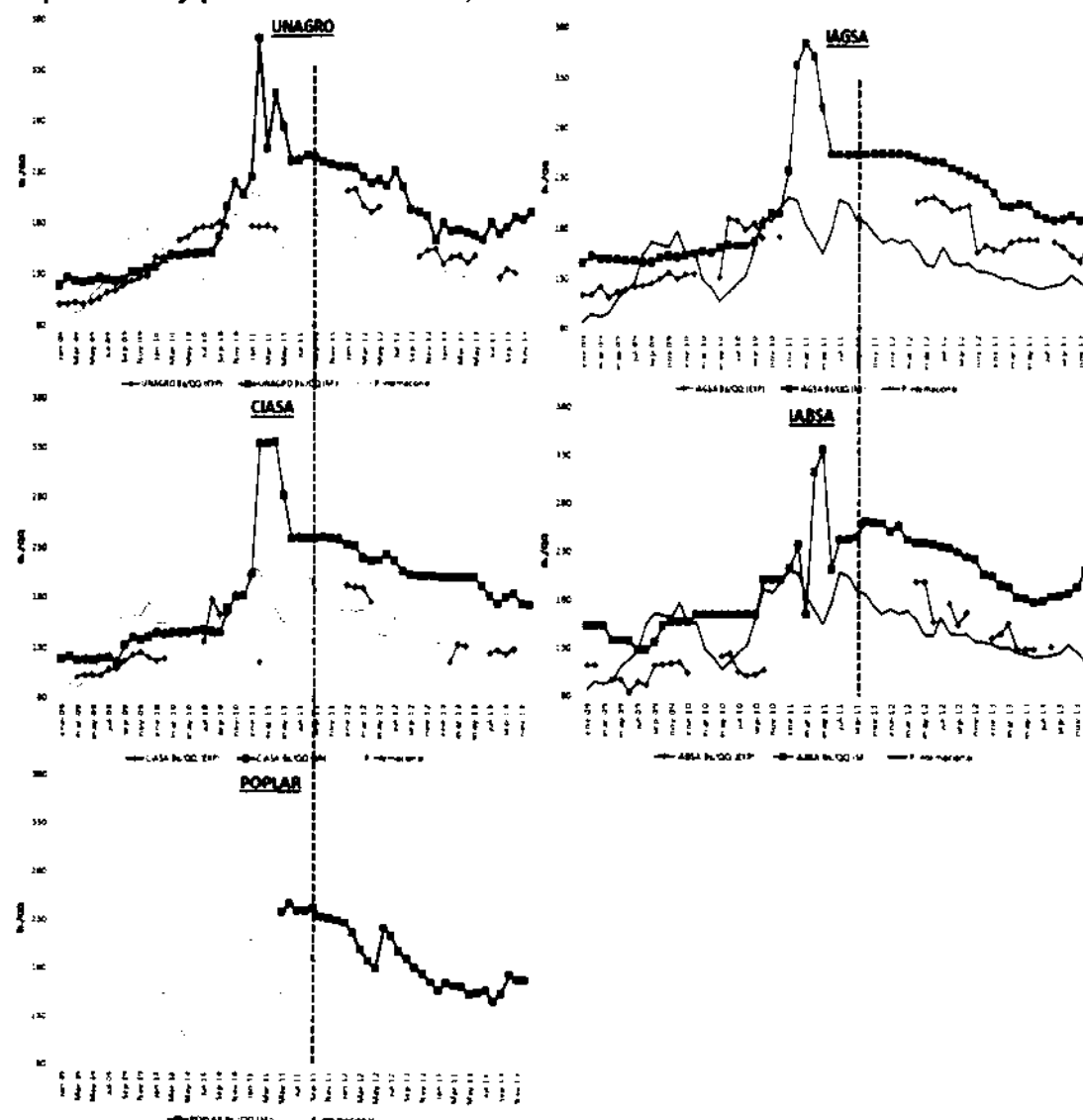
⁶⁷ Harrington, Joseph E. (2006): How Do Cartels Operate? Pág. 13.

⁶⁸ POPLAR no exporta así que únicamente se graficaron los precios internacionales y los precios promedio de venta en el Mercado Interno.

Además, se observa que a partir de abril del 2011 todos los ingenios que exportan azúcar lo hacen siempre a precios menores a los comercializados en el mercado interno, elemento que acentúa la inconsistencia en los precios cobrados por los ingenios en el mercado interno respecto a los precios internacionales y que además constituye la base para analizar una conducta anticompetitiva de discriminación de precios por parte de los ingenios que será desarrollada posteriormente.

Gráfico N° 3

Evolución de los precios promedio de venta por ingenio azucarero mercado Interno, exportación y precio internacional, Bolivia - Periodo: 2009- 2013



Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios (Anexo N° 2 y 4), Aduana Nacional y <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=sugar&months=120>.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

El análisis correspondiente a las diferencias de precios de los ingenios y los precios internacionales, es apreciable en el gráfico anterior, donde se estableció la diferencia porcentual⁶⁹ entre los precios promedio anuales de venta de los ingenios en el mercado interno respecto a los precios internacionales (Cuadro N° 6).

Cuadro N° 6

Diferencias porcentuales entre precios promedio anuales de venta de los ingenios en el mercado interno y los precios internacionales, Bolivia
Periodo: 2011-2013

Gestión	IAGSA	POPLAR	UNAGRO	IABSA	CIASA
2011	34%	22%	28%	25%	30%
2012	38%	23%	28%	35%	29%
2013	36%	22%	27%	33%	33%

Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios (Anexo N° 3) y
<http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=sugar&months=120>.

Los resultados nos muestran que por ejemplo, durante la gestión 2011 los precios promedio de venta del ingenio IAGSA en el mercado interno, fueron superiores a los precios promedio internacionales en un 34%, es decir que, durante la gestión 2013 el consumidor boliviano pagó un precio 34% superior por el azúcar de IAGSA que el que hubiera pagado por la misma azúcar en el mercado internacional (precio competitivo).

La diferencia porcentual de venta en favor de IAGSA establecida en el párrafo precedente, es apreciable de igual manera en favor de los demás ingenios investigados, observándose diferencias porcentuales próximas al 30% en la mayoría de los casos durante el periodo 2011-2013. Es decir que, los consumidores bolivianos en dichas gestiones pagaron precios mayores a aquellos que hubieran pagado por el mismo producto en el mercado internacional.

El hecho de que todos los ingenios presenten diferencias porcentuales excesivas entre sus precios de venta en el mercado interno y el precio internacional en el cual participan muchos oferentes, contradice el comportamiento de precios que se debe esperar, en un mercado competitivo en el cual las empresas son simples tomadoras de precios⁷⁰, entendiéndose que los precios tanto del mercado interno como del internacional deberían de ser próximos entre sí; elemento que genera indicios de una concertación de precios que permite a los miembros de un cartel vender a precios supra competitivos, apropiándose del excedente del consumidor y que denota el comportamiento de los ingenios como el de una entidad colectiva.

⁶⁹ Se calculó un precio promedio anual de venta de los ingenios y un precio promedio internacional anual, para posteriormente establecer la diferencia porcentual.

⁷⁰ Gregory Mankiw (2012): Principios de Economía, pág. 66.

Los indicios de colusión se ven reforzados si incorporamos al análisis anterior las diferencias porcentuales entre los precios promedio anuales de exportación de los ingenios⁷¹ y los precios internacionales (Cuadro N° 7).

Cuadro N° 7

Diferencias porcentuales entre precios promedio anuales de exportación de los ingenios y los precios internacionales, Bolivia
Periodo: 2008-2013

Gestión	IAGSA	UNAGRO	IABSA	CIASA
2008	24%	16%	13%	12%
2009	-6%	-15%	-24%	-15%
2010	10%	12%	-36%	-1%
2011	-	-	-	-
2012	22%	17%	13%	19%
2013	23%	10%	8%	1%

(*) Precio promedio de venta de enero a junio del 2013 (Anexo N° 3).

Fuente: AEMP en base a datos ingenios y Aduana Nacional.

De encontrarse los ingenios azucareros en un mercado competitivo (como el mercado internacional) serán tomadores de precios, por ello es entendible que durante el periodo 2008-2013 las diferencias porcentuales entre los precios del azúcar destinada a la exportación⁷² y los precios internacionales sean más próximos a cero o inclusive sean negativas (ver gestión 2009), ya que, de otra manera los ingenios no sería capaces de vender su producto a compradores que disponen de múltiples proveedores de los cuales abastecerse.

El hecho de que los ingenios presenten amplias diferencias porcentuales entre los precios promedio de venta del mercado interno y los precios internacionales, sumado al hecho de que se presenten menores diferencias porcentuales entre los precios de exportación y los precios internacionales, permite establecer que en mercados competitivos (mercado internacional) los ingenios son tomadores de precios. Esto último, ratifica la existencia de estrategias dirigidas a demostrar la existencia de una conducta anticompetitiva de "entendimiento" o "coordinación" de precios del azúcar en el mercado interno entre los ingenios investigados, como fue expresado tanto en el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 335 de 25 de julio de 2013, como en las políticas y estrategias comerciales de IABSA de fecha 14 de octubre de 2013, elementos que en conjunto permiten establecer que los ingenios investigados se comportan como una entidad colectiva.

Incrementos simultáneos de precios POPLAR y CIASA

⁷¹ Los precios promedio de utilizados para el cálculo se encuentran detallados en el Anexo 6.

⁷² De todos los ingenios que exportan azúcar, menos POPLAR.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

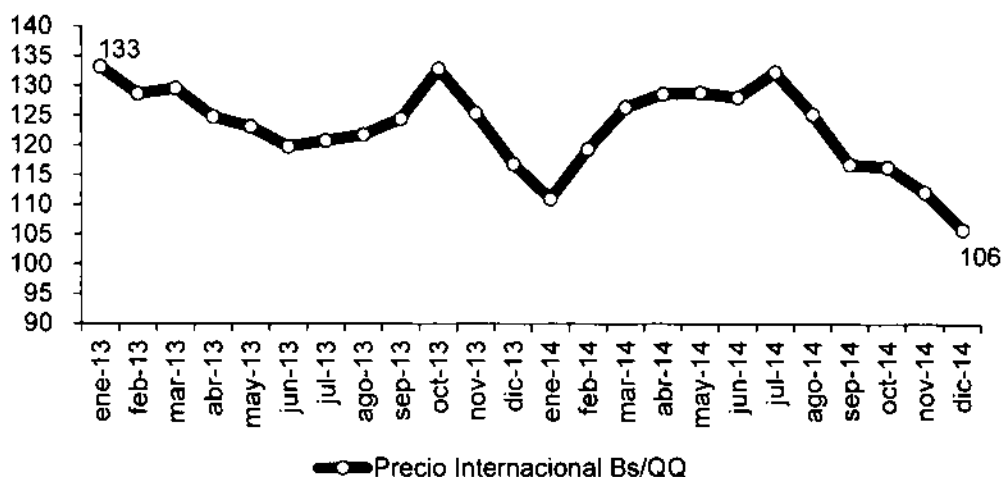
Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11
Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Como parte de la misma valoración técnica de la investigación, se tuvo conocimiento de un incremento del precio del azúcar realizado por las empresas POPLAR y CIASA aparentemente de manera simultánea, hecho por el cual se emitieron los Autos Administrativos de ampliación de diligencias preliminares en el mercado del azúcar, requiriendo información al respecto de acuerdo al siguiente detalle:

- Poplar Capital S.A. (POPLAR) en fecha 23 de diciembre de 2014.
- Compañía Industrial Azucarera San Aurelio (CIASA) en fecha 23 de diciembre de 2014.

Resultado de la investigación, se emitió el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/EGS/N° 009/2015 de 18 de febrero de 2015, cuyo análisis describió que a fin de establecer si el incremento de precios realizado presuntamente de manera simultánea entre los ingenios POPLAR y CIASA en el bien básico producido por estas empresas (azúcar), respondía a un shock externo relacionado a los precios internacionales del azúcar, se analizó la información de estos últimos durante el periodo enero de 2013 a diciembre de 2014 (Gráfico N° 4).

Gráfico N° 4
Evolución precio internacional del azúcar,
Periodo: Enero 2013 - Diciembre 2014



Fuente: Elaboración propia en base a datos

<http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=sugar&months=120>, (ver Anexo N° 4).

De acuerdo a la información correspondiente a precios internacionales del azúcar, se evidencia que a lo largo del periodo desde enero de 2013 hasta diciembre de 2014, se presentó una tendencia decreciente en los precios de venta del azúcar, precios que a lo largo del periodo analizado alcanzan su punto más bajo (106 Bs/QQ) en diciembre del 2014.

En ese sentido, se establece la inexistencia de un shock externo (incrementos en los precios internacionales) como la causa que pudiese haber afectado los precios de venta del azúcar de

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

los ingenios investigados de manera simultánea en el mercado interno. Por el contrario, se evidencia una contradicción entre los precios internacionales que tienden a disminuir, con los precios en el mercado interno que tienden a incrementarse aparentemente de manera simultánea, demostrándose con ello una estrategia conjunta de concertación en los precios de venta por parte de los ingenios POPLAR y CIASA.

Por otra parte, la conducta dilatoria de la empresa CIASA para la remisión de información, como las incompletas respuestas realizadas por la empresa POPLAR con plazos de entrega vencidos, serán analizadas más adelante, a fin de establecer la existencia de ocultamiento de información y/o el entorpecimiento de las investigaciones, en el marco de la normativa legal vigente en materia de competencia.

Además, al momento de la emisión del informe técnico de referencia se verificó que los ingenios CIASA y POPLAR no remitieron información alguna que permitiese desvirtuar el aparente incremento de precios simultáneo propio de una conducta anticompetitiva de concertación de precios de venta.

En base al estudio histórico de las Actas de Reunión de Directorio de IAGSA N° 255 de 10 de julio de 2009, N° 260 de 30 de octubre de 2009 y N° 275 de 8 de septiembre de 2010, se pudo establecer un patrón de conducta por parte de los ingenios en lo relativo a la concertación de precios de venta, cuyo sustento se encuentra los siguientes documentos:

- Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 335 de julio de 2013.
- Políticas y estrategias de comercialización de IABSA de 14 de octubre de 2013.
- Circulares de Azúcar N° 8/2013 de fecha de reunión de 15/5/2013, N° 9/2013 de fecha de reunión de 22/5/2013 y N° 13/2013 de fecha de reunión de 19/6/2013.
- Correlaciones de precios de venta positivas/fuertes entre ingenios.
- Las elevadas proporciones de variabilidad entre ingenios (de hasta un 97%).
- Las reducidas proporciones de variabilidad de los ingenios respecto al precio internacional (menores al 45%).
- Las diferencias porcentuales excesivas entre los precios de venta del mercado interno de los ingenios y el precio internacional.
- Las diferencias porcentuales entre los precios del azúcar destinado a la exportación y los precios internacionales más próximos a cero o inclusive negativas.

En consecuencia, queda demostrada la concertación de precios entre los ingenios investigados, quienes como miembros de un cartel son capaces de vender a precios supra competitivos en el mercado interno, mientras son tomadores de los precios internacionales (competitivos).

