

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR**

FACULTAD DE ECONOMÍA

Disertación previa a la obtención del título de Economista

*Análisis de la industria cementera en Ecuador,
concentración versus abuso de poder de mercado en el
periodo 2011-2015*

**Rita Verónica Cisneros Gómez
rvcisneros922@gmail.com**

**Directora: Econ. Verónica Artola
vero_103@hotmail.com**

Quito, noviembre 2017

Resumen

El sector cementero ecuatoriano posee altos niveles de concentración debido a su estructura oligopólica. La participación del operador más grande de esta industria (Holcim) es del 63% en el 2011 y 59% en el 2015, teniendo una variación de 4,63% al 2015.

La disminución de participación del operador más importante del mercado estuvo sujeta a las operaciones de concentración y desinversiones que se efectuaron en años anteriores al 2015. Esto, redujo los indicadores de concentración de la industria y establecieron tres competidores: Holcim, UNACEM y UCEM.

Las primeras dos empresas se distribuyen la mayor parte del mercado ecuatoriano. Esto determina fuertes barreras a la entrada de potenciales competidores en un mercado donde existe una suficiente capacidad productiva para el abastecimiento nacional. En este sentido, la estructura de mercado y su autosuficiencia dificulta el ingreso a nuevas empresas que generen competencia y eviten la presencia de distorsiones en el mercado, tales como las restricciones a la oferta o un aumento en los precios del producto.

A pesar de que el cemento tiene una baja representación monetaria sobre los costos de construcción, al ser un insumo indispensable fabricado por pocas empresas; esto permitiría al operador económico con posición de dominio obstruir la libre competencia y sana concurrencia en el mercado.

Por esta razón, una rigurosa regulación acompañada de un seguimiento permanente a la industria cementera ecuatoriana identificará la presencia de conductas anticompetitivas que generen abuso de poder de mercado, evitando la obstrucción a la competencia entre eslabones de la cadena productiva.

Palabras claves: Sector cementero, Concentración económica, Posición de dominio, Distorsiones de mercado.

Abstract

The Ecuadorian cement sector has high levels of concentration due to its oligopolistic structure. The biggest operator in this industry (Holcim) is 63% in 2011 and 59% in 2015, with a change of 4.63% by 2015.

The participation decline of the the main market operator was subject to merger and divestment operations carried out in the years prior to 2015. This reduced the industry concentration indicators and fixed three competitors: Holcim, UNACEM and UCEM.

The both first companies are distributed in the greater part of the Ecuadorian market. This determines strong barriers to the entry of potential competitors in a market where there is an enough productive capacity for the national supply. In this sense, the market structure and its self-sufficiency difficult to enter new companies that generate competition and avoid the presence of distortions in the market, such as restrictions to supply or an increase in the product prices.

In spite of the cement has a low monetary representation on the costs of construction and, being an indispensable input manufactured by the few companies; this would allow the economic operator with a dominant position to block free competition and healthy audience in the market.

For this reason, an strict regulation accompanied by a permanent monitoring of the Ecuadorian cement industry identifies the presence of anticompetitive behavior that generates abuse of market power, avoiding the obstruction of competition between the links of the productive chain.

Key words: Cement sector, Economic concentration, Domain position, Market distortions.

DEDICATORIA

Quiero expresar mi agradecimiento a quienes fueron los pilares durante mi carrera y quienes dejaron huella en mi vida.

A Dios, mi creador quien me dio su bendición para empezar y culminar esta meta y es quien permanece conmigo siempre.

A mis padres, Irina y Kevin, por su inmenso amor, paciencia, respeto y apoyo incondicional que brindan cada día. Ellos son mi fuerza y perseverancia en este trayecto y fueron quienes vivieron conmigo esta etapa universitaria, creyeron en mí y en mis conocimientos.

A mi abuelita Bebi quien gracias a su dulzura, comprensión y oraciones logró darme la fuerza en todo este tiempo.

A mis hermanos, María y Luis cuyo apoyo siempre estuvo presente, a pesar de la distancia; lo cual nos unió más y demostró que su amor hacia mí es infinito.

A Verito Artola, bajo cuya guía y dirección culminé este trabajo, por su invaluable apoyo y asesoramiento durante la elaboración de esta disertación y a lo largo de mi vida profesional, a quien admiro por su fuerza y determinación como mujer y profesional quien esclareció mis inquietudes y reforzó mis conocimientos brindándome su confianza incondicional.

A mis amigos leales, Alejandro, Fabián, Xavier, Carlos, Wilson, Nicole, Cynthia y Anays, quienes me enseñaron a luchar por mis ideales y no rendirme en ninguna circunstancia porque en el intento está el esfuerzo y en él la recompensa.

Y a Domi, cuya amistad es un gran apoyo en mi vida profesional y es una guía dentro de mi nueva etapa que me encuentro experimentando.

“Haz de tu vida un sueño, y de tu sueño una realidad”
Antoine de Saint-Exupéry

Análisis de la industria cementera en Ecuador, concentración versus abuso de poder de mercado en el periodo 2011-2015

Introducción	9
Metodología del Trabajo	11
Pregunta de investigación.....	11
Pregunta General	11
Preguntas Específicas	11
Objetivo de investigación.....	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Estrategia de Investigación.....	11
Procedimiento Metodológico	12
Fuentes de Información	13
Variables e Indicadores	14
Fundamento Teórico.....	15
La organización industrial y la teoría de la organización de los mercados	15
Estructura de Mercado.....	16
Etapas de la Evaluación.....	17
Evaluación de las Barreras de Entrada	18
Mercado Relevante.....	19
Poder de Mercado y Posición de Dominio	22
Abuso de poder de mercado	23
Análisis de competencia.....	23
Herramientas económicas utilizadas para medir la concentración en los mercados	24
Estudios internacionales sobre el sector cementero a partir de la defensa de la libre competencia ..	27
Caso Perú.....	27
Caso Argentina	29
Marco Normativo	30
Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM)	30
CAPÍTULO I: Sector Cementero	33
Conceptos Generales	33
Análisis Económico del Sector Cementero en el Ecuador	37
Consumo de Cemento	39
Comercio Exterior	40
Comercialización Regional de cemento gris	42
Estructura del Mercado Ecuatoriano de Cemento	44
Holcim Ecuador S.A.....	44
Lafarge Cementos S.A. (Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM)	47
Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M.	50
Evaluación de Competencia	53
Condiciones de Entrada al Mercado Cementero Ecuatoriano	53
Caracterización del Mercado Relevante y Mercado Geográfico.....	57
Análisis de Competencia.....	60
Posibles evidencias de abuso de poder de mercado en la industria ecuatoriana de cemento	63

CAPÍTULO II: Generación de Abuso de Poder de Mercado en los Eslabones de la Cadena Productiva del Cemento.....	64
Modelo de Negocios de la Industria Ecuatoriana de Cemento.....	64
1. Producción.....	66
2. Consumo.....	67
3. Comercialización.....	67
4. Distribución.....	68
Descripción de la Estructura de la Cadena Productiva del Cemento	68
Características de Abuso de Poder de Mercado sobre la Cadena Productiva del Cemento	71
1. Conductas Exclutorias	71
2. Conductas Explotativas	72
CAPÍTULO III: Perfil de Seguimiento Permanente al Sector Cementero del Ecuador.....	74
Antecedentes: Evolución de la industria cementera ecuatoriana.....	75
Causas por las que no se efectuó la operación de concentración entre las multinacionales Holcim y Lafarge en base a la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) y el Reglamento de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (RLORCPM).	77
Detalle de las posibles conductas potencialmente restrictivas a la libre competencia en el mercado de cemento del Ecuador	78
a) Indicios de prácticas restrictivas a la competencia.....	78
b) Limitaciones de acceso al mercado cementero.....	79
Propuesta para establecer el perfil de seguimiento especializado direccionado a la industria de cemento en el Ecuador	80
Análisis del perfil de seguimiento	81
Recomendaciones del perfil de seguimiento a la industria cementera del Ecuador.....	82
Conclusiones	84
Recomendaciones.....	87
Referencia Bibliográfica.....	88
Anexo 1	96

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Fuentes de Información	13
Cuadro 2: Variables e indicadores.....	14
Cuadro 3: Taxonomía de los atributos de un mercado	16
Cuadro 4: Características de las Estructuras de Mercado.....	16
Cuadro 5: Índices de Concentración.....	24
Cuadro 6: Márgenes de Análisis de Concentración	25
Cuadro 7: Características Generales del Sector Cementero	36
Cuadro 8: Consumo de cemento en Ecuador en el periodo 2011-2015	39
Cuadro 9: Exportaciones de cementos hidráulicos en el periodo 2011-2015.....	40
Cuadro 10: Procedencia de las importaciones de clínker en el periodo 2011-2015.....	41
Cuadro 11: Empresas Partícipes del Sector Cemento en Ecuador	44
Cuadro 12: Plantas de Holcim en Ecuador.....	45
Cuadro 13: Balance General Holcim Ecuador S.A. 2011 – 2015	45
Cuadro 14: Estado de Resultados Holcim Ecuador S.A. 2011 – 2015.....	46
Cuadro 15: Portafolio de Productos de Holcim Ecuador S.A.	47
Cuadro 16: Balance General Lafarge Cementos S.A. 2011 y Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM 2015 (En millones de USD).....	48
Cuadro 17: Estado de Resultados Lafarge Cementos S.A. 2011 y Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM 2015.....	48

Cuadro 18: Accionistas Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM, 2015	49
Cuadro 19: Portafolio de Productos Lafarge Cementos S.A. 2013	49
Cuadro 20: Balance General Industrias Guapán S.A. 2011-2012	50
Cuadro 21: Estado de Resultados Industrias Guapán S.A. 2011-2012	51
Cuadro 22: Balance General Cementera Chimborazo C.A.2011-2012.....	51
Cuadro 23: Estado de Resultados Cementera Chimborazo C.A. 2011-2012	51
Cuadro 24: Balance General Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M. 2013-2015.....	52
Cuadro 25: Estado de Resultados Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M. 2013-2015	52
Cuadro 26: Accionistas Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M. 2015.....	52
Cuadro 27: Portafolio de Productos Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M.....	53
Cuadro 28: Participación de las empresas que operan en el mercado relevante	57
Cuadro 29: Índices de Concentración en el Mercado de Cemento.....	61
Cuadro 30: Resultados del Índice de dominancia Stenbacka, Melnik y Shy para la industria cementera del Ecuador 2011-2015	62
Cuadro 31: Producción y Consumo de Cemento en Ecuador	66
Cuadro 32: Plantas de cemento por empresa.....	66
Cuadro 33: Producción anual de piedra caliza en el Ecuador 2011-2015	69
Cuadro 34: Participación de la empresa con posición de dominio en el mercado ecuatoriano de cemento	81

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Proceso de fabricación del cemento.....	35
Gráfico 2: Crecimiento Anual del PIB Nacional y el PIB del Sector Construcción para el periodo 2011-2015.....	37
Gráfico 3: Evolución del PIB Nacional, PIB Construcción y PIB Manufacturas para el periodo 2011-2015.....	38
Gráfico 4 Relación del Sector de la Construcción con el Sector Cementero del Ecuador para el periodo 2011-2015.....	39
Gráfico 5: Evolución de la importación de clínker en el periodo 2011 – 2015.....	41
Gráfico 6: Comercialización mensual de cemento gris periodo 2011-2015.....	43
Gráfico 7: Comercialización de cemento gris en el territorio ecuatoriano, periodo 2011-2012	44
Gráfico 8: Estructura corporativa de Holcim Ecuador S.A.	46
Gráfico 9: Ubicación de las plantas cementeras en el territorio ecuatoriano	54
Gráfico 10: Evolución de la participación de las empresas que operan en el sector de cemento.....	59
Gráfico 11: Participación de mercado en las empresas de la industria de cemento en el Ecuador periodo 2011-2015	60
Gráfico 12: Índice de Gini.....	62
Gráfico 13: Diagrama de la estructura de distribución del sector cementero.....	65
Gráfico 14: Porcentaje de ventas por tipo de cliente.....	68

Glosario y formas abreviadas

ACCC	Comisión Australiana de Competencia y Competitividad
ACODECO	Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (Panamá)
AIC	American Concrete Institute
BCE	Banco Central del Ecuador
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
COFECE	Comisión Federal de Competencia Económica (México)
CNDC	Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (Argentina)
CNMC	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (España)
CRPI	Comisión de Resolución de Primera Instancia (SCPM)
EPCE	Empresa Pública Cementera Nacional
FICEM	Federación Interamericana del Cemento (Honduras)
FNE	Fiscalía Nacional Económica (Chile)
HHI	Índice de Herfindahl-Hirschman
ICC	Intendencia de Investigación y Control de Concentraciones Económicas
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Perú)
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
INECYC	Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón
LORCPM	Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado
MTOP	Ministerio de Transporte y Obras Públicas
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
RLORCPM	Reglamento de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado
SCPM	Superintendencia de Control del Poder de Mercado
SIC	Superintendencia de Industria y Comercio (Colombia)
SUPERCIAS	Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
UCEM	Unión Cementera Nacional
UNACEM	Unión Andina de Cementos
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Introducción

La industria cementera ecuatoriana está caracterizada por tres elementos. El primero relativo a su crecimiento, determinado por el auge del sector de la construcción especialmente desde 2011. El segundo la carencia de sustitutos. Y el tercero, relacionado al reducido número de actores en el primer eslabón de su cadena productiva. Esta estructura industrial requiere de un permanente análisis sobre el poder de mercado.

La industria cementera está vinculada con el sector de la construcción siendo este uno de los sectores más dinámicos en la economía de Ecuador. En la última década, la participación del sector de la construcción en el PIB ecuatoriano es de alrededor del 16% (Banco Central del Ecuador [BCE], 2016). La profundización del crédito, el nivel de inversión en proyectos de infraestructura y el gasto público incrementan la demanda de cemento conforme crece el sector de la construcción.

La Revista Ekos Negocios (s.f.: 23-24) señala que la apertura del “boom” en el sector de la construcción, hace que la industria cementera crezca conforme el progreso de las grandes obras públicas, viales y de infraestructura. En el Especial “9 años de Revolución Ciudadana”, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTOPE) menciona que para el 2016 está invertido en la construcción de vías, puentes, puertos, aeropuertos y sistemas de transporte, más de 8 950 millones de dólares.

La Revista Líderes (s.f.) publica un artículo titulado “En Ecuador, el consumo de cemento crece a ritmo sostenido” donde destaca dentro de los detonantes del crecimiento de la industria cementera a: el acceso al crédito para la vivienda y la inversión significativa en obras de infraestructura que son promovidas en especial por el sector público.

El cemento es el material para realizar trabajos de construcción. La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia [ACODECO] (2012: 30) señala que el cemento es un producto que no cuenta con sustitutos cercanos. Esta característica particular de este insumo hace que sus sustitutos más cercanos sean el drywall, asfalto y los prefabricados que no son hechos en concreto (Latorre, 2008: 17).

La madera y el ladrillo según Harford y Crighton (2016) son considerados en el sector de la construcción sustituto o intercambiable del cemento. Sin embargo, las nuevas infraestructuras modernas que demandaban materiales más compactos son las que desplazan en su medida a la utilización de ladrillos para las edificaciones. Por otro lado, la arquitectura en madera comienza a tener fuerza a nivel mundial en el mercado de la construcción, inaugurando en Australia el edificio de madera laminado más alto del mundo (Franco, 2013).

La presencia de pocas empresas en la industria cementera genera que disminuya la competencia en el mercado (Isayenko y Maryanchyk, 2006). En Ecuador, las empresas cementeras son productoras y proveedoras de cemento, agregados y concreto preparado (RMX). Sin embargo, este mercado se caracteriza por tener varios distribuidores a nivel local pero sólo pocas empresas que son verdaderos proveedores a nivel nacional.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico elaboró un estudio en el 2002 sobre los mercados con mayor sensibilidad a la competencia. El estudio refleja que los sectores o industrias claves en la economía de un país son considerados mercados concentrados que obstruyen la competencia. Las industrias que poseen altos niveles de concentración en los mercados son las industrias

de asfalto, cemento y concreto, vinculadas al sector de la construcción. Además de otros sectores de la economía como son las telecomunicaciones, transporte, entre otros.

Así, por ejemplo De la Garza y Arteaga (2011) establecen que la industria cementera en México tiene la característica de tener pocas empresas que compiten entre sí y poseen un elevado nivel de participación en el mercado. Por lo tanto, la posibilidad de que las empresas coludan en el mercado de cementos es alta, con consecuencias sobre la competencia y cargando precios relativamente elevados.

En el mercado ecuatoriano desde el año 2013 se consolidaron tres empresas en la industria cementera. Las empresas cementeras son la Unión Andina de Cementos S.A.A. (UNACEM) (Lafarge Cementos S.A.), Holcim Ecuador S.A, y la Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M¹ una compañía de economía mixta conformada por Industriales Guapán S.A. y Cementos Chimborazo C.A.

De acuerdo al Instituto Ecuatoriano del Cemento y Hormigón (2015) la empresa multinacional Holcim Ecuador S.A., es catalogada como la empresa líder en el segmento de cementos del Ecuador. La suiza Holcim tiene el 58,7% de la participación del mercado nacional en el 2015. La segunda empresa que le sigue es UNACEM con el 23,6%. Finalmente, UCEM tiene el 17,9% que resta del mercado.

Con la presencia de pocos competidores en la industria cementera, Pozo (2013) señala que las empresas partícipes pueden abusar de su posición dominante, generar o fortalecer su poder de mercado, generar efectos unilaterales y coludir para expulsar a los nuevos competidores potenciales del mercado. Consecuente a esto, Bejger (2011) menciona que la falta de competencia en el mercado de cemento puede crear ineficiencias como la fijación en los precios y conductas anticompetitivas de abuso de poder de mercado.

En el contexto internacional se observó que la participación de pocas empresas en la industria cementera es común (De la Garza y Arteaga, 2011). Con el auge de la industria inmobiliaria y de la construcción, cerca del siglo XX, la industria cementera es catalogada como una industria oligopólica en donde los fabricantes de cemento se asociaban y fijaban los precios de los insumos en las distintas áreas comerciales. Asimismo, los fabricantes establecían cuotas de venta con un sistema de compensación entre sus socios (Martínez, 2014).

Tremblay y Tremblay (2012) determinan que el número y la distribución del tamaño de las empresas en un mercado individual, indican el grado de concentración que tiene una industria. La industria cementera ecuatoriana al contar con un número reducido de actores en el mercado puede tener altos grados de concentración y colusión entre los actores económicos del mercado.

El poder de mercado que puede estar generado por las empresas del sector cementero influye significativamente sobre las presuntas conductas de abuso de mercado que pueden surgir de este. Los casos internacionales en los que se observa la poca interacción de las empresas en el mercado de cemento son reiterados por lo que pueden existir prácticas anticompetitivas en el sector, teniendo afectaciones a la competencia.

Por esta razón, el análisis de la industria cementera ecuatoriana tendrá como objeto estudiar las características del sector y determinar el comportamiento de las empresas en el mercado. Esto, a su vez estará sujeto al régimen de la autoridad de competencia ecuatoriana, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (en adelante “SCPM”). Por lo tanto, el análisis se sostendrá bajo la normativa de la

¹ Su compactación industrial parte de la aprobación de las fusiones efectuadas por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) y se determinarán las particularidades de la industria y los posibles efectos anticompetitivos entre los competidores.

En consecuencia, la presencia de una alta concentración de mercado en la industria cementera ecuatoriana podría fomentar comportamientos abusivos que distorsionen la libre competencia. En estas situaciones se requiere un análisis permanente del desempeño de este mercado; más aún cuando existen cambios en la estructura y la dinámica del mercado.

Metodología del Trabajo

Pregunta de investigación

Pregunta General

- ¿Cuáles son las alternativas de monitoreo a la industria cementera ecuatoriana para evitar que se genere abuso de poder de mercado?

Preguntas Específicas

- ¿Cuál es la evolución que tiene la industria cementera en el mercado ecuatoriano de manera general y de las posibles evidencias de abuso de poder de mercado de manera particular?
- ¿Cómo la posible generación de abuso de poder de mercado influye en los eslabones de la cadena productiva del cemento?
- ¿Cómo estaría definido el perfil de seguimiento permanente al sector cementero del Ecuador a fin de evitar el surgimiento de poder de mercado?

Objetivo de investigación

Objetivo General

- Determinar cuáles son las alternativas de monitoreo a la industria cementera ecuatoriana para evitar que se genere abuso de poder de mercado.

Objetivos Específicos

- Describir la evolución que tiene la industria cementera en el mercado ecuatoriano de manera general y de las posibles evidencias de abuso de poder de mercado de manera particular.
- Identificar la posible generación de abuso de poder de mercado en los eslabones de la cadena productiva del cemento.
- Establecer el perfil de seguimiento permanente al sector cementero del Ecuador a fin de evitar el surgimiento de poder de mercado.

Estrategia de Investigación

La disertación de grado contará con una estrategia de investigación basada en el análisis económico de la industria cementera a través de los métodos de la estadística descriptiva; con un tipo de investigación

mixto. En la parte cualitativa del análisis, se utiliza la legislación de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), en conjunto con las experiencias de las agencias internacionales de competencia. Para el análisis se incluye la evidencia sobre posibles prácticas anticompetitivas en la industria cementera, el análisis del grado de concentración que tiene la industria cementera, los determinantes que pueden generar el surgimiento de abuso de poder de mercado y las barreras de entrada que existen en él.

Los métodos de estadística descriptiva sirven para la parte cuantitativa del estudio, la cual, permite realizar el cálculo de los indicadores de mercado, la concentración económica de las empresas del sector y el poder de mercado que puede surgir en la industria cementera del Ecuador. En la parte cuantitativa se utiliza datos sobre los ingresos totales de la empresa, las ventas y la cantidad producida por cada operador económico de la industria cementera. Esta información es útil para analizar la evolución en el grado de concentración que tienen las empresas de la industria cementera e identificar signos de conductas anticompetitivas en mercado de cemento.

Obtenidos los índices de concentración, se procederá a identificar los operadores económicos con mayor participación del mercado y que puedan generar abuso de poder del mercado sobre la industria cementera ecuatoriana. Para afirmar cómo la capacidad de los operadores económicos puede influir en el mercado se debe analizar las presuntas conductas anticompetitivas que generen abuso del mismo, además de que señalan la posibilidad de que exista o no, sospechas de colusión en el mercado cementero del Ecuador.

Finalmente, conforme al análisis de los indicadores de la industria cementera ecuatoriana se establecerá un perfil de seguimiento para impedir que nazca abuso del poder de mercado en la industria cementera. Por lo tanto, a través del índice de dominancia se comprobaría la posibilidad de que el mercado presente características monopólicas, frente a la participación de pocas empresas de la industria.

Para esto, debe definirse el mercado relevante en el que tiene ocasión la presunta conducta de abuso, posteriormente determinar la existencia o no de posición dominante, y finalmente analizar la conducta del operador.

Una vez definido el mercado relevante, es fundamental la prueba de la existencia de posición dominante, para lo cual nuevamente el derecho acude a la ciencia económica, que diseñó múltiples test para determinar tanto la concentración del mercado como la dominancia por parte de sus actores, entre estos. De acuerdo a la doctrina económica y la jurisdicción de competencia, se encuentra la determinación de las cuotas de mercado, el índice de Herfindahl-Hirschman- HHI, el coeficiente de Gini y el índice de dominancia o poder de mercado, entre otros indicadores.

Procedimiento Metodológico

Con respecto a lo mencionado, se plantea que la disertación se dividirá en tres secciones de estudio. En la primera sección de la investigación se analizan conceptos generales de la industria cementera y la evolución de este sector en el mercado ecuatoriano. Esto, a partir de una perspectiva macroeconómica que señale la importancia que tiene este sector en la economía nacional y su influencia sobre otros sectores económicos.

Luego se detallará las características peculiares de los actores de la industria cementera de Ecuador y la dinámica que tienen en el mercado. Por lo tanto, se realizará una evaluación de competencia donde se

mencionarán las condiciones de entrada a la industria, se definirá el mercado relevante incluyendo el mercado de producto o servicio y, el mercado geográfico.

Posteriormente al análisis, se calcularán las cuotas de participación de los actores económicos de la industria cementera en el mercado ecuatoriano y los indicadores como el Índice de Concentración Herfindahl-Hirschman (HHI), que mide el grado de concentración que tiene la industria, el coeficiente de Gini para un análisis en la desigualdad en la distribución de ingresos que tienen los operadores económicos del sector determinado y, el Índice de Dominancia que determinará el umbral para examinar la presencia de una posición de dominio entre las empresas del sector. Estos indicadores reflejarán las condiciones en las que se encuentra el mercado y sus participantes y, la existencia de poder de mercado.

En segundo lugar, se describirá el modelo de negocio que presenta la industria cementera y un detalle de los eslabones de la cadena productiva para determinar la existencia de posible abuso de poder de mercado. Esto en relación al comportamiento explotador y las prácticas de exclusión que pueden presentar los actores de la industria en la cadena del cemento (aguas arriba y aguas abajo).

Finalmente, en el último apartado se establecen los lineamientos que deberá seguir el perfil de seguimiento. Estos se llevarán a cabo a partir de los antecedentes que tuvo la industria durante el periodo 2011-2015 y se revisarán las prevenciones o sanciones que fueron efectuaron en Ecuador. Además, en base a la experiencia internacional y las guías de competencia se con el objetivo de estudiar el comportamiento de los actores y realizar una comparación con el mercado ecuatoriano.

En este sentido, se buscará comprender el objetivo de analizar la concentración económica y el posible abuso de poder de mercado en la industria cementera ecuatoriana.

Fuentes de Información

Las principales fuentes de información pública para la presente investigación son enumeradas en el **Cuadro 1**. La recopilación de la información sobre el mercado cementero ecuatoriano y las empresas que operan y participan en la producción de la materia prima permite hacer un análisis crítico de la industria cementera ecuatoriana con lo cual se definirán los indicadores de concentración del mercado cementero ecuatoriano. Esto conforme el contexto económico de la industria nacional ecuatoriana y la economía del país.

Cuadro 1: Fuentes de Información

N°	Institución	Variabes	Descripción
1	Banco Central de Ecuador	Boletín Estadístico Mensual, Indicadores de coyuntura, Información de Cuentas Nacionales.	Sector de la construcción y sus principales actores de la industria. Las transacciones económicas realizadas por los diferentes agentes en un período determinado.
2	Servicio de Rentas Internas	Ingresos anuales por industria ecuatoriana.	Ingresos anuales de la industria cementera.
3	Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros	Documentos Económicos: Estatutos de constitución de las compañías, Actos Jurídicos, Auditoría externa, Estados de Situación Financiera.	Empresas u operadores económicos del sector.

4	Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón - INECYC	Estadísticas anuales de cemento.	Volumen y distribución de la comercialización de cemento en territorio nacional.
5	Superintendencia de Control de Poder del Mercado	Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, Guía Técnica para el Análisis de Operaciones de Concentración Económica, Expedientes de concentración económica.	Régimen Jurídico y Definición de conceptos de competencia.

Elaboración: Rita Cisneros

Variables e Indicadores

La determinación de las variables y los principales indicadores de concentración son de gran importancia para la investigación y serán tratados en el **Cuadro 2**. Los datos obtenidos de las fuentes de información serán útiles para el análisis de concentración en la industria cementera ecuatoriana. La información a continuación es empleada para la construcción de los indicadores de concentración económicos del sector cementero en el Ecuador.

Cuadro 2: Variables e indicadores

Variable	Indicadores	Descripción	Fuente de Información
Producto Interno Bruto (PIB)	Crecimiento de la economía	PIB Nacional.	Cuentas nacionales: Banco Central del Ecuador.
	Sectores más dinámicos	PIB Sectorial.	
Ingresos	Volumen de Ventas	Sector Societario: Auditoría Externa, Estado de Situación Financiera.	Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
	Activos		
	Pasivos		
	Rotación de ventas		
	Margen Bruto		
	Margen Operacional		
	Rentabilidad Neta de Ventas		
Código CIU	Actividad Económica.		

Elaboración: Rita Cisneros

Fundamento Teórico

La temática de análisis incluye los fundamentos que persiguen la organización industrial y la teoría de los mercados para entender la organización y conducta de las firmas. Esto tiene el objeto de crear una perspectiva teórica que sea la guía para trazar el estudio y establecer los lineamientos para la evaluación de la competencia.

La sección utiliza conceptos, herramientas económicas y fundamentos legales sobre la regulación y la defensa a la competencia para realizar un análisis de evaluación previa en los mercados. El análisis de conceptos y las herramientas económicas vuelven más sencillo el estudio de una industria. Además, se incluye un detalle de la bibliografía relacionada a estudios internacionales relativos al mercado de cemento para comprender la dinámica del sector y el comportamiento de sus actores. Asimismo, identificar los principales rasgos de comportamientos anticompetitivas en una industria para que el Estado intervenga en la prevención y corrección del problema.

Finalmente, la investigación se complementa con una revisión de la parte legal de la Constitución de la República del Ecuador y la LORCPM. Estas persiguen la libre competencia en el mercado y asimismo la prevención de las conductas antimonopolio que pueden derivarse de cambios estructurales.

La organización industrial y la teoría de la organización de los mercados

La organización industrial estudia la estructura y funcionamiento de los mercados (Tirole, 1994: 1). Esta, analiza cuestiones específicas de la rama microeconómica y estudia el comportamiento de las firmas en la dinámica de los mercados. En este sentido, la organización industrial explica la forma en cómo las diferentes estructuras de mercado ejercer un mayor o menor poder sobre los actores económicos, y cómo esto infringe en la competencia (Coloma, 2006: 2).

Los pioneros de la literatura empírica de la organización industrial y el estudio de la organización de los mercados fueron Mason (1939), Bain (1951), Stigler (1964) y Tirole (1994). Estos autores brindaron aportes a la teoría de la organización industrial sobre incurren en la definición de los mercados y nuevos conceptos relacionados a concentración económica, barreras de entrada, precios y beneficios, entre otros (Coloma, 2006: 5). Esto brindó una mayor autonomía al análisis económico en materia de competencia y las regulaciones del Estado (Tirole, 1994: 45-60)

Tirole (1994: 2) señala que en honor al paradigma “estructura-conducta-desempeño” de Bain (1959), inició la base de la literatura empírica de la organización industrial que estuvo presente hasta 1980. Sin embargo, Tremblay y Tremblay (2012: 7-8) mencionan que este campo tomó forma en la década de 1930 junto con el trabajo de Edward Mason (1939). El paradigma incluye condiciones básicas de la demanda y los costos que existen en el mercado.