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Monitoreo y control del cumplimiento del acuerdo

El intercambio de información relativa a volúmenes de ventas, capacidades instaladas, productos vendidos, materia prima, etc. resulta ser un elemento esencial al momento de dar continuidad a un cartel, ya que ello permite a los miembros del cartel, controlar el cumplimiento de los acuerdos colusorios, además en dicho acápite se estableció que por lo general los carteles utilizan “cámaras de comercio”, “institutos”, “asociaciones”, u otros similares⁷³, como centros que facilitan la continuidad a los carteles, mediante la recopilación e intercambio de información.

Intercambio de información

- A modo de referencia, es pertinente citar como legislación comparada a la legislación española⁷⁴ según la cual el intercambio de información entre agentes competidores, puede representar un mayor riesgo de colusión si se considera que la información que se recopila y difunde presenta las siguientes características:

- 1) Sea información comercial sensible, como ser: precios de venta, descuentos, costes de producción o estrategias comerciales entre otros.
- 2) Los datos se presenten de forma desagregada, que permitan identificar de manera individual el comportamiento de las empresas y de esta manera realizar un seguimiento a un acuerdo colusorio.
- 3) Sea realizada con mayor frecuencia de manera que cualquier desviación del acuerdo colusorio sea rápidamente ajustada e inclusive castigada.
- 4) Sean datos actuales y no históricos, que permitan realizar el seguimiento y control de un posible acuerdo colusorio.

- El intercambio de información como factor que genera un mayor riesgo para la competencia y que facilita la colusión, también fue desarrollado⁷⁵ por Massimo Motta (2003), quien señala que el intercambio de información (sensible) de precios y cantidades pasadas y presentes, permite a empresas miembros de un cartel a mantener una colusión.

- El mismo autor señala que si bien es probable que un intercambio de información agregada, genere algún tipo de eficiencia, es improbable que el intercambio de información sensible *desagregada* y *actual* genere alguna eficiencia y por el contrario, este tipo de información facilitaría la colusión entre empresas, motivo por el cual llega a la conclusión de que la misma debe de ser prohibida.

- Por tanto, se considera especialmente delicado el intercambio de información sensible (secretos comerciales) de manera desagregada, frecuente y actualizada, que en condiciones

⁷³ Harrington (2006), Jumez y Jeunemaître (2000), OECD (2003).

⁷⁴ http://www.cem-malaga.es/portalcem/novedades/2013/GUIA_CNC_ASOCIACIONES_EMPRESARIALES.pdf.

⁷⁵ Competition policy Theory and Practice, Massimo Motta, 2003 (cap. 4, pag. 15)

normales de competencia no se darían a conocer a empresas rivales, como ser: precios de venta, descuentos, costes de producción o estrategias comerciales entre otros.

- De manera concordante con lo anteriormente expuesto, señalar que el inciso a) del párrafo I, artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, establece que constituye conducta anticompetitiva absoluta intercambiar información con el objeto o efecto de fijar, elevar, concertar o manipular precios de venta.

1) *Información comercial sensible.*

Según el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 275 de 8 de septiembre del 2010, Azucaña recopila información desagregada sensible de todos los ingenios, sobre **producción, ventas de mercado interno y exportaciones y saldos por cada propietario de azúcar**, cuando señala: "...en AZUCAÑA se está elaborando una carta solicitando la información completa de todos los ingenios sobre la producción, ventas de mercado interno y exportaciones y saldos por cada propietario de azúcar...".

El Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 335 de 25 de julio de 2013, establece que en la Cámara Agropecuaria del Oriente (CAO), los ingenios intercambiaron información sensible de **precios del azúcar, exportaciones** para buscar un **entendimiento** en el sector.

Por otra parte, en función a las circulares remitidas por AZUCAÑA, es posible establecer que el intercambio de información realizado en dicha institución fue de información sensible, toda vez que de una revisión del orden del día de las distintas notas⁷⁶ remitidas por AZUCAÑA a los ingenios UNAGRO, IAGSA, CIASA, IABSA y POPLAR, evidencia que en estas reuniones se intercambiaba información relativa a:

- "...la comercialización del azúcar".
- "Análisis de los precios del mercado interno".
- "...precios del azúcar del M. Interno y saldo exportable".
- "Análisis de los precios del mercado interno y externo".
- ... abastecimiento de azúcar con el fin de mejorar el precio de m. interno zafra 2013."

En ese sentido, se establece que los ingenios han intercambiado información comercialmente sensible, que en condiciones normales de competencia no se habrían realizado, y que generan un **mayor riesgo de colusión** en el mercado del azúcar al eliminar la incertidumbre estratégica que debe existir entre empresas (ej. secretos comerciales y acciones futuras) y denota un monitoreo y control a un acuerdo colusorio entre ingenios.

2) *Datos presentados de forma desagregada.*

La CAO remitió mediante nota cite: CAO. N° 064/2014 de 14 de mayo de 2014, información solicitada por la AEMP relativa a los precios de venta elaborados por el *Sistema de Información de Producción, Precios y Mercados (SIPREM)* que eran posteriormente distribuidos a sus

⁷⁶ Circular N° 8/2013, circular N° 9/2013 y circular N° 13/2013.

miembros, a fin de establecer el tipo de información que era proporcionada por la citada institución a sus asociados.

Una revisión de la información permitió establecer que la misma establecía los *precios de productos agroindustriales pagados en plantas industriales 2014*, en la cual se daban a conocer los precios de venta del azúcar (granel y envasada) de una manera agregada para todo el sector, es decir que los precios de venta no eran distribuidos de manera desagregada por cada ingenio, elemento que representa un **menor riesgo de colusión** en el mercado del azúcar.

3) Frecuencia del intercambio

El Acta de Reunión de Directorio de IABSA (Bermejo) N° 108/2013 de mayo de 2013, contiene las reuniones **semanales** realizadas por los ingenios azucareros de Santa Cruz en Azucaña (es decir con UNAGRO, POPLAR, IAGSA y CIASA).

La frecuencia semanal de las reuniones de los ingenios se ve ratificada mediante las fechas previstas en circulares de Azucaña, como ser:

- Circular N° 7/2013, únicamente considerado como antecedente histórico, establece fecha de reunión para el día 8 de mayo.
- Circular N° 8/2013 establece reunión para el día 15 de mayo (una semana después de la última reunión).
- Circular N° 9/2013 establece reunión para el día 22 de mayo (una semana después de la última reunión).
- Circular N° 10 aunque no está disponible, se presume habría previsto la reunión para el día 29 de mayo.
- Circular N° 11 aunque no está disponible, se presume habría previsto la reunión para el día 5 de junio.
- Circular N° 12 aunque no está disponible, se presume habría previsto la reunión para el día 12 de junio.
- Circular N° 13/2013 establece reunión para el día 19 de junio (manteniendo el patrón de reuniones semanales.)

En ese sentido, la frecuencia semanal de las reuniones realizadas entre ingenios azucareros en AZUCAÑA, representa un **mayor riesgo de colusión**, toda vez que permite realizar ajustes a desviaciones que se evidencien en los acuerdos colusorios a la brevedad (ej. precios, territorios, cantidades, etc.).

• 4) Intercambio de datos actuales

Las circulares de AZUCAÑA, demuestran que el intercambio de información sensible de manera semanal era realizado con datos actualizados, elemento que representa un **mayor riesgo de colusión** entre los ingenios azucareros que participan en el mercado boliviano, toda vez que, mediante la información intercambiada es posible eliminar cualquier tipo de incertidumbre propia de la competencia, y **se facilita el monitoreo, control y ajuste a desviaciones de un**

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

acuerdo colusorio realizado entre los ingenios investigados, facilitando de esta manera la concertación de precios de venta.

En base a todo lo anterior, queda demostrado el intercambio de información sensible entre los ingenios investigados durante la gestión 2013, tanto en reuniones realizadas en la CAO, como en AZUCAÑA con el objeto de concertar precios de venta del azúcar.

2.2 Sobre los cargos de la conducta concernida al artículo 10, parágrafo I, inciso c) del D.S. 29519 – distribución del mercado del azúcar

Acta IAGSA N° 292 de 11 de julio de 2011

En el Acta de reunión de Directorio de la empresa IAGSA N° 292 de fecha 11 de julio de 2011, el entonces presidente Ingeniero MARIANO AGUILERA informó que "...conversó con el ing. Cristóbal Roda representante del ingenio en creación Aguaf SA para comercializar su azúcar y alcohol, tiene la seguridad que se negociará bien para **estructurar el mercado**, viajará a La Paz para ver el tema mercado"⁷⁷, el contenido de esta acta permitiría establecer un patrón de conducta por parte de los ingenios azucareros, para distribuirse o "estructurar" el mercado boliviano con sus rivales.

Circulares de AZUCAÑA

Por otra parte, las circulares remitidas por AZUCAÑA a los ingenios, demuestran una estrategia de distribución de mercados, al señalar lo siguiente:

- El orden del día previsto en la Circular N° 7/2013 considerado en el presente análisis como antecedente histórico, establece que en dicha reunión se llevará a cabo un "ANÁLISIS DE LOS PRECIOS DEL MERCADO INTERNO".
- El orden del día previsto en la Circular N° 8/2013, establece que en dicha reunión se llevará a cabo i) "...SUGERENCIAS Y CONDICIONES DE LOS **MECANISMOS QUE HARAN CUMPLIR CON EL ABASTECIMIENTO Y PRECIOS DE AZÚCAR DE M. INTERNO Y SALDO EXPORTABLE**".
- El orden del día previsto en la Circular N° 9/2013, establece que en dicha reunión se llevará a cabo i) "...CONDICIONES DE LOS **MECANISMOS QUE HARAN CUMPLIR CON EL ABASTECIMIENTO Y PRECIOS DE AZÚCAR DE M. INTERNO Y SALDO EXPORTABLE**".
- El orden del día previsto en la Circular N° 13/2013, establece que en dicha reunión se llevará a cabo i) "...**ALTERNATIVAS DE CONTROL EN EL ABASTECIMIENTO DE AZUCAR CON EL FIN DE MEJORAR EL PRECIO DE M. INTERNO ZAFRA 2013**".

Del análisis del material probatorio y a pesar que se comprobó el intercambio de información considerada sensible que permitió establecer un comportamiento homogéneo y coordinado

⁷⁷ Acta de reunión de Directorio IAGSA N° 292 de fecha 11 de julio de 2011, pág. 2.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

entre los ingenios azucareros en relación a los precios y estrategias comerciales dirigidas a concretar aquello, no permite a ésta Autoridad determinar que en la información remitida por los ingenios y aquella relacionada a las circulares de Azúcar se encuentren los elementos suficientes para demostrar de manera fehaciente y clara una estrategia que tuviese como objeto o efecto la distribución geográfica de mercados a nivel nacional, por lo tanto, se concluye que no se cuenta con suficiente prueba respecto de este cargo.

2.3 Sobre los cargos de la conducta prevista en el artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519

Consideraciones del poder de mercado conjunto de los ingenios azucareros

A lo largo del análisis hasta el momento realizado se pudo establecer que los ingenios azucareros investigados actuaron juntos en un mercado como una **entidad colectiva** y fueron capaces de adoptar políticas comunes en el mercado:

- Los niveles superiores a 67% en la mayoría de los casos de proporción de variabilidad compartida entre los precios de los ingenios azucareros, permiten establecer que el precio promedio de venta del azúcar de los ingenios da cuenta de la variabilidad en el mismo precio de sus rivales en un elevado porcentaje, propio de una entidad colectiva.
- Todos los ingenios presentan diferencias porcentuales excesivas entre sus precios de venta y el precio internacional, resultados que denotan el comportamiento de los ingenios como una entidad colectiva.
- Todos los ingenios presentan menores diferencias porcentuales entre los precios de exportación y los precios internacionales, lo que permite establecer que estos se comportan como una entidad colectiva.
- El gráfico de evolución de los precios promedio de venta por ingenio azucarero mercado Interno, exportación y precio internacional en Bolivia para el periodo 2009 – 2013 (Gráfico N° 3) permite observar que los ingenios azucareros investigados actuaron de manera conjunta en el mercado como una entidad colectiva y fueron capaces de adoptar políticas comunes en éste, logrando mantener sus precios de venta en el mercado interno por encima de los precios internacionales y simultáneamente todos los ingenios⁷⁸ exportaron a precios menores a los cobrados en el mercado interno.
- Por último, considerando que para el establecimiento del poder de mercado de las empresas *“el análisis gira alrededor de la evaluación de las participaciones de mercado que posee la empresa (o empresas)”*⁷², las participaciones agregadas de los cinco (5) principales ingenios azucareros que participan en el mercado boliviano, permite establecer un poder de mercado conjunto, mediante el cual dichas empresas se encontraron en condiciones de aplicar estrategias comunes.

⁷⁸ Salvo POPLAR que no exportó producto en el periodo de investigación, gestión 2013.

Por lo tanto, en base a los distintos elementos analizados a lo largo del presente documento, es posible establecer un **poder de mercado conjunto** por parte de las empresas investigadas, que les permitiría comportarse como un ente colectivo, y cuyas **posibles prácticas anticompetitivas de discriminación de precios** generarían restricciones en la competencia y permitirían apropiarse del bienestar de los consumidores.

Discriminación de precios

La práctica de discriminación de precios realizada por los ingenios IABSA, IAGSA, CIASA y UNAGRO, quienes al actuar como un ente colectivo con poder de mercado, han establecido precios de venta distintos entre compradores de azúcar que destinaban dicho producto al mercado interno y los compradores que destinaban dicho producto a la exportación.

Partiendo del hecho que el azúcar es un bien homogéneo (sin diferencias en sus costos de producción), corresponde analizar una posible diferenciación de precios por parte de los ingenios, entre aquella azúcar destinada al Mercado Interno y la destinada a las Exportaciones, cuyo resultado demuestra la estrategia conjunta de discriminación de precios injustificada desde el punto de vista económico.

De acuerdo a información proporcionada por los cuatro ingenios que venden el producto destinado a la exportación (IABSA, IAGSA, CIASA y UNAGRO), estos utilizan el Incoterm⁷⁹ FCA (*Franco Transportista*) para realizar dicha operación de acuerdo al siguiente detalle:

Cuadro N° 8

Punto de entrega de los ingenios para comercializar el azúcar destinado a la exportación y al mercado interno

Ingenio	Lugar designado exportación	Lugar designado mercado interno
IABSA	FCA La Paz	Distribución propia
IAGSA	FCA Fábrica	Distribución propia
CIASA	FCA Fábrica	Venta en puerta
UNAGRO	FCA Fábrica	Venta en puerta

Fuente: AEMP en base a datos de los ingenios azucareros.

La comercialización de mercancías con el término FCA, establece que el vendedor ha cumplido con sus obligaciones una vez que la mercancía ha sido entregada en el lugar acordado, al transportista o la persona designada por el comprador.

⁷⁹ Un Incoterm representa: *un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación desde la salida del producto hasta la recepción por el país importador.* <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/122-que-es-incoterm-fca>.

Corresponde aclarar que mediante la metodología FCA, la entrega de las mercancías es realizada siempre dentro del país de origen y el que cubre los costos de transporte es el comprador, no representando ello costo para el proveedor.

El Incoterm utilizado para la comercialización de azúcar destinada a la exportación por IABSA fue FCA puesto en La Paz, mientras que para los ingenios IAGSA, CIASA y UNAGRO⁸⁰ el Incoterm fue FCA puesto en fábrica, en todos los casos puesto dentro del país de origen, lo que implica que todos los compradores adquirieron el producto dentro el territorio nacional.

Por otra parte, señalar que tanto IABSA como IAGSA establecieron la utilización de medios de distribución propios en distintos departamentos del país para el abastecimiento del mercado, mientras que CIASA y UNAGRO implantaron un sistema de venta de azúcar únicamente en puertas de fábrica.

Para el caso de IABSA la existencia de una red de distribución propia podría haber sido un justificativo que explicase los mayores precios de venta en el mercado interno, toda vez que, habría podido existir la incorporación de los costos de transporte a sus precios finales de venta. Sin embargo, utilizando los costos de transporte proporcionados por IABSA a nivel departamental, así como los precios de venta a nivel nacional, es posible establecer (restando los costos de transporte de los precios de venta en el mercado interno por departamento) que los precios de venta en el mercado interno continúan siendo mayores a los precios de exportación; descartándose de esta manera un posible justificativo de costos de transporte.

Respecto a IAGSA la situación es similar a la del anterior Ingenio de Bermejo (IABSA), toda vez que la resta entre los precios de venta del azúcar en el mercado interno declarados por IAGSA, menos los costos de transportes declarados por la empresa⁸¹, continúan siendo mayores a los precios de exportación (más aún si se considera que el Incoterm utilizado es FCA fábrica); descartándose de esta manera un posible justificativo de costos de transporte.

En el caso de los ingenios CIASA y UNAGRO el análisis se simplifica, toda vez que de acuerdo a estos el punto de entrega de azúcar destinada para la exportación son las puertas de fábrica, es decir, igual que el punto de entrega de azúcar destinado al mercado interno, por lo tanto, no existirían costos de transporte que pudieran explicar la existencia de precios diferenciados. En otras palabras, toda vez que el producto que estaba siendo comercializado era homogéneo y que de acuerdo a los citados ingenios el punto de entrega era el mismo para compradores que quisieran consumir en el mercado local como para los que quisieran exportar, no es justificable que los precios de venta de un producto homogéneo fuese menor para los compradores que destinaban el mismo para la exportación y mayor para los compradores que destinaban el producto al mercado interno.

En consecuencia, en base al análisis precedente queda demostrada la conducta anticompetitiva de discriminación de precios por parte de los ingenios IABSA, IAGSA, CIASA y UNAGRO como

⁸⁰ Notas IAG.SA GG-012/14 (IAGSA), PSA001/2014 (CIASA) y N° 120/2014 (UNAGRO).

⁸¹ Para los departamentos de Cochabamba y La Paz mediante Nota cite: IAG.SA GG-012/14 de fecha 17 de enero de 2014.

un ente colectivo con poder de mercado. Práctica consistente en la discriminación de precios de venta de azúcar de manera injustificada a compradores que destinan el azúcar a la exportación y aquellos compradores que destinan el azúcar al mercado interno, otorgando al primer grupo de compradores ventajas exclusivas al venderles el producto a un precio más bajo en comparación a quienes destinan el azúcar adquirido al mercado interno⁸².

3 Subsunción de la acción

Mediante RA 081/2015 se formularon los siguientes cargos contra el Ingenio Azucarero IAGSA S.A.- IAGSA.

- La presunta contravención del artículo 10, parágrafo I, inciso a) del Decreto Supremo N° 29519, en razón a la **concertación del precio de venta del azúcar** al que es ofrecido en el mercado e intercambiar información con el mismo objeto.
- La presunta contravención del artículo 10, parágrafo I, inciso c) del Decreto Supremo N° 29519, en razón a la **distribución del mercado del azúcar** mediante espacios geográficos determinados.
- La presunta contravención del artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519, en razón al **establecimiento de distintos precios de venta del azúcar** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones, generando ventajas exclusivas en favor de un grupo de compradores.

3.1 Contravención del artículo 10, parágrafo I, inciso a) del Decreto Supremo N° 29519, en razón a la concertación del precio de venta del azúcar al que es ofrecido en el mercado e intercambiar información con el mismo objeto

A efecto de establecer la adecuación de la conducta a la norma, en primer lugar se considera como conducta anticompetitiva en sentido general contenido en el artículo 10 parágrafo I, como: "Son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí";

En segundo lugar, se consideran el propósito o efecto del acuerdo descrito en el párrafo precedente que, de acuerdo al sentido estricto de su inciso a), debe ser: "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".

Habiéndose considerado los cargos de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/ N° 081/2015, evaluada la documentación de descargo presentada por IAGSA y considerando los fundamentos técnicos y legales, se evidencia lo siguiente:

El Decreto Supremo N° 29519, en su artículo 10, parágrafo I, inciso a), señala que está prohibido: **"fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o"**

⁸² Para mayor detalle véase el Gráfico N° 3.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto”.

3.1.1 Concertación de bandas de precios

Por la misma aseveración de los ingenios azucareros⁸³, entre las gestiones 2010 y 2013, se realizaron reuniones entre ingenios azucareros, productores cañeros y el gobierno, reuniones en las que se establecieron franjas de precios (precio máximo y precio mínimo) para la venta de azúcar.

Que realizada la valoración de los descargos presentados no se evidencia la veracidad de estas aseveraciones, que según lo analizado precedentemente en la presente resolución, se ha verificado solo la existencia de un convenio de 5 de mayo de 2011 realizado por el gobierno con el sector agroindustrial azucarero y los productores cañeros, el cual estuvo vigente durante dicha gestión conforme lo analizado, por lo tanto, las reuniones de fijación de bandas de precios durante las gestiones 2012 y 2013 consideradas como concertación de bandas de precios posterior a la gestión 2011, se realizó únicamente entre ingenios, por lo que genera la ratificación de los cargos por realizar una conducta de concertación de precios de venta reñida con la normativa vigente de Defensa de la Competencia.

3.1.2 Intercambios de información sensible y concertación de precios

Conforme a la documentación cursante en el expediente del proceso se determina que las reuniones llevadas a cabo en Azucaña, así como, en las reuniones realizadas en la Cámara Agropecuaria del Oriente (CAO) generan indicios de la concertación de precios por parte de los ingenios azucareros que en su análisis histórico determinan los patrones de comportamiento de los ingenios sobre la concertación de precios como una conducta repetitiva durante el transcurso del tiempo. Las mismas que fueron verificadas según actas de Reunión de Directorio IAGSA N° 255, 260, 275, 335, Políticas y Estrategias de Comercialización 2008-2013 remitidas por el ingenio IABSA adjuntas a nota cite IABSA-ASL-C-54-13, de fecha 14 de octubre de 2013, e Invitaciones a los ingenios Azucareros a reuniones a realizarse en Azucaña.

3.1.3 Análisis estadístico de la concertación de precios de venta

El análisis estadístico sirvió para observar un comportamiento similar en los precios de venta del azúcar de los ingenios en el mercado interno comportamiento colusorio de concertación de precios entre ingenios, mismo que no fue desvirtuado por la Empresa IAGSA, como es confirmada por el Acta de Reunión de Directorio de IAGSA N° 260 de 30 de Octubre de 2009, según la cual el vicepresidente, Sr. IVAR PERALES señaló que: “hubo acuerdo pero nunca lo cumplieron, todo esto es a raíz del precio internacional del azúcar y no porque no nos pusimos de acuerdo entre los ingenios”, afirmación con la que se demuestra que los ingenios se pusieron de acuerdo en los precios del azúcar, lo mismo que es ratificado por la correlatividad, suficiente prueba de que se estaría intercambiando información entre las empresas azucareras con el objeto o efecto de elevar el precio de venta del azúcar.

⁸³ Estrategias comerciales y políticas de precios de los ingenios.

De acuerdo a lo establecido por el Decreto Supremo N° 29519, artículo 10, párrafo I, inciso a) el intercambio de información con el objeto o efecto de fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes al que son ofrecidos o demandados en el mercado, se constituye en una práctica anticompetitiva. En este sentido, el intercambio de información realizado por IAGSA y las otras empresas azucareras para concertar y fijar un precio de venta mayor, que consta en las Actas descritas, llega a enmarcarse en el tipo descrito constituyéndose en una práctica anticompetitiva absoluta.

3.2 Contravención del artículo Art. 10 párrafo I, inciso c) del Decreto Supremo N° 29519, en razón a la distribución de espacios geográficos (territorios)

A efecto de establecer la adecuación de la conducta a la norma, en primer lugar se considera como conducta anticompetitiva en sentido general lo contenido en el artículo 10 párrafo I del D.S. 29519, como: *"Son conductas anticompetitivas absolutas los actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí"*.

En segundo lugar se consideran el propósito o efecto del acuerdo descrito en el párrafo precedente que, de acuerdo al sentido estricto de su inciso c), debe ser: *"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"*.

Habiéndose considerado los cargos de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/ N° 81/2015, evaluada la documentación de descargo y prueba presentada por el ingenio IABSA, y luego de considerar los fundamentos técnicos y legales, no se cuenta con la prueba suficiente para proceder a sancionar por este cargo, por lo que conforme a lo desarrollado en la presente resolución no se hace plena prueba de la comisión de la transgresión al Inc. c) del Párrafo I del Art. 10 del Decreto Supremo N° 29195.

3.3 Contravención del artículo Art. 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519, discriminación de precios

El Decreto Supremo N° 29519 en su artículo 11, numeral 10, establece como conductas anticompetitivas relativas: *"El establecimiento de distintos precios, condiciones de venta o compra para diferentes compradores y/o vendedores situados en igualdad de condiciones"*, cuando su objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso; establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.

Conforme a la documentación remitida por las empresas y de acuerdo al informe técnico analizado se verifica la existencia de establecimiento de precios de venta distintos entre compradores de azúcar que destinan dicho producto al mercado interno y los compradores que destinan dicho producto a la exportación, siendo que venden el producto destinado a la exportación (IABSA, IAGSA, CIASA y UNAGRO), utilizando las mismas características, pero continúan siendo las diferencias mayores a los precios de exportación, al mismo que la

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

empresa no presenta el justificativo válido por lo que se confirma la conducta anticompetitiva de discriminación de precios por parte de IAGSA.

4 Objeto o efecto de la conducta

El artículo 11 del Decreto Supremo N° 29519 describe que en la comisión de las prácticas anticompetitivas relativas, para que estas puedan ser sancionables exigen que su objeto o efecto sea; que desplace indebidamente a otros agentes del mercado; impida sustancialmente su acceso o establezca ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.

Una vez acreditada la participación de IAGSA, en la discriminación de precios el efecto que se observó estuvo relacionado a la generación de ventajas exclusivas que recibieron aquellos clientes, especialmente extranjeros, al momento de adquirir el azúcar a precios distintos del mercado interno del país. De tal manera que IAGSA exportó estableciendo precios de venta distintos entre compradores de azúcar que destinan dicho producto al mercado interno y los compradores que destinan dicho producto a la exportación, utilizando las mismas características, lo cual, se tradujo en que en algunos compradores obtengan el azúcar a un precio mayor al que obtendría si se imputasen de forma correcta los precios en función a costos. Esto último repercutió en los consumidores que adquieren en definitiva el azúcar, los cuales, se encuentran ubicados en territorio nacional que tuvieron que adquirir el azúcar a un precio mayor que el de azúcar de exportación, con el efecto negativo de reducción de sus ingresos e incremento de costos de alimentación.

Considerando el análisis descrito anteriormente se evidencia que el efecto de la conducta de discriminación de precios practicada por la empresa investigada en el mercado interno respecto a los precios de exportación, genera ventajas exclusivas en favor de determinados grupos de clientes, especialmente extranjeros, al momento de adquirir el azúcar a precios distintos según se trate del mercado externo o para el mercado interno.

En consecuencia, se confirma que IAGSA generó ventajas exclusivas y benefició a los clientes de exportación, vendiendo un mismo producto a un precio inclusive menor al precio de venta de la sede central de dicha empresa, pese a que dichos compradores se encontraban en igualdad de condiciones, desfavoreciendo de esta manera a los clientes que adquirirían el mismo producto a precios mayores en mercado interno.

5 Participación de los directores, administradores, gerentes, apoderados u otras personas de la empresa en la comisión de conductas anticompetitivas

El artículo 20, parágrafo III del Decreto Supremo N° 29519, establece que: cuando se trate de personas colectivas, las sanciones se aplicarán además a los directores, administradores, gerentes, apoderados u otras personas que hayan participado en las decisiones que motivaron la aplicación de las mismas. Asimismo, el artículo 117 de la Constitución Política del Estado, establece que: *"Ninguna persona puede ser condenada sin haber sido oída y juzgada previamente en un debido proceso"*.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

De igual forma concluida la revisión técnica y jurídica de los descargos presentados por la empresa, esta vez con relación a la defensa de CARLOS E. ROJAS AMELUNGE, Presidente de Directorio de la empresa IAGSA, Rudiger Trepp Del Carpio, Gerente General de la empresa IAGSA y LUIS FERNANDO VÁSQUEZ VESPA, Gerente Comercial de la empresa IAGSA, por su participación durante el período de sus funciones de la **gestión 2013** al haberse evidenciado la comisión de la infracción contenida en el artículo 10, parágrafo I, inciso a); durante la **gestión 2013**, y durante el período de sus funciones de la **gestión 2013**, en la transgresión del artículo 11, numeral 10 y artículo 20, parágrafo III del Decreto Supremo N° 29519, corresponde establecer su grado de responsabilidad.

5.1 De la responsabilidad del presidente del directorio de IAGSA

Como bien se expuso en análisis de responsabilidades y funciones del Presidente del Directorio de IAGSA, los artículos 314 y 325 del Código de Comercio Boliviano son claros cuando establecen respectivamente que el Presidente del Directorio enviste la representación legal de la sociedad, con lo cual se puede afirmar que el Presidente de Directorio de la empresa IAGSA Carlos Eduardo Rojas Amelunge es responsable de las decisiones relativas a la gestión del negocio.

Asimismo el testimonio 142/2012 en su punto 2 de facultades otorgadas señala como una de ellas "... *firmar contratos, promover y hacer venta de los productos, ...hacer negociaciones, arreglos,...realizar importación y exportación de productos.*" En su punto 7 señala "... más poder para firmar contratos".

Además, cursa en antecedentes el testimonio de constitución No. 460/93 modificado por Testimonio No. 333/96 de 28/06/1996, correspondiente a la Escritura de Constitución de la Sociedad Anónima "IAGSA", el cual a su vez contiene el Estatuto de la empresa, enunciando en su artículo 48 de la responsabilidad del presidente del directorio y en el art.53 Inc. b) señala como una de las facultades del directorio "dirigir los negocios y supervigilar las actividades de la sociedad". Y en el art. 58 señala que:

"... el presidente del directorio es también presidente de la sociedad, siendo al mismo tiempo representante nato del directorio...c) Supervisar conjuntamente con el vicepresidente al gerente general en el cumplimiento de las resoluciones de la junta general de accionistas y de las decisiones del directorio, así como en el cumplimiento de sus metas y funciones f) otorgar conjuntamente con el secretario del directorio todos los poderes conferidos por la sociedad con el visto bueno del vicepresidente g) todas las demás facultades que sin estar expresamente determinadas en los anteriores incisos le están atribuida implícitamente para poder cumplir con las funciones que le están encomendadas..."