Cuadro 3: Taxonomía de los atributos de un mercado

Condiciones básicas					
Estructura		Conducta		Desempeño	
<i>Demanda</i>	<i>Costos</i>	<i>Demanda</i>	<i>Costos</i>	<i>Demanda</i>	<i>Costos</i>
Número y tamaño de empresas	Barreras de entrada y salida	Comportamiento de precios	Publicidad	Eficiencia Estática	Equidad
Diferenciación de productos	Integración Vertical	Diseño de producto	Investigación y desarrollo	Eficiencia Dinámica	Estabilidad Macroeconómica
Conglomerado		Fusiones			

Fuente: Tremblay y Horton, 2012

Elaboración: Rita Cisneros

Luego aparecen los aportes de George Stigler (1964) en cuanto a la teoría de la colusión como una forma de explicar el comportamiento de los actores en los mercados oligopólicos (Coloma, 2006:10). Finalmente, Stigler (1971) establece una de las primeras teorías positivistas de la regulación económica.

Estructura de Mercado

Para determinar las cualidades del mercado se necesita conocer las posibles estructuras que presentan las industrias. Estas estructuras se categorizan en cuatro y tienen diferentes características que las identifican y diferencian unas de otras.

Cuadro 4: Características de las Estructuras de Mercado

Estructura de mercado	Número de firmas	Tipo de producto	Barreras de entrada o salida	Precio
Competencia Perfecta	Muchos	Homogéneo	Libre	Exógeno*
Monopolio	1	Sólo 1 producto	Barreras de entrada	Endógeno**
Competencia Monopolística	Muchos	Diferenciación del producto	Libre	Endógeno**
Oligopolio	Pocos	Homogéneo y producto diferenciado	Barreras de Entrada	Endógeno**

*Exógeno implica que las empresas no tienen control sobre los precios.

**Endógeno implica que las empresas tienen al menos un poco de control sobre los precios.

Fuente: Tremblay y Tremblay, 2012

Elaboración: Rita Cisneros

En el cuadro anterior se aprecia que las características de los mercados en competencia perfecta y competencia monopolística son similares en cuanto a la presencia de muchos productores y la libre entrada y salida al mercado. Sin embargo, en competencia perfecta los productos son homogéneos y las empresas no tienen control sobre los precios; a diferencia del mercado en competencia monopolística donde además de tener productos homogéneos, existe una diferenciación del producto y las empresas intentan alcanzar cierto grado de poder de mercado a través de la diferenciación de sus productos (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2006: 20), al igual que poseen las estructuras monopolísticas y oligopólicas.

Las estructuras monopolísticas y oligopólicas se caracterizan por poseer estructuras que obstaculizan la entrada de nuevas empresas al mercado (Tremblay y Tremblay, 2012: 177-178) y, en el caso de ser monopolio únicamente actúa una sola empresa; contrario de una estructura oligopólica en la que sólo

unas pocas empresas interactúan y su producto puede ser homogéneo o producto diferenciado lo que, respecto a la estructura monopólica, en esta existe un sólo producto en el mercado.

En este sentido, la interacción estratégica es importante para los mercados donde las acciones de una empresa pueden afectar sus propios beneficios y los beneficios de sus competidores (Tremblay y Tremblay, 2012: 178).

El estudio del funcionamiento de los mercados plantea identificar la estructura asociada al número de empresas que están operando junto con las características de los productos comercializados, canales de distribución y la existencia de barreras de entrada naturales o legales (Coloma; 2006:10) y, conductas de los actores económicos del mercado donde se analiza la factibilidad y conveniencia en como las empresas manejan sus determinadas prácticas comerciales dentro de un mercado.

Evaluación de la competencia

La finalidad de evaluar la competencia es comprender los cambios y el impacto que las políticas y regulaciones pueden generar en las empresas y los países (OCDE, 2011: 135). El principio orientador de la evaluación de competencia se basa en las reglas o regulaciones que no deben restringir al mercado y la libre competencia (Australian Competition and Consumer Commission [ACCC], 2008).

Para evaluar la competencia existen regulaciones públicas o privadas que implementan los gobiernos a partir de un análisis de mercado. El análisis es realizado por los organismos encargados de la elaboración de leyes o las autoridades de competencia, quienes intervienen en el control de fallas de mercado y la regulación del mercado y las empresas con el fin de garantizar la seguridad de los consumidores y, evitar las prácticas anticompetitivas (OCDE, 2011: 3-9).

Existen dos etapas de evaluación a la competencia (OCDE, 2011: 10). La evaluación inicial y la evaluación secundaria; sin embargo, en caso de encontrar un gran impacto a la competencia podría considerarse realizar evaluaciones externas a las realizadas por la autoridad de competencia. Este tipo de evaluaciones se puede realizar con el apoyo de otras autoridades de competencia regional o internacional.

Etapas de la Evaluación

Para evaluar los efectos a la competencia, la OCDE (2007: 82) propone una intervención a dos etapas. La primera etapa consiste de una evaluación inicial en la que se determina los posibles daños a la competencia identificados en los mercados y, la segunda etapa consiste en que frente a un posible problema se deberá realizar una segunda evaluación más completa y detallada (OCDE, 2011: 110). En caso que esté concluida la segunda etapa y no se haya encontrado una solución factible al problema de competencia, se deberán realizar evaluaciones externas para el estudio.

Etapas inicial

Para analizar el mercado en la etapa inicial, se prosigue a definir el mercado primario o relevante en el que se evaluará la escala y el alcance del posible daño a la competencia. Sin embargo, esta evaluación no se aplica en los mercados relacionados.

Segunda etapa

Una vez detectado el daño en la evaluación inicial, se requiere un análisis más detallado de costos. Este servirá para determinar si existe algún impacto a la competencia y las posibles afectaciones que determinan el costo-beneficio en una industria (OCDE, 2011: 112).

En efecto, mediante el análisis de dos etapas se busca identificar los actores del mercado junto con la estructura y dinamismo del mismo. Sin embargo, es esencial identificar la afectación al mercado que surge de las distorsiones que son generadas por las fallas a la competencia y, como complemento de las etapas anteriores aparece el análisis formal.

Análisis formal

En cuanto, la concentración económica de un mercado esté vinculada con la probabilidad de presenciar conductas anticompetitivas se considera ideal realizar un análisis formal (OCDE, 2005: 126). El análisis en la etapa formal consiste en la evaluación para detectar conductas anticompetitivas y el alcance del ejercicio de poder de mercado, para lo cual se inicia de igual forma con la definición formal del mercado relevante.

Además, las autoridades de competencia identifican las posibles barreras de entrada y los costos asociados a la salida que podrían aumentar tanto la agrupación de las empresas en un mercado, como la generación de conductas anticompetitivas que se deriven del poder de mercado por uno o varios operadores del mismo.

En este sentido, una vez realizado el análisis de estructura se necesita cumplir con las etapas generales a las herramientas de evaluación definidas por la OCDE para los estudios de la competencia. Este análisis tiene como objetivo identificar las posibles conductas anticompetitivas que puedan ejercer un abuso de poder de mercado.

Evaluación de las Barreras de Entrada

Para determinar si existe un impacto sobre la competencia se realizan evaluaciones dentro del mercado definido o mercado relevante, comenzando por el nivel de barreras a la entrada existentes (barreras naturales, las regulatorias, las relacionadas con los costos hundidos y las barreras creadas por las conductas de las empresas del mercado). Este es un elemento clave, puesto que, si relativamente resulta fácil el ingreso de una nueva empresa al mercado, los participantes tendrán menor posibilidad de ejercer su poder de mercado (OCDE, 2011: 27-28).

De acuerdo al Departamento de Justicia de los Estados Unidos y la Comisión Federal de Comercio (2010: 28), el análisis de barreras de entrada persigue que el ingreso de los nuevos competidores en el mercado sea probable, oportuna y suficiente.

Probabilidad de Entrada

La probabilidad de entrada de un operador dependerá de los beneficios esperados de entrar al mercado (Comisión Europea, 2004). Esto dependerá de los incentivos que tendrá el nuevo competidor para efectuar su ingreso, lo cual puede estar asociado a la rentabilidad esperada de la decisión de entrar. La rentabilidad está asociada a los costos que deben incidir las empresas al momento de entrar, es decir generalmente esperando que las ganancias esperadas sean mayores a los costos para que la entrada sea factible (Fiscalía Nacional Económica [FNE], 2012).

En este sentido, para determinar la probabilidad de entrada que tendrá un nuevo competidor en el mercado, se analizan las ventajas disponibles para las empresas que están participando y las particulares características con las que cuenta el mercado de análisis. Mediante este análisis se evalúan los factores que pueden retardar el posible ingreso de nuevos competidores.

La OCDE (2011: 26) determina tres ejemplos en los que se observa una menor probabilidad de entrada en ciertas industrias como la industria de fármacos, la industria de fabricación de motores para aviones comerciales y el mercado de servicios de internet en los que la razón por la que resulta menos probable que las empresas puedan ingresar está dada por los altos costos hundidos que genera el gasto en I&D, autorizaciones reglamentarias, los costos indirectos, el prestigio de las marcas, acceso a redes entre otros.

Prontitud

La prontitud de entrada está relacionada al tiempo que implica a un nuevo competidor ingresar al mercado (Comisión Europea, 2004: 28-29). Este aspecto incurre en que el tiempo de entrada debe ser suficientemente corto para prevenir o contrarrestar el poder de mercado que poseen las empresas que operan en él.

Otras autoridades establecen que para que se pueda disuadir efectos anticompetitivos, la entrada debe ser lo suficientemente rápida para hacer rentable a la empresa. Es por ello que las autoridades de competencia analizan el grado de rapidez y continuidad asociada a la entrada que pueda imposibilitar el ejercicio del poder de mercado. Esto requiere que el impacto de los participantes en el mercado de referencia sea lo suficientemente rápido que los clientes no se vean perjudicados de manera significativa por la concentración.

La determinación de un período de tiempo apropiado para que se produzca la entrada de nuevos competidores en un determinado segmento, dependerá de las características y dinámica del mercado. En líneas generales, de conformidad con las Guías de la Comisión Europea (2004) una entrada se considerará que es oportuna si se produce en un plazo de dos años.

Suficiente

La entrada de nuevos competidores debe ser suficiente en su naturaleza, magnitud y alcance para disuadir o contrarrestar efectos anticompetitivos (Comisión Europea, 2004). Una entrada resulta ser de alcance reducido, cuando la empresa únicamente busca incursionar en algún nicho específico del mercado, lo cual puede considerarse insuficiente para generar fuerzas competitivas en el mercado.

Incluso, si la entrada resulta probable podría no ser suficiente para la nueva empresa ingresar al mercado en caso de que el volumen de negocio del nuevo participante sea mínimo frente a las firmas dominantes del mercado, lo cual llegaría a desplazar al nuevo integrante. En este sentido, la Comisión de Comercio de Nueva Zelanda en sus Guías de Concentración (2004) determinan que los nuevos competidores deben ser capaces de atraer suficientes ventas del operador dominante con el objetivo de contrarrestar el incremento de precios por parte de la empresa dominante, volviendo al mercado no rentable.

Mercado Relevante

La definición del mercado relevante es producto de un proceso complicado, debido a que se necesita precisar el mercado objetivo de la investigación, en el cual interactúan varias empresas y existen distintas interpretaciones (Ordoñez, 2009: 139). Marshall (1890) y la teoría neoclásica definen los primeros conceptos económicos sobre el mercado, conceptualizando a este como el grupo de productos y áreas

geográficas, donde la uniformidad del mercado hace que los precios estén asociados unos con otros² (Ramírez, 2002: 8-20).

Power (1998) considera que el mercado relevante es el punto de partida de las autoridades de competencia y este incluye el mercado de producto y el mercado geográfico. Desde la perspectiva que plantea la política de competencia, establecer el mercado relevante es el hincapié para determinar si una industria se encuentra concentrada, existe poder de mercado o posición de dominio entre los participantes.³

La Comisión Europea, en su definición de mercado relevante, incluye además del producto característico del mercado cualquier otro producto que pudiese ser idéntico o equivalente al mismo (Massey, 2000: 5-6). Por esta razón, el rol que cumple el consumidor final es importante al momento de caracterizar si los productos resultan intercambiables o sustituibles entre sí y, los demás productos que cumplan con similares características, precios y usos. Sin embargo, el hecho de presentar características físicas similares, no exige que los consumidores finales (compradores), visualicen todos los productos como sustitutos cercanos (Ordóñez, 2009: 160).

La sustitución en términos económicos por el lado de la demanda, explica como el producto del mercado relevante es intercambiado por el consumidor a fin de satisfacer una misma necesidad (Motta, 2004). La sustitución entre productos es fácil de observar cuando existe un aumento en los precios y, el consumidor decide cambiar este por otro, lo cual automáticamente vuelve más atractivo al otro producto ante los ojos del consumidor final (Jones y Sufirin, 2008).

Por lo tanto, la sustitución del producto es válida al momento de efectuarse el intercambio, donde se acepta el otro producto y se abandona el anterior (se reemplaza) y puede ser probada cuantitativamente por la elasticidad cruzada de la demanda (Tirole, 1988).

En particular, Motta (2003) expone un ejemplo representativo a lo expuesto anteriormente. El ejemplo consiste en la relación que tienen dos productos que podrían ser incluidos en un mismo mercado pero que no son totalmente similares (características, precio y uso). Esto se refiere al servicio de trenes y autobuses, los cuales no poseen características físicas similares, pero tienen usos parecidos por el hecho de transportar pasajeros entre dos puntos determinados, lo cual permite englobar a ambos en un mismo mercado relevante.

En caso de que el consumidor no encuentre similitud entre varios productos que cumplan con cualidades parecidas, cada producto puede comprender un mercado totalmente distinto y/o individual, uno del otro (Comisión Europea, 1996).

No obstante, la experiencia internacional sirve de referencia a las autoridades de competencia para comprender las preferencias de los consumidores frente a un producto y el nivel de aceptación que tienen frente a otros productos que son probablemente similares dentro de un mismo mercado.

En efecto, la definición de mercado relevante resulta ser el paso que antecede a la existencia del poder de mercado (Ordóñez, 2009: 139-142). El concepto, permite a las autoridades determinar el comportamiento de las firmas y los efectos que afectan la estructura y el bienestar de los consumidores

² En la política de competencia se conoce comúnmente como “ley de precio único”.

³ Crane y Werden (1991) mencionan que las decisiones colectivas entre las empresas de un mismo mercado podrían provocar el inicio de actos colusorios. De la misma manera, las fusiones entre los participantes de un mercado podrían derivar precios superiores al precio en competencia perfecta ($P=Cmg$), lo que extraería la mayor parte del excedente del consumidor.

en un mercado (OCDE, 2011: 127). Cabe la posibilidad de que estos efectos se relacionen con conductas de abuso de poder de mercado o conductas unilaterales y/o coordinadas que generen distorsión a la competencia y afecten a la libre concurrencia de los actores económicos en el mercado, entre otras consecuencias anticompetitivas (Departamento de Justicia de los Estados Unidos y Comisión Federal de Comercio, 2010).

Posteriormente, Ordoñez (2009: 142) incluye en la definición de mercado relevante la determinación del mercado de producto y, el mercado geográfico que menciona Power (1998) anteriormente.

Mercado de Producto

Las autoridades de competencia en la definición del mercado de producto consideran el análisis tanto por sustituibilidad de la demanda como por sustituibilidad de la oferta; siendo la sustitución del producto por el lado de la demanda el factor más empleado por Merger Guidelines (1992) y European Commission (1997)⁴ para los análisis de competencia (Ordoñez, 2009: 143-157). En este sentido, Ekestubbe (2008) señala que la sustitución nace como un término económico que es comúnmente utilizado por los consumidores para expresar que un producto puede ser intercambiado con otro.

Laffont y Tirole (1993) miden la sustitución por la elasticidad cruzada entre el conjunto de bienes o servicios analizado. Por lo tanto, ante un aumento en el precio del producto, espera que la demanda del bien cambie a otro que puede serpreciado como un producto sustituto del mismo. En este sentido, Jones (2008) menciona que la sustitución de la demanda se produce cuando los consumidores dejan de comprar un producto y remplazan este, debido a un cambio relativo en el precio de los productos en términos de largo plazo.

En el mercado también se puede decir que, de no presenciar patrones de sustitución en los productos del mercado la definición de mercado relevante (producto) se hará de forma independiente por cada bien, constituyendo por sí mismo un mercado relevante propio por producto (Flint, 2002).

Mercado Geográfico

La definición de mercado geográfico que tienen las autoridades de competencia está relacionada a la ubicación territorial de los oferentes de ese producto en el mercado que se define como el mercado relevante (Motta, 2004).

En el artículo 5 de la LORCPM⁵ se establece que:

“El mercado geográfico comprende el conjunto de zonas geográficas donde están ubicadas las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante. Para determinar las alternativas de aprovisionamiento, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, los costos de transporte, las modalidades de venta y las barreras al comercio existentes.”

Considerada la definición de mercado de producto y mercado geográfico, también se debe considerar el número de empresas, la participación que tienen estas en el mercado junto con el grado de concentración

⁴ Commission Notice on the Definition of Relevant Market for the Purposes of Community Competition Law (1997). “Case No. 372”. Recuperado de: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209>

⁵ Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado publicada en el Registro Oficial Suplemento 555 del 13 de octubre de 2011.

del mercado y la posición dominio que se encuentra (Motta, 2004), con la finalidad de calificar el estado de competitividad en el que se encuentra el mercado definido (OCDE, 2011: 129).

En primera instancia, se describe el número de empresas que tiene el mercado para conocer si el mercado tiene muchos o pocos competidores. En caso de apreciar un mayor número de empresas en el mercado relevante, el riesgo de que las empresas ejerzan abuso de poder disminuye; siendo lo contrario puede existir poder de mercado y se deberá evaluar la situación considerando conductas u factores como las barreras de entrada que ayudan a determinar la posible práctica que obstruye a la libre competencia en los mercados (OCDE, 2011: 128-129).

Cuando un mercado tiene pocos operadores puede obtener un alto grado de concentración en los indicadores económicos, pero no necesariamente puede determinar una acción abusiva de poder de mercado sobre el mismo (OCDE, 2011: 129). Para determinar acciones abusivas entre los competidores de un mismo mercado, se parte de la existencia de una posición de dominante para asociar a la empresa o las empresas que tengan esta posición, con otras acciones como: fijación en los precios, ventas coordinadas, impedimentos de compra a terceros, entre otras. Además del análisis de barreras de entrada al mercado.

La combinación de un alto grado de concentración en el mercado y altas barreras a la entrada, puede incentivar el ejercicio de poder de mercado entre las empresas que están compitiendo.

En consecuencia, es preciso mencionar que la definición del mercado relevante es la principal herramienta utilizada por varias agencias de competencia como la Comisión Europea, el Departamento de Justicia de los Estados Unidos, la Comisión Federal de Competencia Económica, para realizar análisis de mercado y evaluar los posibles efectos anticompetitivos junto con el presunto ejercicio de poder de mercado (Maseey, 2000: 11).

En efecto de la definición del mercado relevante y una vez que se determinen las participaciones que tienen las empresas en el mercado, la Comisión Europea (1997)⁶ deduce que esta es una aproximación razonable para medir el dominio de mercado que poseen las firmas, siendo este el vínculo inicial que permite identificar conductas anticompetitivas.

Poder de Mercado y Posición de Dominio

El poder de mercado es la capacidad que tienen las empresas para imponer precios sobre el costo marginal (Motta, 2004: 40-41). Este, genera en una o varias empresas ejercer una posición de dominio sobre su competencia donde sus competidores carecen de poder (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD], 2011: 12). La posición dominante se refiere a una posición de fortaleza económica limitando la competencia efectiva del mercado (Motta, 2004: 32).

No obstante, D'Amore (1998) suscita observar si los competidores directos de la empresa dominante poseen o no una semejante fortaleza que limite la competencia y si los clientes tienen o carecen de poder de compra para contrarrestar el poder de mercado de dicha empresa.

La mayoría de autoridades antimonopolio en el mundo siguen el procedimiento típico para evaluar el poder de mercado. En primer lugar, estas definen el mercado relevante y luego miden las cuotas de

⁶ Commission Notice on the Definition of Relevant Market for the Purposes of Community Competition Law (1997). "Case No. 372". Recuperado de: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209>.

participación de las empresas para evaluar el poder de mercado (Motta, 2004:117). Por lo tanto, las empresas con una mayor parte del mercado, ejercerían un mayor poder de mercado y viceversa.

Sin embargo, la cuota elevada de una empresa no siempre determina una posición dominante. En este sentido, el poder de mercado depende de mantener la participación constante en el tiempo, la respuesta de sus competidores para limitar el poder y otros factores como la facilidad de entrada, entre otros (Motta, 2004: 117-121).

Abuso de poder de mercado

El abuso de poder que tiene una empresa con posición dominante afecta al mercado y sus actores. Motta (2004: 34) menciona cuatro particularidades creadas por el abuso de poder: a) precios de venta injustos y condiciones desleales, b) limitar la producción, restringir la competencia y el mercado y, afectar el bienestar de los consumidores, c) desventaja competitiva y, d) la celebración de contratos.

Los posibles abusos de poder de mercado no son exhaustivos. Motta (2004: 34-35) divide estos en comportamiento explotador y prácticas excluyentes. El comportamiento explotador usa la discriminación de precios para cobrar en exceso a sus compradores y/o extorsionar precios de proveedores. Mientras, las prácticas de exclusión están asociadas a la fijación de precios, la exclusividad, suministro limitado y vinculación.

En efecto, una empresa con posición de dominio en el mercado que produzca comportamiento o prácticas de abuso es castigada (Comisión Europea, 2004), más no viceversa. En este sentido, la conducta de la empresa dominante que es identificada en el mercado debe demostrar que produce un efecto contrario a la competencia de los actores económicos para considerar que esto reflejaría una pérdida del beneficio de los consumidores y el bienestar en los mercados (Jenkins, Gunnar, y James, 2011: 508).

La configuración de abuso de posición de dominio está condicionada a que el infractor tenga posición de dominio sobre el mercado definido y de esta manera, este pueda influir de forma unilateral en las condiciones de oferta o demanda (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [INDECOPI], 2009). No obstante, en condiciones contrarias donde el operador económico no posea posición de dominio sobre el mercado; sin importar el acto indebido, la autoridad de competencia no puede iniciar investigaciones previas. Esto compete a que el operador económico por no tener posición de dominio sobre el mercado y a pesar de actuar bajo una conducta indebida, no tiene la capacidad para afectar el bienestar de los consumidores y el funcionamiento eficiente de la competencia en el mercado.

Por otro lado, el concepto de abuso del poder de mercado y colusión tienen una gran diferencia. El abuso de poder de mercado surge cuando se efectúan conductas anticompetitivas por parte del operador que guarda una posición dominante en el mercado. Mientras, la colusión relaciona el acto o conducta entre varias empresas que tienen poder de mercado, poseen similares cuotas de participación y tienden a presentarse bajo estructura oligopólicas (OCDE, 2004: 21-22).

Análisis de competencia

Una vez terminado el análisis formal para definir al mercado relevante, se prosigue a delimitar los niveles inaceptables de concentración, para evaluar el posible daño a la competencia. Para comprobar la concentración de la producción que permita verificar si el mercado analizado ejerce potencial presión

a la competencia se mide el grado de concentración en ventas o cantidad producida de las empresas que conforman un mercado en específico (OCDE, 2011: 21-22). La medida utilizada con mayor frecuencia en análisis de competencia de acuerdo al Departamento de Justicia de los Estados Unidos (2010) y la Comisión Europea (2004) es el índice Herfindhal-Hirschman (HHI), que expresa el grado de concentración en el mercado.

La Comisión Europea (2011), la Fiscalía Nacional Económica (2012), la Superintendencia de Industrias y Comercio de Colombia, y el Departamento de Justicia de los Estados Unidos, adoptan el índice HHI para medir el nivel de concentración de los mercados que les conduce al análisis próximo del dominio de posición de mercado y abuso de poder sobre el mismo.

Herramientas económicas utilizadas para medir la concentración en los mercados

Existen varias formas de medir la concentración de las empresas en los mercados. Los instrumentos de medición se conocen como índices de concentración y consideran la participación de todos los agentes económicos presentes en el mercado (Navarro, Ocampo, y Saumeth, 2013). Entre los índices de concentración más conocidos están:

Cuadro 5: Índices de Concentración

Índices de Concentración	Descripción
Concentración absoluta	Permite obtener un estimador absoluto para determinar la concentración en el mercado partiendo de la cuantificación relativa de las mayores empresas del mercado.
Índice de concentración de las mayores empresas (CR)	Es la sumatoria de la participación de las empresas más grandes del mercado.
Índice de entropía	Es representado con la sumatoria de las participaciones de las empresas del mercado multiplicadas por sus respectivos logaritmos.
Herfindahl y Hirschman (HHI)	Es considerado como el índice de concentración más utilizado en análisis de competencia. Equivale a la suma de las participaciones de cada empresa en el mercado elevada al cuadrado.
Índice de Dominancia (ID)	Muestra el nivel porcentual de dominio que tienen las empresas más grandes en un mercado.

Fuente: Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), 2013

Elaboración: Rita Cisneros

Con el objetivo de analizar la concentración económica en un mercado relevante, es necesario utilizar algunas herramientas económicas del cuadro anterior que evalúen la estructura del mercado y determinen futuros impactos. El Departamento de Justicia de los Estados Unidos fue la primera autoridad de competencia en usar el índice Herfindahl Hirschman como medida de concentración industrial en 1982, el cual evalúa las posibles violaciones a la competencia que presentaban las diferentes industrias en los mercados (Tremblay y Horton, 2012: 183).⁷

⁷ Para el cálculo del HHI se requiere información conforme el volumen de ventas o la cantidad producida de todas las empresas de la industria.

Indicadores de Concentración

Índice Herfindahl Hirschman

Para medir si en el mercado existe una mayor posibilidad de apareamiento de conductas anticompetitivas, Tirole (1988), es el precursor de teorías sobre organización industrial que utiliza herramientas matemáticas para medir la concentración de una industria en el mercado. Entre los índices más utilizados en la literatura de competencia está el índice de Herfindahl Hirschman (HHI) (FNE, 2012).

El índice Herfindahl Hirschman (HHI), refleja lo importante de las participaciones de las empresas en el mercado (Tirole, 1994). A diferencia de otros indicadores como el índice de concentración de las mayores empresas (CR), el HHI no limita el análisis por participaciones; este comprende la sumatoria de los cuadrados de la participación de todas las empresas que están operando en el mercado analizado (Casemiro, Garzel, Nascimento, Timofeiczky y Vinícius, 2014: 175) y, el cálculo es realizado a través de la siguiente expresión:

$$IHH = \sum_{i=1}^k s_i^2$$

Donde, s_i es la participación de cada empresa en el mercado. Este índice cuenta con una escala numérica que inicia en 1 y termina en 10.000, expresando los niveles de concentración que puede tener un mercado. Los rangos de concentración para el índice categorizados por el Departamento de Justicia de Estados Unidos (2010) y la Comisión Federal de Comercio (2010) son los siguientes:

Cuadro 6: Márgenes de Análisis de Concentración

Valor IHH*	Variación del IHH*	Tipo de Mercado
Mayor a 1 y menor a 100	No relevante	Competitivo
Mayor a 100 y menor a 1.500	No relevante	Desconcentrado
Mayor a 1.500 y menor a 2.500	Menor a 200	Moderadamente concentrado
Mayor a 2500	Menor a 100	Altamente concentrado

(*) Estos valores permiten analizar el nivel de concentración del mercado antes y después de la operación.

Fuente: Fiscalía Nacional Económica, 2012

Elaboración: Rita Cisneros

Además, en relación al número de empresas en el mercado, el índice tiende a aumentar o disminuir; por ejemplo, si existen pocas empresas el índice tiende a aumentar y, en caso contrario ante la presencia de muchas empresas se dice que el índice disminuye puesto que se genera una mayor competencia en el mercado. Sin embargo, también se debe considerar la presencia de una o varias empresas con posición de dominio en el mercado.

Índice de Gini y Curva de Lorenz

El coeficiente de Gini es un indicador económico utilizado comúnmente en estudios empíricos. Este se encarga de medir la equidad de ingresos y determinar bienestar de un grupo específico de individuos en una sociedad (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2001: 341-345). En

términos de competencia, el índice de Gini puede ser útil para aproximar cómo se distribuye el volumen de ventas o las cantidades producidas entre un conjunto de actores económicos del sector de estudio.

El cálculo del coeficiente de Gini (G) de acuerdo a Bikker y Haaf (2002) se realiza en razón de las áreas expresadas del gráfico de la curva de Lorenz $L(x)$, la cual representa a la relación matemática de las densidades acumuladas entre dos variables. Por tanto, tiene la siguiente expresión:

$$G = 1 - 2L_x d_x$$

Donde, x es la variable de distribución acumulada de la población total.

El índice de Gini expresa valores que varía entre 0 y 1. En términos de competencia, cuando el valor del Gini de una industria es cercano a cero, se dice que, existe un mayor grado de competencia en el mercado y una menor concentración de las empresas. Mientras que, un Gini cercano a 1 corresponde a un menor grado de competencia y una mayor concentración (Zurita, 2014: 22).

Índice de dominancia de Stenbacka, Melnik y Shy

El índice de dominancia (ID) es otra herramienta matemática utilizada en derecho de competencia que parte de la existencia de un mercado concentrado y se identifica a través de valores que oscilación entre 0 y 1.

Para calcular el valor del índice se usa la siguiente formula:

$$ID = \sum_{j=1}^n h_j^2$$

$$\text{Donde, } h_j = \frac{s_i^2}{HHI}$$

Donde s_i^2 , representa la participación de los operadores económicos en el mercado y el HHI, el nivel de concentración que tienen dichos participantes.

En el 2008, Melnik, Shy, y Stenbacka expusieron una nueva orientación de la literatura antitrust para identificar la existencia de dominio por parte de la empresa líder de una industria (Droucopoulos y Chronis, 2010: 5). Esta literatura engloba criterios cuantitativos en base a la participación de las empresas en el mercado, donde se compara las cuotas de participación de la posible empresa que supuestamente cuenta con una posición dominante (empresa 1) en comparación a la empresa subsiguiente más importante del mercado que posee una posición de dominio inmediatamente inferior al de su antecesora (UNCTAD, 2011: 12).

La medida absoluta propuesta por Melkin, Shy y Stenbacka (2008) para determinar la existencia o no de una posición de dominio en el mercado, proviene del cálculo del umbral S^D , expresado por la siguiente fórmula (Droucopoulos y Chronis, 2010):

$$S^D = \frac{1}{2} \cdot \left[1 - \gamma \cdot (S_1 - s_2) \left(1 - \sum_{i=3}^N s_i \right) \right] = \frac{1}{2} [1 - \gamma \cdot (s_1^2 - s_2^2)]$$

Donde, S_1 es la cuota de mercado de la presunta empresa con posición dominante (líder) y s_2 es la cuota de la segunda empresa más importante (seguidora). Adicionalmente, γ es un parámetro interpretado como la evaluación específica que hacen las autoridades de competencia sobre aspectos como: presencia de compradores poderosos, regulación económica, barreras de entrada, derechos de propiedad, etc. (SIC, 2013:10), que tiene la industria y las posibles afectaciones derivadas de la presencia de una empresa con posición de dominio (UNCTAD, 2011: 12-14).

Los valores del parámetro γ pueden variar dependiendo de las características que poseen los mercados analizados. Sin embargo, particularmente se asume que $\gamma = 1$.

Por lo tanto, Melkin, Shy y Stenbacka (2008) sostienen que dependiendo de cómo las autoridades de competencia determinan las barreras de entrada, se deberá ajustar el parámetro γ con valores inferiores a 1 si las barreras resultan ser bajas y, por consiguiente, mayores a 1 si son elevadas.

Estudios internacionales sobre el sector cementero a partir de la defensa de la libre competencia

Los presentes estudios, tratan sobre el análisis de competencia realizado en el sector cementero por distintas autoridades a nivel mundial, lo que demuestra que a través de un análisis de competencia se puede determinar el comportamiento del mercado y los efectos que puede traer para sus participantes. En este sentido, el desarrollo del análisis de competencia resulta factible.

Caso Perú⁸

El INDECOPI en el Expediente Preliminar 009-2008/CLC del 2009 inició un análisis en seguimiento de la industria cementera de Perú para determinar la existencia de indicios razonables de abuso de posición de dominio en la particularidad de ventas atadas de la comercialización del cemento. Este análisis inició durante el 2007 en la localidad de Iquitos.

La autoridad de competencia pretende obtener evidencias razonables para iniciar con un procedimiento sancionador contra la compañía CICISA. Esta compañía se dedica a la comercialización a través de exportaciones e importaciones de bienes, entre estos el insumo número uno para el sector de la construcción, el cemento que proviene de la colombiana Argos S.A (INDECOPI, 2009: 1).

La ORI Loreto, presentó una denuncia a la autoridad de competencia señalando que la venta de cemento en bolsa está condicionada a la adquisición de los materiales complementarios del sector de la construcción. Detectando la verdad de los hechos, la autoridad efectivamente procedió a sancionar a CICISA sobre “El Abuso de Posición de Dominio en la modalidad de Ventas Atadas”.

El INDECOPI (2009: 4) explica por su parte que las ventas atadas de CICISA viabilizaran que el operador con posición de dominio, expanda este poder de comercialización a otro bien en un mercado distinto al definido, siendo este el mercado afectado, producto de una conducta competitiva sobre él. Por su parte, esta venta condicionó a los consumidores o clientes del mercado a la adquisición de fierro y calamina.

⁸ Indecopi (2014) Boletín 2014. Vol. 1, No. 1 Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

La autoridad con la finalidad de determinar si existen indicios de una posición de dominio de la empresa CICISA, define el mercado relevante de producto y mercado geográfico para la industria de cemento en Perú.

El mercado de cemento peruano tiene seis empresas que compiten en este sector, Cementos Lima S.A., Cemento Andino, Cementos Pacasmayo S.A.A., Cementos Yura S.A., Cemento Sur S.A. y Cemento Selva S.A. (subsidiaria de Cementos Pacasmayo). El mercado relevante de producto fue definido en base al producto de la presunta empresa demanda CICISA (INDECOPI, 2009: 6-10). Esta comercializa el cemento de la empresa Argos; por lo tanto, este producto sería por el cual CICISA tendría posición de dominio y se realizó la denuncia.

Las principales empresas que abastecen a la localidad de Iquitos son Cemento Andino y Cemento Selva, a través de distribuidoras locales. En este caso para determinar si CICISA tuvo posición de dominio en el mercado relevante, se determinó las cuotas de participación en los mercados, el segmento y la evolución de la cuota que tiene CICISA.

Se examina las cuotas de participación de las distribuidoras de cemento en Iquitos durante el periodo 2005-2007. En lo cual, más del 96% del producto es comercializado en Iquitos por CICISA, Ferrolor y Santa Inés (INDECOPI, 2009: 14). CICISA 2005 (51,1%), Ferrolor 2005 (21,3%) y Santa Inés (27,5%). Sin embargo, se determinó que durante varios periodos entre 2005 y 2007 la cuota de CICISA aumentó por la alta demanda de Pluspetrol, lo que posibilitó el aumento de la cuota de CICISA en este periodo. Por lo tanto, ante el análisis de las cuotas de participación se afirma que el mercado de comercialización de cemento es dinámico en Iquitos. Y concluye que no hay indicios de que la empresa haya gozado de posición de dominio en el mercado relevante durante el periodo establecido (INDECOPI, 2009:16).

Otro factor que también se analiza para determinar posición de dominio son las barreras a la entrada por lo que este mercado se determinó que no existen “costos hundidos o irrecuperables relacionados con el establecimiento de una empresa de distribución”, es decir no se requiere de una tecnología particular para efectuar la comercialización en el mercado. Además, el almacén que distribuye los sacos de cemento puede comercializar otros productos persé tampoco existen barreras legales que no permitan el pronto ingreso a nuevos competidores en este segmento del mercado.

Sin embargo, por falta de pruebas razonables y declaraciones del acusado donde se certifica que los productos comercializados no están sujetos a condiciones, sino que son vendidos independientemente unos de otros. Sin evidencias por corroborar, la autoridad de competencia resolvió no iniciar con procedimientos sancionatorios contra la Compañía Industrial y Comercial Iquitos S.A. (CICISA) por presunto abuso de posición de dominio en la modalidad de ventas atadas, como se mencionó en el desarrollo del caso.

Por otro lado, se confirmó la decisión sancionadora de la Comisión de Lima, en la que Cementos Lima y sus principales distribuidores fueron penados por ley, por motivo de emprender en el mercado una estrategia coordinada entre los actores económicos, la misma que negase la provisión específica de cemento a varias ferreterías donde comercializa su competencia (INDECOPI, 2014). La Comisión encontró que esta era una conducta capaz de excluir o limitar el crecimiento de la competencia en el mercado peruano. Por lo que se multó a los infractores del caso con un monto superior a US\$ 2.071.954.

Caso Argentina

La Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, multó en el 2005 a las cinco compañías cementeras que participan en el mercado de cemento en Argentina (“*Millonaria sanción a cementaras por prácticas anticompetitivas*”, 27 de julio de 2005). De acuerdo a los análisis realizados, las cementeras realizaban acuerdos ilegales con la finalidad de repartirse las cuotas de mercado a partir de precios acordados (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia [CNDC], 2005). La CNDC sostiene que esta práctica se mantuvo durante 20 años, en el mercado argentino y es sancionada conforme la ley de defensa de la competencia 22.262.

En 1999, la CNDC inició una investigación en el mercado de cemento en la cual se detectarían prácticas anticompetitivas para el mercado. La autoridad efectuó el análisis de mercado concluyó que las empresas Loma Negra, Cemento San Martín (pertenecientes a un mismo grupo), junto con Juan Minetti, Cementos Avellaneda y Petroquímica Comodoro Rivadavia sostuvieron acuerdos colusorios para repartirse las cuotas de participación en ciertas zonas del territorio argentino, acordar precios e intercambiar información competitiva relevante y sensible entre ellos, con el fin de dominar el mercado y distorsionar la libre competencia (Banco Interamericano de Desarrollo [BID] y Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), 2007: 15-18).

Roberto Lavagna (2005), mencionó durante la rueda de prensa que la información intercambiada entre las empresas citadas se basaba a los productos de cemento Pórtland y, esta acción fue agilizada a través de la Asociación de Fabricantes de Cemento Pórtland (AFCP). La AFCP cumplía el rol de establecer un sistema de control para las compañías del sector. Sin embargo, se evidenció un cruce de información sensible y específica de cada empresa concerniente a su producción, despachos y ventas (BID y OCDE, 2007). Por lo tanto, ese tipo de conducta generó un efecto anticompetitivo en el mercado, afectando a los demás competidores del mismo.

Adicionalmente, existieron evidencias de castigo a un productor por parte del cartel, es decir, en vista de que el productor se apartó del acuerdo pactado entre las empresas coludidas, los miembros del cartel trasladaron agresivamente la comercialización del producto a la zona en la cual se ubicaba el negocio del productor tramposo (Patagonia), provocando una significativa pérdida de su cuota de mercado. Luego, las empresas del cartel concluido las prácticas se retiraron a su mercado (BID y OCDE, 2007: 16).

En efecto, Coloma (2010: 10-12) considera en base a la investigación del caso pertinente a la industria cementera argentina que, un cartel explícito resulta anticompetitivo. Este, afecta el interés económico de los competidores y el beneficio del consumidor final a través un aumento en el margen de los precios y disminución en las cantidades ofertadas en el mercado en relación a un escenario sin colusión. Además, el hecho de mantener entre las empresas un intercambio de información sensible que no es justificable por argumentos de eficiencia, demuestra la base para fundamentar el cartel y su respectiva sanción a la ley.

La historia del derecho de competencia tiene su origen en normativa dictada por Estados Unidos y la Unión Europea en el siglo XIX (Motta, 2003: 1). Para entender las circunstancias⁹ en que estas leyes fueron creadas, su enfoque y objetivos, es preciso señalar.

⁹ A mitad del siglo XIX, Estados Unidos atraviesa una transformación industrial. Los eventos más importantes que experimentó fueron las mejoras drásticas en cuanto a la comunicación y el transporte. Por lo tanto, esta apertura al mercado incentivó a las empresas para explotar economías de escala (una empresa puede tener economías de escala si el costo unitario de la

Marco Normativo

Las políticas sobre el derecho de competencia fueron creadas para resguardar el mercado de las posibles distorsiones o efectos que se presenten por su propia actividad, esta variación podría ser consecuencia de cambios en su estructura, en concreto puede darse en casos de fusiones o adquisiciones. La OCDE (2011: 109-110) señala que las regulaciones son realizadas mediante acción de un regulador, generalmente asumido por la entidad encargada de definir la legislatura del país y que tiene las facultades para llevar a cabo estudios de mercado.

La normativa enfocada a regular el derecho de competencia debe necesariamente ser creada por el poder legislativo de cada Estado y generalmente tiene su autonomía propia dependiendo del país en el que se aplique. En Ecuador con fecha 13 de octubre de 2011, se promulgó la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado [LORCPM] como organismo de control con facultades encaminadas a evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado, a fin de que se propague la sana competencia y libre concurrencia en los mercados (Intendencia de Investigación y Control de Concentraciones Económicas [ICC], 2016: 3).

La inquietud de la política de competencia está relacionada a la conducta de las empresas y el poder de mercado (Dirección de Promoción de la Competencia, 2004: 9). Esta preocupación incluye las ineficiencias en los precios, el trato injusto a los demás competidores del mercado y la cadena y, el abuso de la posición dominante.

Por otro lado, la lógica de defensa de la competencia busca que las soluciones planteadas en base al análisis de estudio de las operaciones económicas, impidan la aparición o consolidación de estructuras monopólicas en los mercados (Coloma, 2006: 12) y procuren la efectiva competencia entre los actores económicos que operan en él.

Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM)

Política de Competencia en Ecuador

La importancia del análisis de competencia en la industria ecuatoriana radica de acuerdo al artículo 304, numeral 6 de la Carta Fundamental, que establece a la política comercial como objeto de, “evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados”.

Asimismo, de acuerdo al artículo 334, numeral 1 de la Constitución de la República, dictamina que, “corresponde al Estado promover el acceso equitativo a los factores de producción, evitando la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, la redistribución y supresión de privilegios o desigualdades en el caso a ellos”.

Y, de acuerdo al artículo 335, de la Constitución de la República, impone:

“Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación,

producción cae junto con la cantidad total producida del bien o servicio) y economías de alcance (se presencia economías de alcance cuando los costos de producción disminuyen por el motivo de que dos o más bienes se producen conjuntamente).

intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal”.

Que, el artículo 336 de la Carta Fundamental impone al Estado:

“Art. 336.- El Estado debe impulsar y velar por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, promoviendo la reducción de las distorsiones de la intermediación y promoción de su sustentabilidad, asegurando de esta manera la transparencia y eficiencia en los mercados, mediante el fomento de la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante la Ley.”

Además, respaldado por el artículo 1 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM), vigente a partir del 2011, fue creado el órgano que controla y promueve competencia en los mercados del territorio nacional, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado; en donde dicta:

“Art. 1.- Objeto.- El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible.”

El estudio es presentado ante la representación de pocos oferentes en la industria cementera del Ecuador que de acuerdo al artículo 7, de la LORCPM, sección segunda, dicta:

“Art. 7.- Poder de mercado. - Es la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modos independientes con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que participen en el mercado.

La obtención o el reforzamiento del poder de mercado no atentan contra la competencia, la eficacia económica o el bienestar general. Sin embargo, el obtener o reforzar el poder de mercado, de manera que impida, restrinja, falsee o distorsione la competencia, atente contra la eficiencia económica y el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios, constituirá una conducta sujeta a control, regulación y, de ser el caso, a las sanciones establecidas en esta Ley”.

Ávila et al (2012: 200) mencionan que para efectos de este artículo existe una similitud entre el poder de mercado y el concepto de posición de dominio. Sin embargo, ambos conceptos son diferentes; el poder de mercado es un concepto más extenso que su aplicación abasteca los acuerdos restrictivos de la competencia, los abusos de posición de dominio y las concentraciones económicas. Mientras que, la posición de dominio, está catalogada en el derecho de defensa de la competencia, como uno de sus tres conceptos jurídicos, en los que incurre la definición de poder de mercado. Adicionalmente, en el Anexo 1 se encuentran los artículos 8 y 9 de la LORCPM que determinan el poder de mercado y abuso de posición de dominio.

Al respecto, (Bellamy y Graham,1992: citado en Ávila et al, 2012: 223) mencionan:

“El concepto de “abuso” y “posición dominante en el mercado” son lo suficientemente abiertos como para permitir al operador de la norma un campo de acción apreciable para el juicio y el desarrollo de los conceptos, teniendo en cuenta los casos concretos.

El concepto de abuso es un concepto objetivo que se refiere a la conducta de una empresa en posición dominante que llega a influenciar la estructura del mercado cuando, como resultado de su propia presencia de la empresa en cuestión, el grado de competencia se debilita y que, recurriendo a métodos distintos de los que configuran servicios, tiene el efecto de amenazar el mantenimiento del grado de competencia aún existente en el mercado o en el incremento de tal competencia.”

Los criterios descritos por el art. 8 para la determinación del poder de mercado pueden resumirse en tres grupos, explícitos por la valoración jurídica de poder de mercado (Ávila, Barzallo, Durand, Jaramillo, Marín, Ojeda y Riofrío (2012): 203-209):

“1.1 El grado en que el bien o servicio de que se trate es susceptible por otros, las condiciones de tal sustitución y el tiempo requerido para la misma (Art.8, f, g y h).

1.2 El grado en que las restricciones limiten el acceso de competidores al mercado de que se trate o el acceso de los proveedores a clientes alternativos. (Art.8. b y f).

1.3 El grado en que el presunto responsable pueda influir unilateralmente en la formación de precios o restringir el abastecimiento o demanda en el mercado y el grado en que sus competidores puedan contrarrestar dicho poder (art. 8.a, c-e, y f).”

CAPÍTULO I: Sector Cementero

El sector cementero pertenece al sector industrial ecuatoriano. Este sector está ligado con el sector de la construcción y la actividad económica de extracción de productos minerales no metálicos. En este capítulo se abordarán las características generales del sector que incluye los conceptos básicos del sector, el proceso de fabricación del insumo principal de la industria y un detalle con los diferentes tipos de cemento que se comercializan en el mercado ecuatoriano.

Asimismo, se realizará el análisis macroeconómico del sector para conocer el dinamismo del sector en la economía nacional seguido de un análisis microeconómico para cada empresa que realiza operaciones en este. En el último análisis se incluyen características de los actores económicos de la industria cementera como balances financieros y una descripción de cada operador del mercado.

En este sentido, teniendo un panorama detallado del sector cementero y su industria se puede identificar la estructura y condiciones del mercado para adicionalmente, analizar los indicadores de concentración de esta industria.

Conceptos Generales

El cemento es un material de naturaleza inorgánica y mineral que se moldea y endurece cuando es mezclado con agua (García, 2008: 62). Este tiene propiedades adhesivas y conglomerantes con una mayor resistencia para las edificaciones terrestres y marinas (Chinchón y Sanjuán, 2014: 6-10). El uso de este material está ligado a la combinación con áridos por lo que existen varios tipos de cemento.

Entre los tipos de cemento existen dos que son los más básicos del mercado: 1) el cemento de tipo puzolánico y 2) el cemento a base de arcilla o Portland (Holcim Ecuador, s.f.). El cemento puzolánico es el más común del mercado y su composición es de materiales orgánicos o volcánico; mientras que, el cemento a base de arcilla proviene de la piedra caliza o a partir de arcilla.

Todos los tipos de cemento se derivan de un solo producto estándar, denominado “clinker” (American Concrete Institute [AIC], 2015). En este sector, se distinguen tres mercados de producto: 1) clinker, 2) cemento gris y, 3) cemento blanco (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia [CNMC], 2006: 5-10).

El clinker es un material que nace de la combinación de materiales calcáreos (piedra caliza) y arcillosos como la creta, arcilla, magra, pizarras, arenas, entre otros (Duda, 1977: 1). Existen dos procesos para obtener clinker: 1) el proceso húmedo y 2) el proceso seco. En el proceso húmedo, los materiales calcáreos y arcillosos son molidos y luego mezclados con agua para adquirir una textura pastosa antes de ingresar a su cocción en los hornos, (Castrillon et al, 2013: 115-116). El proceso anterior es diferente al procedimiento seco debido a que en este proceso el material primero ingresa a un sistema de precalentado durante y después de la molienda y, antes de cocer la mezcla con el fin de aprovechar la humedad de las materias primas.

En el mercado, el clinker es un producto intermedio usado en la elaboración de cemento gris y cemento blanco. Este requiere de una transformación previa para servir como aglutinante hidráulico en obras de construcción. Asimismo, es objeto de transacciones comerciales entre los fabricantes del mercado de cemento quienes compran o venden este insumo a otros productores para su transformación.

Por lo tanto, el clínker debido a las operaciones comerciales que tiene dentro del mercado, es considerado como un producto distinto del cemento que tiene mercado propio (CNMC, 2006: 5-10).

Cemento Gris

El cemento gris de acuerdo a características como resistencia, composición, porcentaje de clínker, entre otras, constituye diferentes tipos de productos que se derivan del mismo. Sin embargo, a pesar de su variedad este es un producto homogéneo (CEPAL, 2003: 7). El cemento gris se obtiene de la molienda de clínker mezclado con otras sustancias como cenizas, escorias, puzolanas o yeso (CNMC, 2006: 6).

Cemento Blanco

El cemento blanco proviene de una roca especial denominada caliza y esta puede ser de color blanco, negro y marrón. Generalmente, este tipo de cemento posee mayor resistencia que el cemento gris y usa el clínker como materia base para su elaboración; el mismo que se mezcla con yeso (CNMC, 2006: 6). El uso que tiene el cemento blanco en el mercado es en obras de arquitectura que requieran de mucha brillantez (Comisión Federal de Competencia Económica [COFECE], 2006: 103).

Además, la escasez de la materia prima (roca caliza blanca para formar clínker) y, el elevado costo de venta hace que los fabricantes que lo producen sean pocos. Por esta razón, el cemento blanco se cataloga como un producto diferente del cemento gris, tanto en sus componentes como usos.

En efecto, el cemento gris y blanco se considera diferente en los mercados. Esto significa que cada uno constituye mercados separados por sí mismos. Además, el clínker por ser el producto de uso intermedio para la fabricación de cemento, resulta indispensable en ambos mercados diferenciados.

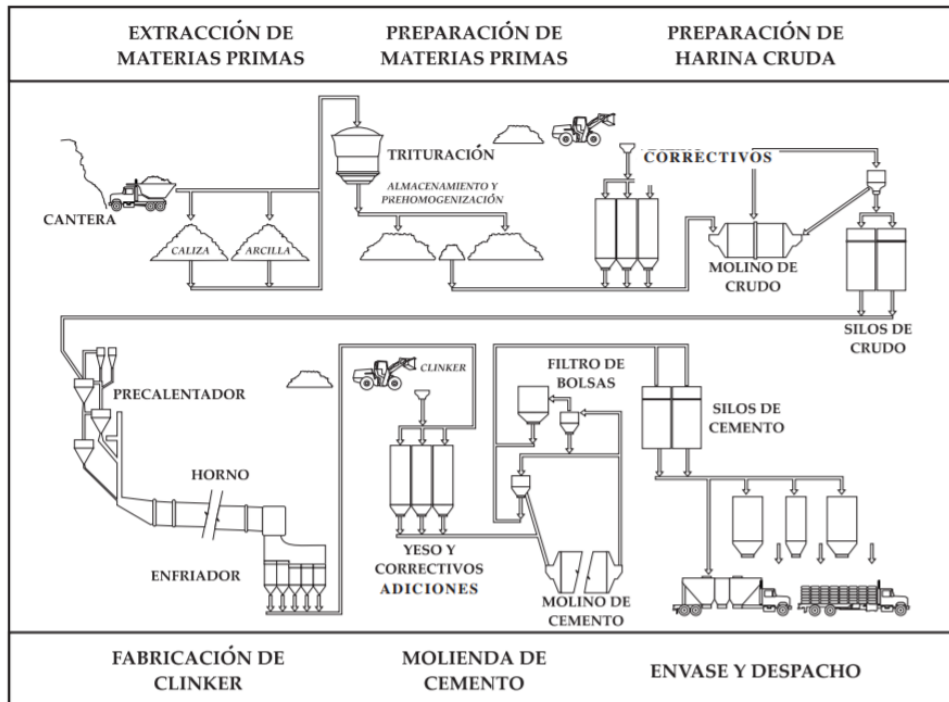
Por otra parte, la CEPAL (2003: 14-20) considera también que el cemento es un producto homogéneo donde incurren altos costos de transporte debido a que es un producto de pronta caducidad, es decir, tiene un periodo de durabilidad de un mes, considerando las condiciones que tiene el medio ambiente. No obstante, es un producto de difícil almacenamiento y el comercio nacional e internacional se encuentra condicionado por estas características.

Proceso de fabricación de cemento

La fabricación del cemento comprende de las siguientes etapas (García, 2008: 63):

1. Extracción y preparación de materias primas,
2. Homogenización de la materia (harina cruda),
3. Fabricación de clínker,
4. Molienda del cemento, y
5. Envasado y despacho

Gráfico 1: Proceso de fabricación del cemento



Fuente y Elaboración: García (2008) Manual Técnico para la Construcción.

En primer lugar, se extrae del suelo las materias primas (carbonatos y fundentes) generalmente calizas o margas y arcillas o pizarras (CNMC, 2006: 68). Estos se obtienen de perforaciones en las minas y canteras localizadas geográficamente cerca de las industrias cementeras.

Una vez realizada la extracción de los materiales, estos son triturados para reducir su tamaño (inferior a 25mm), luego son transportados hacia los molinos de la fábrica para iniciar con el proceso de prehomogeneización de la materia prima (Holcim España, s.f.). El proceso de prehomogeneización termina en la cocción de la materia con el que se obtiene lo denominado crudo o harina que finalmente es almacenado en silos.

El crudo almacenado se introduce en un intercambiador de calor con temperaturas desde los 600°C hasta los 1.500°C para formar los componentes básicos del clínker (Holcim España, s.f.). Posteriormente, el clínker reposa hasta que se enfríe el material con el objetivo de mantener las reacciones producidas en los hornos rotativos.

Finalmente, el clínker llega a los centros de acopio de la industria y se mezcla con yeso para regular el fraguado del material (CDPC, s.f: 13). Luego es molido hasta alcanzar la finura deseada del cemento para completar el proceso con el envase en los silos y el respectivo ensacado para destinar el producto a la comercialización en el mercado en sacos o a granel (Holcim España, s.f.).

Tipos de cemento

El cemento tiene varios tipos de este derivado en el mercado. La diferencia de unos con otros se encuentra en características como la cantidad de clínker y los compuestos químicos usados en su elaboración (Latorre, 2008). A continuación, se detallan los cuatro tipos de cemento más comercializados en un mercado.

1. Cemento Pórtland. - es un tipo de cemento sin agregados, empleado para obras de construcción que no demandan ningún requisito en específico. El cemento Pórtland resulta de la pulverización de yeso hidratado¹⁰ mezclado con clínker.
2. Cementos Siderúrgicos. - es un tipo de cemento que tiene un alto porcentaje de escoria básica en su composición.
3. Cemento con Agregado A. - es un tipo de cemento derivado de la mezcla entre clínker, yeso y agregado tipo A¹¹.
4. Cemento Puzolámico. - es un tipo de cemento con propiedades aglomerantes que contiene puzolana, yeso y clínker.

Características del Sector Cementero

La Federación Interamericana de Cemento, establece las siguientes características para el sector cemento (“*características de la industria del cemento*”, s.f.):

Cuadro 7: Características Generales del Sector Cementero

Producto Esencial	<ul style="list-style-type: none"> •Debido a su alta demanda como elemento primordial del concreto, es el segundo material más empleado en el mercado mundial.
Alta demanda de capital	<ul style="list-style-type: none"> •Derivado del costo de una nueva planta cementera de acuerdo a la capacidad de producción requerida.
Alta demanda de energía	<ul style="list-style-type: none"> •La producción de cemento requiere desde 60 a 130 kgs de combustible y 110 kWh de energía eléctrica en la producción de una tonelada de cemento.
Bajo uso de mano de obra	<ul style="list-style-type: none"> •Alta automatización en las plantas cementeras modernas, lo cual desplaza la demanda de trabajadores,
Producto Homogéneo	<ul style="list-style-type: none"> •Insumo de producción masiva con características de producción similares.
Mezcla de empresas locales y globales	<ul style="list-style-type: none"> •Fuerte expansión de mercado a nivel local (familias fundadoras) e internacional (multinacionales).
Efectos de la industria sobre el cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> •Emisión de gases CO² de efecto invernadero
Modernización de la industria en países en desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> •Eficiencia en las plantas nuevas con relación a las primeras plantas establecidas de la industria en países desarrollados.
Producto pesado	<ul style="list-style-type: none"> •Insumo de menor costo con elevados costos de transporte via terrestre, limitado a 300km.

Fuente: Federación Interamericana de Cemento (FICEM)

Elaboración: Rita Cisneros

¹⁰ Sulfato de calcio y agua.

¹¹ Se obtiene de la mezcla entre caliza y arcilla con materiales a base de óxidos de silicio, aluminio y hierro que son sometidos a hornos con temperaturas superiores a los 900°C.

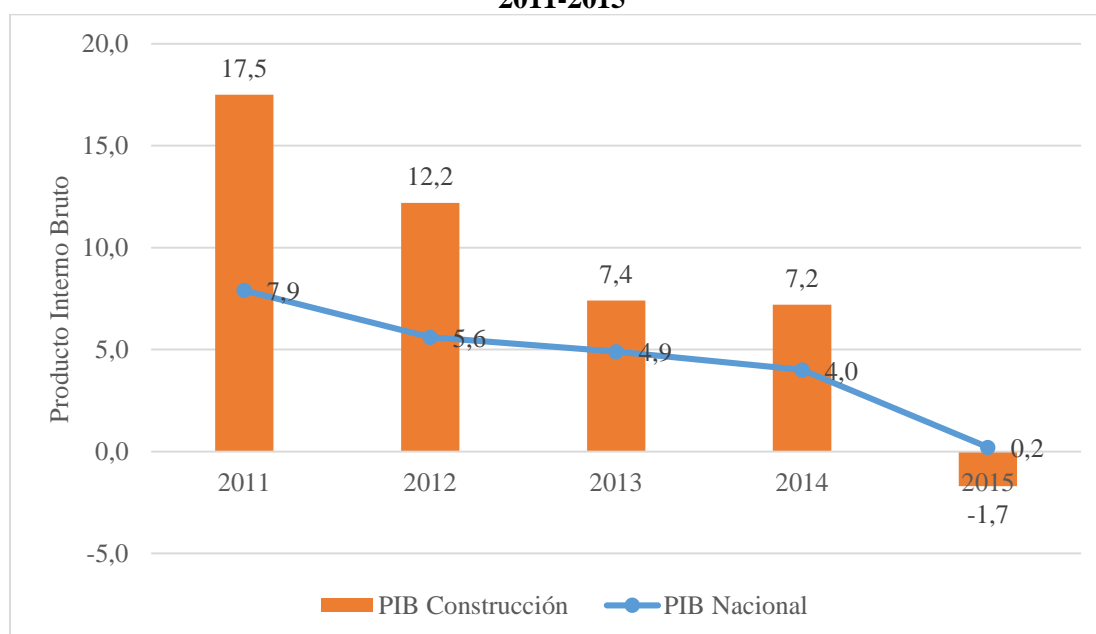
Análisis Económico del Sector Cementero en el Ecuador

En Ecuador, el sector cementero pertenece al sector industrial que está ligado con el sector de la construcción. Durante la última década, el sector industrial sostuvo un buen desempeño en la economía nacional (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2016: 5), mientras que el sector de la construcción mantuvo un crecimiento permanente destacado por la creciente actividad económica de la industria cementera (Alemán et al, 2012: 5).

La Revista Líderes en su artículo “En Ecuador, el consumo de cemento crece a ritmo sostenido” (s.f.) publica que el sector de la construcción y la actividad económica cementera se incrementó en el país durante el periodo 2007-2013. Esto se debió a que el gobierno central tuvo una alta demanda en obras civiles y de infraestructura como son hidroeléctricas, escuelas del milenio, carreteras, etc., y entre otros proyectos particulares de construcción que fueron desarrollados por firmas independientes como por ejemplo las constructoras privadas.