Facultades y responsabilidades del gerente general art. 63, el gerente general de la sociedad tendrá las siguientes responsabilidades principales e) contratar y destituir al personal de la sociedad, b) cumplir y a hacer cumplir los objetivos y metas de la empresa, a) asegurar la conducción ejecutiva integral de la sociedad. I) representar conjuntamente con el presidente de la sociedad ante toda clase de autoridades

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Con lo expuesto precedentemente, se deja en claro que la facultad de concertación de precios y establecimiento de distintos precios de venta del azúcar de IAGSA era asignada al Directorio de la empresa. Sin embargo, esta facultad podía ser delegada en la persona del Presidente del Directorio en la persona del Gerente General o Gerente Comercial como se observa en los mismos Estatutos de la Sociedad. En este sentido, se tiene el Testimonio de Poder N°380/2001 que nombra como gerente general de IAGSA para que actuando en nombre y representación de la empresa le otorgan facultades conforme al mandato que le faculta en su punto 2) "... facultades para efectuar contratos, 4) promover y hacer venta de productos...5) asistir a reuniones y...cuanto sea necesario para el cumplimiento del mandato"

En ese sentido, se establece que el Presidente de Directorio, al ejercer la representación legal de su sociedades y en su capacidad para **adoptar medidas adecuadas en la gestión de los negocios**, ha participado en las decisiones que motivaron la comisión de las conductas anticompetitivas absolutas identificadas en el presente documento (**concertación de precios de venta**), así como, de las decisiones que motivaron la comisión de la conducta anticompetitiva relativa de **discriminación de precios**.

Que, por lo tanto, en el marco de su investidura y de su capacidad para adoptar medidas adecuadas en la gestión de los negocios durante el año 2013, se cuenta con suficiente prueba de que el Presidente del Directorio de IAGSA ha participado en las decisiones que motivaron la comisión de las conductas anticompetitivas identificadas.

5.2 De la responsabilidad del Gerente General y Gerente Comercial

Según el Organigrama y manuales de funciones de ejecutivos proporcionados por la empresa IAGSA correspondiente a la gestión 2013, se observa que dicha empresa contaba con una Gerencia General y otras tres gerencias de área, orientadas a la administración, gestión de la producción y comercialización de productos elaborados por la empresa.

Según los Estatutos de IAGSA, el Gerente General de la empresa es la persona responsable de:

"La función ejecutiva y administrativa de la sociedad, estarán encargadas al Gerente General, quién depende directamente del Directorio; debiendo en efecto desarrollar sus funciones en base a los lineamientos y mandatos de éste. Podrán asimismo existir uno o más gerentes que podrán ser o no accionistas. De acuerdo a resolución expresa del Directorio". El mismo Estatuto establece: ***"Las funciones y atribuciones del Gerente General, estarán previstas en su contrato de trabajo y en los poderes notariales que se le extienda. De igual forma se procederá con los demás gerentes o administradores."***⁸⁴

Como se evidenciará en lo relativo a otros indicios de participación de los ejecutivos ingenios de IAGSA en las decisiones que motivaron la Comisión de las conductas anticompetitivas identificadas por la AEMP, las personas encargadas de desempeñar las funciones de Gerente

⁸⁴ Documentación adjunta a nota CITE: PSA001/2014 de 8 enero de 2014.

General y de Gerente Comercial, se constituyen en los ejecutivos que en el marco de sus funciones y atribuciones habrían participado en reuniones llevadas a cabo en AZUCAÑA.

En ese sentido, los cargos cuyas responsabilidades generan indicios de participación en las **decisiones que motivaron la comisión** de las conductas anticompetitivas identificadas son en este caso en específico se establecieron cargos en contra de los señores RUDIGER TREPP DEL CARPIO, Gerente General de la empresa IAGSA y LUIS FERNANDO VÁSQUEZ VESPA, Gerente Comercial de la empresa IAGSA, quienes a su vez se encontraban en la posibilidad de modificar las actuaciones de la empresa de forma tal que no persista las conductas anticompetitivas identificadas.

Por su parte, respecto a los gerentes, el Código de Comercio establece en su artículo 327 lo siguiente:

*"Art. 327.- (GERENTES). El directorio puede delegar sus funciones ejecutivas de la administración, nombrando gerente o gerentes generales o especiales, que pueden ser directores o no con facultades y obligaciones expresamente señaladas. El cargo de gerente será remunerado y su mandato revocable en todo tiempo por acuerdo del directorio. **Los gerentes responden ante la sociedad y terceros por el desempeño de su cargo, en la misma forma que los directores.** Su designación no excluye la responsabilidad propia de los directores."*

Asimismo el Código de Comercio comentado de Morales Guillén define al Gerente como a continuación sigue:

"Gerentes, son las personas encargadas de representar y administrar la sociedad, en la esfera de las facultades que se les atribuye expresamente en la delegación manifiesta con poderes especiales, conferidas a tenor de las estipulaciones del acto constitutivo o de los estatutos. Pueden ser uno o varios y puede decirse que son administradores subordinados o de segundo grado (Rodríguez)."

*"La duración de sus funciones, no tiene tiempo legalmente limitado; puede ser indefinido, pero siempre revocable en cualquier tiempo. Es un cargo esencialmente retribuido y la **responsabilidad por el ejercicio de sus funciones es directa, a pesar de su subordinación a la autoridad y vigilancia de los directores** (Malagarriga), lo que no implica que la suya excluya la que corresponde a los directores."*

Correspondiendo en consecuencia declarar probada su participación en las decisiones que motivaron la comisión de la práctica anticompetitiva descrita en el artículo 10, parágrafo I, inciso a); y artículo 11, numeral 10 durante el período de sus funciones de la gestión 2013, conforme al artículo 20, parágrafo III del Decreto Supremo N° 29519, y se imponga la sanción correspondiente.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

CONSIDERANDO: (Sanción)

1 Atribuciones de la AEMP para sancionar la comisión de prácticas anticompetitivas

El artículo 84 de la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002, establece que vencido el término de prueba, la autoridad administrativa correspondiente en el plazo de diez (10) días emitirá resolución que imponga o desestime la sanción administrativa. Contra la resolución de referencia procederán los recursos administrativos previstos en la presente Ley.

El artículo 17 del Decreto Supremo N° 29519 de 16 de abril de 2008, establece que sin perjuicio de las acciones por responsabilidad penal que corresponda, los transgresores de las normas contenidas en el presente Decreto Supremo y demás disposiciones complementarias, serán pasibles a sanciones impuestas ya sea por la Superintendencia de Empresas (ahora, AEMP) o por el Instituto Boliviano de Metrología, cuando corresponda.

El artículo 18 del Decreto Supremo N° 29519, señala que las sanciones se calificarán por las autoridades competentes, en base a los siguientes criterios, sin ser limitativos:

1. La gravedad de la práctica (leve, media, máxima);
2. El daño causado a la comunidad;
3. Las utilidades obtenidas por la práctica;
4. El grado de participación del presunto infractor en el respectivo mercado;
5. La magnitud de la afectación del mercado;
6. La duración o frecuencia de la práctica;
7. La reincidencia o los antecedentes del o los infractores; y
8. El grado de negligencia o intencionalidad del infractor.

El artículo 19 del Decreto Supremo N° 29519, señala que las sanciones que se aplicarán, por la Superintendencia de Empresas (ahora, AEMP) y el IBMETRO como autoridades competentes, variarán desde una amonestación hasta la cancelación del registro y revocatoria de la autorización, según la gravedad de la infracción, acción u omisión, de acuerdo a lo siguiente:

1. Amonestación, aplicable a la primera vez si la infracción es calificada con gravedad leve;
2. Multas o sanciones pecuniarias, establecidas en su monto por las autoridades competentes, para conductas reiterativas de lo anterior y para infracciones, actos u omisiones con gravedad media;
3. Suspensión definitiva o temporal hasta un máximo de dos (2) años a personas naturales o jurídicas sujetas a fiscalización de las autoridades competentes, para aquellas infracciones, actos u omisiones calificadas con gravedad máxima;
4. Revocatoria de Matrícula de Comercio, de aquellas personas o entidades sujetas a fiscalización de la Superintendencia de Empresas, por infracciones, acciones u omisiones;
5. Prohibiciones y decomisos, para efectos de la aplicación de la normativa del IBMETRO.

El párrafo I del artículo 20 del Decreto Supremo N° 29519, establece que las sanciones se aplicarán, por la Superintendencia de Empresas o por el IBMETRO, según la gravedad de la

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

infracción, acción u omisión, dentro las previsiones de los Artículos anteriores, mediante resolución motivada dictada por las Máximas Autoridades Ejecutivas.

El artículo 22 del Decreto Supremo N° 29519, establece que se aplicará al presente régimen de sanciones, las disposiciones legales contenidas en la Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002, de Procedimiento Administrativo y sus disposiciones complementarias.

El artículo 3 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190 de 25 de mayo de 2008, establece que la Superintendencia (ahora, AEMP) aplicará sanciones en el marco del presente Reglamento y los principios y garantías establecidos en la Ley N° 2341, de 23 de abril de 2002, de Procedimiento Administrativo y el Decreto Supremo N° 27175, de 15 de septiembre de 2004, previo análisis del caso concreto y las circunstancias de la infracción. Además, se establece que las Resoluciones Administrativas mediante las que, la Superintendencia imponga sanciones, deberán contener las consideraciones de orden técnico y jurídico, por las cuales se determinó imponer la sanción.

El artículo 4 del citado Reglamento de Regulación de la Competencia, determina que las sanciones señaladas en el presente Reglamento son de carácter administrativo e independientes y distintas de la responsabilidad de naturaleza civil o penal que, cuando corresponda y por mandato de la Ley, pudiera derivar de las infracciones a las leyes y disposiciones normativas relacionadas con el ámbito comercial.

El artículo 5 del Reglamento señala que las multas previstas en el presente Reglamento están determinadas en Unidades de Fomento de Vivienda (UFV), sin embargo el pago de las mismas deberá ser realizado en moneda nacional de curso legal y corriente al tipo de cambio oficial, en la fecha de su pago.

El numeral 1 del artículo 39 del referido Reglamento de Regulación de la Competencia, determina que sin perjuicio de la concurrencia con otras sanciones, la Superintendencia de Empresas (ahora AEMP) podrá imponer las multas de hasta el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos anuales del año anterior al inicio del procedimiento sancionador, en el caso de infracción a las prohibiciones contenidas en los artículos 10 y 11 del Decreto Supremo N° 29519.

El artículo 41 del citado Reglamento establece que la Superintendencia (ahora AEMP) dispondrá de manera expresa en la Resolución Administrativa que imponga la sanción, el plazo de inhabilitación no mayor a cinco (5) años, a los directores, síndicos, apoderados, representantes legales, gerentes y/o empleados del agente económico infractor, que será computable en días calendario.

Mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°071/2014 (en adelante RA 071/2014) de 17 de julio de 2014, se aprueba el Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el Marco del Decreto Supremo N° 29519 y su reglamento. Este reglamento tiene por objetivo desarrollar los criterios y la metodología para la aplicación de sanciones administrativas previstas en el Decreto Supremo N° 29519 y su

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190 de 29 de mayo de 2008 emitida por el Ministerio de Producción y Microempresa.

2 Procedimiento

De acuerdo al análisis técnico y jurídico expuesto en la presente resolución a partir del análisis descrito en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/MAVY/RTS N° 192/2015 de 13 de noviembre de 2015 y el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/YSP N° 193/2015 de 13 de noviembre de 2015, es posible establecer que la empresa IAGSA cometió las siguientes contravenciones, correspondiendo en consecuencia establecer la sanción respectiva:

- Al artículo 10, parágrafo I, inciso a) del Decreto Supremo N° 29519, en razón a la **concertación del precio de venta del azúcar** al que es ofrecido en el mercado e intercambiar información con el mismo objeto.
- Al artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519, en razón al **establecimiento de distintos precios de venta del azúcar** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones, generando ventajas exclusivas en favor de un grupo de compradores.

2.1 Conductas anticompetitivas absolutas

De acuerdo al artículo 9 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, las prácticas anticompetitivas absolutas señaladas en el artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, son infracciones consideradas de gravedad media y máxima, las mismas que, ante la evidencia de su ejecución por parte del o los agentes económicos involucrados bajo garantía del debido proceso, serán sancionadas con multa o con la suspensión definitiva o temporal de sus actividades y en su caso, con la Revocatoria de la Matrícula de Comercio, de acuerdo a evaluación económica y justificación legal en el marco de las disposiciones normativas en Vigencia.

De acuerdo a lo indicado en el artículo 33, numeral 2 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, la sanción a través de una multa debe ser aplicable a cualquier tipo de beneficio o ventaja obtenido directa o indirectamente a favor de terceros. En el presente caso los ingenios azucareros al haber establecido una estrategia dirigida a concertar los precios, traducida en el intercambio de información y monitoreo del sector, ha permitido la coordinación entre todas aquellas con el fin de fijar precios de venta, obteniendo un beneficio a favor de todos los participantes del acuerdo. Cuyos efecto se refleja en que la fijación de precios realizada por las empresas miembros del acuerdo, restringe y limita la competencia, lo cual, constituye una práctica anticompetitiva absoluta conforme así lo planteó en su momento la RA 081/2015 y lo señala el Decreto Supremo N° 29519.

2.2 Conductas anticompetitivas relativas

De acuerdo al artículo 11 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, existen condiciones para establecer si las prácticas anticompetitivas relativas, señaladas en el artículo

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

11 del Decreto Supremo N° 29519, deben ser sancionadas. Estas condiciones son: 1. Que el presunto responsable tiene poder sustancial sobre el mercado relevante; y 2. Que se realicen respecto de bienes o servicios que correspondan al mercado relevante de que se trate.

2.2.1 Determinación del mercado relevante

En relación a la definición del mercado relevante, la AEMP consideró que las conductas investigadas se llevaron a cabo en el sector de comercialización de azúcar a nivel nacional. En consecuencia los límites del mercado investigado se realizaron de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 12 de la RM 190, el cual, incluye criterios que permiten determinar el mercado relevante, tomando en cuenta los siguientes criterios:

- ***“1. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, la medida en que los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución”***

El azúcar es considerado un bien de consumo básico, cuya característica es primordialmente su homogeneidad, y su fabricación a nivel mundial se ha realizado históricamente a partir de la caña de azúcar o de la remolacha, aunque existe una predominancia por la producción de azúcar a base de caña de azúcar⁸⁵.

Sumado a esto se encuentra que el azúcar en su condición de bien homogéneo, su utilización como materia prima en distintas industrias (p.ej., bebidas gaseosas) y la muy baja tasa de innovación, en conjunto, no permiten competir en marcas, publicidad u otras características propias de políticas comerciales de los bienes de consumo.