Por esta razón, el cemento se convierte en la materia prima indispensable para el sector de la construcción (Revista Ekos, 2012: 23-24). El desempeño que cumple este sector en la economía del país se debe a la dinámica e influencia que tienen los actores económicos del sector para influir en la generación de empleo (“*El sector de la construcción en un difícil 2016*”, 20 de abril del 2016) y el crecimiento económico del país (BCE, s.f.). Durante el periodo 2011-2015 el PIB del sector de la construcción lleva una tendencia decreciente causada por los bajos niveles de inversión en el país. Sin embargo, el sector de la construcción estuvo por encima del crecimiento del PIB Nacional hasta el 2014 y presentó un decrecimiento de 1,7 puntos porcentuales debido a la desaceleración¹² económica que transitó el país en el 2015.

Gráfico 2: Crecimiento Anual del PIB Nacional y el PIB del Sector Construcción para el periodo 2011-2015



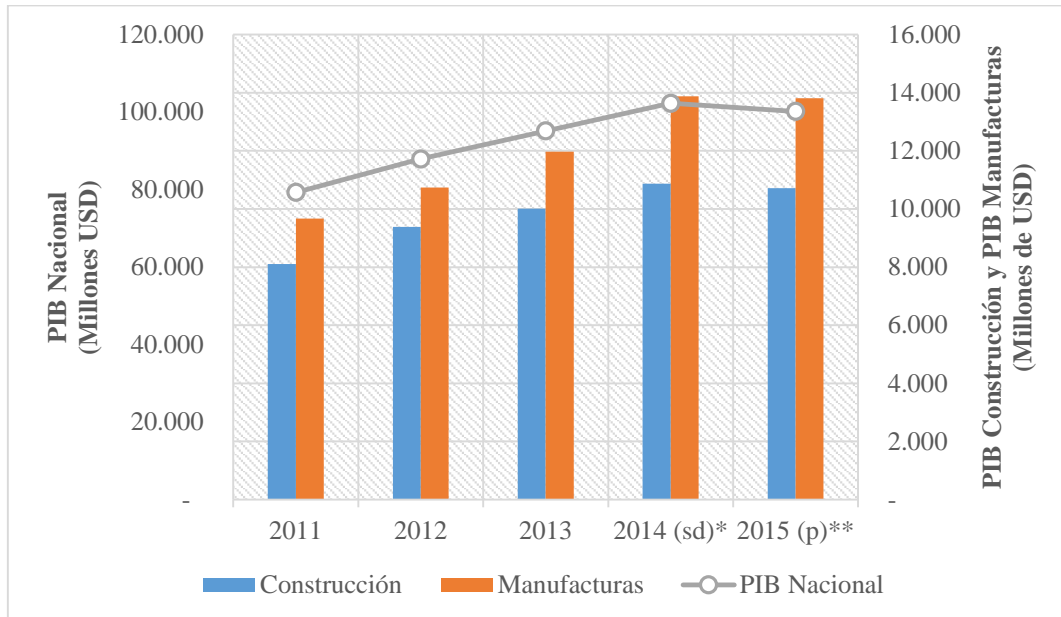
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

¹² Una desaceleración en la economía ecuatoriana causada por la disminución en la colocación crediticia, el aumento en el requerimiento financiero destinado al gasto público, etc.

Gráfico 3: Evolución del PIB Nacional, PIB Construcción y PIB Manufacturas para el periodo 2011-2015

(En millones de dólares)



*(sd) semi-definitivo

** (p) provisional

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), 2017

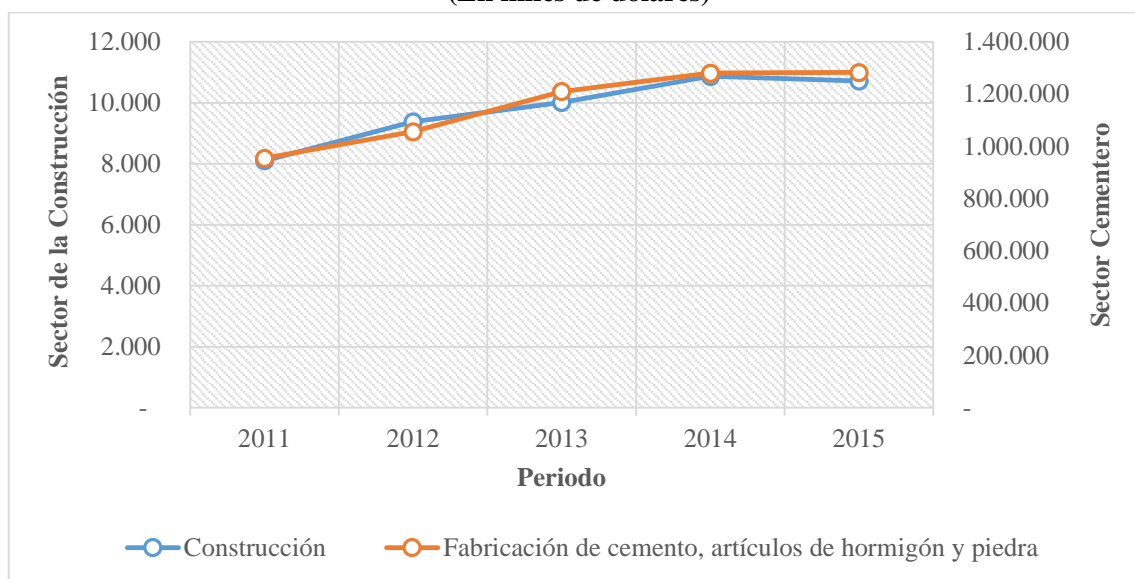
Elaboración: Rita Cisneros

El sector de la construcción y el sector manufacturero se caracterizan por ser parte de los pilares que sostienen la economía de Ecuador (Revista Líderes, s.f.). La representación promedio que tuvo el sector de la construcción durante el periodo 2011-2015, fue del 10,55% con respecto al PIB Nacional; mientras que la aportación que tuvo el sector manufacturero a la economía durante ese periodo fue del 12,87%.

Para comprender la relación que sostiene el sector de la construcción y el sector cementero se realizó un análisis dentro del periodo 2011-2015, correspondiente a la evolución en el mercado de fabricación de cemento, artículos de hormigón y piedra como indicador del sector cementero.

Durante este periodo, se evidenció que el sector de la construcción creció un 32% y el sector cementero creció un 34%. Esto se debe a las políticas gubernamentales implementadas por el gobierno central para dinamizar estos sectores; mismas que fueron direccionadas a la construcción de viviendas públicas, proyectos de infraestructuras, obras civiles, entre otras (“El sector de la construcción en un difícil 2016”, 20 de abril del 2016).

Gráfico 4 Relación del Sector de la Construcción con el Sector Cementero del Ecuador para el periodo 2011-2015 (En miles de dólares)



Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y el Hormigón (INECYC), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

La fabricación de cemento, artículos de hormigón y piedra en el 2014 ascendió 15% en relación al 2013. Sin embargo, finalizado el 2015 la demanda decreció 0,2% en estos materiales de construcción.

Consumo de Cemento

La demanda del consumo de cemento proviene principalmente de las industrias de la construcción, el hormigón, materiales prefabricados y los comercializadores, distribuidores o almacenistas. La demanda resulta poco sensitiva respecto al valor en que varíen los precios del cemento además de considerar los porcentajes mínimos que representa este material sobre los costos totales de la construcción (CNMC, 2006: 13). Sin embargo, el cemento es imprescindible para el mercado debido a su alta demanda que tiene en el sector de la construcción.

Cuadro 8: Consumo de cemento en Ecuador en el periodo 2011-2015 (En toneladas métricas)

Año	Consumo de cemento	Variación del consumo
	(en toneladas métricas)	(en porcentajes)
2011	5.705.731	--
2012	6.025.351	5,60%
2013	6.600.317	9,54%
2014	6.471.011	-1,96%
2015	5.848.418	-9,62%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

A principios del período 2011-2015, a principio se mantiene un crecimiento sostenido en el consumo de toneladas de cemento, pero a partir del 2014 empieza su decrecimiento. El 2013 fue el año que existió un mayor consumo de toneladas métricas de cemento (6.600.317) en el mercado ecuatoriano; sin

embargo, en años posteriores el consumo de este material cayó hasta llegar a -9.62% en el 2015, en comparación al año anterior.

El aumento de la demanda del cemento en el 2013 se debió al incremento de las obras públicas por parte del gobierno central. Estas incluyen principalmente obras como la construcción de vías, puentes y carreteras que utilizan grandes cantidades de hormigón en el proceso (producto derivado del cemento) y, así fue como se incrementó el consumo en toneladas métricas de cemento en todo el mercado (*“El consumo de cemento se incrementó en el Ecuador”*, s.f.).

Por otro lado, el 2014 y 2015 fueron años complicados para los sectores asociados con los negocios de la construcción. La caída de 9,62 puntos en el consumo de cemento se debió a los rezagos que atravesó el sector de la construcción en cuanto a la reducción de inversión pública para las obras, la falta de solvencia para cancelar a los contratistas y la inseguridad que se generó en el sector inmobiliario del país, ocasionando una tasa decreciente en el consumo del cemento (*“Producción de cemento se redujo 8%”*, 25 de diciembre de 2015).

Comercio Exterior

La relación comercial que tiene el cemento con otros mercados internacionales, es limitada. Esto se debe a la autosuficiencia que tiene la industria en la producción de cemento para el país, lo cual permite a la industria local cubrir con la demanda del mercado, sin restricción alguna. Además, las empresas nacionales no tienen excedentes en la producción de este insumo que permita incrementar sus ventas en el exterior.

Exportaciones de Cemento

En Ecuador, la mayor parte de la producción de cemento se consume en el mercado local. En este sentido, el país no es considerado como un fuerte exportador de cemento a nivel mundial.

Cuadro 9: Exportaciones de cementos hidráulicos en el periodo 2011-2015
(En miles de dólares y toneladas métricas)

Año	Países	Valor FOB	Cantidades
		(en miles de dólares)	(en toneladas métricas)
2011	Colombia	788	3.414
	Zona franca	1.897	18.233
2012	Colombia	4.678	28.529
	Brasil	29	200
2013	Colombia	11.620	97.853
	Brasil	54	350
2014	Colombia	14.353	128.141
	México	2	16
2015	Colombia	12.242	113.130
	Perú	375	2.281
	Costa Rica	3	1
	México	1	1

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), 2017

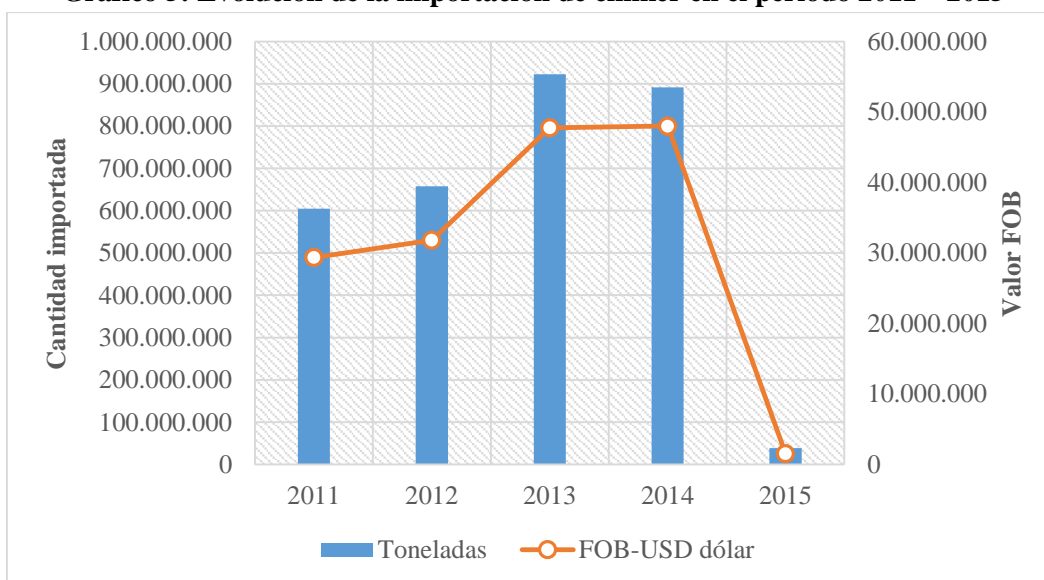
Elaboración: Rita Cisneros

Las exportaciones de cementos hidráulicos, incluidos los cementos sin pulverizar “clínker” y cementos coloreados (Nandina 2523) durante el periodo 2011-2015 se destinaron en su mayoría a Colombia; siendo 2014 el año en el que Ecuador exportó la mayor cantidad de toneladas métricas y recaudó de la venta USD 14.355.000. Sin embargo, la renta del cemento exportado resulta insignificante frente al valor que tienen otros insumos y materias primas comercializadas en el mercado internacional.

Importaciones de Cemento

El “clínker” es el material con mayor representación del total de importaciones de cemento. En el 2013, ingresó al mercado ecuatoriano 922.270,65 toneladas métricas de cemento sin pulverizar conocido como clínker (Nandina 252310), cantidad correspondiente al 96% del total de importaciones de cemento. Sin embargo, el país apenas importa el 11% de la demanda total de clínker, mientras que el 89% produce la industria nacional. La causa de su importación se debe básicamente a la necesidad de las empresas cementeras para aumentar su producción de cemento en ciertas temporadas del año donde su demanda aumenta y así cubrir con las necesidades del mercado.

Gráfico 5: Evolución de la importación de clínker en el periodo 2011 – 2015



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

Los mercados internacionales proveedores de clínker para Ecuador son principalmente México, Corea del Sur y Colombia. Durante el periodo 2011-2015, ingresó al mercado ecuatoriano 3.115.130 toneladas métricas de clínker, de las cuales 2.312.778 correspondieron a México, 541.682 a Corea del Sur y 140.437 a Colombia.

Cuadro 10: Procedencia de las importaciones de clínker en el periodo 2011-2015

Año	Países	Valor FOB	Cantidades
		(en miles de dólares)	(en toneladas métricas)
2011	Corea del Sur	4.673	69.500
	Colombia	7.822	113.193
	Cuba	1.856	26.063
	México	25.880	365.266
	Perú	2.217	30.927

	Estados Unidos de América	2	2
2012	Corea del Sur	2.026	52.550
	Honduras	2.274	30.237
	México	36.585	575.155
	Estados Unidos de América	1	1
2013	Corea del Sur	5.039	73.000
	Colombia	2.258	27.244
	México	55.178	789.025
	Viet Nam	2.319	33.000
	Estados Unidos de América	8	2
2014	Corea del Sur	21.147	307.932
	México	45.166	583.332
	Estados Unidos de América	2	1
2015	Corea del Sur	2.661	38.700

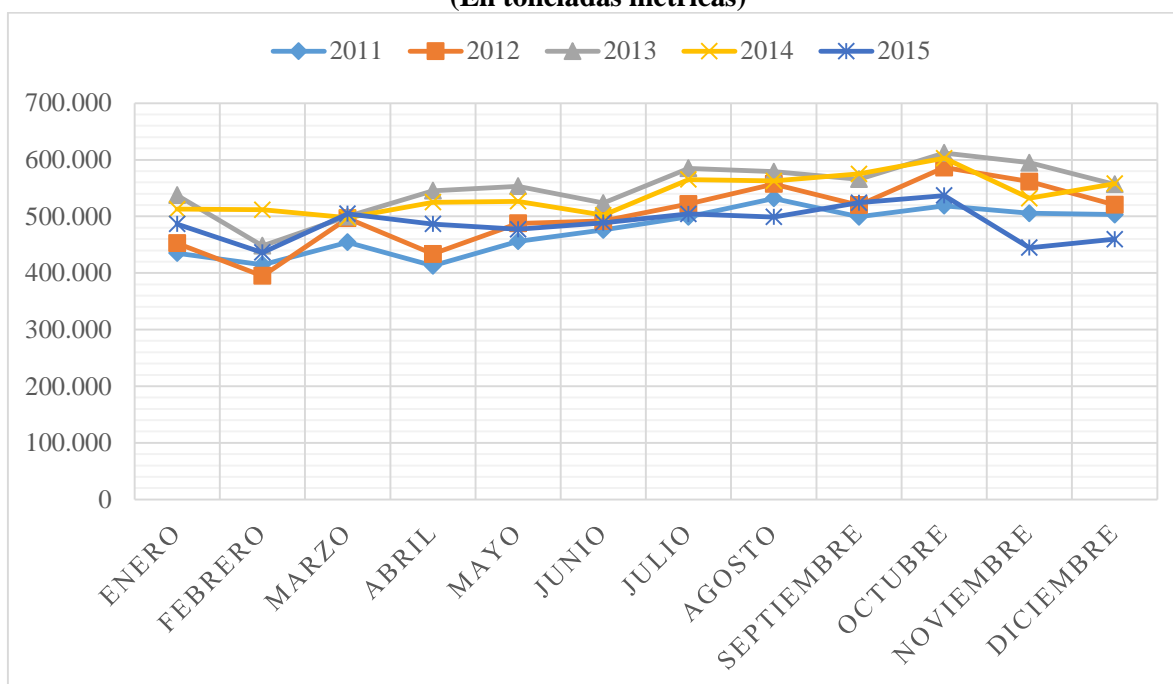
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

Comercialización de cemento gris

Durante el periodo 2011-2015, la comercialización de toneladas métricas de cemento gris en el territorio ecuatoriano resultó alta para el mes de octubre, a excepción del 2011 que existió una mayor comercialización de este material para el mes de agosto. La alta comercialización de cemento en agosto de 2011 fue debido a la culminación de obras en esta fecha, con el objeto de celebrar la rendición de cuentas del segundo año correspondiente al segundo periodo de Gobierno del ex mandatario Rafael Correa (*“El año en que el gobierno inauguró grandes obras”*, 2011). Sin embargo, en los años restantes del periodo la comercialización de cemento es alta en el mes de octubre debido a que generalmente para esta fecha los contratos de obras tienden a concluir antes del cierre fiscal de las constructoras.

**Gráfico 6: Comercialización mensual de cemento gris periodo 2011-2015
(En toneladas métricas)**



Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón (INECYC), 2017
Elaboración: Rita Cisneros

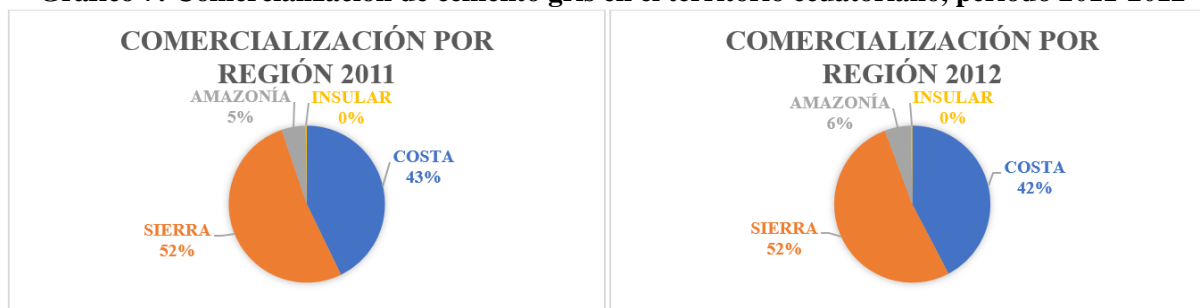
La página oficial del Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón [INECYC] (2016) presenta estadísticas anuales desde el 2006 hasta el 2012 de la comercialización en toneladas métricas de cemento gris, por provincias y regiones del Ecuador. Para este análisis, se utilizó la información correspondiente al 2011 y 2012, dentro del periodo señalado.

En 2011 y 2012, el 52% de las toneladas métricas comercializadas de cemento gris en el mercado ecuatoriano fueron en la región sierra y su comercialización en las 11 provincias de la región (Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Loja, Pichincha, Sto. Domingo de los Tsáchilas y Tungurahua). Sin embargo, en la región costa está la provincia que tiene la mayor comercialización de cemento gris.

La provincia del Guayas es donde se llegó a comercializar la mayor cantidad de toneladas de cemento gris en el país. En el 2011 y 2012, Guayas comercializó el 22,4% y 22,8% del total de toneladas comercializadas de cemento gris en Ecuador (5.700.856 TM y 5.989.651,68 TM).

Por otro lado, la comercialización de toneladas cemento gris en las otras regiones del Ecuador (Amazonía e Insular) son mínimas, con un porcentaje máximo anual de 6% entre ambas regiones.

Gráfico 7: Comercialización de cemento gris en el territorio ecuatoriano, periodo 2011-2012



Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón (INECYC), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

Además, se podría mencionar que la ubicación de las plantas cementeras influye geográficamente en la localidad donde se encuentra la mayor parte de toneladas métricas de cemento gris comercializadas en el territorio ecuatoriano. Esto se debe a que en la sierra están instaladas 5 plantas cementeras; mientras que en la costa están 2.

A continuación, se establece la estructura del mercado ecuatoriano de cemento.

Estructura del Mercado Ecuatoriano de Cemento

En el 2015, el mercado ecuatoriano de cemento está constituido por tres empresas:

Cuadro 11: Empresas Partícipes del Sector Cemento en Ecuador

Nº	Razón Social
1	Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M.
2	Holcim Ecuador S.A.
3	Unión Andina de Cementos S.A.A. (UNACEM)

Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón (INECYC), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

A continuación, se presenta la descripción de las compañías del sector cementero que participaron en el mercado ecuatoriano durante el periodo 2011-2015. Esta descripción incluirá una breve historia de cada compañía, los productos que oferta en el mercado, la situación financiera y su estructura accionarial.

Holcim Ecuador S.A.¹³

Holcim Ltd., es una sociedad anónima constituida en 1912, de conformidad con las leyes de Suiza y, es la compañía matriz del grupo multinacional Holcim. Holcim Ltd. realiza actividades económicas y comerciales en más de 70 países a nivel mundial, esta compañía es conocida en el mercado como productor y proveedor global de cemento, agregados y concreto.

No obstante, con el objetivo de atender las necesidades de ciertos clientes en específico, Holcim Ltd., también ofrece otros productos como asfalto, materiales cementantes, productos de concreto y RMX, incluyendo además la prestación de ciertos servicios relacionados al sector.

¹³ Holcim, página web. Recuperado de: <http://www.holcim.com.ec/quienes-somos/conozca-nuestras-plantas-y-oficinas.html>

En Ecuador, el Grupo Holcim cuenta con su filial directa Holcim Ecuador S.A. que tiene como principal actividad económica la fabricación y producción de clínker, cemento y hormigones, en general y, cualquier otro producto industrial relacionado con los anteriores. La filial cuenta con varias plantas cementeras en el territorio ecuatoriano, principalmente localizadas en la región Costa y Sierra.

Cuadro 12: Plantas de Holcim en Ecuador

Descripción	Número	Localidad
Planta integrada de cemento	1	Guayaquil
Planta de molienda de cemento	1	Latacunga
Planta fija de hormigón	7	Manta
		Quito Norte
		Quito Sur
		Ambato
		San Eduardo
		Cuenca
Planta de agregados	1	Pifo

Fuente: Holcim Ecuador S.A, 2017

Elaboración: Rita Cisneros

Asimismo, Holcim Ecuador confirma en su página web oficial que tiene 5 equipos móviles de hormigón y 14 oficinas de venta.

En 2013, la empresa inició la modernización de su planta de Guayaquil, invirtiendo aproximadamente entre USD 125 millones y USD 300 millones de dólares en la construcción de una nueva línea para la producción de clínker.¹⁴

Para los años 2011 y 2015 Holcim Ecuador presentó en su balance general los siguientes resultados de situación financiera:

Cuadro 13: Balance General Holcim Ecuador S.A. 2011 – 2015
(En millones de USD)

Total	2011	2015	Variación
Activos	473.82	685.89	45%
Pasivos	137.94	288.28	109%
Patrimonio Neto	335.89	397.60	18%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaboración: Rita Cisneros

Como se observa, Holcim Ecuador S.A. durante el periodo 2011-2015 incrementó sus activos en un 45%, influenciado principalmente por un incremento en la cuenta de propiedad, planta y equipo pasando de un capital de 473,82 millones en el 2011 a 685,89 millones de dólares en el 2015. De igual forma, durante el periodo 2011-2015 Holcim incrementó 109% en sus pasivos.

Este incremento en los pasivos se debió a la una inversión por más de 400 millones de dólares que Holcim usó en la modernización de la II Fase de una nueva línea de producción de clínker en la Planta

¹⁴ Ídem.

de Guayaquil, durante los últimos 5 años. Sin embargo, los esfuerzos de la compañía mantienen el 18% de crecimiento en el patrimonio, respectivamente del periodo señalado.

Cuadro 14: Estado de Resultados Holcim Ecuador S.A. 2011 – 2015
(En millones de dólares)

Total	2011	2015	Variación
Ingresos	618.50	564.14	-9%
Costos y Gastos	411.90	431.61	5%
Utilidad Neta	99.09	132.54	34%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

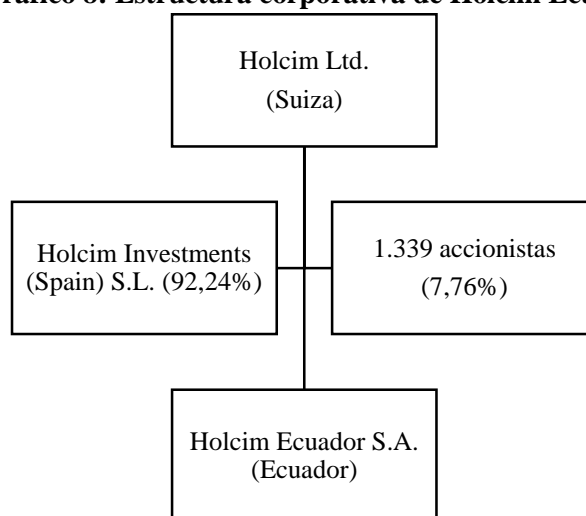
Elaboración: Rita Cisneros

Por su parte Holcim Ecuador S.A. en su estado de resultados, registra en el 2015 una disminución del 9% respecto al total de sus ingresos. Sin embargo, en el 2015 la compañía generó una utilidad neta que fue 34% más que la generada en el 2011.

Nómina de Accionistas

El capital social suscrito por Holcim Ecuador S.A. al 31 de diciembre de 2015 fue de USD 102.405.104 dólares. El principal accionista de la compañía es la empresa española Holcim Investments (Spain) S.L., quien posee el 92,24% del total de acciones y el 7,76% restante se divide entre 1.339 accionistas diferentes.¹⁵

Gráfico 8: Estructura corporativa de Holcim Ecuador S.A.



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaboración: Rita Cisneros

Portafolio de productos

El portafolio de productos de Holcim Ecuador S.A. en el mercado ecuatoriano básicamente se concentra en la venta de cemento, de los cuales se puede señalar los siguientes tipos:

¹⁵ Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Nómina de Accionistas de Holcim Ecuador S.A. Recuperado el 17 de enero de 2017 de la página web oficial: <http://www.supercias.gob.ec>

Cuadro 15: Portafolio de Productos de Holcim Ecuador S.A.

Tipo de Producto	Descripción
Embolsado	
Cemento	Cemento "Premium HE" (Granel) Cemento "Premium HE" (Saco de 50 kg.) Cemento "Premium HE-LT" (Granel) Cemento "Premium HE-LT" (Saco de 50 kg.) Cemento "Ultra Durable" (Granel) Cemento "Ultra Durable" (Saco de 50 kg.) Cemento "Base Vial" (Granel) Cemento "Base Vial" (Saco de 50 kg.) Cemento "Rocafuerte GU" (Granel) Cemento "Rocafuerte GU" (Saco de 50 kg.) Cemento "Rocafuerte GU-LT" (Granel) Cemento "Rocafuerte GU-LT" (Saco de 50 kg.)
Concreto	Hormigón armado Concreto asfáltico
Agregados	Piedra triturada Grava Arena

Fuente: Holcim Ecuador S.A.

Elaboración: Rita Cisneros

Lafarge Cementos S.A. (Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM)¹⁶

En diciembre de 2004, el Grupo Lafarge adquirió la empresa Cementos Selva Alegre S.A en Ecuador, para integrarla a su grupo de materiales de construcción a escala mundial. Lafarge Cementos S.A., se dedica a la industrialización del cemento y sus derivados (Lafarge, s.f.).

Lafarge S.A., es una compañía anónima constituida en Francia y catalogada como productor internacional de cemento, agregados y concreto preparado (RMX). La compañía cuenta con oficinas centrales en Quito y una planta ubicada en Otavalo - Imbabura que cuenta con dos líneas de producción de cemento, misma que mantiene una capacidad nominal de producción equivalente a 1 millón 600 mil toneladas de cemento al año.¹⁷

Además, tiene otras fuentes no sustanciales de ingresos, accesorios a su actividad principal, provenientes de la venta de energía, venta de caliza, venta de puzolana y venta de chatarra.

El 25 de noviembre de 2014, Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM empresa domiciliada en Perú, a través de la compañía Inversiones Imbabura S.A., cerró la operación de adquisición mediante Oferta Pública de Acciones (OPA) del 98.57% de las acciones de Lafarge Cementos S.A. por un valor cercano a los USD 517 millones de dólares.

Con la operación de concentración económica, Lafarge Cementos S.A. deja de operar en Ecuador y la compañía pasa a control de la empresa peruana Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM. Sin embargo, para considerar el análisis dentro del periodo 2011-2015 se presenta también las actividades operacionales de Lafarge Cementos del Ecuador S.A., antes de efectuarse la operación de concentración

¹⁶ Lafarge, consultado en: <http://www.lafarge.com.ec>

(adquisición), con el fin de apreciar la evolución de la compañía y su participación en el mercado ecuatoriano.

A continuación, se presentan los balances generales y los estados de resultados de las compañías Lafarge Cementos S.A. y Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM, obtenidos durante los años 2011 y 2015 (antes y después de la operación de adquisición):

Cuadro 16: Balance General Lafarge Cementos S.A. 2011 y Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM 2015 (En millones de USD)

Total	2011	2015	Variación
Activos	240,95	213,01	-12%
Pasivos	127,87	78,81	-38%
Patrimonio Neto	113,08	134,20	19%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaboración: Rita Cisneros

Lafarge Cementos S.A. durante el periodo 2011-2015 tuvo una disminución de sus activos totales del 12% con respecto al 2015. Esto a su vez, influenciado por una baja de sus cuentas de efectivo y cuentas por cobrar. Por otro lado, los pasivos se reducen debido al recorte en las ventas que tuvo la compañía por motivo de la liquidación de esta empresa, lo cual disminuyó de 127,84 millones a 78,81 millones de dólares, lo que equivale a una disminución del 38% debido al incremento en el pasivo no corriente de la empresa.

A su vez los pasivos de Lafarge Cementos S.A. para el período fiscal 2015 disminuyeron con respecto al 2011, en un 73%, esto principalmente ocurrió por un crecimiento del pasivo no corriente.

Cuadro 17: Estado de Resultados Lafarge Cementos S.A. 2011 y Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM 2015 (En millones de dólares)

Total	2011	2015	Variación
Ingresos	258.98	118.61	-54%
Costos y gastos	45.73	22.01	-52%
Utilidad Neta	213.25	96.61	-55%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaboración: Rita Cisneros

Lafarge Cementos S.A. a nivel del estado de resultados presentado durante el 2011-2015, sufrió una disminución del 54% en sus ingresos, en 52% en el total de costos y gastos y un 55% en la utilidad neta correspondiente, desde el 2011 hasta el 2015. Esto se debe a la desinversión de los activos que realizó la compañía durante el año 2014.

Adicionalmente, se puede mencionar un descenso importante en la actividad productiva de la empresa, tal es así, que para el 2011, los ingresos producidos por su giro de negocio representaron 17,9 millones de dólares, mientras que para el 2015 apenas fueron de 1,54 millones. Esto representó disminución del 54% en su total de ingresos.

Por otro lado, hay que señalar que existió un aumento en los precios de los insumos para las operaciones de la empresa, que pasaron de 7,8 millones en el 2011, a 18,9 millones de dólares en el 2015. Finalmente, la empresa presenta un aumento en el segundo periodo -en un 6%- correspondiente al número de ventas de sus propios bienes, lo cual hace que su patrimonio descienda.

Nómina de accionistas

Consumada la venta de Lafarge Cementos S.A. a Unión Andina de Cementos S.A.A., la composición accionaria de la compañía en el 2014 quedó conformada por 630 accionistas que mantienen el 1,43% de las acciones, mientras que la empresa Inversiones Imbabura S.A. (Empresa de control y propiedad absoluta de UNACEM) es propietaria del 98,57% de las acciones.

Cuadro 18: Accionistas Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM, 2015

N°	Razón Social	Nacionalidad	Participación Accionarial
1	Inversiones Imbabura S.A.	Perú	98,57%
2	630 accionistas		1,43%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaboración: Rita Cisneros

Sub-empresas pertenecientes a Lafarge Cementos S.A.

Lafarge Cementos S.A. adicionalmente es accionista en el 99.99% de las siguientes compañías:

- **Lafarge Cementos Services S.A.** - La Compañía está constituida en el Ecuador para ejercer principalmente actividades de servicios técnicos especializados a favor de terceros y la comercialización, importación y almacenamiento de hidrocarburos, petróleos, gas y sus derivados, entre otros. A partir del año 2013, las actividades de la Compañía están encaminadas principalmente al arrendamiento de sus propiedades a terceros.
- **Canteras y Voladuras S.A. - CANTYVOL** - Está constituida en el Ecuador para realizar actividades mineras en general. La Compañía realiza actividades mineras propias de la industria del cemento, es decir, la explotación de canteras de caliza, arcilla y puzolana, las cuales son vendidas a su principal cliente Lafarge Cementos S.A. (accionista principal).

Portafolio de productos

Lafarge Cementos S.A. se dedica a la industrialización de varios tipos de cemento, entre estos están:

Cuadro 19: Portafolio de Productos Lafarge Cementos S.A. 2013

Tipo de Producto	Descripción
Sacos	
Campeón	MS – Residencial
Campeón antihumedad	MS – Residencial
Selvalegre	1P – Residencial
Selvalegre antihumedad	1P – Residencial
Armadero	1P – Prefabricación artesanal o industrial
Granel	
Campeón	MS – Viales
Selvalegre	1P – Multipropósito
Selvalegre GU	1P – Multipropósito
Armadero	1P – Multipropósito
Gladiador	1P – Multipropósito
Magno	GU – Proyectos especiales

Tachcem	1P – Prefabricación industrial
----------------	--------------------------------

Fuente: Lafarge Cementos S.A., 2013

Elaboración: Rita Cisneros

Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M.

Mediante Escritura Pública suscrita el 18 de noviembre de 2013, la SCPM aprobó la fusión de dos compañías: Industrias Guapán S.A. y Cemento Chimborazo C.A en una compañía de economía mixta “Unión Cementera Nacional, UCEM C.E.M inscrita en el Registro Mercantil (Industriasguapan.com.ec).

La Unión Cementera Nacional, UCEM C.E.M., cuenta con dos plantas de producción de cemento ubicadas en Azogues y Riobamba, además de dos marcas de productos: Cemento Chimborazo y Cemento Guapán, para la comercialización del producto, las mismas que se encuentran posicionadas en sus respectivos mercados.

- a) **Planta Cemento Chimborazo.** – Está localizada en la provincia de Chimborazo, parroquia San Juan, cantón Riobamba. Produce y comercializa el Cemento Portland Puzolánico IP, en sacos de 50 g. y Cemento Portland Tipo II que distribuye a granel.

La comercialización del producto se realiza en las zonas de las provincias de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi, Pichincha y el Oriente ecuatoriano, incluso su producción se exporta hacia Perú y Colombia.

La Planta Chimborazo se encuentra exportando cemento hacia Colombia desde el mes de julio del 2013. En el período correspondiente de julio a diciembre del mismo año se vendió un total de 10.942 toneladas de cemento con un equivalente a 1.249.506 dólares. En el primer trimestre del 2014 se comercializó 11.012 toneladas de cemento con 1.271.455 dólares, superando la venta al año anterior en la mitad del tiempo y sigue en aumento. El precio fijado para la exportación es de USD 5,85 ex fábrica por saco o USD 117 la tonelada.

- b) **Planta Industrias Guapán.** – Está localizada en la provincia de Cañar, parroquia Guapán, cantón Azogues. Produce y comercializa cemento portland puzolánico Tipo IP, en Sacos de 50kg, Granel y Hormigón.

Las zonas a las que se comercializa el producto son principalmente las provincias de Azuay, Cañar, Loja, Zamora Chinchipe y Morona Santiago.

Al tratarse de una compañía creada a finales del año 2013, se analizará en dos periodos los resultados financieros; en primer lugar, se revisará los estados financieros de las compañías funcionando de forma independiente hasta el momento de efectuarse la operación de concentración y, subsiguiente hasta el 2015.

Cuadro 20: Balance General Industrias Guapán S.A. 2011-2012
(En millones de dólares)

Total	2011	2012	Variación
Activos	93.22	96.68	4%
Pasivos	17.02	13.13	-23%
Patrimonio Neto	76.20	83.54	10%

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Elaboración: Rita Cisneros

En el 2012, Industrias Guapán reportó un aumento de activos del 4% en relación al 2011. Esto debido al incremento del 20% en los activos corrientes donde sobresalen las inversiones mantenidas hasta su vencimiento, el aumento del efectivo y los anticipos a proveedores. Por otro lado, el total del pasivo se redujo en 23%.

La cuenta de patrimonio de la empresa se incrementó 10% en el 2012, respecto al año anterior. Esto se dio conforme el incremento del 49% en resultados acumulados.

Cuadro 21: Estado de Resultados Industrias Guapán S.A. 2011-2012
(En millones de dólares)

Total	2011	2012	Variación
Ingresos	52.65	54.75	4%
Costos y Gastos	53.36	42.45	-20%
Utilidad Neta	-0.5	12.89	27%

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Elaboración: Rita Cisneros

Existe un incremento del 4% en los ingresos reportados durante el periodo 2011-2012, mientras que sus egresos disminuyeron en 20% respectivamente. En el 2011, Industrias Guapán reportó una utilidad neta negativa que expresó una pérdida de USD 0.5 millones de dólares. Sin embargo, la utilidad neta fue positiva en el 2012 incrementándose en 27%, respecto del año anterior.

Cementera Chimborazo

Cuadro 22: Balance General Cementera Chimborazo C.A.2011-2012
(En millones de dólares)

Total	2011	2012	Variación
Activos	91.07	113.05	24%
Pasivos	28.13	42.03	49%
Patrimonio	62.94	71.02	13%

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Elaboración: Rita Cisneros

Cementera Chimborazo presenta variaciones positivas en su balance general 2011-2012. Se evidenció una fuerte variación en los pasivos del 49%, lo que incurrió sobre el patrimonio neto.

Cuadro 23: Estado de Resultados Cementera Chimborazo C.A. 2011-2012
(En millones de dólares)

Total	2011	2012	Variación
Ingresos	56.95	47.35	-17%
Costos y Gastos	41.52	37.98	-9%
Utilidad Neta	15.43	9.37	-39%

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Elaboración: Rita Cisneros

En el 2012, los ingresos de la compañía cayeron en un 17% respecto al año 2011 debido a que cayeron las ventas de cemento y prefabricados. La utilidad neta disminuyó un 39% debido a la disminución de las ventas de durmientes respecto al año anterior.

A partir del 2013, Industrias Guapán y Cementos Chimborazo conforman una sola compañía: Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M perteneciente a la EPCE hasta el 2014.

Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M.

Cuadro 24: Balance General Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M. 2013-2015
(En millones de dólares)

Total	2013	2015	Variación
Activos	222.55	418.81	88%
Pasivos	54.91	35.26	-36%
Patrimonio Neto	167.63	383.55	129%

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Elaboración: Rita Cisneros

Como se observa en el cuadro anterior, UCEM C.E.M. durante el periodo 2013-2015 incrementó sus activos en un 88%, este crecimiento fue principalmente por un incremento de aproximadamente 164 a 268 millones en la cuenta propiedad planta y equipo, además del incremento en efectivo y sus equivalentes de USD 58 a 132 millones.

Cuadro 25: Estado de Resultados Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M. 2013-2015
(En millones de dólares)

Total	2013	2015	Variación
Ingresos	20.683.000	129.019.359	524%
Costos y Gastos	19.549.412,55	117.082.450	499%
Utilidad Neta	1.133.588	11.936.909	953%

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Elaboración: Rita Cisneros

Se aprecia un incremento significativo en el estado de resultados de UCEM, con la consolidación de Cementos Chimborazo e Industrias Guapán la compañía incrementó sus ingresos en más del 500% y a su vez las utilidades se incrementaron en 953,02%, pasando de un millón en el 2013 a 11 millones en el 2015.

Nómina de Accionistas

Actualmente, el 94,7% del capital social de Unión Cementera Nacional, UCEM C.E.M. corresponde a la Empresa Pública Cementera del Ecuador (en adelante "EPCE"), el 3,7% del Fideicomiso de los Trabajadores Cemento Chimborazo C.A., el 0,72% del BIESS, el 0,34% de la Congregación Educacional Verbo Divino y el 0,54% restante de accionistas públicos y privados.

Cuadro 26: Accionistas Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M. 2015

N°	Razón Social	Nacionalidad	Participación Accionarial
1	Casaracra S.A.	Perú	97,97%
2	170 accionistas		0,03%

Fuente: Superintendencia de Compañías y Valores

Elaboración: Rita Cisneros

Portafolio de productos

A continuación, se presenta el portafolio de productos de Unión Cementera Nacional UCEM, CEM:

Cuadro 27: Portafolio de Productos Unión Cementera Nacional UCEM, C.E.M.

Tipo de Producto	Descripción
Industrias Guapán	
Cemento	- Cemento Portland Puzolanico Tipo IP - Saco de 50kg. - Cemento Portland Puzolanico Tipo IP - Tonelada a Granel.
Hormigón	- Hormigón premezclado para las, vías, aceras, bordillos, entre otros; con diseños de concreto de 140, 180, 210, 240, 250, 280, 300, 320, 360 Kg Fza/m2 de resistencia a la compresión, 4,5 Mpa hasta 7.2 Mpa de resistencia a la flexión
Cementos Chimborazo	
Cemento	- Cemento Chimborazo CP-253. Presentación en sacos de 50kg. y paletizados - Cemento Chimborazo CP-23. Presentación a granel

Fuente: Unión Andina de Cementos UCEM, CEM.

Elaboración: Rita Cisneros

Identificada la estructura de mercado y las principales características del sector cementero. Se consideran las características de cada una de las empresas que operan en el sector para realizar un análisis sobre las condiciones de entrada que tiene este sector.

Evaluación de Competencia

Condiciones de Entrada al Mercado Cementero Ecuatoriano

El propósito de identificar y valorar las condiciones de entrada al mercado cementero ecuatoriano es para determinar la posibilidad de que nuevos competidores puedan ingresar y generar competencia a los actuales agentes económicos del mercado. Considerando la posición de los actores económicos con mayores cuotas de participación en el mercado.

En los mercados sin la presencia de barreras a la entrada, los actuales o potenciales competidores del mercado relevante podrán impedir los comportamientos del operar con la mayor participación del mercado y que tiene una posición de dominio. Por el contrario, ante la existencia de barreras a la entrada, los operantes y potenciales frente a la fuerte posición de dominio del agente con mayor poder sustancial sobre el mercado, no podrán actuar de manera oportuna y suficiente para contrarrestar el poder que ejerce el operador más grande (COFECE, 2006: 150-155).

A continuación, se presentan las barreras económicas y legales al mercado de cemento en Ecuador.

Barreras de entrada: Económicas

- La inversión en infraestructura se considera como una fuerte barrera de entrada que tiene la industria cementera debido a la inversión inicial derivada para la construcción de la planta integrada de cemento. Esta inversión se considera irreversible en este mercado (Case No COMP/M.7009-HOLCIM/CEMEX WEST, 2004: 60). No obstante, como señala la Asociación de Cementos Oficem el costo de una planta de producción con una capacidad instalada de un millón de toneladas métricas anuales de cemento bordea en alrededor de los USD 198 millones. Por lo tanto, en constancia de que la industria cementera es intensiva en capital, se necesitaran periodos prolongados de tiempo hasta recuperar la inversión inicial. Además, es importante mencionar que el periodo medio de vida que poseen las instalaciones de una planta cementera, según lo mencionado por la CNMC (2006) oscila entre 20 y 30 años.

- La ubicación geográfica resulta ser otra de las barreras de entrada que tiene la industria del sector cementero.

Gráfico 9: Ubicación de las plantas cementeras en el territorio ecuatoriano



Fuente y elaboración: Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón (INECYC)

La barrera de entrada por ubicación geográfica se define por dos aspectos: a) Las canteras de piedra caliza (materia prima) y, b) los costos hundidos asociados al transporte de la materia prima.

Los nuevos operadores económicos que buscan el ingreso al sector cementero deberán contar con canteras para la extracción de la materia (integradas verticalmente aguas arriba) para alcanzar una producción óptima y continua de cemento que abastezca las necesidades de la demanda actual (UNCTAD, 2010).¹⁸ Sin embargo, la ubicación de las canteras tienen como requisito permanecer relativamente cerca de las ciudades para su respectiva comercialización, debido a los costos hundidos asociados al transporte puesto que el cemento es un producto pesado y de escaso valor en relación a su precio (CNMC, 2006: 58-60).

En caso de que las empresas y las canteras estén ubicadas lejos de los centros de comercialización y acopio es probablemente que los costos (costos de flete) aumenten y se trasladan a los precios finales del producto, lo que significaría una pérdida de competitividad frente a otras empresas del mercado que poseen plantas integradas con localidades cercanas a las ciudades donde se efectúa la venta y comercialización del cemento.

- Los sistemas de distribución resultan ser otra barrera importante del sector cementero, esto se debe a que la mayoría de empresas del mercado poseen una estructura sólida en sus canales de distribución, es decir cuentan con camiones propios para la comercialización y tienen franquiciados y sub-distribuidores para el transporte del producto final. En el caso particular de Holcim, siendo el mayor operador económico del mercado; este, posee cerca de 500 sub distribuidores (o franquiciados a través de la empresa Disensa) y Lafarge posee 185 distribuidores (INP, 2013).

¹⁸ UNCTAD (2010) Compilación de los estudios sectoriales en el mercado avícola, construcción y carga terrestre en la República Dominicana. Recuperado el 11 de julio de 2017 de: <https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/03/Republica-Dominicana-compilado-estudios-sect-avicola-carga-terrestre-y-construccion-.pdf>

En este sentido, cualquier posible competidor que planea incursionar en el mercado, deberá incurrir en fuertes inversiones para establecer un sistema de distribución que permita al competidor obtener márgenes de ganancia y generar una presión competitiva o, en su defecto establecer contratos con distribuidores para el flete del cemento.

Barreras de Entrada: Legales

La normativa vigente en la República del Ecuador establece una serie de regulaciones para las empresas que pretenden instalar plantas productoras en el territorio nacional, dichas regulaciones están enfocadas a la protección en materia de explotación de recursos naturales y ambientales.

A continuación, se señala varios de los permisos a obtener para la implementación de una planta de cemento:

- Autorización del Ministerio Sectorial, esta cartera de estado está encargada de aprobar la instalación, operación de plantas de beneficio, fundición o refinación.
- Licencia Ambiental otorgada por el Ministerio del Ambiente y la Autoridad Única del Agua, dichas instituciones en conjunto están facultadas para realizar un estudio sobre la eventual afectación a cuerpos de agua superficial y/o subterránea del resultado de este estudio determina si es factible o no el otorgamiento de la licencia.
- Cabe señalar que para realizar actividades de comercio exterior dentro del sector de cementos, las personas naturales o jurídicas que comercialicen, importen o exporten el insumo, deberán tener la licencia que les permita realizar legalmente esta actividad comercial.

En efecto, los factores que inhiben la entrada de nuevos competidores al mercado cementero son por un lado la inversión del capital necesario para instalar una planta de cemento y la necesidad de tener acceso a canteras de piedra caliza cercanas a la planta productora para la fabricación de cemento y por otro las barreras legales establecidas a nivel nacional las cuales establecen una serie de licencias y permisos para operar en este sector.

Adicional a la idea expresada en líneas anteriores y en consideración de que en el sector cementero existen regulaciones propias a su actividad, es preciso señalar las más importantes:

- En el ámbito ambiental las empresas cementeras tienen que regirse a lo estipulado en el marco legal ecuatoriano y al Acuerdo Ministerial Nro. 048 de fecha 29 de marzo del 2011, suscrito por la máxima autoridad del Ministerio del Ambiente, mediante el cual se expide la Norma Técnica para el procesamiento de Desechos Peligrosos en Hornos Cementeros., cuyo artículo 4.1, en lo principal señala:

“(…) Las empresas productoras de cemento que utilicen o pretendan usar sus hornos para el coprocesamiento de desechos peligrosos deben cumplir con la normativa ambiental vigente para el desarrollo de sus actividades para lo cual deberán contar con la licencia ambiental respectiva (…)”.

- La Ley de Minería, promulgada en el Registro Oficial Suplemento 515 del 29 de enero de 2009, en su Capítulo III, título de los materiales de construcción, artículos 142, 143 y 144, señala:

“Artículo. 142.- Concesiones para materiales de Construcción. El Estado, por intermedio del Ministerio Sectorial, podrá otorgar concesiones para el aprovechamiento de materiales de

empleo directo en la industria de la construcción, con excepción de los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras que se regirán a las limitaciones establecidas en el Reglamento General de esta Ley, que se regirán a las limitaciones establecidas en el Reglamento General de esta Ley, que también definirá cuales son los materiales de construcción y sus volúmenes de explotación. En el marco del artículo 264 de la Constitución vigente, cada Gobierno Municipal, asumirá las competencias para regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, lagunas, playas de mar y canteras, de acuerdo al Reglamento Especial que establecerá los requisitos, limitaciones y procedimientos para el efecto. El ejercicio de la competencia deberá ceñirse a los principios, derechos y obligaciones contempladas en las Ordenanzas Municipales que se emitan al respecto. No establecerán condiciones y obligaciones distintas a las establecidas en la presente Ley y sus reglamentos

Artículo 143.- Derechos y Obligaciones del concesionario de materiales de construcción. El concesionario estará facultado para explorar dichos materiales sin necesidad de suscribir un Contrato; la explotación se realizará con posterioridad a la suscripción del respectivo contrato y podrá constituir las servidumbres requeridas para el adecuado ejercicio de los derechos que emanan de su concesión. No obstante, lo anterior, el propietario del terreno superficial tendrá derecho preferente para solicitar una concesión que coincida con el área de la que éste sea propietario. Si el propietario del predio, libre y voluntariamente, mediante instrumento público otorgue autorización para el uso de su predio para una concesión, esta autorización lleva implícita la renuncia de su derecho preferente para el otorgamiento de una concesión sobre dicho predio. Por otra parte, el concesionario de materiales de construcción deberá cumplir con las obligaciones emanadas de los artículos 38, 41 y 42 Capítulo I del Título III y los Capítulos I, II y III del Título IV de la presente Ley. Asimismo, deberá cumplir con el pago de regalías establecidas en esta Ley para la pequeña minería.

Artículo 144.- Libre aprovechamiento de materiales de construcción para obras públicas. El Estado directamente o a través de sus contratistas podrá aprovechar libremente los materiales de construcción para obras públicas en áreas no concesionadas o concesionadas. Considerando la finalidad social o pública del libre aprovechamiento, estos serán autorizados por el Ministerio Sectorial. La vigencia y los volúmenes de explotación se regirán y se extenderán única y exclusivamente por los requerimientos técnicos de producción y el tiempo que dure la ejecución de la obra pública. Dicho material podrá emplearse, única y exclusivamente, en beneficio de la obra pública para la que se requirió el libre aprovechamiento. El uso para otros fines constituirá explotación ilegal que se someterá a lo determinado para este efecto en la presente Ley.”

En función de todo lo señalado en este apartado, se puede establecer que la entrada al mercado de producción, distribución y comercialización de cemento tiene la característica de ser lenta, esto motivado por los tiempos de recuperación de las inversiones en la construcción de las plantas de producción, así como los gastos en activos para montar un canal de distribución que permita llegar a todos los puntos de ventas dentro del territorio nacional, es por ello que el periodo para el ingreso de nuevos operadores a este mercado es de al menos de 3 a 4 años, con lo que se consideraría un largo periodo para que nuevos operadores pudiesen disuadir posibles prácticas anticompetitivas.

En consecuencia, la entrada de nuevos operadores al mercado de cemento o el fortalecimiento y mayor penetración de la empresa estatal cementera Unión Cementera Nacional, UCEM C.E.M., quien mantiene un equilibrio competitivo y de precios, será suficiente para impedir (o alivianar) efectos anticompetitivos, en tanto la misma al menos iguale la capacidad instalada de producción de cemento; esto implica que deben ingresar al país con altos niveles de capitales para invertir en canales de distribución, en plantas de producción de cemento y encontrar canteras de clínker para la producción

del mismo, con esta consideración, las nuevas empresas que tengan dichos requerimientos constituirían una alternativa lo suficientemente amplia como para proveer al mercado de otra para los consumidores. Para tales efectos, los potenciales entrantes deben reunir todos los medios que les permitan alcanzar una participación de mercado (cuota de mercado), considerablemente alta para generar una contraposición efectiva a sus competidores. Sin embargo, de los análisis presentados en los párrafos anteriores se puede señalar que las barreras de entrada son altas, con lo cual, una entrada de nuevos operadores probablemente no será lo suficientemente efectiva para alivianar las prácticas anticompetitivas que pudiesen generarse en este mercado.

Caracterización del Mercado Relevante y Mercado Geográfico

Para la definición de mercado relevante es importante identificar el mercado de producto y mercado geográfico para la industria de cemento en Ecuador (Comisión Europea, 2004). En primer lugar, en base a la identificación del portafolio de productos por cada compañía del sector cementero (Holcim, UNACEM, UCEM) se determinó un producto común. Luego, en relación a la experiencia internacional se determina la sustitución de dicho producto en el mercado considerando la apreciación del consumidor final. Finalmente, se identificó entre las empresas del mercado que existe un producto similar que tiene una gran comercialización en el territorio nacional. Este producto es el cemento.

Mercado de Producto: Cemento

Como señala la Comisión Europea las autoridades de competencia a nivel internacional encuentran al cemento como un mercado relevante por sí mismo¹⁹, debido a que es un producto derivado del clinker que es versátil para varios usos en el sector de la construcción (principalmente obras civiles). Esto señala que, desde la perspectiva de la demanda no existen sustitutos cercanos para este producto.

Sin embargo, cabe mencionar que existe un sin número de variedades de cemento (dependiendo de su calidad y compuestos), como son el cemento gris y el cemento blanco.²⁰ No obstante, existen patrones de sustitución entre la variedad de cementos, con lo cual se asume que existe sustitución entre estos pero en cuanto a sus funcionalidades en la industria cementera y el sector de la construcción, se podría agrupar bajo un mismo mercado relevante que agregue todos los tipos de cemento en el mercado ecuatoriano.

Cuotas de participación de los competidores en el mercado relevante

Para medir la participación de cada competidor en el mercado y obtener las cuotas por competidor, se puede tomar en cuenta factores específicos del mercado de producto como la capacidad productiva de las empresas, el volumen de producción, el volumen de ventas o el valor de las ventas (CNMC, 2006: 13).

Las empresas del mercado relevante en Ecuador son: Holcim Ecuador S.A., Lafarge Cementos S.A. (Unión Andina de Cementos S.A.A UNACEM) y Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M. A continuación, se determinará las cuotas de participación de mercado, por cantidad de toneladas métricas comercializada en el territorio nacional.

Cuadro 28: Participación de las empresas que operan en el mercado relevante Periodo 2011- 2015

¹⁹ Comisión Europea, Case No COMP/M.3713 - HOLCIM / AGGREGATE INDUSTRIES.

²⁰ Comisión Europea, Case No COMP/M.1759 - RMC / RUGBY.

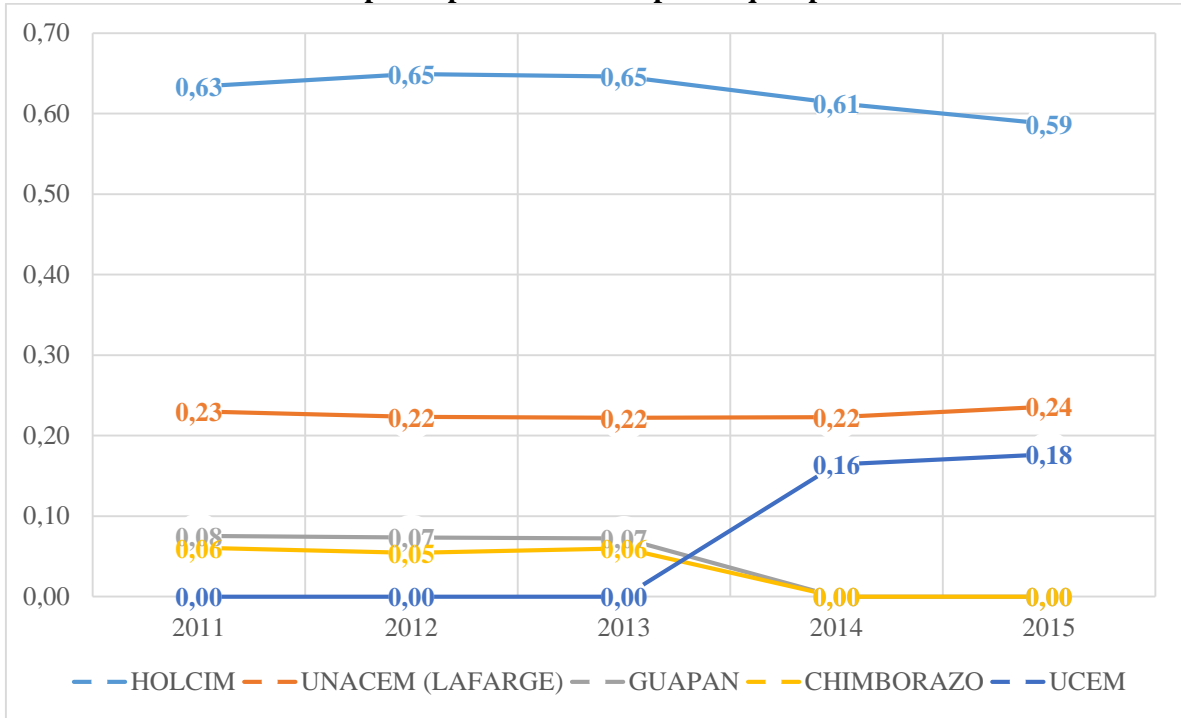
Empresas 2011	Cuota de Mercado en Ecuador
Holcim Ecuador S.A.	63,36%
Lafarge Cementos S.A.	23,02%
Cemento Chimborazo	7,55%
Industria Guapán	6,06%
Empresas 2012	Cuota de Mercado
Holcim Ecuador S.A.	64,91%
Lafarge Cementos S.A.	22,31%
Cemento Chimborazo	7,34%
Industria Guapán	5,43%
Empresas 2013	Cuota de Mercado
Holcim Ecuador S.A.	64,60%
Lafarge Cementos S.A.	22,20%
Cemento Chimborazo	7,21%
Industria Guapán	5,99%
Empresas 2014	Cuota de Mercado
Holcim Ecuador S.A.	61,29%
Unión Andina de Cementos S.A.A UNACEM	22,29%
Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M.	16,41%
Empresas 2015	Cuotas de Mercado
Holcim Ecuador S.A.	58,73%
Unión Andina de Cementos S.A.A UNACEM (Lafarge Cementos S.A.)	23,61%
Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M.	17,66%

Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y el Hormigón (INECYC), 2017
Elaboración: Rita Cisneros

Holcim Ecuador S.A es la empresa con mayor participación de mercado (medida a través de toneladas comercializadas), durante el periodo 2011-2015. En el 2011 tenía una participación del 63,36% del mercado, mientras que al año 2015 decreció su participación al 58,73%, continuando siendo la empresa con mayor participación en el mercado de la industria cementera.

Por otro lado, Lafarge Cementos S.A. es el segundo operador económico en el mercado de cementos. Esta empresa tuvo una participación de 23,02% en el año 2011, mientras que para los años 2012, 2013 y 2014 decreció su participación en 1% (22%). Finalmente, las empresas Cemento Chimborazo e Industria Guapán, en el 2011 tienen una participación discreta en el mercado de cementos, con cuotas de 7,55% y 6,06% respectivamente. Sin embargo, a partir del 2014, ambas empresas conformaron UCEM, la empresa de compañía mixta que tiene una cuota del 16,41% al año mencionado y una participación del 17,66% en el mercado al 2015.