En Bolivia se ha determinado que la totalidad de los ingenios azucareros⁸⁶, utilizan como materia prima la caña de azúcar y se descarta de esta manera la existencia de bienes similares⁸⁷, como sería el caso del azúcar a base de remolacha. Esto último debido a que a nivel industrial en Bolivia, no se tiene registro de que ningún productor de azúcar haya optado por dicha fuente para producir azúcar.

Es posible enunciar la presencia de potenciales bienes sustitutos⁸⁸ del azúcar, como ser edulcorantes naturales (ej. mieles de abejas, jarabes a base de almidón y el xilitol) y/o

⁸⁵ Chessman (2004): *Environmental Impacts of Sugar Production, the Cultivation and Processing of Sugarcane and Sugar Beet*, O. Pág. 2.

⁸⁶ Información proporcionada por los ingenios azucareros.

⁸⁷ El Artículo 6 del D.S. 23308 define que un producto similar es: “un producto idéntico en todos los aspectos al producto objeto de en práctica o, cuando no exista ese producto, otro que tenga características muy similares, tomando en consideración elementos como su naturaleza, calidad, uso y función”.

⁸⁸ Un par de bienes son sustitutos si es que un incremento de precios de un bien hace que el consumidor que encuentre más predispuesto a comprar el otro bien. por lo general los sustitutos son bienes que de alguna manera sirve a una función similar. Traducción del texto original: “A pair of goods are substitutes if a rise in the price of one good (coffee) makes consumers more willing to buy the other good (tea). Substitutes are usually goods that in some way serve a similar function”. Krugman & Wells (2008). *Microeconomics*, Pág. 67.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

artificiales (ej. la sacarina, el aspartamo, etc.), las características de la demanda del azúcar permite inferir que los potenciales sustitutos no representan una restricción a posibles incrementos de precios del azúcar, en función al precio y al uso que se le otorgar al azúcar como materia prima en la fabricación de otro tipo de productos. Por lo tanto, los edulcorantes (naturales y/o artificiales) no representan sustitutos cercanos del azúcar.

El uso que los consumidores le den a un producto nos aproxima a los posibles sustitutos de éste, es decir que, los productos pueden ser sustitutos funcionales de acuerdo al uso que le den los consumidores. Por ejemplo, es posible que a muchos consumidores que les gusta desayunar tomando té les guste el café, y lo consideren un sustituto funcional perfectamente aceptable para desayunar.

Sin embargo, es preciso considerar que aunque dos bienes puedan ser sustitutos funcionales por el uso que los consumidores le dan a los mismos, la variable precio puede ser determinante al momento de establecer si estos serán efectivamente sustitutos o no. La fuerza de este argumento se sustenta en el hecho que el grado de sustituibilidad de la demanda entre bienes depende de sus niveles relativos de precios, si los precios son diferentes, entonces la definición adecuada del mercado podría también ser diferente.⁸⁹

En el caso del azúcar y los distintos tipos de edulcorantes que son potenciales productos sustitutos, son apreciables igualmente amplias diferencias de precios entre las equivalencias de cantidades que aproximadamente representan un kilogramo de azúcar, por lo que estos productos no pueden ser sustitutos de la demanda del azúcar en el mercado boliviano, de acuerdo siguiente cuadro:

Cuadro N° 9

Precios de cantidades equivalentes de endulzantes, 2012

Productos	Cantidad gramos	Precio Bs.	Diferencia %
Azúcar	1000	5,27	0%
Miel	750	36,75	597%
Stevia	50	26,74	407%
Sacarina	100	22,76	332%

Fuente: AEMP en base a datos supermercados.

- ***“2. Los costos de distribución del bien mismo; de sus insumos relevantes; de sus complementos y de sustitutos desde otras regiones y del extranjero, teniendo en cuenta fletes, seguros, aranceles y restricciones no arancelarias, las restricciones impuestas por los agentes económicos o por sus asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones”***

⁸⁹ Davis & Garcés (2010). Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis, Pág. 167.

Las principales zonas productoras de caña de azúcar se encuentran en los departamentos de Santa Cruz y Tarija, en consecuencia, los ingenios azucareros se encuentran localizados en zonas cercanas a la materia prima dirigida a producir azúcar.

Asimismo, la caña de azúcar tiene la particularidad de perder sacarosa de manera rápida en función al momento de su cosecha, es lo que explica la cercanía existente entre las fuentes y la producción de azúcar basada en la caña. Esto último determina que no exista la posibilidad de importación de caña de azúcar, lo cual limita el mercado relevante a nivel geográfico al territorio nacional.

• ***“3. Los costos y las probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados”***

El grado de sustituibilidad entre bienes sustitutos funcionales (uso similar) dependen de los precios en que son comercializados, por lo que en el mercado boliviano no representan sustitutos cercanos del azúcar los distintos edulcorantes (naturales y/o artificiales).

Según Figari, Gómez & Zúñiga: “...un instrumento adecuado para verificar la existencia de zonas geográficas contiguas que por presentar condiciones similares podrían ser parte de un mismo mercado relevante, resulta ser el análisis de correlaciones de precios entre distintas zonas”⁹⁰.

En ese sentido, una elevada correlación en los precios⁹¹ de venta del azúcar entre los distintos departamentos de Bolivia, permitirá establecer que estos departamentos participan de un **único mercado geográfico relevante** (Bolivia).

Utilizando los precios promedio de venta de azúcar a nivel nacional⁹² proporcionados por el Sistema de Información y Seguimiento a la Producción y Precios de los Productos Agropecuarios en los Mercados (SISPAM), así como, los precios promedios proporcionados por los ingenios azucareros⁹³, se realizó un análisis de correlación de precios a nivel nacional⁹⁴, obteniéndose los siguientes niveles de correlación lineal de precios para los distintos departamentos (Cuadro N° 10):

⁹⁰ Figari, Gómez & Zúñiga (2004). Hacia una metodología para la definición del mercado relevante y la determinación de la existencia de posición de dominio, pág. 172.

⁹¹ Mientras más próximo sea el valor a 1, mayor será la correlación de precios existente entre las zonas.

⁹² Julio 2011 - Septiembre 2013.

⁹³ Véase el Anexo N° 1.

⁹⁴ Si bien no se realizó la correlación de precios de Pando, se asume (de acuerdo al Decreto Supremo N° 20180) que los precios de venta serán similares a los de Cochabamba y Santa Cruz, salvo por la adición de los costos de transporte. Por lo tanto, la correlación de precios sería similar a la de los mencionados departamentos.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Cuadro N° 10

Análisis de Correlación de precios para la determinación del mercado geográfico relevante

	ORURO	LA PAZ	POTOSI	CBBA.	SUCRE	TARIJA	SANTA CRUZ	BENI
ORURO	1							
LA PAZ	0,93	1						
POTOSI	0,98	0,94	1					
CBBA.	0,93	1,00	0,94	1				
SUCRE	0,98	0,96	0,99	0,96	1			
TARIJA	0,97	0,94	0,99	0,94	0,99	1		
SANTA CRUZ	0,95	0,99	0,95	0,99	0,97	0,95	1	
BENI	0,90	0,89	0,93	0,89	0,95	0,94	0,92	1

Fuente: AEMP en base a datos SISPAAM e ingenios azucareros. Anexo N° 1.

Los resultados expuestos en el cuadro anterior evidencian la elevada correlación de precios del azúcar (muy próxima a 1) para los distintos departamentos de Bolivia, por tanto, es posible establecer que todos ellos participan de un único mercado geográfico relevante compuesto por el territorio de Bolivia.

- ***“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”***

La sustituibilidad de la oferta se refiere a la existencia de empresas de otros mercados que sin ser productoras del producto en cuestión, deberían de considerarse como parte del mercado relevante, ya que pueden empezar a producir el mismo realizando una baja inversión, sin costos significativos y en un corto plazo (menor a un año). Por lo tanto, la sustituibilidad de la oferta no se considerará cuando implique plazos o cantidades de inversión significativos.

En ese sentido, es posible señalar que existe una serie de condiciones que deben de ser cumplidas, para que se pueda considerar viable la sustituibilidad por el lado de la oferta; particularmente, la capacidad de cambio en la producción de un producto a otro debe de ser fácil, rápida y realizable; es decir que, el productor de un bien debe tener la habilidad y maquinaria necesaria para poder producir el producto, sin que esto represente incurrir en costos hundidos considerables y que las barreras de entrada sean fácilmente superables de una manera relativamente rápida y barata.

Cuando se incrementan los precios de venta de un producto, los consumidores responden a los incrementos, pero también lo harán otros potenciales proveedores rivales, ya que, mayores precios representan un incentivo para la producción de dicho producto. Por lo tanto, al considerar la sustituibilidad por el lado de la oferta para la determinación del mercado de producto se incluirá a las empresas que podrían ingresar al mercado con la facilidad antes señalada.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Toda vez que, los productores a ser incluidos en el mercado relevante producto precisan tener la habilidad y maquinaria que les permita pasar a fabricar el producto relevante en un plazo muy corto, sin incurrir en costos significativos. En nuestra investigación, podemos identificar dos ingenios (Aguai y Santa Cecilia) que si bien durante el periodo 2013 se dedicaron exclusivamente a la producción de alcohol, disponen tanto del conocimiento como de la maquinaria que les permitiría (sin mayores inversiones en caso de que las condiciones de precio fueran favorables), la producción de azúcar a base de caña de azúcar.

Sin embargo, los incrementos de precios de venta del azúcar evidenciados en las gestiones 2010 y 2011, gestiones en las cuales se pasó de 160 Bs. el quintal de azúcar hasta precios de 450 Bs. el quintal⁹⁵, permiten desestimar la posibilidad de que el ingenio Santa Cecilia hubiese preferido cesar su producción de alcohol por la de azúcar, descartándose de esta manera la sustituibilidad por el lado de la oferta de parte de este ingenio.

Por otra parte, considerar que pese a que el ingenio Aguai se constituyó⁹⁶ en mayo del 2007, no fue hasta mayo del año 2013 que recién empezó con la producción de alcohol, previendo la producción de azúcar⁹⁷ recién para junio del 2014, por lo que esta empresa podría incorporarse dentro del mercado relevante sin costos significativos y en un corto plazo (menor a un año).

Sin embargo, se requirieron de seis (6) años para que el ingenio Aguai pudiese ingresar efectivamente en el mercado, situación que permite evidenciar la imposibilidad de rivales potenciales de producir azúcar en el corto plazo, si es que decidiesen ingresar en el mercado en este momento. En otras palabras, la posibilidad de que exista sustituibilidad por el lado de la oferta en el corto plazo por otros entrantes potenciales distintos al ingenio Aguai resulta inviable.

Por lo tanto, en base a la evidencia empírica histórica correspondiente a los patrones de comportamiento de los potenciales productores de azúcar observados en las gestiones 2010 y 2011, la cual permite verificar que ante alguna variación de las condiciones del mercado, los productores no viraron su producción de un bien (alcohol) hacia la producción de otros bienes (azúcar), así como, a la improbabilidad de que los efectos de la sustituibilidad por el lado de la oferta sean inmediatos por entrantes potenciales que decidan ingresar en este momento, es posible descartar la existencia de sustituibilidad por el lado de la oferta y se establece como mercado producto el mercado del azúcar elaborada a base de caña de azúcar.

En síntesis, el mercado relevante está determinado a la comercialización del azúcar de caña a nivel nacional en todos sus tipos, con una temporalidad correspondiente a la gestión 2013.

1.1.1 Determinación de poder de mercado (PdM)

⁹⁵ Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras.

⁹⁶ Según Escritura pública N° 471/2007, disponible en FUNDEMPRESA.

⁹⁷ http://www.la-razon.com/economia/Santa-Cruz-nuevo-ingenio-despues_0_1842415779.html

El artículo 13 de la RM 190 señala que para la determinación de poder sustancial de mercado del presunto infractor en el mercado relevante, la AEMP debe considerar los criterios en él previstos, los cuales, permitirán acreditar lo anterior. Para lo cual se analizan los siguientes criterios:

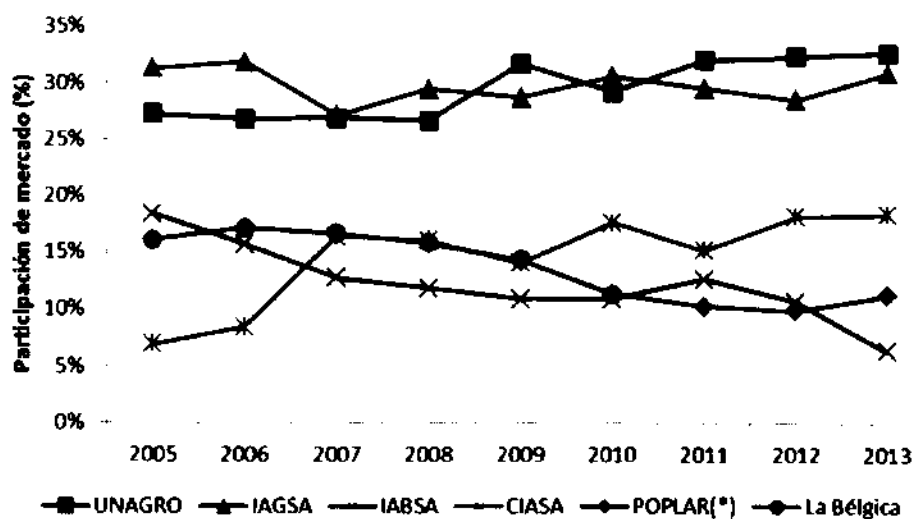
- “1. Su participación en dicho mercado y si puede fijar precios unilateralmente o restringir el abasto en el mercado relevante sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder”

En relación a la evolución de las cuotas de mercado de los ingenios azucareros, se puede identificar una estabilidad en el tiempo respecto a las magnitudes de cada empresa (Gráfico N° 5).

Al respecto, durante la gestión 2013 aquellos ingenios con mayores participaciones de mercado fueron UNAGRO (33%) y IAGSA (31%), presentando menores participaciones los ingenios CIASA (18%), POPLAR (11%) e IABSA (6%)⁹⁸. La participación de mercado de las importaciones de azúcar para el año 2013 fue marginal con aproximadamente el 1% del mercado. Donde del conjunto de todas estas participaciones se establece una estabilidad en el tiempo de todas estas, las cuales en conjunto reflejan el control prácticamente total del mercado relevante del azúcar en Bolivia.

Gráfico N° 5

Evolución de las participaciones de mercado de ingenios azucareros, Bolivia
Periodo: 2005 – 2013



(*) Para los datos previos a la gestión 2011 fueron considerados los de Don Guillermo/ex La Bélgica.

(**) 2013 Importaciones del 1%.

Fuente: AEMP en base a datos ingenios azucareros y Aduana Nacional. Anexo N° 5.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

- **“2. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores”**

Costos hundidos

El proceso de producción del azúcar, requiere que los participantes de dicha industria presenten costos hundidos (ej. maquinaria de recepción de la caña, molienda, etc.) para instalar y poner en funcionamiento un ingenio azucarero, costos que al ser significativos pueden representar una barrera de ingreso para potenciales entrantes.