Gráfico 10: Evolución de la participación de las empresas que operan en el sector de cemento



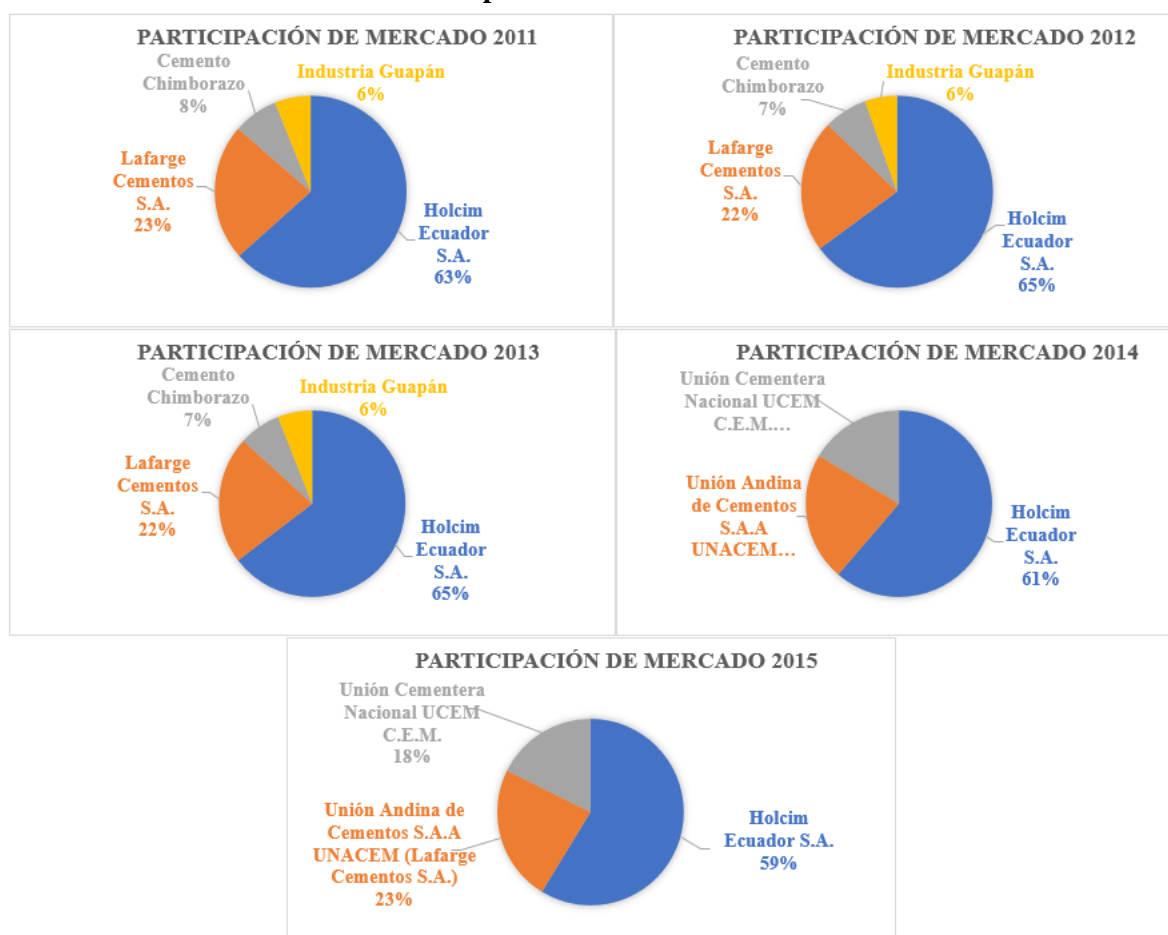
Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y el Hormigón (INECYC), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

Es importante observar, tal como está presente que el mercado relevante de la industria de cemento en Ecuador está constituido por tres empresas. El representante principal es la empresa Holcim Ecuador, compañía representante de la multinacional Holcim Ltda.

Se aprecia que las cuotas de participación de la empresa más grande del mercado disminuyeron a partir del 2013 hasta el 2015, y que la participación de UNACEM (Lafarge) aumentó 2% entre el 2014-2015. Mientras que UCEM (Chimborazo y Guapán) incrementa sus actividades en el mercado, aproximadamente 3% (2014) y 6% (2015) en relación al 2013.

Gráfico 11: Participación de mercado en las empresas de la industria de cemento en el Ecuador periodo 2011-2015



Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y el Hormigón (INECYC), 2017
Elaboración: Rita Cisneros

Mercado Geográfico

Las empresas Holcim Ecuador S.A. Unión Andina de Cementos S.A.A. UNACEM y Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M. son empresas que se dedican a la producción, distribución y comercialización de cemento. En este sentido, la cadena de comercialización de su producto se realiza a través de pequeñas, y grandes ferreterías que tienen presencia alrededor de todo el territorio nacional y se destina para consumo final. Las ferreterías del Ecuador compran el cemento directamente a las productoras o los grandes distribuidores autorizados por estas.

En base a las consideraciones expresadas en los párrafos anteriores, el mercado geográfico de análisis para la industria investigada está comprendido por todo el territorio de la República del Ecuador, región Costa, Sierra, Oriente e Insular.

Análisis de Competencia

En la presente sección se describirá la conformación de los principales participantes del mercado relevante por producto y mercado geográfico establecidos previamente. Posteriormente se calculará el indicador de concentración HHI, para analizar la evolución en cuanto a la concentración que presenta la industria cementera e identificar los posibles cambios en la estructura del mercado. Por tanto, motivo

del presente análisis se podrían generar afectaciones al bienestar general o el de los consumidores; y, por último, se presentará el resultado del Índice Stenbacka que permite aproximar la determinación de poder de mercado²¹.

Cabe mencionar que para efectos del presente análisis se utilizó información económica y financiera, recopilada del Instituto Ecuatoriano de Cementos y de Hormigón (INECYC), que está disponible como información pública. La información que se utilizó para elaborar las cuotas de participación del mercado fue la cantidad anual comercializada (vendida) de cemento, por toneladas métricas.

Además, para esta investigación se consideró oportuno tanto para el cálculo de las cuotas de participación y el HHI, tomar el volumen anual por toneladas vendidas de cemento en la extensión del territorio nacional. Considerando este, el valor que aproxima de mejor manera la participación de las empresas en el mercado.

Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)

En función de las toneladas métricas comercializadas por las empresas del sector de cemento en el territorio nacional, se calculó el índice Herfindahl - Hirschman (HHI) para los años 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015 como se especifica en el siguiente cuadro.

Cuadro 29: Índices de Concentración en el Mercado de Cemento

Año	Grado de Concentración		N° Empresas
2011	4.638,71	Altamente Concentrado	4
2012	4.794,48	Altamente Concentrado	4
2013	4.754,10	Altamente Concentrado	4
2014	4.523,21	Altamente Concentrado	3
2015	4.318,16	Altamente Concentrado	3

Fuente: Instituto Ecuatoriano del Cemento y el Hormigón (INECYC), 2017

Elaboración: Rita Cisneros

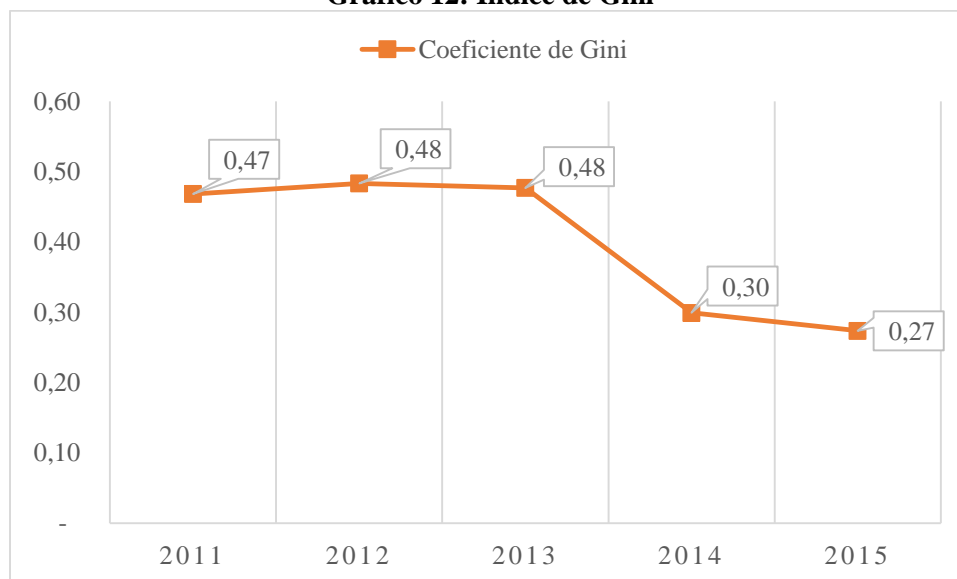
El indicador de concentración HHI, señala que el mercado de cemento para los años analizados durante el periodo 2011-2015 se encuentra altamente concentrado, dado que el valor calculado supera el umbral de los 2.500. El mercado presenta cambios como variación en el número de empresas, y una disminución de 320,55 puntos del HHI en el periodo anteriormente mencionado.

Índice de Gini

El valor promedio del Coeficiente de Gini para el período 2011-2015 fue de 0,40, lo cual conforme indica la teoría económica existe un nivel de desigualdad moderado en cuanto a la distribución de los ingresos operacionales dentro del mercado de cemento en Ecuador.

²¹ Este índice compara la participación de mercado de la empresa que puede poseer una posición de dominio, o que tiene la mayor cuota de mercado, con el segundo operador con mayor participación de mercado.

Gráfico 12: Índice de Gini



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
Elaboración: Rita Cisneros

La disminución del creciente en años posteriores al 2011 implica que existió un mayor grado de competencia en el mercado cementero. Asimismo, estos resultados muestran que la concentración del mercado disminuyó y aumentó el dinamismo en él; así como expresó el HHI del mercado cementero en el 2015.

Índice de dominancia de Stenbacka Melnik y Shy

El índice de Stenbacka Melnik y Shy permiten identificar la existencia de posición dominante o poder de mercado que tienen las firmas en el mercado relevante.²² Consecuentemente, el índice de Stenbacka señala que cualquier empresa cuya participación sea superior al valor expresado por el índice, estará considerada como empresa con poder de mercado o posición dominante (SIC, 2013: 10).

Cuadro 30: Resultados del Índice de dominancia Stenbacka, Melnik y Shy para la industria cementera del Ecuador 2011-2015

Año	Umbral índice de dominancia de Stenbacka
2011	33%
2012	31%
2013	32%
2014	34%
2015	36%

Fuente: INECYC
Elaboración: Rita Cisneros

En la industria cementera del Ecuador, Holcim es la única empresa que supera el 50% de la participación total del mercado durante el periodo 2011-2015. Por lo tanto, la participación consecutiva de Holcim en el mercado de cemento supera el umbral establecido y ostenta una posición de dominio durante cuatro años consecutivos en este mercado.

²² En términos prácticos, el CADE presume que una cuota de participación en el mercado relevante inferior al 20 por ciento del total de mercado, reflejaría una ausencia de poder de mercado.

Esto puede aproximar a que el operador económico que posee poder de dominio en el mercado de cemento puede generar posibles riesgos a la competencia por parte de Holcim, hacia los actuales y potenciales competidores del mercado relevante.

En este sentido, considerando la posición que tiene Holcim en el mercado y las características de la industria de cemento en Ecuador, se analizará la posibilidad de que esto conlleve a la empresa a cometer prácticas anticompetitivas y crear distorsiones a la libre competencia entre los eslabones de la cadena productiva de la industria.

Posibles evidencias de abuso de poder de mercado en la industria ecuatoriana de cemento

La SCPM a partir de su entrada en vigencia y sujeta al cumplimiento de la LORCPM no logró identificar posibles conductas de abuso de poder de mercado por parte de la empresa líder del mercado (Holcim), que ostenta posición de dominio durante años posteriores al 2015. Por tanto, cabe señalar que hasta la fecha no existen investigaciones que concluyan la existencia de abuso de poder de mercado dentro de la industria cementera del Ecuador.

Conforme a la teoría económica de competencia y la Ley, se puede suponer que no existe la evidencia razonable y necesaria para sustentar que Holcim, como empresa líder con posición de dominio sobre el mercado de cemento ejerza abuso de dicha posición e imparta prácticas o conductas anticompetitivas que afecten el bienestar del mercado, los mercados relacionados y el consumidor final.

Por lo tanto, aún no existe evidencia congruente de abuso de poder de mercado en la industria cementera del Ecuador.

CAPÍTULO II: Generación de Abuso de Poder de Mercado en los Eslabones de la Cadena Productiva del Cemento

Para efecto de este capítulo se debe comprender un aspecto importante del análisis de competencia, que está relacionado con la definición de poder de mercado. A partir de esto, se inicia con la investigación en cuanto la generación de un posible abuso de poder de mercado por parte de uno o varios competidores que posean posición de dominio sobre el mercado ecuatoriano de cemento.

Particularmente, el poder de mercado que poseen las empresas no comprende un acto ilegal por sí mismo debido a que las fuerzas del mercado provocan que las empresas busquen maximizar sus beneficios. En este sentido, el poder de mercado o también conocido como poder de dominio²³ que se ostenta en un mercado en particular, es producto de la eficiencia que la empresa o empresas poseen y, está reflejada en las preferencias de los consumidores (Flores, 2014: 29). Sin embargo, si la posición de dominio de las empresas está acompañada por conductas monopólicas que segreguen la competencia y restrinjan el mercado, puede surgir el abuso de poder de mercado.

De acuerdo a Samuelson (2002: 664), se comprende que el poder de mercado que tiene una o varias empresas influye sobre el comportamiento del resto de participantes en ese mercado, e inclusive sobre los actores de mercados superiores (aguas arriba) o inferiores (aguas abajo) a la cadena productiva que tenga esa industria. En este sentido, la influencia del poder de mercado puede ser concerniente a los precios y la concentración.

Modelo de Negocios de la Industria Ecuatoriana de Cemento

La Industria Ecuatoriana del Cemento, de acuerdo al análisis expuesto en el capítulo anterior y, junto con la información del Banco Central de Ecuador y el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), muestra que en el trayecto 2010-2011, el sector de la construcción creció 5%. Este incremento se debió principalmente al crecimiento que tuvo el país en obras civiles de infraestructura.

El modelo de negocio que tiene la industria ecuatoriana de cemento, recae principalmente en las ventas de su producto a través de distribuidores como ferreterías, mientras que lo restante comúnmente se vende a través de productores de concreto premezclado, fabricantes de productos de concreto y contratistas de la construcción.

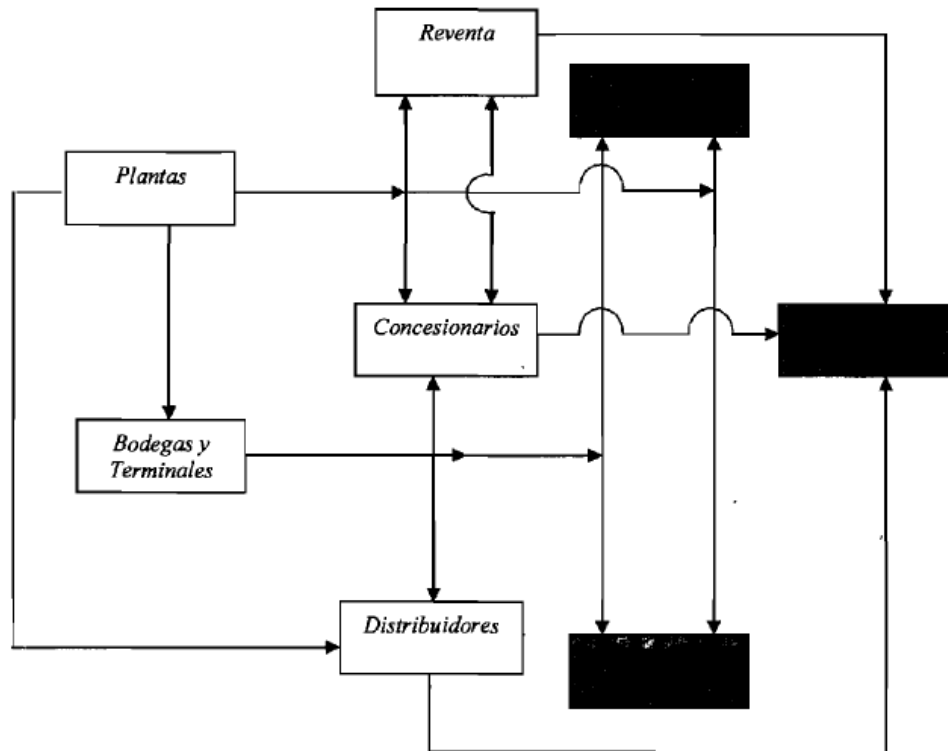
El cemento que se vende a través de distribuidores es mezclado con agregados y agua por el consumidor final en el sitio de la obra para formar el concreto. Los productores de concreto premezclado combinan los ingredientes en las plantas y lo surten a las obras locales a través de revolvedoras que vacían el concreto premezclado. A diferencia de lo que sucede en las economías más desarrolladas, donde las compras de cemento se concentran en los sectores industriales y comerciales (COFECE, 2006: 103).

²³ En la legislación ecuatoriana se adopta el concepto como poder de dominio.

La venta de cemento en el mercado ecuatoriano puede efectuarse a granel o en sacos. Las ventas en sacos representan al sector de ventas al menudeo, es decir son las ventas efectuadas por personas naturales destinadas para uso exclusivo en sus propias viviendas y otras construcciones básicas.

El modelo de negocios que persigue el mercado es con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores. En este caso, los consumidores de cemento en Ecuador tienen la peculiaridad de adquirir cemento, para actividades de autoconstrucción. No obstante, la distribución juega un rol especial en el mercado.

Gráfico 13: Diagrama de la estructura de distribución del sector cementero



Fuente: Resolución Expediente N° DE-017-2006, México

Elaboración: Cemex México

Generalmente, en la industria cementera se utiliza un modelo de distribución por dos etapas, donde se denomina a la primera etapa “comercialización al mayoreo” y a la segunda “distribución”. En la primera etapa, las empresas del sector de cementos venden su producto a revendedores, concesionarios y distribuidores, siendo estos considerados como grandes compradores de la industria y en ocasiones, esta etapa también vende el producto a entidades gubernamentales y clientes institucionales (COFECE, 2006: 105).

En una segunda etapa, los grandes compradores comercializan los productos a quien las compañías cementeras denominan consumidor final o, directamente estos adquieren el producto de la cementera (Resolución DE 017-2006). Por lo tanto, con la finalidad de analizar el modelo de negocios de la industria y ubicar los eslabones de la cadena productiva, en donde posiblemente pueden darse actos ilícitos que conduzcan al abuso de poder de mercado (sobre la empresa que tiene posición de dominio), se considera a la cadena de la siguiente manera:

1. Producción
2. Consumo

3. Comercialización
4. Distribución

1. Producción

A partir de 2014, la estructura del mercado ecuatoriano de cemento está conformada por tres empresas: Holcim, UNACEM y UCEM, varias de éstas fruto de operaciones de concentración como fusiones o adquisiciones, como se mencionó en el capítulo anterior.

Las empresas participantes tienen una producción anual representativa que satisface a la par el consumo.

**Cuadro 31: Producción y Consumo de Cemento en Ecuador
(2011 al 2015)**

Año	Producción	Consumo	Consumo per Cápita (Kg/habitante)
	<i>millones de toneladas</i>		
2011	5,70	5,70	392,93
2012	6,03	6,03	388,21
2013	6,60	6,60	418,38
2014	6,52	6,47	403,75
2015	5,85	5,85	359,26

Fuente: INECYC y BCE, 2017

Elaboración: Rita Cisneros

En Ecuador, las participaciones de mercado de las compañías cementeras en el territorio nacional, de acuerdo a las toneladas comercializadas durante el año 2011 y 2015 fueron las siguientes: En 2011, Holcim tuvo una participación de sesenta y tres por ciento (63%), Lafarge veinte tres por ciento (23%), Cemento Chimborazo ocho por ciento (8%), Industria Guapán seis por ciento (6%). Mientras que, en 2015 Holcim tuvo cincuenta y nueve por ciento (59%), UNACEM (Lafarge) veinte y tres por ciento (23%) y UCEM (Guapán y Chimborazo) dieciocho por ciento (18%).

De acuerdo con la información recopilada vía página web de las compañías cementeras del Ecuador, el número de plantas que tienen los productores de cemento en Ecuador, son las siguientes:

Cuadro 32: Plantas de cemento por empresa

Empresa	Número de Plantas de Cemento	Localidad
Holcim	2	Guayaquil
		Latacunga
UNACEM	1	Otavalo
UCEM	2	Azogues
		Riobamba

Fuente: Operadores Económicos del sector cementero

Elaboración: Rita Cisneros

La industria ecuatoriana de cemento cuenta con 5 plantas productoras de este material. A nivel nacional, la región sierra cuenta con 4 plantas de cemento, mientras que la en la región costa, tan solo se encuentra ubicada 1 planta de cemento (Guayaquil), perteneciente a Holcim.

En relación al análisis expuesto en el capítulo anterior, Holcim es el principal productor de cemento a nivel nacional, y además es el único operador que cuenta con 1 planta productora de cemento en dos regiones (Costa – Sierra). Por lo tanto, es importante conocer la manera en cómo se divide el consumo de cemento a nivel nacional.

2. Consumo

El INP (2013) menciona que en Ecuador, el cemento es consumido por 5 segmentos y se distribuye en todo el territorio nacional de la siguiente manera:

1. Hogares.
2. Autoconsumo (construcciones para venta a terceros, comúnmente realizada por constructoras)
3. Grandes desarrolladores de vivienda.
4. Desarrolladores de obras civiles de infraestructura.
5. Empresas industriales y comerciales.

Generalmente, la demanda de cemento se efectúa a granel, pero tanto los hogares como las constructoras demandan el material en saco. Por otro lado, los principales clientes que cubren la demanda de cemento están vinculados con los segmentos del mercado y se conocen como:²⁴

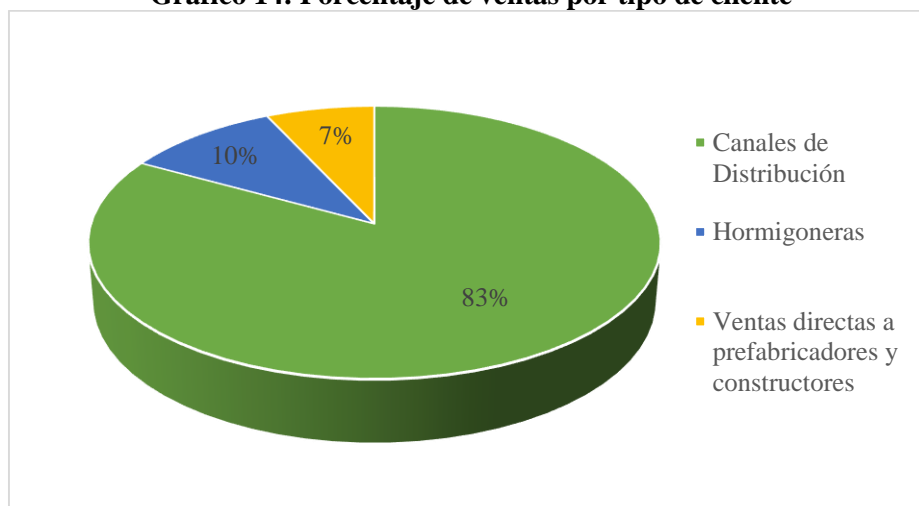
- a) Desarrolladores de obras civiles - Las más importantes constructoras y desarrolladoras del mercado son Hidalgo & Hidalgo, Herdoiza Crespo Construcciones, Fopeco, Panamericana Vial Panavial, Conduto, Técnica General de Construcciones, Constructora Herdoíza Guerrero, entre otros.
- b) Grandes desarrolladores de vivienda. - Se destaca en el mercado Constructora Valero, Conbaquerizo, Pronobis, Etinar, RFS Constructora, Uribe & Shwarzkopf, Romero y Pazmiño, Inmosoluzión (concentradas en la Capital y Guayaquil).
- c) Hormigoneras.
- d) Distribuidores.
- e) Empresas industriales.

3. Comercialización

Las empresas relacionadas al sector cementero tienden a crear sus propios sistemas de distribución y comercialización a nivel nacional, con el fin de llegar a sus consumidores finales (COFECE, 2006).

²⁴ INP (2013) Estudio básico de la Industria Cementera en Ecuador. Consultado en: <http://www.preinversion.gob.ec/estudio-basico-de-la-industria-cementera-en-ecuador-2/>

Gráfico 14: Porcentaje de ventas por tipo de cliente



Fuente: INEC

Elaboración: Rita Cisneros

En Ecuador, las ventas de las empresas cementeras son realizadas a través de vendedores, mayoristas y ferreterías (grandes y pequeñas). Las ferreterías, cuentan con puntos de venta disponibles alrededor de todo el territorio nacional, en beneficio del consumidor final.

El 83% de las ventas efectuadas por las empresas cementeras se realiza a través de los canales de distribución que son constituidas por vendedores mayoristas y ferreterías.

4. Distribución

En su mayoría, la distribución se realiza a través de canales de distribución propios o indirectos; donde cuentan con camiones para efectuar el transporte de la comercialización y también poseen sistemas de franquicias o sub-distribuidores para la comercialización de su producto. Holcim cuenta con una de las mejores redes de distribución en el Ecuador que mantiene franquiciados con la empresa Disensa teniendo aproximadamente 500 franquiciados agrupados (INP, 2013). Lafarge a su vez, también cuenta con una red indirecta de distribución en su zona de influencia (Imbabura) que tiene aproximadamente 185 distribuidores a nivel nacional (INP, 2013: 8).

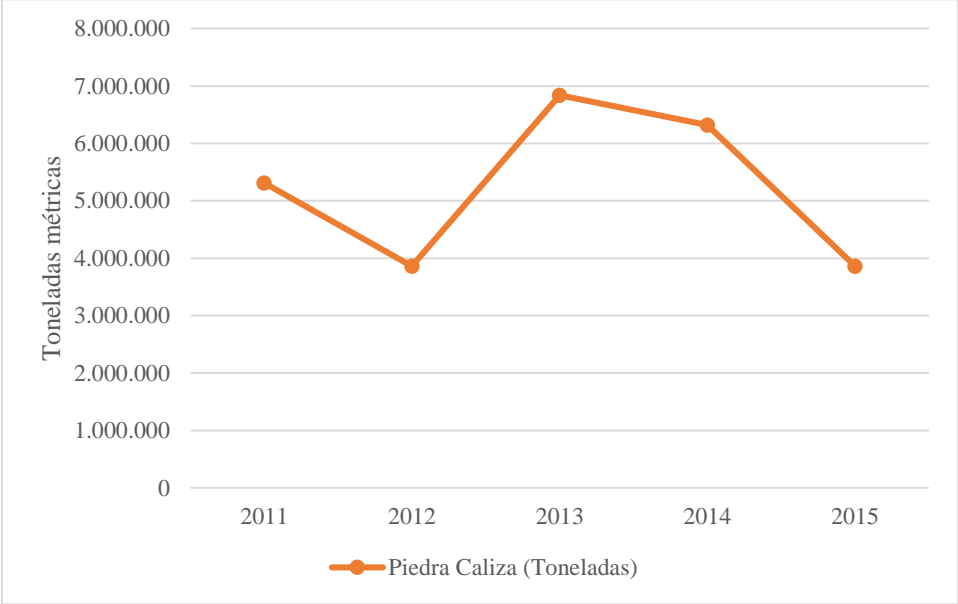
Descripción de la Estructura de la Cadena Productiva del Cemento

La cadena productiva del cemento está caracterizada por la producción de insumos industriales de base minera, que inician por la transformación de los minerales no metálicos extraídos de minas y canteras hasta completar el proceso productivo en las plantas de gran escala (CEPAL, 2013: 222-225). Este proceso es intensivo en capital y energía, generando fuertes barreras a la entrada de sus competidores.

La piedra caliza es la roca de carbonato (mineral no metálico) más abundante en el planeta (Chan et al, 2003: 44). Esta piedra se utiliza en la fabricación de tejas, vidrios, productos de limpieza, esculturas y partes de edificios (BCE, 2016: 11) consumida en su mayoría dentro del mercado local (BCE, 2016:14).

En el mercado de cemento, la caliza es el insumo principal de la industria (Latorre, 2008: 6-7). Esta es extraída por propias compañías cementeras quienes se encargan de realizar generalmente la explotación (*“Cemento y sus aplicaciones”*, s.f.: 409-410).