Economías de escala

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 alcanzar el tamaño óptimo de planta, que permita producir de manera competitiva (generando la rentabilidad mínima necesaria para continuar operando) y hacer frente a las empresas ya presentes en el mercado.

La inversión en capacidad instalada que debe realizarse en la industria azucarera, 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 positivos, representando ello una barrera de ingreso para potenciales entrantes.

Ubicación geográfica

La ubicación geográfica de los ingenios estará condicionada a los lugares donde se disponga de las condiciones ambientales propicias para el cultivo de la caña de azúcar (p. ej., humedad, temperatura, suelo, etc.), si es que la disponibilidad de las condiciones ambientales propicias para la producción de caña de azúcar es escasa, ello puede representar una barrera de entrada a potenciales entrantes a la industria azucarera.

La imposibilidad de instalar una planta de producción en un área geográfica que cumpla con las condiciones necesarias para lograr aprovisionarse de materia prima en las mejores condiciones de calidad y en el menor tiempo posible, puede llegar a representar una barrera de ingreso para potenciales entrante al mercado.

- **“3. La existencia y poder de sus competidores en el mercado relevante”**

Al identificarse al conjunto de ingenios azucareros como un solo agente económico, permite concluir que dadas las cuotas de mercado estables en el tiempo, determina que no existiría influencia alguna de volúmenes de importación que puedan crear algún nivel de competencia

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

en contra de los ingenios establecidos en Bolivia, por lo tanto, no existe poder alguno de competidores, puesto que estos son prácticamente inexistentes.

Lo anterior establece la limitada influencia que tienen los productores de azúcar a nivel internacional de disciplinar de alguna manera el comportamiento a nivel nacional, basados en el hecho de que en la gestión 2013, el porcentaje de importaciones “legales” no superó el 1%. En consecuencia, el poder de mercado de los competidores es bajo.

- **“4. Las posibilidades de acceso del agente económico y sus competidores a fuentes de insumos”**

Como se indicó en el análisis del mercado relevante, los ingenios azucareros se encuentran cercanos a las zonas cañeras de Bolivia, y siendo la caña de azúcar el principal insumo para la producción de azúcar las posibilidades de acceso a fuentes de insumo se encuentra bastante limitada. Sumado al hecho de la existencia de contratos y convenios entre los ingenios y las asociaciones de cañeros, lo cual determina en primer lugar un aprovisionamiento estable y seguro, pero en segundo término también una forma en que los ingenios puedan establecer precios fijos hacia los productores de tal manera que estos últimos se encuentren en desventaja al momento de negociar.

En consecuencia, las posibilidades de acceso a la caña de azúcar incrementa el poder de mercado conjunto por parte de los ingenios azucareros hacia las asociaciones de cañeros.

- **“5. Su comportamiento reciente;”**

Las conductas de concertación y discriminación de precios realizada por los ingenios azucareros, data de más de diez (10) años atrás. En consecuencia, el comportamiento reciente de los agentes económicos investigados define una conducta continua en el tiempo, lo que en definitiva refuerza el poder de mercado que vienen ejerciendo en forma conjunta y en particular también.

- **“6. Los demás criterios que sean sustentados desde el punto de vista económico y legal”**

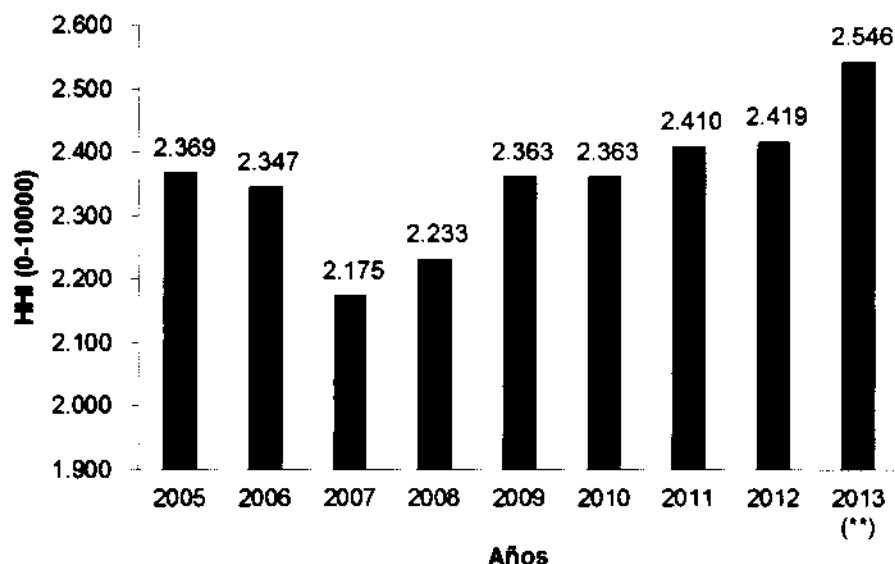
Como herramientas para establecer el grado de concentración en un determinado mercado relevante, es posible la utilización del índice de concentración de *Hirschmann y Herfindahl Index* (HHI por sus siglas en inglés). En particular, la utilidad en su cálculo está relacionada a identificar aquellos segmentos de mercado en los cuales se presenta una alta concentración de cuotas de mercado, de tal manera de concluir si existen mayores o menores condiciones de competencia en los segmentos analizados.

Los valores del índice HHI⁹⁹ aplicado al mercado relevante identificado y para el periodo 2005-2013, permite concluir que se trata de un mercado con una alta concentración y con tendencia a

⁹⁹ De acuerdo a la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDNIN°071/2014 de 17 de julio de 2014, que aprueba el Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicación de Sanciones en el marco del Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento, se indican los niveles de concentración de un determinado mercado a través del índice de

incrementarse en el tiempo, con un valor máximo de 2.546 puntos para el año 2013 (Gráfico N° 6).

Gráfico N° 6
Relación de HHI (0-10.000 puntos) a nivel producción de azúcar
Periodo: 2005-2013



(**) 2013 Importaciones del 1%.
Fuente: AEMP en base al Anexo N° 5.

En síntesis, tomando en cuenta los seis (6) criterios analizados se establece que en conjunto, los ingenios azucareros investigados poseen poder sustancial de mercado en la comercialización de azúcar a nivel nacional.

3 Ganancias en eficiencia

De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 12, parágrafos I y II del D.S. 29519, para determinar si una conducta anticompetitiva relativa deba ser sancionada, los agentes económicos *podrán acreditar* ante la AEMP si existen ganancias en eficiencia derivadas de la conducta y que incidan favorablemente en el proceso de competencia, incluyéndose una serie de criterios.

Al respecto, la empresa IAGSA no acreditó ganancia en eficiencia derivadas de la conducta anticompetitiva relativa identificada por la AEMP bajo la figura de discriminación de precios.

4 Condición de la infracción

concentración HHI, considerándose los rangos de alta, moderada y baja concentración entre un valor mayor a 2.000, entre 1.000 y 2.000 y menor a 1.000 puntos, respectivamente.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

4.1 Infracciones absolutas

El artículo 9 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, las prácticas anticompetitivas absolutas señaladas en el artículo 10 del Decreto Supremo N° 29519, son infracciones consideradas de gravedad media y máxima, las mismas que, ante la evidencia de su ejecución por parte del o los agentes económicos involucrados bajo garantía del debido proceso, serán sancionadas con multa o con la suspensión definitiva o temporal de sus actividades y en su caso, con la Revocatoria de la Matrícula de Comercio, de acuerdo a evaluación económica y justificación legal en el marco de las disposiciones normativas en vigencia.

4.2 Infracciones relativas

De acuerdo con lo señalado en el artículo 10 de la RM 190, para considerar que las prácticas anticompetitivas relativas previstas en el artículo 11 del D.S. 29519 sean consideradas como infracciones de gravedad leve, media o máxima, se debe determinar el poder de mercado del presunto infractor en el mercado relevante investigado, conforme a lo establecido en los artículos 11, 12 y 13 de la RM 190, lo cual ya fue acreditado en los puntos anteriores.

Una vez que la conducta realizada por IAGSA cumplió con lo dispuesto en el artículo 11, numeral 10 y art. 10 del D.S. 29519 y estando esto acreditado. Sumado a que una vez que se demostró haber sido realizada por un agente económico, con poder sustancial en cada mercado relevante y ocasionar un daño al proceso de competencia, sin que se acrediten ganancias en eficiencia, corresponde continuar con lo señalado en los artículos 9, 10 y 35 de la RM 190, relativos a la condición de infracción de una práctica anticompetitiva absoluta, y relativa respectivamente y los criterios de gravedad a ser considerados en la aplicación de sanciones, respectivamente. Así, como los criterios y la metodología para la aplicación de sanciones administrativas, incluidos en la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°071/2014 (en adelante RA 071/2014) de 17 de julio de 2014.

5 Valoración de los criterios de graduación de la sanción

El artículo 35 de la RM 190 y el artículo 17 del Reglamento aprobado por la RA 071/2014 señalan los criterios a utilizarse para establecer la gravedad de una infracción, de lo cual se obtuvo lo siguiente¹⁰⁰:

- i. **La magnitud de los hechos o magnitud de la afectación del mercado.**- Para el caso de la conducta anticompetitiva absoluta de concertación de precios e intercambio de información se trata de cinco agentes económico, IAGSA, IABSA, CIASA, UNAGRO y POPLAR. Por lo tanto, corresponde el puntaje máximo de diez (10).

Para el caso de la conducta anticompetitiva relativa se identificó al conjunto de ingenios azucareros como un solo agente económico, por lo tanto, el factor de puntaje aplicado es de cero (0).

¹⁰⁰ Véase el Anexo N° 7 de cálculo.

- ii. **El beneficio o utilidad estimadas obtenida por la práctica anticompetitiva.-** Éste fue calculado tomando en cuenta la diferencia que existió entre el precio cobrado por IAGSA a nivel exportación y el del mercado interno. De acuerdo a éste cálculo se obtuvo que el rango de beneficios fue menor a diez millones de bolivianos (10.000.000 de bolivianos). Por lo tanto, corresponde el puntaje mínimo de dos coma cinco (2,5).
- iii. **La conducta procesal de las partes.-** No se tuvo evidencia de ningún tipo de falta en el proceso sancionador por parte de IAGSA. Por lo tanto, corresponde el puntaje mínimo de cero (0).
- iv. **El daño causado a la comunidad o el nivel de los daños causados a la libre competencia en el ámbito nacional en función de la modalidad y el alcance de la competencia (Objeto o Efecto).-** En función a que se trató de una práctica comercial de IAGSA, surtió efectos sobre la competencia al crear ventajas exclusivas a clientes ubicados en el exterior en contra de aquellos ubicados en Bolivia. Producto de lo anterior, la comunidad también sufrió daño del tipo económico, puesto que, los gastos para adquirir azúcar a nivel nacional fueron superiores que en el exterior. Por lo tanto, corresponde el puntaje mínimo de dos coma cinco (2,5).
- El daño causado a la comunidad o el nivel de los daños causados a la libre competencia en el ámbito nacional en función de la modalidad y el alcance de la competencia (Alcance).-** El azúcar que fue objeto de una conducta anticompetitiva absoluta y otra relativa, es considerada un bien que es comercializado a nivel al por mayor principalmente y es vendida al por menor en tiendas y supermercados. Por lo tanto, corresponde el puntaje de uno coma veinticinco (1,25).
- v. **La dimensión del mercado afectado.-** El mercado geográfico afectado por la infracción es departamental, debido a que los ingenios principalmente venden el azúcar en la puerta del ingenio, ya sea en Santa Cruz o en Tarija. No obstante el hecho de que el producto se comercializa al menudeo a nivel nacional y es también exportada. Por lo tanto, corresponde el puntaje de cinco (5) por su carácter departamental.
- vi. **La cuota del mercado de la empresa correspondiente.-** Las cuotas de mercado calculadas para IAGSA en función al porcentaje de participación en ingresos por ventas para la gestión 2013, correspondió al 31%. Por lo tanto, corresponde el puntaje de cinco (5).
- vii. **Los efectos de la restricción de la competencia sobre los competidores efectivos y/o potenciales (Efectos).-** No se observaron efectos de desplazamiento indebido, restricción o impedimento de ingreso de competidores. Por lo tanto, corresponde el puntaje mínimo de cero (0).
- viii. **La afectación a las otras partes del proceso económico y los consumidores o usuarios (Afectación).-** Como producto de la conducta anticompetitiva identificada no se



"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

observó afectación indebida por parte de IAGSA. Por lo tanto, corresponde el puntaje mínimo de cero (0).

- ix. **La duración de la restricción de la competencia o de la práctica.-** La conducta identificada tuvo una duración menor o igual a un año. Por lo tanto, corresponde el puntaje de cinco (5).
- x. **La reiteración o frecuencia de la conducta prohibida.-** Cada conducta anticompetitiva se realizó durante la gestión 2013, constituyendo el acuerdo de precios una concertación que se realiza una vez al año debido a la estacionalidad de la cosecha de caña de azúcar. Por lo tanto, corresponde el puntaje de dos coma cinco (2,5).
- xi. **El grado de negligencia o intencionalidad del infractor.-** En función de haberse demostrado la conducta anticompetitiva absoluta y relativa, se demostró que éstas fueron realizadas con la intervención o participación de otros agentes económicos. Por lo tanto, corresponde el puntaje de diez (10).
- xii. **Cumplimiento de plazos otorgados por la AEMP en diligencias preliminares.-** Fue evidente el cumplimiento de plazos de IAGSA en la etapa de diligencias preliminares. Por lo tanto, corresponde el puntaje mínimo de cero (0).
- xiii. **Índice Herfindahl - Hirschmann.-** El nivel de concentración fue mayor a los 2.000 puntos en cada mercador relevante. Por lo tanto, corresponde el puntaje de diez (10).

Las prácticas anticompetitivas identificadas por la AEMP tanto en el análisis técnico como jurídico se trató de una práctica anticompetitiva absoluta y otra relativa, enmarcadas en el artículo 10 y 11, numeral 10 del D.S. N° 29519 en concordancia con el artículo 12 de la RA 071/2014. Al haberse demostrado la **concertación del precio de venta del azúcar así como el intercambio de información, y establecimiento de distintos precios de venta del azúcar** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones, generando ventajas exclusivas en favor de un grupo de compradores, mismos que ha permitido a la empresa IAGSA obtener beneficios para sí misma, por lo que, conforme lo establece el artículo 33 en su numeral 2 de la RM 190 corresponde calificar la infracción realizada por IAGSA como de gravedad media e imponer la sanción de multa.

Al respecto, el proceso sancionador iniciado contra IAGSA demostró la existencia de una conducta anticompetitiva absoluta en la **concertación del precio de venta del azúcar** y una conducta anticompetitiva relativa como es el **establecimiento de distintos precios de venta del azúcar** para diferentes compradores situados en igualdad de condiciones.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Analizados los criterios técnicos expuestos precedentemente y la comisión de la práctica anticompetitiva conforme establece el artículo 23 de la RA 071/2014, deben aplicarse atenuantes y agravantes, luego de valorados los criterios de gravedad, en este sentido:

Agravantes: No se registran antecedentes de sanción a la empresa IAGSA durante los tres años anteriores a la fecha, por lo que no existe reincidencia.