Cuadro 33: Producción anual de piedra caliza en el Ecuador 2011-2015



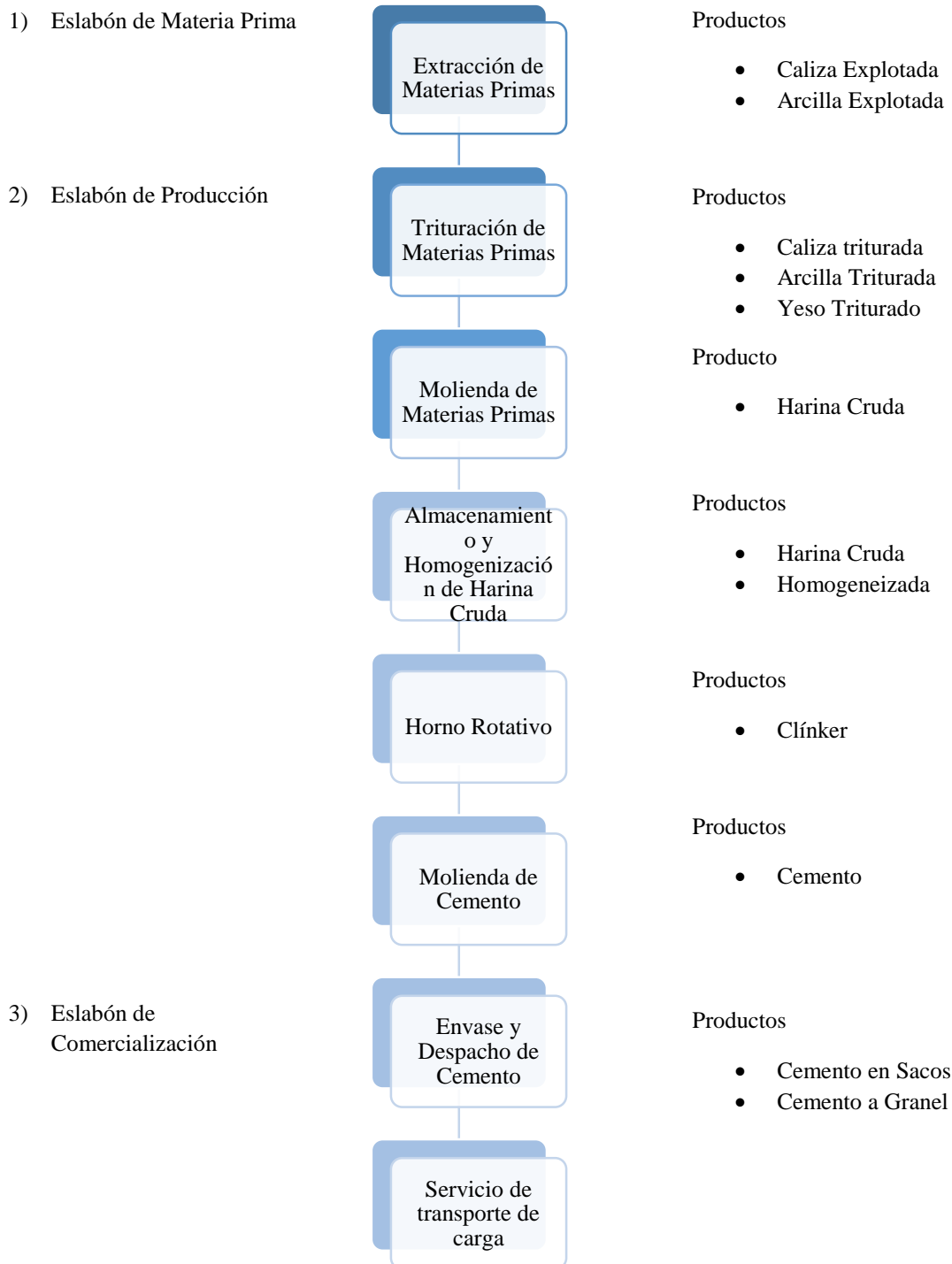
Fuente: Agencia de Regulación y Control Minero (ARCOM)

Elaboración: Rita Cisneros

La producción de piedra caliza aumentó 77% respecto el 2012. Esto se debe a la alta demanda por parte del sector de la construcción. Sin embargo, en el 2015 la producción de este material disminuyó -39% en relación al 2014 (*“Producción de cemento se redujo 8%”*, 25 de diciembre de 2015).

Existen dos elementos importantes dentro de la cadena productiva: 1) aguas arriba y 2) aguas abajo. Los minerales extraídos de las minas pueden ser transformados por pequeñas empresas o grandes empresas del siguiente eslabón, que pueden estar integradas verticalmente (CEPAL, 2013: 222). A continuación, se presenta la cadena productiva del cemento que tiene una estructura dividida en tres eslabones: 1) Eslabón de materias primas, 2) Eslabón de producción y, 3) Eslabón de comercialización.

Estructura de los Eslabones de la Cadena Productiva del Cemento



Elaboración: Rita Cisneros

En el mercado ecuatoriano, las empresas que fabrican cemento tienen la particularidad de estar completamente integradas dentro de la primera y segunda fase del proceso productivo. La industria de cemento tiene la característica de brindar un producto de bajo valor unitario pero un elevado costo de transporte, por lo tanto, los yacimientos están localizados cerca de las plantas productoras (CEPAL, 2013: 224).

Características de Abuso de Poder de Mercado sobre la Cadena Productiva del Cemento

La Unión Europea establece en sus leyes el ejercicio de abuso de dominio o poder de mercado como la práctica ilícita que se evalúa sobre la base de su forma más que sus efectos económicos (Jenkins et al, 2011: 180), siempre y cuando la empresa que ejerza este acto tenga posición de dominio sobre el mercado.

Una vez que una empresa tiene una posición dominante o posee poder de mercado sobre su competencia, tiene la responsabilidad de no perjudicar a los competidores, es decir esta no puede participar en ciertos comportamientos, tales como: establecer precios por debajo del costo variable, vinculación de sus productos u ofreciendo a los clientes descuentos a su fidelidad (Jenkins et al, 2011: 180). Esta prohibición virtual per se, combinada con el umbral de dominancia establecido conduce a un régimen de dominancia bastante intervencionista en Europa.

El comportamiento comercial agresivo de las empresas dominantes no debe ser considerado ilegal, simplemente porque afecta a los competidores. Más bien, el análisis debe centrarse en los efectos del comportamiento sobre la competencia y los consumidores. Si el funcionamiento de la competencia no se ve amenazado, es decir, si es poco probable que se consiga o mantenga una posición de monopolio o si la práctica genera eficiencias en beneficio de los consumidores; esta intervención puede no ser necesaria incluso si los competidores individuales son dañados (Jenkins et al, 2011: 181). Por lo tanto, se deberá evaluar los efectos económicos para determinar si el poder de mercado o posición de dominio pueden generar abuso.

El abuso de posición de dominio o poder de mercado de acuerdo a UNCTAD (2011: 5) está dividido bajo dos conductas: exclusorias (sacas al competidor e impedir la entrada de uno nuevo) y explotativas (enfocadas en la extracción injustificada del excedente del consumidor).

1. Conductas Exclusorias

Las conductas de tipo exclusorio son aquellas que tienen como objetivo sacar a un competidor del mercado o impedir la entrada de uno nuevo. Esta conducta se da cuando la empresa que tiene posición de dominio, se niega a vender a un cliente su producto, o también proveer de un insumo a las empresas aguas abajo, entre otros (todo lo relacionado que dependa de un tercero).

En términos de competencia, la OCDE (2007: 3) define un abuso exclusorio como la negativa de negociación en la que una empresa con posición de dominio es capaz de excluir a los demás competidores. Este tipo de abuso se consume a través de algunas conductas comerciales, entre las más comunes están la negación a suministro de productos, la negación a información de propiedad, la negación a un servicio, la denegación de licencia de derechos de propiedad intelectual, la negación al derecho de acceso a una instalación o red esencial, entre otros (Comisión Europea, 2004).

Las conductas comerciales anteriormente mencionadas generan preocupación sobre la competencia en un mercado. La negación a suministro de productos es el caso en particular mayormente expresado para determinar una conducta de abuso exclusorio, tanto en los mercados aguas arriba como aguas abajo, en donde la competencia se verá distorsionada. En caso de que exista una obstrucción en los mercados aguas abajo, el cliente es quien se niega a suministrar los productos de la empresa del mercado

ascendente debido a que esta además de ser proveedora, al mismo tiempo es competidora (OCDE, 2011: 3).

La negación de suministro también se puede presentar en el mercado aguas arriba cuando la empresa del mercado ascendente es dominante y se niega a suministrar los productos en el mercado (OCDE, 2011: 7). Esto provocaría un efecto anticompetitivo en el cual, los clientes se verán excluidos como competidores del mercado descendente debido a la negación de suministro por parte de la empresa dominante del mercado ascendente por lo cual un participante tendría dificultades para competir efectivamente en ese mercado descendente.

La competencia en el mercado ascendente de los insumos negados también podría verse afectada negativamente si la empresa dominante utiliza la denegación como medio para excluir la entrada potencial del cliente aguas abajo como competidor en el mercado ascendente (Tirole, 1988).

En el sentido de que la empresa dominante se niegue a suministrar su producto a los clientes en el mercado descendente (aguas abajo) existió un caso “*Commercial Solvents*”, en el cual el Tribunal de Justicia Europeo trató extensamente el concepto de denegación de trato. En eso, el Tribunal sostuvo que se trataba de un abuso de posición de dominio para el proveedor dominante de aminobutanol, un producto químico utilizado en la producción de etambutol y fármacos basados en este componente

2. Conductas Explotativas

Las conductas de tipo explotativas se producen debido a la extracción injustificada del excedente del consumidor, es decir, una empresa siendo competitiva y eficiente decide duplicar o triplicar los precios de sus productos dado que como tiene poder de mercado puede actuar con independencia del resto de competidores, impidiendo su libertad en el mercado (Motta, 2004: 30-34).

Por otra parte, existe también el abuso de tipo explotativo que se refiere a la violación más directa del Interés de los consumidores (Motta y De Stree, 2007:20). Esta violación al consumidor se conforma cuando se abusa de la posición dominante, de manera en que se cobren precios supra-competitivos o produciendo cantidades infra-competitivas (Grosman y Serebrisky, 2013: 15); o también expresada a través de conductas como la discriminación en precios, ventas atadas, etc., a pesar de que estas también, pueden ser consideradas de carácter exclusorio (UNCTAD, 2011: 61).

La Comisión Europea (2008) menciona que los abusos de explotación pueden resultar perjudiciales directos de los consumidores a diferencia de los abusos de exclusión que sólo pueden perjudicar indirectamente a los consumidores como resultado de la exclusión de competidores del mercado.

La división por tipo de conductas está relacionada a las penalizaciones realizadas por la legislación europea y están presentes en cualquier eslabón de la cadena productiva de un mercado (aguas arriba y aguas abajo).

La Comisión Europea (2008) en vista de la poca atención que se presta a los efectos reales y potenciales que pueden ocasionar estas prácticas sobre la competencia y el bienestar de los consumidores, implementó nuevas reformas en las guías de competencia en los mercados.²⁵ Asimismo, la Legislación

²⁵ Comisión Europea (2008) Orientación sobre las prioridades de la Comisión en materia de observancia en la aplicación del artículo 82 del Tratado CE a la conducta abusiva de exclusión por parte de empresas dominantes.

Antimonopolio de los Estados Unidos establece como principio de la ley de competencia el proteger procesos competitivos del mercado, más no a los competidores individuales (Jenkins et al, 2011: 181).

El mayor riesgo que puede experimentar el mercado de cemento recae sobre el grado de integración vertical que tenga la industria puesto que en caso de ser la empresa con mayor cuota de participación, esta no sólo podría incrementar las barreras de entrada al mercado sino cerrar por completo el acceso de nuevos competidores (CNMC, 2006: 18). Asimismo, la integración vertical “aguas abajo” resulta aún más riesgosa por el lado de los oferentes y demandantes, puesto que a través de esta integración “aguas abajo” sería fácil llegar a acuerdos colusorios entre los participantes globales del mercado.

En consecuencia, que una empresa tenga posición dominante o poder de mercado no necesariamente implica que se genere abuso de poder de mercado y esto afecte a la competencia. Este poder o posición de mercado también puede generar eficiencias por medio de economías de escala o economías de alcance.

CAPÍTULO III: Perfil de Seguimiento Permanente al Sector Cementero del Ecuador

Del análisis realizado se evidencia que el sector del cemento en el mercado ecuatoriano se encuentra altamente concentrado debido a su estructura oligopólica y, por cuanto tiene una industria integrada verticalmente aguas arriba; a pesar de que también existen la presencia acuerdos de las cementeras establecidos con los distribuidores del mercado, en la cadena aguas abajo.

Además, existe un operador económico que mantiene una posición de dominio significativa, esta empresa refiriéndonos a la multinacional Holcim, mantuvo esta posición durante los periodos 2011-2015. Dicha posición de dominio podría influir en los eslabones de la cadena productiva de la industria cementera, dependiendo de las conductas anticompetitivas adoptadas por los actores económicos del mercado; dicho esto en base a experiencias internacionales que ya identificaron este tipo de conductas irregulares dentro de este sector, sentando con sus investigaciones un precedente y de cierta manera advirtiéndonos las repercusiones que contrae este tipo de posiciones dentro del mismo.

Este tipo de características suelen alarmar a las autoridades de competencia a nivel internacional, debido a que en principio la presencia de una estructura oligopólica orienta hacia el posible abuso de poder de mercado por parte de las grandes firmas que operan en él y, también a la posible generación de acuerdos colusorios entre competidores. Estos últimos tienden a distorsionar el mercado y crear conductas anticompetitivas, causando la obstrucción de la competencia, dificultad en cuanto al ingreso de nuevos competidores y bloqueo de una libre concurrencia en el mercado.

La empresa multinacional Holcim, actualmente líder en el mercado ecuatoriano, se introdujo al país en el año 1934, bajo el nombre de compañía “*La Cemento Nacional C.A*”, posteriormente en el año 1974 cambio su denominación a “*La Cemento Nacional Compañía de Economía Mixta*” y finalmente en el año 2004, paso a denominarse “*Holcim Ecuador S.A*” (Superintendencia de Compañías, Seguros y Valores, s.f.). Bajo esta última razón social, en 2005 se efectuó una fusión la cual consistió en la absorción de las compañías Holcim Cementos S.A. y Holcim Hormigones S.A. Esto implicó el aumento de capital de la compañía absorbente y la reforma de su objeto social que pasó a ser: “*(...) la fabricación, producción y comercialización de clínker, cementos, hormigones en general, agregados pétreos, y de cualquier otro producto industrial relacionado con los anteriores (...)*”.²⁶

En el 2015, Holcim obtuvo el 59% de la participación del mercado ecuatoriano en la comercialización de cemento, siendo la empresa número uno en este sector, en segunda posición se encontró la cementera UNACEM (Lafarge) con el 24% de mercado y finalmente la empresa UCEM con el 18%. En este sentido, existe una alta diferencia en las participaciones de mercado que tienen los operadores de la industria y, en vista de que Holcim tiene la participación que supera el umbral de dominancia en el mercado; se podrían considerar que la líder ejerce tendría la habilidad de ejercer conductas explotativas o exploratorias sobre su competencia.

Por lo tanto, a continuación se analizará el comportamiento estructural de la industria cementera en Ecuador durante el periodo 2011-2015; permitiendo crear un perfil de seguimiento especializado para anteceder los posibles comportamientos de la industria que afecten a la competencia en el mercado y el beneficio de los consumidores. El perfil de seguimiento tomará las consideraciones evaluadas en los

²⁶ Superintendencia de compañías, Valores y Seguros. Estatuto de la compañía Holcim Ecuador S.A. Recuperado el 19 de enero de 2017 de la página web oficial: <http://www.supercias.gob.ec/portalscv/s/>

capítulos anteriores, además tendrá como base experiencias nacionales e internacionales de política y defensa a la competencia.

En este sentido, se estudió y relacionó lo dispuesto en la LORCPM, considerando apartados específicos para el análisis de este trabajo de investigación académica; además se considerará la jurisprudencia internacional dictada en casos de concentraciones económicas y abuso de poder de mercado relacionados al sector en estudio.

En México, se publicó la reforma en contra del abuso de posición dominante para industrias específicas; de la revisión del mismo se encontró que aunque en ese país existen prohibiciones de industrias monopólicas establecidas en la Constitución y la Ley del régimen de competencia, no se especifica en detalle los monopolios propiamente dichos, ni tampoco el abuso de posición dominante (BID y OCDE, 2007: 329-331), al igual que no lo hace la legislación ecuatoriana. En este sentido la CFC (1988) emitió un informe en el cual anticipa la existencia de problemáticas al momento de realizar sus análisis, debido a la presencia de industrias altamente concentradas que anualmente tienen ganancias muy exageradas; provocando la dificultad a la entrada de nuevos competidores. Sin embargo, al no encontrarse expresamente prohibido no existe evidencia corroborante de conductas monopólicas ilícitas en los mercados.

En el presente caso, se procedió a realizar la comparación de los sectores sujetos a regulación especializada y se identificó que existen remedios conductuales y estructurales para el mercado. Sin embargo, el bienestar del consumidor está condicionado a la evidencia (declaraciones por parte de las víctimas del mercado) de conductas monopolistas de las empresas del mercado. Por lo tanto, se evaluarán los antecedentes que tiene la industria cementera durante el periodo 2011-2015 y considerando los parámetros para un perfil de seguimiento, se propondrá el perfil de seguimiento especializado para el mercado de cemento en Ecuador.

Antecedentes: Evolución de la industria cementera ecuatoriana

La industria de cemento en Ecuador se encuentra concentrada y actualmente en el mercado participan tres empresas. En el 2012, las primeras dos empresas abastecen la demanda de cemento en más del 80% del mercado nacional. Sin embargo, en vigencia de la LORCPM y las actuaciones del organismo regulador de competencia, las participaciones de los operadores económicos en el mercado de cemento fueron emparejándose de manera positiva a la competencia, tendiendo a una distribución más equitativa del mercado.

Durante el periodo 2011-2015, la industria cementera tuvo cambios significativos, en cuanto al porcentaje de participación del mercado que tenía cada actor económico. Estos cambios, se derivaron a partir de las operaciones de concentración en la industria cementera bajo el análisis de la autoridad de competencia; lo cual hizo a que existan análisis estadísticos para estudiar el comportamiento de las empresas que interactúan en este tipo de mercados.

En este sentido la autoridad de competencia al realizar el análisis en operaciones de concentración tiene la obligación de evaluar el mercado y sus actores, con el fin de aprobar, condicionar o rechazar las operaciones de concentración y partiendo de su análisis identificar el posible abuso de poder en el mercado, en cuanto a la evidencia encontrada de las investigaciones por caso.

Con la entrada en vigencia de la LORCPM y la creación de la SCPM, hasta el 2015 se observó cambios estructurales en la industria cementera ecuatoriana, entre estos están:

- En la Resolución N°042 con fecha 03 de octubre de 2014, la SCPM a través de la Comisión de Resolución de Primera Instancia (en adelante “CRPI”) aprobó la operación de concentración entre Lafarge Cementos S.A y Unión Andina de Cementos S.A.A. Esta consistió en la adquisición del 98,57% de las acciones de Lafarge Cementos S.A (pertenecientes a la empresa FINLATAM Vermögensverwaltungs GmbH, domiciliada en Alemania) por parte de la empresa domiciliada en Perú, Unión Andina de Cementos S.A.A. (en adelante UNACEM); la compra se realizó por medio de la empresa Inversiones Imbabura S.A., domiciliada en Perú y creada específicamente para adquirir las mencionadas acciones. Esta operación fue autorizada por la SCPM recomendando a su vez que a través del Ministerio de Relaciones Laborales, se supervise y precautele los derechos laborales de los trabajadores y empleados de la compañía Lafarge Cementos S.A, considerando que esta operación involucró la toma de control de dicha compañía por parte de una empresa extranjera.

- En segundo lugar, en la Resolución N° 043 con fecha 28 de octubre de 2014, la Autoridad de Competencia de la SCPM negó la operación de concentración dictada en el Expediente 044-SCPM-CRPI-2014. La notificación de concentración económica ingresada el 07 de julio de 2014 consistió en la fusión internacional (fusión entre iguales) entre Holcim Ltd., empresa matriz domiciliada en Suiza y Lafarge S.A., empresa matriz domiciliada en Francia. Como parte de la operación de concentración las partes pretendieron, tal como consta en el “Business Combination Agreement” implementar un programa de desinversiones a lo que denominaron como “paquete de desinversión”, que sería empleado como ayuda para *“restablecer la equidad del portafolio global del grupo fusionado, procurando paliar cualquier potencial contingencia que pueda surgir como materia de competencia”*. Sin embargo, con lo expuesto por la CRPI y con el fin de precautelar y eliminar cualquier potencial afectación a la competencia que se inicie tras la fusión internacional entre las partes (Holcim Ltd. y Lafarge S.A.), se negó la operación en Ecuador.

- En tercer lugar, en la Resolución N° 050 de la SCPM con fecha 23 de mayo de 2015 se autorizó la operación de concentración que radicó en la adquisición de al menos el 62% de las acciones ordinarias de Unión Cementera Nacional UCEM C.E.M. (en adelante UCEM) por parte de la empresa Yura S.A., a través de un aumento del capital social, que formó parte del Proyecto de Búsqueda de Socio Estratégico Internacional planteado por la EPCE, quien poseía el 94,8% de las acciones de UCEM.

Por otro lado, cabe mencionar que la autoridad de competencia hasta la fecha, no resolvió dictámenes que certifiquen la presencia de abuso de poder de mercado en la industria cementera ecuatoriana. Sin embargo, se logró la desinversión de los activos de la empresa Lafarge Cementos S.A., a pesar de que la acción se efectuó fuera de los plazos establecidos para la fusión Holcim-Lafarge del 2014. Asimismo, existió una resolución en la que el operador económico de la industria cementera fue multado por la SCPM, debido a que presentó información incompleta.

Causas por las que no se efectuó la operación de concentración entre las multinacionales Holcim y Lafarge en base a la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) y el Reglamento de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (RLORCPM).

En función a la Resolución N°043 con fecha 28 de octubre de 2014 y los criterios de decisión que se detallan conforme el artículo 22 de la LORCPM; los efectos anticompetitivos que provocaría la fusión internacional entre Holcim Ltd. y Lafarge S.A., en Ecuador serían los siguientes:

- Conforme el numeral 1 del art. 22, el “*estado de situación de la competencia en el mercado relevante*”. La industria cementera tiene un mercado altamente concentrado en el territorio nacional.
- Según el numeral 2 del art. 22, sobre “*El grado de poder de mercado del operador económico en cuestión y el de sus principales operadores*”, la estructura del mercado cementero y la presencia de pocos actores en él permiten a Holcim Ecuador S.A tener una participación sobre el 58% del mercado, en los últimos 5 años desde el 2011 y por su parte, la UNACEM, antes denominada Lafarge Cementos S.A. tiene aproximadamente en el mismo periodo una participación cerca del 22% en el mercado de cemento. Esto permite a los actores económicos tener una alta influencia en todo el territorio ecuatoriano.
- Conforme al numeral 3 del art. 22, sobre “*la necesidad de desarrollar y/o mantener la libre concurrencia de los operadores económicos en el mercado, considerando su estructura, así como los actuales o potenciales competidores*”. Los actores del mercado ecuatoriano de cemento tienen un alto riesgo debido a la estructura oligopólica que presenta este. Por lo que, es propenso que en el mercado se inicien prácticas anticompetitivas entre los competidores. Además, como menciona la SCPM en la Resolución N°043, en efecto de concretarse la fusión entre las subsidiarias ecuatorianas de Holcim Ltd., y Lafarge S.A. el bienestar del consumidor podría afectarse debido al incentivo entre las partes de aumentar los precios del cemento y distorsionar el mercado, el sector y sus sectores vinculantes a la industria cementera.
- De acuerdo al numeral 4 del mismo, sobre “*la circunstancia de si a partir de la concentración se generare o fortaleciere el poder de mercado o se produjere una sensible disminución, distorsión u obstaculización, claramente previsible o comprobada, de la libre concurrencia de los operadores económicos y/o la competencia*”. El mercado tiene altas barreras a la entrada que demandan fuertes inversiones en capital además de encontrar yacimientos de clínker para extraer la materia prima. Esto condicionaría la entrada de nuevos operadores al mercado debido al capital y acceso a los recursos y, obstruiría la libre competencia.

Adicionalmente, no se pudo realizar el análisis bajo el numeral 5 debido a que se desconoce las eficiencias que podría presentar la operación de concentración económica, en cuanto que la SCPM mantiene en condición de reservado secreto la información correspondiente a cada uno de los casos tratados.

Conforme a lo expuesto, se procede a realizar el diagnóstico del mercado cementero que fue analizado en el presente estudio para construir un perfil de seguimiento especializado y hacer recomendaciones a la autoridad para lo establecido en el artículo 1 de la LORCPM y, con el fin de cumplir con el artículo 304 de la Constitución de la República del Ecuador.

Detalle de las posibles conductas potencialmente restrictivas a la libre competencia en el mercado de cemento del Ecuador

Conforme dictan los artículos 52, 66 numeral 15, 25 y 26, de la Constitución de la República; el artículo 85, numeral 1 y 2 de la Carta Suprema; los artículos 278, 283 y 284, 334 numeral 1 y 335 de la Constitución de la República; y, el artículo 304 numeral 6 y 336 de la Carta Fundamental, y conforme a lo establecido anteriormente, se presentan:

a) Indicios de prácticas restrictivas a la competencia

Como se mencionó en el análisis de barreras de entrada, la empresa Holcim Ecuador S.A posee uno de los mejores canales de distribución del mercado de producto definido (cemento), beneficiándose de sus camiones propios para la comercialización del cemento y, además teniendo franquiciados o sub-distribuidores para el transporte del producto. Es importante mencionar que Holcim cuenta con cerca de 520 sub distribuidores o franquiciados a través de la empresa Construmercado S.A. (Disensa).

Disensa²⁷, es una empresa importadora y exportadora oficial para Ecuador de la marca Holcim que se encarga de la distribución de los productos que comercializa Holcim y de una serie de proveedores adicionales de materiales de construcción y ferretería. Este negocio, a partir del 2005 funciona a través de la venta de franquicias bajo esquemas como retiros de planta, retiro de bodegas locales y entrega a proveedores (Granda L y Sornoza A, 2015: 6-15), en donde el franquiciado se beneficia mediante el aprovisionamiento continuo de inventario y de una marca comercial reconocida que estandariza la imagen de sus locales de venta.

El poder de negociación que tiene Disensa con su cliente, el franquiciado del Grupo Holcim; consiste particularmente en la entrega del cemento Holcim a través del canal denominado como puntos de ventas, llegando al consumidor final y manteniendo los precios oficiales del Grupo. No obstante, el cliente no posee ningún poder de negociación frente al precio sugerido por el franquiciado.

En base a lo expuesto y la complementariedad que se encuentra entre la visión del Grupo Holcim²⁸ y la misión que sostiene Disensa²⁹ puede despertar sospechas de procesos asociados a contratos de exclusividad y acuerdos mantenidos en la industria con los operadores del canal de distribución aguas abajo, puesto que se desconoce los puntos de entrega que tiene Disensa y su estructura ramificada de distribución en el territorio ecuatoriano. Al tener canales franquiciados puede ser atractivo a los proveedores ingresar en la red, lo cual volvería atractivo ajustarse a este modelo de negocio y fortalecer la integración en el mercado que mantiene Holcim con sus distribuidores.

En vista de lo expuesto, se levanta el supuesto de que, mediante esta serie de franquicias, Holcim Ecuador S.A. comercializa sus productos bajo condiciones que restringen la oferta de productos con idénticas características entre la competencia; donde existe el establecimiento de montos mínimos de pedido y la venta de productos complementarios o conexos únicamente de empresas aliadas y que hayan previamente sido autorizados por el franquiciante.

²⁷ La empresa también cuenta con otros proveedores como Andec, Plastigama de Amanc, Intaco, Hormipisos, Electrocables, IPAC, Calizas Huayco, Indura, Rooftec del Ecuador, Ideal, Alambrec, Imesco, Bloqim (Almendáriz V, 2012: 9).

²⁸ “Ser la compañía más respetada y exitosamente operada en esta industria, creando valores para sus clientes, empleados, accionistas y la comunidad implicada que compone el Grupo”.

²⁹ “Ser la opción preferida de compra de materiales de construcción y obra gris para la construcción de vivienda a nivel nacional”.

Planteado de esta manera se colige que Holcim Ecuador podría incurrir en infracciones de abuso de poder de mercado enmarcadas en los numerales 1, 3, 8, 11 y 21, del artículo 9 de la LORCPM, los cuales textualmente señalan:

“(...) Art. 9.- Abuso de Poder de Mercado. - Constituye infracción a la presente Ley y está prohibido el abuso de poder de mercado. Se entenderá que se produce abuso de poder de mercado cuando uno o varios operadores económicos, sobre la base de su poder de mercado, por cualquier medio, impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general.

En particular, las conductas que constituyen abuso de poder de mercado son:

1.- Las conductas de uno o varios operadores económicos que les permitan afectar, efectiva o potencialmente, la participación de otros competidores y la capacidad de entrada o expansión de estos últimos en un mercado relevante, a través de cualquier medio ajeno a su propia competitividad o eficiencia.(...)3.- Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado, en condiciones en que debido a la concentración de los medios de producción o comercialización, dichas conductas afecten o puedan afectar, limitar o impedir la participación de sus competidores o perjudicar a los productores directos, los consumidores y/o usuarios.(...) 8.- La venta condicionada y la venta atada, injustificadas. (...) 11.- La fijación, imposición, limitación o establecimiento injustificado de condiciones para la compra, venta y distribución exclusiva de bienes o servicios. (...) 21.- Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero (...).”

Cabe señalar que dicha conducta operaría siempre y cuando estas prácticas sean realizadas por el o los operadores económicos que tenga poder de mercado en esta industria. En el análisis previo, se identificó que Holcim es la empresa que posee poder de mercado; por lo que se recomienda a la SCPM que proceda los análisis respectivos del caso.

A pesar de que aún no se determinan indicios de abuso de poder de mercado en la industria de cemento en Ecuador, se planteó otro posible supuesto:

Considerando que Disensa, opera como comercializadora de la empresa Holcim Ecuador, a través de franquiciados; resultaría pertinente plantear el escenario en que Holcim pudiere transferir su poder de mercado a sus subsidiarias intermediarias, tercerizadoras, y cesionarias quienes prestan sus servicios a este usuario.

b) Limitaciones de acceso al mercado cementero

Derivado de los capítulos anteriores se evidencia que existen limitaciones de entrada al mercado cementero, ya que la presencia de un operador como Holcim Ecuador S.A., cuya cuota de participación por ventas es cercana al 60% en 2015, y que además: 1) posee un aprovisionamiento estratégico de la materia prima (clinker), 2) está posicionado estratégicamente para la distribución del cemento dentro del territorio ecuatoriano, 3) posee una alta inversión en plantas de producción de cemento que le permite mantener altos índices de producción y, 4) posee el respaldo de una firma internacional (Grupo Holcim) quien puede seguir invirtiendo y ganando más espacio en el mercado ecuatoriano, impidiendo la entrada de nuevos operadores al país.

El obtener una concesión de los yacimientos de clinker y lograr invertir en plantas de gran capacidad de producción de cemento, teniendo en cuenta que la demanda de cemento en el Ecuador está prácticamente satisfecha por las empresas ya existentes en el mercado, hace poco atractivo la entrada de nuevos competidores.

Además, es importante mencionar, sin que se haya podido comprobar, que antes de la expedición de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder Mercado existieron empresas pequeñas como es el caso de la empresa esmeraldeña Cementos del Pacífico CEPACSA S.A., la cual se podría presumir que fue comprada y desaparecida del mercado para evitar su participación y competencia.

Expuestos los antecedentes se plantea a continuación, el perfil de seguimiento especializado para la industria cementera del Ecuador.