Atenuantes: IAGSA no reconoció su responsabilidad ni aceptó los cargos formulados en su contra de manera integral e incondicionada por lo que no corresponde considerar atenuantes.

Revisados los antecedentes del procedimiento administrativo sancionador, no se presentó el ocultamiento de información, distorsión, destrucción de información o entorpecimiento de las investigaciones, por lo que no corresponde aplicar multa alguna por estos conceptos descritos en el artículo 25 de la RA 071/2014.

6 Cálculo de la multa a la empresa IAGSA

Una vez definida la infracción y graduada la sanción, corresponde elaborar el cálculo correspondiente a la multa y partiendo de los ingresos brutos de IAGSA correspondientes a la gestión 2014 (Anexo N° 7), corresponden las siguientes multas:

- 6.1 Conducta anticompetitiva absoluta en las infracciones de concertación de precios e intercambio de información es de **UFV 13.848.947,36 (TRECE MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y SIETE 36/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)**, cuyo detalle se encuentra en Anexo N° 6.
- 6.2 Conducta anticompetitiva relativa en la infracción de discriminación de precios es de **UFV 9.232.631,57 (NUEVE MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SEISCIENTOS TREINTA Y UN 57/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)**, cuyo detalle se encuentra en Anexo N° 6.

7 Sanción a Carlos Eduardo Rojas Amelunge, Presidente de Directorio de la empresa IAGSA, gestión 2013

Habiéndose comprobado la participación de **Carlos Eduardo Rojas Amelunge** en su condición de Presidente de Directorio de la Sociedad en las decisiones que motivaron la comisión de la conducta anticompetitiva de IAGSA, corresponde establecer la sanción de acuerdo a los lineamientos proporcionados por el Reglamento aprobado por Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°071/2014, que en el segundo párrafo de su artículo 5 establece:

“Asimismo, serán sancionados con la inhabilitación, los directores, administradores, gerentes, representantes, mandatarios u otras personas, que hayan participado en las decisiones del agente económico que fueron sancionadas por infracción a la normativa de defensa de la competencia. La participación será investigada y procesada en el

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

mismo procedimiento y la sanción de inhabilitación que corresponda, será impuesta en la misma resolución que declare probada la conducta anticompetitiva, de conformidad con lo establecido en el artículo 41 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190."

Que, el Código de Comercio Boliviano, señala en su artículo 19 que se hallan impedidos para ejercer el comercio: **"1) Las personas señaladas por disposiciones legales o como consecuencia de sentencia judicial"**.

Que, asimismo el artículo 29 del Código de Comercio Boliviano en lo que refiere a los actos y contratos sujetos a inscripción, establece que deben inscribirse en el Registro de Comercio: ... **"3) Las resoluciones o sentencias que impongan a los comerciantes la prohibición del ejercicio del comercio;"**

Dada esta facultad de la AEMP, considerando la gravedad de la conducta anticompetitiva en la cual **Carlos Eduardo Rojas Amelunge** participó como Presidente del Directorio, corresponde sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de ciento veinte (120) días calendario.

8 Sanción a Rudiger Trepp Del Carpio, Gerente General de la empresa IAGSA, gestión 2013

Habiéndose comprobado la participación de **Rudiger Trepp Del Carpio** en su condición de Gerente General de la Sociedad en las decisiones que motivaron la comisión de la conducta anticompetitiva de IAGSA, corresponde establecer la sanción de acuerdo a los lineamientos proporcionados por el Reglamento aprobado por Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°071/2014, que en el segundo párrafo de su artículo 5 establece:

"Asimismo, serán sancionados con la inhabilitación, los directores, administradores, gerentes, representantes, mandatarios u otras personas, que hayan participado en las decisiones del agente económico que fueron sancionadas por infracción a la normativa de defensa de la competencia. La participación será investigada y procesada en el mismo procedimiento y la sanción de inhabilitación que corresponda, será impuesta en la misma resolución que declare probada la conducta anticompetitiva, de conformidad con lo establecido en el artículo 41 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190."

Que, el Código de Comercio Boliviano, señala en su artículo 19 que se hallan impedidos para ejercer el comercio: **"1) Las personas señaladas por disposiciones legales o como consecuencia de sentencia judicial"**.

Que, asimismo el artículo 29 del Código de Comercio Boliviano en lo que refiere a los actos y contratos sujetos a inscripción, establece que deben inscribirse en el Registro de Comercio: ... **"3) Las resoluciones o sentencias que impongan a los comerciantes la prohibición del ejercicio del comercio;"**

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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

Dada esta facultad de la AEMP, considerando la gravedad de la conducta anticompetitiva en la cual **Rudiger Trepp Del Carpio** participó como Gerente General, corresponde sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de ciento veinte (120) días calendario.

9 Sanción a Luis Fernando Vásquez Vespa, Gerente Comercial de la empresa IAGSA, gestión 2013

Habiéndose comprobado la participación de **Luis Fernando Vásquez Vespa** en su condición de Gerente Comercial de la Sociedad en las decisiones que motivaron la comisión de la conducta anticompetitiva de IAGSA, corresponde establecer la sanción de acuerdo a los lineamientos proporcionados por el Reglamento aprobado por Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°071/2014, que en el segundo párrafo de su artículo 5 establece:

"Asimismo, serán sancionados con la inhabilitación, los directores, administradores, gerentes, representantes, mandatarios u otras personas, que hayan participado en las decisiones del agente económico que fueron sancionadas por infracción a la normativa de defensa de la competencia. La participación será investigada y procesada en el mismo procedimiento y la sanción de inhabilitación que corresponda, será impuesta en la misma resolución que declare probada la conducta anticompetitiva, de conformidad con lo establecido en el artículo 41 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190."

Que, el Código de Comercio Boliviano, señala en su artículo 19 que se hallan impedidos para ejercer el comercio: **"1) Las personas señaladas por disposiciones legales o como consecuencia de sentencia judicial".**

Que, asimismo el artículo 29 del Código de Comercio Boliviano en lo que refiere a los actos y contratos sujetos a inscripción, establece que deben inscribirse en el Registro de Comercio: ... **"3) Las resoluciones o sentencias que impongan a los comerciantes la prohibición del ejercicio del comercio,"**

Dada esta facultad de la AEMP, considerando la gravedad de las conductas anticompetitivas en la cual **Luis Fernando Vásquez Vespa** participó como Gerente Comercial, corresponde sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de ciento veinte (120) días calendario.

CONSIDERANDO: (Conclusiones)

Que, del análisis contenido en la presente resolución administrativa, de igual forma contenido en el Informe Técnico AEMP/DTDCDN/MAVY/RTS N° 192/2015 de 12 de noviembre de 2015 y el Informe Jurídico AEMP/DTDCDN/YSP N°193/2015 de 12 de noviembre de 2015, se establece lo siguiente:

- IAGSA, durante el periodo de investigación, año 2013, realizó acuerdos con el objeto de concertar los precios de venta de azúcar e intercambiar información con otros ingenios azucareros, el acuerdo entre empresas competidoras como tal constituye una conducta

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 - Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

anticompetitiva absoluta y contravención al Decreto Supremo N° 29519 en su artículo 10, parágrafo I, inciso a).

- IAGSA junto a los ingenios CIASA, IABSA y UNAGRO durante el periodo de investigación, año 2013, practicaron la venta de azúcar discriminando injustificadamente el precio de venta de azúcar para su comercialización en el mercado interno y para el mercado de exportación, siendo el precio del azúcar para la exportación menor que el precio del azúcar para el mercado interno. El producto era vendido a agentes económicos situados en igualdad de condiciones y se generaron ventajas exclusivas en favor de quienes compraban el producto para su exportación, frente a quienes compraban el producto con destino al mercado interno. Lo cual, constituyó el otorgamiento de ventajas exclusivas en favor de los clientes favorecidos con los menores precios y generando con ello indicios de una conducta de discriminación de precios considerada anticompetitiva en el marco del Decreto Supremo N° 29519 en su artículo 11, numeral 10.
- Los señores **Carlos Eduardo Rojas Amelunge, Rudiger Trepp Del Carpio y Luis Fernando Vásquez Vespa**, que cumplieron funciones en el periodo de investigación 2013, participaron en las decisiones que motivaron la comisión de las conductas anticompetitivas identificadas por la AEMP, establecidas en el artículo 10, parágrafo I, inciso a y el artículo 11, numeral 10) del Decreto Supremo N° 29519.
- Constituyendo la infracción de la empresa como de gravedad media y aplicados los criterios de gravedad del Reglamento para la Graduación de Infracciones y Aplicaciones de Sanciones en el marco del Decreto Supremo N° 29519 y su Reglamento (Resolución Ministerial 190/2008), y su Anexo 1 Guía para la Aplicación de Sanciones aprobado mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 071/2014 de 17 de julio de 2014, como se puede observar en el apartado seis (6) del considerando de Sanción de la presente resolución, se determinó la multa a ser impuesta a la empresa IAGSA.

Que, expuestas las conclusiones respecto al proceso sancionador iniciado mediante Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N° 81/2015 de 03 de agosto de 2015 y luego de haberse realizado las distintas etapas que comprenden este proceso, de conformidad a lo establecido por el artículo 27 del Reglamento aprobado por Resolución Ministerial N° 190, corresponde emitir la Resolución Administrativa respectiva.

POR TANTO:

El Director Ejecutivo de la Autoridad de Fiscalización de Empresas, en uso de las atribuciones conferidas por disposiciones legales sectoriales;

RESUELVE:

PRIMERO. DECLARAR PROBADA la comisión de la Conducta Anticompetitiva Absoluta descrita en el artículo 10, parágrafo I, inciso a) del Decreto Supremo N° 29519, por parte de la empresa Ingenio Azucarero Guabirá Sociedad Anónima - IAGSA, y en consecuencia,

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

sancionarla con la multa de UFV 13.848.947,36 (TRECE MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y SIETE 36/100 Unidades de Fomento a la Vivienda), que deberá ser pagada en la Cuenta Fiscal N° 10000008955607 del Banco Unión S.A., en un plazo de diez (10) días hábiles administrativos de notificada la presente Resolución, conforme al Anexo N° 6 que forma parte indivisible de la misma.

SEGUNDO. DECLARAR IMPROBADA la comisión de la Conducta Anticompetitiva Absoluta descrita en el artículo 10, parágrafo I, inciso c) del Decreto Supremo N° 29519, por parte de la empresa Ingenio Azucarero Guabirá Sociedad Anónima – IAGSA durante el periodo de investigación.

TERCERO. DECLARAR PROBADA la comisión de la Conducta Anticompetitiva Relativa descrita en el artículo 11, numeral 10 del Decreto Supremo N° 29519, por parte de la empresa Ingenio Azucarero Guabirá Sociedad Anónima – IAGSA, y en consecuencia, sancionarla con la multa de UFV 9.232.631,57 (NUEVE MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SEISCIENTOS TREINTA Y UN 57/100 Unidades de Fomento a la Vivienda), que deberá ser pagada en la Cuenta Fiscal N° 10000008955607 del Banco Unión S.A., en un plazo de diez (10) días hábiles administrativos de notificada la presente Resolución, conforme al Anexo N° 6 que forma parte indivisible de la misma.

CUARTO. DECLARAR PROBADA la participación del Presidente de Directorio de la empresa Ingenio Azucarero Guabirá Sociedad Anónima – IAGSA, señor **Carlos Eduardo Rojas Amelunge**, que cumplió funciones en la gestión 2013 en las decisiones que motivaron la comisión de la práctica anticompetitiva referida a la concertación de precios de venta del azúcar e intercambio de información con el mismo objeto; y al establecimiento de distintos precios en la comercialización del azúcar para diferentes clientes situados en igualdad de condiciones, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de ciento veinte (120) días calendario.

QUINTO. DECLARAR PROBADA la participación del Gerente General de la empresa Ingenio Azucarero Guabirá Sociedad Anónima – IAGSA, señor **Fritz Rudiger Trepp Del Carpio**, que cumplió funciones en la gestión 2013 en las decisiones que motivaron la comisión de la práctica anticompetitiva referida a la concertación de precios de venta del azúcar e intercambio de información con el mismo objeto; y al establecimiento de distintos precios en la comercialización del azúcar para diferentes clientes situados en igualdad de condiciones, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de ciento veinte (120) días calendario.

SEXTO. DECLARAR PROBADA la participación del Gerente Comercial de la empresa Ingenio Azucarero Guabirá Sociedad Anónima – IAGSA, señor **Luis Fernando Vásquez Vespa**, que cumplió funciones en la gestión 2013 en las decisiones que motivaron la comisión de la práctica anticompetitiva referida a la concertación de precios de venta del azúcar e intercambio de información con el mismo objeto; y al establecimiento de distintos precios en la comercialización del azúcar para diferentes clientes situados en igualdad de condiciones, y en consecuencia, sancionarlo con la inhabilitación para ejercer el comercio por el lapso de ciento veinte (120) días calendario.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

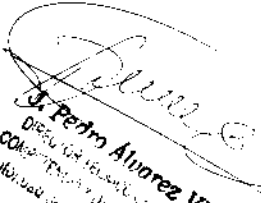
SÉPTIMO. INSTRUIR a la empresa Ingenio Azucarero Guabirá Sociedad Anónima – IAGSA lo siguiente:

- a) El cese inmediato de las acciones y prácticas anticompetitivas descritas, de acuerdo a los lineamientos establecidos en la presente Resolución Administrativa.
- b) La adecuación de sus planes, estrategias y políticas de distribución y comercialización a los lineamientos contenidos en el presente acto administrativo, dejando sin efecto cualquier disposición que atente, vulnere y restrinja la competencia y/o que tenga como objeto y efecto perseguir o mantener un oligopolio o el control y exclusividad en la producción y comercialización del azúcar, en resguardo del artículo 314 de la Constitución Política del Estado.

OCTAVO. REMITIR copia de la presente Resolución Administrativa y de los documentos pertinentes al Ministerio de Justicia - Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, para que en el marco de sus atribuciones conferidas por la normativa específica, adopte las acciones que correspondan para precautelar los derechos y garantías de las consumidoras y los consumidores de azúcar.

NOVENO. REMITIR copia de la presente Resolución Administrativa y de los documentos pertinentes al Viceministerio de Comercio y Exportaciones – Dirección General de Defensa del Consumidor, para que en el marco de sus atribuciones adopte las acciones correspondientes.

Notifíquese, cúmplase y archívese.



Dr. Pedro Alvarez Vilaseca
DIRECTOR EJECUTIVO DE DEFENSA DE LA
COMPETENCIA Y DE LA LIBRE COMPETITIVIDAD
Autoridad de Fiscalización de Empresas



Gerardo Laborda Párraga
DIRECTOR EJECUTIVO
Autoridad de Fiscalización de Empresas



“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

ANEXOS

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Anexo N° 1

AZÚCAR BLANCA NACIONAL PRECIOS Bs./qq.

FECHA	ORURO	LA PAZ	POTOSI	CBBA.	SUCRE	TARIJA	SANTA CRUZ	BENI
jul-11	268	279	276	275	275	276	264	250
ago-11	280	286	276	279	275	276	272	250
sep-11	278	277	274	274	275	276	268	250
oct-11	276	264	270	260	273	275	270	249
nov-11	273	259	266	257	264	270	256	250
dic-11	267	256	264	252	263	270	252	250
ene-12	262	253	262	249	260	270	250	250
feb-12	260	248	263	245	260	269	248	250
mar-12	255	238	262	237	259	265	237	250
abr-12	247	228	252	222	253	262	223	250
may-12	244	252	248	239	256	250	239	250
jun-12	252	250	250	243	256	255	243	250
jul-12	250	237	246	234	251	246	237	249
ago-12	236	219	242	215	245	240	221	240
sep-12	230	209	239	205	237	240	205	235
oct-12	230	202	232	198	230	234	198	229
nov-12	230	204	213	195	225	219	196	228
dic-12	227	192	215	187	225	213	188	222
ene-13	224	180	215	174	213	210	177	207
feb-13	219	185	211	179	206	198	174	185
mar-13	208	185	197	180	205	190	178	185
abr-13	188	179	187	178	198	188	174	200
may-13	183	177	181	178	192	177	167	200
jun-13	180	174	173	176	190	173	165	198
jul-13	177	183	173	178	189	170	178	190
ago-13	173	171	169	166	182	170	166	190
sep-13	186	184	185	181	193	202	168	190

Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios y SISPAW

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio “El Cóndor” Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Anexo N° 2

Precios promedio de venta en el mercado interno y precio internacional

	IAGSA	POPLAR	UNAGRO	IARSA	CIASA	Precio Internacional
ene-09	145		119	152	118	86
feb-09	151		127	152	121	94
mar-09	149		122	137	116	91
abr-09	149		122	137	117	95
may-09	148		123	137	118	109
jun-09	147		126	128	120	117
jul-09	147		124	128	120	126
ago-09	146		123	135	115	153
sep-09	145		124	152	132	166
oct-09	150		133	156	140	164
nov-09	151		132	156	137	161
dic-09	151		136	156	141	176
ene-10	153		136	164	145	155
feb-10	154		144	164	144	155
mar-10	157		149	164	145	128
abr-10	155		148	164	145	119
may-10	160		149	164	145	107
jun-10	162		149	164	147	115
jul-10	161		150	164	148	125
ago-10	161		151	164	146	131
sep-10	166		166	200	145	160
oct-10	182		196	200	169	190
nov-10	194		220	200	181	187
dic-10	194		208	212	182	198
ene-11	236		226	236	203	210
feb-11	342		361	164	334	207
may-11	299	239	274	211	282	154
jun-11	252	248	241	242	239	176
jul-11	252	240	241	242	240	208
ago-11	253	240	246	244	239	204
sep-11	253	242	244	260	239	188
oct-11	252	234	240	259	240	186
nov-11	253	232	237	259	239	173
dic-11	253	230	235	251	238	165
ene-12	254	227	235	256	233	170
feb-12	254	217	233	242	231	165
mar-12	253	199	224	239	220	168
abr-12	250	189	219	238	216	159
may-12	247	180	222	237	217	143
jun-12	246	222	215	235	223	142
jul-12	245	215	231	233	216	161
ago-12	239	198	214	228	206	145
sep-12	236	190	192	223	202	143
oct-12	231	181	191	221	201	144
nov-12	229	175	186	206	201	136
dic-12	224	166	162	204	201	136
ene-13	214	158	179	194	200	133
feb-13	201	166	171	192	200	129
mar-13	200	163	173	181	200	130
abr-13	203	162	170	180	200	125
may-13	202	154	168	176	200	123
jun-13	192	156	163	176	191	120
jul-13	189	158	181	178	181	121
ago-13	186	147	169	182	173	122
sep-13	188	155	175	183	180	124
oct-13	191	174	186	186	184	133
nov-13	187	170	183	192	173	125
dic-13	192	169	190	210	173	117

Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios y
<http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=sugar&months=120>

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Anexo N° 3
Precios promedio de exportación y precio internacional, 2008-2013

Año	IABSA	IAGSA	CIASA	UNAGRO	Precio Internacional
2008	101	116	100	104	88
2009	103	121	111	111	128
2010	109	164	146	167	148
2011	-	-	-	-	-
2012	175	194	187	183	151
2013	136	162	126	139	125

Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios y
<http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=sugar&months=120>

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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



Anexo N° 4

Evolución del precio del azúcar

Mes	Precio(Us cent / pound)	Precio \$us/Kg	Precio Bs/Kg	Precio Internacional Bs/QQ
ene-13	18,85	0,42	2,89	133
feb-13	18,21	0,40	2,79	129
mar-13	18,34	0,40	2,81	130
abr-13	17,66	0,39	2,71	125
may-13	17,43	0,38	2,67	123
jun-13	16,96	0,37	2,60	120
jul-13	17,10	0,38	2,62	121
ago-13	17,24	0,38	2,65	122
sep-13	17,62	0,39	2,70	124
oct-13	18,81	0,41	2,89	133
nov-13	17,75	0,39	2,72	125
dic-13	16,54	0,36	2,54	117
ene-14	15,71	0,35	2,41	111
feb-14	16,89	0,37	2,59	119
mar-14	17,89	0,39	2,75	126
abr-14	18,21	0,40	2,79	129
may-14	18,24	0,40	2,80	129
jun-14	18,13	0,40	2,78	128
jul-14	18,73	0,41	2,87	132
ago-14	17,72	0,39	2,72	125
sep-14	16,54	0,36	2,54	117
oct-14	16,48	0,36	2,53	116
nov-14	15,88	0,35	2,44	112
dic-14	14,99	0,33	2,30	106

Fuente: Elaboración propia en base a <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=sugar&months=120>

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio “El Cóndor” Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: acmp@autoridadempresas.gob.bo

Anexo N° 5

Evolución de las participaciones de mercado de ingenios azucareros, Bolivia (2005-2013)

Año	% de Producción Azúcar					
	POPLAR	La Bélgica	UNAGRO	IAGSA	IABSA	CIASA
2005		16%	27%	31%	18%	7%
2006		17%	27%	32%	16%	8%
2007		17%	27%	27%	13%	16%
2008		16%	27%	29%	12%	16%
2009		14%	32%	29%	11%	14%
2010		11%	29%	31%	11%	18%
2011	10%		32%	30%	13%	15%
2012	10%		32%	29%	11%	18%
2013	11%		33%	31%	6%	18%

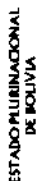
Fuente: Elaboración propia en base a datos ingenios azucareros.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio “El Cóndor” Piso II

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 – 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz – Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: acmp@autoridadempresas.gob.bo



Fuente: AEMP en base a RA 071/2014.

[illegible]

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Cobrador N° 24 – Edificio “El Cóndor” Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo



Anexo N° 6

Graduación de la sanción Conducta Anticompetitiva Relativa

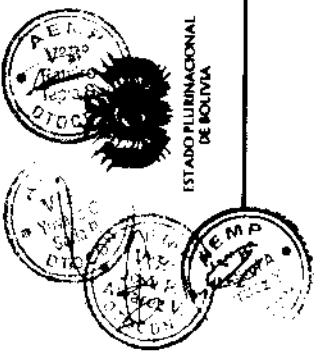
[illegible]

Fuente: AEMP en base a RA 071/2014.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 – Edificio “El Cóndor” Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152118 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia
Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo



Anexo N° 6 (Continuación)
Graduación por mercado relevante
El beneficio o utilidad estimada obtenida por la práctica anticompetitiva

Para la estimación de los beneficios que IAGSA se realizó el siguiente procedimiento:

1. Nivel de ventas de quintales de azúcar, gestión 2013.
2. Precio promedio de exportación por quintal, gestión 2013.
3. Precio promedio del Mercado Interno por quintal, gestión 2013.
4. Se multiplica el punto 1 por el 2.
5. Se multiplica el punto 1 por el 3.
6. Se resta el punto 4 menos el 5.
7. Se obtienen los ingresos excedentes.
8. El beneficio total no superó los diez (10) millones de bolivianos.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

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

Anexo N° 6 (Continuación)

Graduación Conducta Anticompetitiva Absoluta

Toda vez que, el ingreso bruto de IABSA establecido en los Estados Financieros correspondientes a la gestión 2014 fue de Bs 688.500.418,00 (SEISCIENTOS OCHENTA Y OCHO MILLONES QUINIENTOS MIL CUATROCIENTOS DIECIOCHO 00/100 bolivianos), monto del cual se obtiene que el máximo de multa¹⁰¹ posible es de Bs 68.850.041,80 (SESENTA Y OCHO MILLONES OCHOCIENTOS CINCUENTA MIL CUARENTA Y UN 80/100 bolivianos).

Tal como se puede ver en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 1

Ingreso Bruto EEFF	688.500.418,00
Multa máxima Art. 39/RM 190	10%
Máximo de Multa en Bs.	68.850.041,80
Tipo de cambio (BS/UFV) 13/11/2015	2,08803
Multa Base	4,20%
Multa Total %	4,20%
Multa Total Infracciones UFV's	13.848.947,36

(**) Fuente: Banco Central de Bolivia https://www.bcb.gob.bo/?q=servicios/ufv/datos_estadisticos - Anexo N° 8.

Utilizando el tipo de cambio 2,08803 Bs/UFV de fecha 13 de noviembre de 2015¹⁰², se determinó que la multa final por la comisión de conductas anticompetitivas de discriminación de precios es de **UFV 13.848.947,36 (TRECE MILLONES OCHOCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y SIETE 36/100 Unidades de Fomento a la Vivienda).**

El monto consignado líneas arriba deberá ser pagado en bolivianos al tipo de cambio Bolivianos/UFV correspondiente a la fecha en que se realiza el pago.

¹⁰¹ El monto tope de la multa es el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos anuales de la gestión previa (Año 2014) al procedimiento sancionador (concluido en el año 2015), acorde a los límites previstos en el numeral 1 del artículo 39 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190.

¹⁰² Fecha de emisión de la Resolución Administrativa Sancionatoria.

“Trabajando juntos, trabajamos mejor”

Dirección: Calle Batallón Cobradores N° 24 - Edificio “El Condor” Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: acmp@autoridadempresas.gob.bo



Anexo N° 6 (Continuación)
Graduación Conducta Anticompetitiva Relativa

Toda vez que, el ingreso bruto de IABSA establecido en los Estados Financieros correspondientes a la gestión 2014 fue de Bs 688.500.418,00 (SEISCIENTOS OCHENTA Y OCHO MILLONES QUINIENTOS MIL CUATROCIENTOS DIECIOCHO 00/100 bolivianos), monto del cual se obtiene que el máximo de multa¹⁰³ posible es de Bs 68.850.041,80 (SESENTA Y OCHO MILLONES OCHOCIENTOS CINCUENTA MIL CUARENTA Y UN 80/100 bolivianos).

Tal como se puede ver en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 1

Ingreso Bruto EEFF	688.500.418,00
Multa máxima Art. 39/RM 190	10%
Máximo de Multa en Bs.	68.850.041,80
Tipo de cambio (BS/UFV) 13/11/2015	2,08803
Multa Base	2,80%
Multa Total %	2,80%
Multa Total Infracciones UFV's	9.232.631,57

(**) Fuente: Banco Central de Bolivia https://www.bcb.gob.bo/?q=servicios/ufv/datos_estadisticos - Anexo N° 8.

Utilizando el tipo de cambio 2,08803 Bs/UFV de fecha 13 de noviembre de 2015¹⁰⁴, se determinó que la multa final por la comisión de conductas anticompetitivas de discriminación de precios es de **UFV 9.232.631,57 (NUEVE MILLONES DOSCIENTOS TREINTA Y DOS MIL SEISCIENTOS TREINTA Y UN 57/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)**.

El monto consignado líneas arriba deberá ser pagado en bolivianos al tipo de cambio Bolivianos/UFV correspondiente a la fecha en que se realiza el pago.

¹⁰³ El monto tope de la multa es el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos anuales de la gestión previa (Año 2014) al procedimiento sancionador (concluido en el año 2015), acorde a los límites previstos en el numeral 1 del artículo 39 del Reglamento de Regulación de la Competencia, aprobado por la Resolución Ministerial N° 190.

¹⁰⁴ Fecha de emisión de la Resolución Administrativa Sancionatoria.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

Dirección: Calle Batallón Colorados N° 24 - Edificio "El Cóndor" Piso 11

Teléfono y Fax: (591 - 2) 2150000 - 2152119 - 2110779 Casilla: 2228 La Paz - Bolivia

Página Web: www.autoridadempresas.gob.bo E-mail: aemp@autoridadempresas.gob.bo

Anexo N° 7

Estados Financieros de IAGSA
Periodo: 01-abr-2014 al 31-mar-2015

INGENIO AZUCARERO GUABIRA S.A.
"I.A.G. S.A."

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS
POR LOS EJERCICIOS COMPRENDIDOS ENTRE
EL 1° DE ABRIL DE 2014 Y 31 DE MARZO DE 2015 Y EL 1° DE ABRIL DE 2013 Y 31 DE MARZO DE 2014
(Expresado en bolivianos)



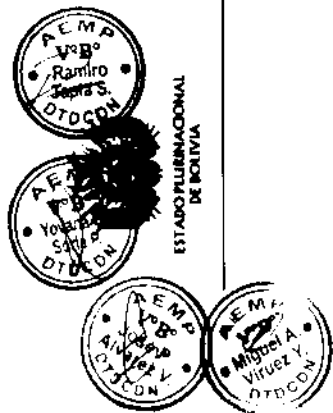
Gerencia Gracia Santa Cruz
Dpto. Encarnación
29 JUL 2015

	2015	2014
	Nota	(Reexpresado)
	Bs	Bs
Ventas de productos (Mercado externo e Interno)	3.r	986.273.206
Costo de ventas	3.s	(753.282.305)
Utilidad bruta en ventas		232.990.901

Fuente: FUNDEMPRESA.

"Trabajando juntos, trabajamos mejor"

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



Anexo N° 8
Valor de Unidades de Fomento de Vivienda (UFV)
Periodo: Desde el 01 hasta el 13 de noviembre de 2015

www.bcb.gob.bo/librerias/indicadores/ufv/actualpdf1.php?txtRango=11*1*2015**11*13*2015

BANCO CENTRAL DE BOLIVIA
ASesoría DE POLÍTICA ECONÓMICA
SUBDIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS



UNIDADES DE FOMENTO DE VIVIENDA (UFV)

Del 01/11/2015 al 13/11/2015

Fecha	Valor UFV	Fuente	Valor UFV	Fuente	Valor UFV	Fuente	Valor UFV
01/11/2015	2,00000	2,00000	02/11/2015	2,00000	2,00000	03/11/2015	2,00000
04/11/2015	2,00000	2,00000	05/11/2015	2,00000	2,00000	06/11/2015	2,00000
07/11/2015	2,00000	2,00000	08/11/2015	2,00000	2,00000	09/11/2015	2,00000
10/11/2015	2,00000	2,00000	11/11/2015	2,00000	2,00000	12/11/2015	2,00000
13/11/2015	2,00000	2,00000					

Fuente: Banco Central de Bolivia. Disponible en https://www.bcb.gob.bo/?q=servicios/ufv/datos_estadisticos.