Propuesta para establecer el perfil de seguimiento especializado y direccionado a la industria de cemento en Ecuador

Con el fin de evitar que surja el abuso de poder de mercado, la legislación ecuatoriana se rige a un marco normativo establecido en la LORCPM (Flores, 2014: 30). Esta, a través de SCPM con objeto de, “(...) evitar, prevenir, corregir y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado (...), buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general de los consumidores y usuarios (...)”, amparado en el artículo 1 de la Ley.

En este sentido, el perfil de seguimiento establecido para la industria cementera ecuatoriana estará sujeto a dos aspectos: 1) las Leyes de la República del Ecuador y, 2) el análisis económico de competencia desarrollado de esta investigación. El aspecto económico se trabajará a la par con las Leyes que amparan la defensa a la libre competencia (LORCPM) y su Reglamento (RLORCPM), iniciando acorde a la evaluación pertinente realizada en la presente investigación.

Para establecer el perfil de seguimiento de la industria cementera, se analizó la estructura de mercado que tiene esta en Ecuador y el comportamiento que tuvieron los indicadores de concentración económica durante el periodo 2011-2015 (4 años). Para tal efecto, se mostró relevante considerar los siguientes puntos:

1. La evolución del número de participantes que operan en el mercado definido,
2. La distribución geográfica de los participantes en el territorio nacional,
3. Las participaciones o cuotas de mercado³⁰ de los actores económicos que pertenecen a un mismo mercado,
4. La existencia de posición de dominio o poder de mercado entre los operadores económicos,
5. El grado de concentración en el mercado definido,
6. La estructura de la cadena productiva del mercado y sus actores,
7. Los canales o redes de distribución de los operadores del mercado, y
8. Las limitaciones a la entrada en el mercado.

En relación a los puntos citados, la especialización del perfil se obtendrá de la evaluación y determinación de las características de la industria cementera que fueron realizadas previamente y los indicios de posibles conductas anticompetitivas en los actores económicos de la cadena productiva de la industria. Considerando el mercado y sus competidores en la generación de un posible abuso de poder de mercado.

En lo consecuente, se mencionará el tipo de competencia que presenta una industria oligopólica con presencia de abuso de poder de mercado o acuerdos celebrados entre los participantes, basándose en

³⁰ Se denomina cuota de mercado a la fracción o porcentaje de una actividad en relación al total de la misma (Kotler, 1992).

experiencias internacionales que investigaron el mercado de cemento y las conductas que tienen afectaciones a la competencia.

Análisis del perfil de seguimiento

En vista que el mercado de cemento en Ecuador está altamente concentrado y tiene una estructura oligopólica representada por un reducido número de competidores; la posibilidad de que los actores del mercado ejerzan poder sobre los competidores de esta industria, es alta. Sin embargo, el detectar conductas de abuso de poder de mercado en el comportamiento de los competidores no resulta sencillo.

Una manera de identificar indicios de abuso de poder de mercado en una industria es a través de la variación en las cuotas de participación de los competidores de la industria, acompañada de la existencia de una posición de dominio por parte de uno o varios actores de ese mercado. En el caso de Ecuador, Holcim es la empresa que posee representativas cuotas de participación durante el periodo 2011-2015 y es la única compañía que tiene en los últimos 4 años del periodo una posición de dominio en el mercado de cemento.

Cuadro 34: Participación de la empresa con posición de dominio en el mercado ecuatoriano de cemento

Empresa con posición de dominio	Año	Cuota de participación	Porcentaje de variación
Holcim	2011	63%	-
Holcim	2012	65%	2%
Holcim	2013	65%	0%
Holcim	2014	61%	-4%
Holcim	2015	59%	-2%

Fuente: INECYC, 2017

Elaboración: Rita Cisneros

En el 2015, la participación de Holcim en el mercado de cemento disminuyó 6 puntos porcentuales en relación a la participación más alta del periodo analizado (65%), obtenida en el 2012. Por lo tanto, partiendo de la variación en las cuotas de participación de la única empresa con posición de dominio sobre el mercado definido, se evaluará en relación a experiencias internacionales que ante la presencia de estructuras oligopólicas, es probable entre los participantes del mercado generar conductas anticompetitivas (COFECE, 2006). Además de identificar posibles actos colusorios entre los competidores del mercado derivados de la similitud de cuotas en el mercado.

En caso de identificar que las cuotas de participación entre los competidores del mercado son similares o, la empresa con posición de dominio incrementa o mantiene las cuotas de participación constantes en el tiempo podrían existir afectaciones en este mercado.

En Ecuador, Holcim quien tiene posición de dominio en el mercado no mantiene las cuotas de participación de manera constante desde el 2011 a 2015; lo cual, en primer lugar no se aprecia en el comportamiento de la industria ecuatoriana de cemento debido a que las participaciones varían entre los competidores del mercado y segundo, se observa que la participación de la empresa con posición de dominio en el mercado ecuatoriano de cemento, tiende a disminuir en años sucesivos. En este sentido, se descarta la posibilidad de identificar abuso de poder de mercado a través del comportamiento de las cuotas de participación en el mercado definido.

Si las cuotas de participación entre los competidores del mercado fueran similares en el tiempo se confirmaría la existencia de una repartición acordada, que determine una posible conducta colusoria

(Motta, 2004: 230-254). No obstante, en el mercado ecuatoriano se identificó que Holcim adopta un comportamiento monopolista debido a que lleva de manera consecutiva una gran parte del mercado. Sin embargo, este comportamiento es inevitable en las estructuras oligopólicas, por lo que no le compete a la autoridad de competencia levantar sanción sobre el mismo y la posición dominante de la empresa, sin presentar evidencia de abuso (Witker, 2003: 5).

En conclusión, la posición de dominio y la estructura de mercado no es un fuerte determinante de abuso de poder de mercado. Para el caso ecuatoriano, sería distinto si se llegase a comprobar la conducta abusiva ejecutada por la empresa con posición de dominio, a través de evidencia en la cual se declararía que esta representa una práctica anticompetitiva en la cual el poder de mercado influye sobre los precios o restringe los suministros de los productos en el mercado.

Por lo tanto, para que la autoridad compruebe los posibles indicios de una práctica monopólica y pueda validar esta prueba se sugiere:

1. Verificar los hechos considerados como prueba de indicio a la práctica monopólica identificada,
2. Demostrar la realidad de los hechos,
3. Relacionar los hechos encontrados con la posible conducta abusiva del mercado, y
4. Verificar el acto en conformidad a la evidencia y el hecho a demostrar.

Es importante considerar esto, puesto que no se debe establecer verdades absolutas sobre supuestos o simples probabilidades sin una evidencia congruente que justifique la falta.

Recomendaciones sobre el perfil de seguimiento a la industria cementera del Ecuador

De acuerdo a lo establecido en el perfil de seguimiento de este trabajo de investigación, se recomienda a la autoridad de competencia:

- a. Mantener contacto con los operadores, proveedores y clientes del mercado de cemento en el Ecuador, con el fin de vigilar el comportamiento que tienen estos en el mercado. De esta manera, se podrá controlar y evitar la aparición de prácticas abusivas y anticompetitivas que restrinjan la entrada de nuevos competidores o perjudiquen a los consumidores finales.
- b. Que la Intendencia de Investigación de Abuso de Poder de Mercado, Acuerdos y Prácticas Restrictivas, realice la investigación respectiva sobre la posibilidad de que Holcim Ecuador S.A. esté aplicando prácticas anticompetitivas por medio de su sistema sub-distribución, franquiciado, que mantiene con Disensa.
- c. Que se inicie la investigación a la compañía Disensa en relación a todos sus proveedores del mercado para identificar posibles vinculaciones accionariales entre los proveedores de esta y, las actividades que realizan estos, con el fin de indagar si existe una red especializada que guarda preferencias entre el grupo de proveedores de Disensa y se relaciona con el sector de la construcción.
- d. Por lo tanto, sería pertinente llevar un seguimiento a los intermediarios de Holcim. Identificar la relación (accionarial, comercial, entre otras) de Holcim con empresas aguas abajo de los eslabones de la cadena productiva del cemento, con el fin de prevenir el apareamiento de conductas exclusorias. En este caso, en base a lo examinado en el Juicio laboral de 20 de marzo de 2012, propuesto por Roberto García Vaca contra Cemento Nacional Compañía Anónima actualmente Holcim Ecuador S.A, se identificaron varias empresas que prestaban servicios

intermediarios a la compañía Holcim como: Disensa, Productos Rocafuerte C.A., Furoca, Teccon, Portecem, Incaser, Viginsa, Limpieza Medtlantico, Arbolesa, Sanivel y Transportes y Representaciones.

Conclusiones

La industria cementera tiene el clinker como insumo principal para la producción de cemento, el cual se extrae de minas y canteras. Particularmente, la industria está ligada al sector de la construcción debido a que son negocios relacionados. El mercado ecuatoriano es autosuficiente en la producción de cemento, es decir abastece con la demanda nacional y así reduce el nivel de importación del mismo.

Los productos que resultan sustitutos del cemento y pueden reducir la demanda de este material en el mercado ecuatoriano son las estructuras de hierro con características ligeras y fáciles de trasladar e instalar que vienen de las nuevas tendencias de construcción en países más desarrollados. Sin embargo, se identificó que existe una dependencia en el mercado ecuatoriano por construcciones que utilizan cemento, esto se debe a que los consumidores finales asocian la estructura sólida del cemento como segura y de larga durabilidad frente a otro tipo de materiales para la edificación. No obstante, en cuanto a competitividad en precios pueden existir productos inferiores al precio del cemento, pero esto dependerá de la calidad y los materiales utilizados en su elaboración.

La demanda de cemento se caracteriza por ser poco sensible a las variaciones en el precio. En su mayoría, esta proviene de las industrias relacionadas a la construcción, elaboración de hormigón, materiales prefabricados y comercializadores o almacenistas. El valor del cemento resulta insignificante frente el costo global de las obras de construcción, pero el uso fundamental hace que este material sea indispensable para el sector.

La industria cementera ecuatoriana tiene una estructura oligopólica tal como se evidencia en la experiencia internacional de este mercado. Los actores de esta industria son pocos y ostentan altas participaciones de mercado y cuerpos integrados.

La cadena productiva de la industria de cemento comprende tres eslabones. El primer eslabón conforma la extracción de la materia prima (piedra caliza), seguido de la producción y empaque de cemento (cementera) hasta llegar a la distribución o comercialización del producto final para el consumo. Además, este sirve de insumo intermedio en la elaboración de otros materiales de construcción derivados del cemento y que son demandados por ferreterías, constructoras, hogares y otros operadores relacionados al sector.

En la Sierra, el consumo de cemento consume el 52% de la producción de cemento a nivel nacional, seguida de la región Costa con el 42%, región Amazonía 5% y región Insular 0,3%. Sin embargo, la cantidad de cemento consumida en la provincia del Guayas es mayor a las demás provincias del Ecuador (23%), superando en tres puntos porcentuales a la demanda de cemento en Pichincha que se convierte en la segunda provincia que demanda el 20% de este material a nivel nacional.

En el mercado ecuatoriano, la producción de cemento se realiza únicamente a través de las empresas cementeras de la industria, quienes son los únicos oferentes de cemento en todo el territorio nacional. A partir del 2015, el número de empresas que participan en esta industria se reduce. Esta reducción de competidores se debe a la fusión entre Cemento Chimborazo e Industrias Guapán y la desinversión de activos por parte de Lafarge Cementos S.A. a UNACEM CEM, que se efectuó en el 2014.

Para el análisis de competencia, se determinó que el cemento constituye un mercado relevante por sí mismo. Esto se refiere a que desde la perspectiva de la demanda no existen sustitutos cercanos al producto debido a que no se encontró otro material que posea las mismas características del cemento, siendo este indispensable para negocios relacionados al sector de la construcción. Además, el cemento

tiene la característica de ser un producto homogéneo en el mercado, intensivo en capital y distinguido por sus altos costos de transporte y distribución, debido a su dificultad de traslado por el peso y las condiciones del mismo.

El mercado cementero ecuatoriano tiene altas barreras a la entrada de nuevos competidores debido a la instalación de plantas de producción de cemento y plantas de procesamiento de clinker. Asimismo, los actores de la industria tienen dificultad en acceder a los yacimientos volcánicos y obtener licencias para su explotación. Por esta razón, la entrada de nuevos operadores está altamente condicionada al acceso a los recursos y el capital.

La variación de las cuotas de participación en las empresas de la industria cementera ecuatoriana fueron calculadas en función a la cantidad comercializada de cemento en el territorio ecuatoriano. Durante el periodo 2011-2015, las participaciones variaron de la siguiente manera, respecto al 2011: Holcim disminuyó 4,6%, UNACEM (Lafarge) aumentó su participación 0,6% y UCEM (Cementos Chimborazo e Industrias Guapán) incrementó 4 puntos porcentuales, siendo las cuotas de participación 59%, 23% y 18%, respectivamente al 2015.

La concentración en el mercado de cemento proviene de la estructura oligopólica y las altas barreras a la entrada. El indicador de concentración HHI para el mercado de cemento superó en años consecutivos el umbral de altos niveles altos de concentración en un mercado. En el 2011, el grado de concentración de la industria cementera con cuatro participantes del mercado fue de 4.638,71, aumentó 3,4% en el 2012 y tuvo una disminución del -0,8% en el 2013.

En el 2014, con la disminución de un competidor en el mercado el HHI fue de 4.318,16 y, consecuentemente en el 2015 se observó que el grado de concentración en el mercado de cemento disminuyó -4,7%. Por lo tanto, el mercado sostiene una estructura altamente concentrada para el periodo analizado, pero el grado de concentración en la industria cementera disminuyó debido a la variación en las cuotas de participación de los competidores y la participación de la empresa más grande de la industria del cemento.

Por otro lado, el índice de Melnik, Shy y Stenbacka estableció que cualquier competidor cuya participación en el mercado sea superior al 33%, será considerado como el competidor con poder de mercado. En este caso, Holcim tiene una participación promedio de 62,5% en el mercado de cemento durante el periodo 2011-2015 y es el operador económico con una posición de dominio sobre los demás competidores. En este sentido, Holcim con su fuerte participación en el mercado de cemento podría abusar de su posición de dominio y generar conductas anticompetitivas que estén presentes en los eslabones de la cadena productiva. .

Hasta el momento, la existencia de abuso de poder de mercado en la industria cementera ecuatoriana no fue comprobada por la autoridad de competencia. Las resoluciones emitidas por la SCPM no determinan la presencia de prácticas anticompetitivas para este mercado; sin embargo, en la investigación no se descartó la posibilidad de que pueda generarse abuso de poder de mercado a través de conductas explotativas o exclusorias entre los actores de los mercados aguas arriba y aguas abajo de la cadena productiva del cemento, por lo que se planteó un perfil de seguimiento para esta industria y su mercado.

El perfil de seguimiento a la industria cementera surgió debido a la alta concentración en el mercado de cemento, la presencia de pocos competidores en él y las altas participaciones del único operador con posición de dominio en el mercado que podría afectar el dinamismo del mercado, potencializando el incremento en los precios del insumo y restringiendo la producción. No obstante, esto perjudicaría el

bienestar de los consumidores finales y distorsionaría la industria nacional. En efecto, las características que posee el mercado de cemento podrían generar riesgos a la competencia y consumarse en prácticas anticompetitivas o, generar traspasó de poder de mercado hacia otras empresas vinculadas de la cadena.

Conforme el perfil de seguimiento de la industria cementera ecuatoriana, los actores de la misma están parcialmente integrados en un mercado aguas arriba y aguas abajo, por lo que se dificulta la entrada de nuevos competidores en el mercado y podrían generarse conductas explotativas o exclusorias entre los actores de la cadena.

Asimismo, considerando las características propias de la industria y el mercado de cemento se rechazaría una posible operación de concentración entre sus actuales participantes, puesto que el mercado estaría más concentrado, se incrementaría el poder de mercado entre los operadores de la industria y existirían distorsiones a la libre competencia. En consecuencia, la concentración del mercado generaría la monopolización de la industria cementera permitiendo la generación de prácticas anticompetitivas y un posible surgimiento de abuso de poder de mercado. Por otro lado, ante posibles integraciones verticales en el mercado de cemento existe una mayor posibilidad de que estas generen eficiencias en la industria y así las empresas puedan explotar economías de escala y economías de alcance.

En definitiva, se evidencia en Ecuador que la industria y el mercado de cemento están altamente concentrados y son manejados por pocas empresas que generalmente están integradas verticalmente en los eslabones de la cadena productiva. Por lo tanto, estas características particulares de la industria facilitarían la restricción a la libre competencia en el mercado de cemento, así como la posibilidad de que los competidores realicen conductas anticompetitivas en él; provocando que las empresas vinculadas verticalmente al mercado restrinjan la competencia en los eslabones de la cadena.

En este caso, sería factible realizar un análisis posterior a Holcim y su cadena de distribución franquiciada Disensa, quien de acuerdo a su tamaño podría aparentemente restringir la comercialización de productos de idénticas características a los de la competencia; levantando el supuesto de que exista la venta exclusiva de productos marca Holcim en sus cadenas de distribución o la venta exclusiva de productos complementarios o conexos de empresas aliadas previamente autorizados por el franquiciante, lo cual restringiría la libre competencia en el mercado de distribución del producto.

Recomendaciones

Las observaciones posteriores al análisis permiten recomendar al organismo de control en Ecuador, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado que evalúe paulatinamente la competencia entre los operadores económicos de la industria cementera y la posible distorsión que presenta esta estructura de mercado en cuanto el ingreso de nuevos competidores. En este caso, se sugiere a la autoridad realizar una investigación sobre los posibles contratos que mantienen las empresas del sector, con terceros actores del mercado que integran los eslabones de la cadena productiva de la industria del cemento, para identificar una posible transferencia del poder de mercado por parte de las cementeras hacia las distribuidoras.

Además, se recomienda a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado realizar un análisis amplio sobre la existencia de vinculación accionarial entre las empresas de este mercado y empresas aguas abajo; de acuerdo al artículo 17 de la LORCPM y con la finalidad de identificar entre las empresas de un mismo sector, en este caso el sector de la construcción si existen un vínculo que pueda generar la práctica anticompetitiva de ventas atadas en el mercado ecuatoriano.

Asimismo, se recomienda a la autoridad socializar con la población y los actores partícipes del sector sobre los impactos derivados de posibles prácticas anticompetitivas que puede presentar este mercado. Esto está relacionado a la demanda de bienes y servicios, las cantidades demandas y los precios establecidos frente a la calidad del producto que se comercializa.

A la facultad de economía se recomienda crear un espacio en la semana del economista para socializar con los estudiantes temas sobre la competencia en el mercado ecuatoriano y las afectaciones sobre los sectores económicos. Esto incluye las operaciones de concentración efectuadas, el posible abuso de poder de mercado y las prácticas desleales que se presentan en los mercados ecuatorianos. En este sentido, las futuras generaciones de estudiantes de economía conocerán sobre la regulación y libre competencia que deberá existir en los mercados y así reforzar su conocimiento en materia de competencia y aportar con sus investigaciones relacionadas a estos temas a la comunidad universitaria y a la autoridad de competencia en el país.

Por otro lado, se recomienda a los operadores del mercado de cemento denunciar al organismo de control la presencia de prácticas anticompetitivas por parte de los actores de la industria cementera, mismas que afecten a la estructura del mercado y la competencia en el. No obstante, conforme a las denuncias de los participantes del mercado la autoridad tiene el objeto de prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de las prácticas y poder de los operadores sobre los competidores en un mercado integrado horizontalmente e integrado verticalmente.

Referencia Bibliográfica

- Alemán, F. Ordeñana, J y Vera, J (2012) *Análisis y evolución de los costos de los principales insumos del sector de la construcción en el Ecuador en el período 2004-2011*. Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPAE. Recuperado de: http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2012/11/costos_construccion.pdf
- Almendáriz, V (2012) “*Diseño de un sistema de control interno para la ferretería de la Franquicia Disensa “Puéllaro”*” (Disertación de grado) Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, Ecuador.
- American Concrete Institute (2015) *Superplasticizers and Other Chemical Admixtures in Concrete*. Eleventh International Conference.
- Ávila, D. Barzallo, J. Durand, J. Jaramillo, F. Marín, M. Ojeda, T y Riofrío, J (2012) *Régimen de Competencia. Toda la regulación de competencia con comentarios a las principales normas*. Ecuador: CEP.
- Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) (2012) Estudio sectorial de cemento en Panamá. Informe técnico N°27. Dirección Nacional de Libre Competencia, Panamá.
- Australian Competition and Consumer Commission (2008) *Merger Guidelines*.
- Banco Central del Ecuador (BCE) (2016) Reporte de Minería. *Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica*. Recuperado el 20 de febrero de 2017 de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/Hidrocarburos/ReporteMinero072016.pdf>
- Bailey, D y Whish, R (2012) *Competition Law*. (7th) Oxford University Press, United States Online Resource Center.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2007) *Derecho y política de la competencia en América Latina. Exámenes inter-pares en Argentina, Brasil, Chile, México y Perú*. Recuperado de: <https://www.oecd.org/daf/competition/40282837.pdf>
- Bikker, J y Haaf, K (2002) *Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: A review of the literature*. Economic & Financial Modelling. Recuperado de: https://www.dnb.nl/en/binaries/Measures%20of%20Competition_tcm47-145799.pdf
- Blair, R y Sokol, D (2013) *Welfare Standards in U.S. and E.U. Antitrust Enforcement*. University of Florida Levin College of Law. UF Law Scholarship Repository. Recuperado de: <http://scholarship.law.ufl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1370&context=facultypub>
- Bresnahan, T (1989) *Handbook of Industrial Organization*. Empirical studies of industries with market power. Vol 2, pp 1011-1057. Amsterdam, North Holland.
- Bulow, J. Geanakoplos, J y Klemperer, P (2004) *Multimarket Oligopoly: Strategic Substitutes and Complements*. The Journal of Political Economy, Vol. 93, No. 3 (Jun., 1985), 488-511. Recuperado de: http://www.nuff.ox.ac.uk/users/klemperer/IO_Files/Multimarket%20Oligopoly,%20Strategic%20Substitutes%20and%20Complements,%20bulow,%20etal.pdf
- Chan, J. Moreno, E y Solís, R (2003) Influencia de los agregados pétreos en las características del concreto. UAEM Redalyc.org. Ingeniería 7-2, (39-46). Medellín-Colombia.
- Cesemiro, P. Gazel, J. Nascimento, A. Timofeiczuk, R. Vinícius, M y Humberto, A (2014) *Concentração e desigualdade nas importações norte-americanas de celulose*. Concentration and inequality in U.S. pulp imports. Recuperado de: <http://www.ipef.br/publicacoes/scientia/nr102/cap01.pdf>
- Cemento y sus aplicaciones (s.f.) Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/cemento.pdf>

- Castrillón, R. González, A y Quispe, E (2013) Mejoramiento de la eficiencia energética en la industria del cemento por proceso húmedo a través de la implementación del sistema de gestión integral de la energía. UAEM Redalyc.org. Edición 177, pp. 115-123, ISSN 0012-7353. Medellín-Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/496/49625661015/>
- Coloma, G (2005) *Economía de la organización industrial*. Buenos Aires, Temas.
- Coloma, G (2010) *Cartelización y relaciones verticales: comentarios sobre tres casos argentinos de defensa de la competencia*. Universidad del CEMA. Buenos Aires, Argentina.
- Coloma, G (2011) *Un método prospectivo simplificado para la estimación de daños en casos de defensa de la competencia*. Universidad del CEMA. Argentina.
- Comisión de Comercio de Nueva Zelanda (2004) *Merger and acquisitions guidelines*. New Zealand. Recuperado el 13 de mayo de 2017 de la web oficial: www.comcom.govt.nz/dmsdocument/169
- Comisión Económica para América Latina (CEPAL) (2003) *Condiciones de competencia en el contexto internacional: cemento, azúcar y fertilizantes en Centroamérica*. Sede subregional de la CEPAL en México. Revista Serie Estudios y Perspectiva. México D.F. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4909/S038561_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comisión Económica para América Latina (CEPAL) (2011) *Consideraciones sobre el índice de Gini para medir la concentración. Serie Estudios Estadísticos y Prospectivos, N°9*. División de Estadísticas y Proyecciones Económicas. Recuperado de: <http://200.9.3.98/handle/11362/4788>.
- Comisión Económica para América Latina (CEPAL) (2013) *La industria argentina frente a los nuevos desafíos y oportunidades del siglo XXI*. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35466/S2013348_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comisión Europea (1974) Caso C-6/73 & 7/73 Commercial Solvents. ECR 223.
- Comisión Europea (1979) Caso 85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission of the European Communities. ECR 46, pp-91. Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61976CJ0085>
- Comisión Europea (1999) Caso No COMP/M.1759 – RMC / RUGBY. Recuperado de: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m1759_en.pdf
- Comisión Europea (2004) *Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas*. Diario Oficial n° C 031 de 05/02/2004 p. 0005 - 0018. Recuperado de la web oficial de la Comisión Europea el 19 mayo de 2017: <http://www.juntadeandalucia.es/defensacompetencia/sites/all/themes/competencia/files/pdfs/42.pdf>
- Comisión Europea (2005) Caso No COMP/M.3713 - HOLCIM / AGGREGATE INDUSTRIES. Recuperado de: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3713_20050314_20310_en.pdf
- Comisión Europea (2008) Orientación sobre las prioridades de la Comisión en materia de observancia en la aplicación del artículo 82 del Tratado CE a la conducta abusiva de exclusión por parte de empresas dominantes. Reglamento (CE). Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM%3A126092>
- Comisión Europea (2011) Guides in the applicability of article 101 of the treaty on the functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements. Official Journal of The European Union. Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52011XC0114%2804%29>
- Comisión Europea (2014) Caso No COMP/M.7009-HOLCIM/CEMEX WEST. Recuperado de: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7009_20140605_20682_3836837_EN.pdf

- Comisión Federal de Competencia Económica (2006) Expediente N° DE-017-2006.
- Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) (2011) *Definición de mercado: Análisis de la definición de mercado en asuntos de competencia*. Recuperado el 1 de julio de 2017 de la web oficial de la Comisión Federal de Competencia: <https://www.cofece.mx/cofece/index.php>
- Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) (s.f.) Estudio sobre el mercado de cemento en Honduras. Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia. Recuperado de: https://www.cdpc.hn/sites/default/files/Privado/estudios_mercado/estudio%20sectorial%200018.pdf
- Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (2005) Expediente 064-012896/99 (C.506) MD-SB-FB-MP/HS. Ministerio de Economía y Producción. Secretaría de Coordinación Técnica. Buenos Aires. Argentina. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/cemento.pdf>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2006) Las barreras a la entrada en el sector del cemento. Subdirección General de Estudios, España. Recuperado de: http://www.concretonline.com/pdf/05cementos/art_tec/mercado_cemento.pdf
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2010) *Compilación de los estudios sectoriales en el mercado avícola, construcción y carga terrestre en la República Dominicana*. Programa COMPAL. República Dominicana. Recuperado el 11 de julio de 2017 de: <https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/03/Republica-Dominicana-compilado-estudios-sect-avicola-carga-terrestre-y-construccion-.pdf>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2011) *Técnicas de análisis para determinar los efectos de la conducta en los casos de abuso de posición de dominio*. Recuperado de: <http://studylib.es/doc/519591/informe-abril-2011-abuso-dominio>
- Cont, W y Navajas, F (2005) *Fusiones horizontales*. Documento de Trabajo N°86. Buenos Aires. Argentina.
- Constitución de la República del Ecuador N° 449 promulgada el 20 de octubre de 2008, Ecuador.
- Crane, S y Welch, P (1981) *The problem of geographic market definition: geographic proximity vs. economic significance*. Atlantic Economic Journal, Vol. 19. ISSN: 0197-4254.
- De Jong, H y Shepherd, W (2007) Pioneers of industrial organization: how the economics of competition and monopoly took shape.
- De la Garza, Ó y Arteaga, J (2011) *Análisis de la competencia en la industria cementera en México*. Facultad de Economía. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Departamento de Justicia de los Estados Unidos y Comisión Federal de Comercio (2010) *Directrices de fusiones horizontales*. Recuperado de: <http://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/merger-review/100819hmg.pdf>.
- De Streel, A y Motta, M (2007) Excessive pricing in competition law: never say never? In the pros and cons of high prices. Department of Economics, Kalmar: Swedish Competition Authority, (pp.14-46). Recuperado de: <http://www.konkurrensverket.se/globalassets/english/research/the-pros-and-cons-of-high-prices-14mb.pdf>
- Dirección de Promoción de la Competencia (2004) *Apuntes sobre política de competencia N°3* Ministerio de Economía. Guatemala. Recuperado de: http://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Inversion%20y%20Competencia/apuntes_sobre_politica_de_competencia.pdf
- Droucopoulos, V y Chronis, P (2010) *Assessing market dominance: a comment and an extension*. Economics Bulletin, 30(3), 1977-1983.
- Duda, W (1977) *Manual tecnológico del cemento*. (Traducido al español por Antonio Sarabia). Editores Técnicos Asociados S.A., España. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=pt20->

8Ey56YC&oi=fnd&pg=PR5&dq=cemento&ots=WIKhTGbvDE&sig=z5To-
polGbCiNdIfiEteIpT7WZc#v=onepage&q=cemento&f=false

- Dunne, T. Roberts, M y Samuelson, L (1988) *Patterns of firm entry and exit in U.S. manufacturing*. *RAND Journal of Economics* 19. P.495-515.
- D'Amore, M (1998) *Estándares de intervención en los regímenes de control de fusiones*. Anales de la XXXIII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política. Mendoza, AAEP.
- D'Amore, M (2000) *Abuso explotativo de posición dominante: el caso YPF en Argentina*. Boletín Latinoamericano de Competencia, nro 11, pp 7-16.
- Ekestubbe, J (2008) *Definition of relevant market in the sea transport sector*. School of Economics and Commercial Law. Goteborg University. Recuperado el 03 de mayo de 2017 de: https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/18272/1/gupea_2077_18272_1.pdf
- Elhaug, E y Geradin, D (2011) *Global competition law and economics* (2nd). Hart Publishing Ltd. United Kingdom. Oxford. Recuperado el 24 de mayo de 2017 de: https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=QIF6BAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT15&dq=E.+Elhaug,+D.+Geradin,+Global+Competition+Law+and+Economics,+2007&ots=-TSslu5mJj&sig=wXfPcNDf848KxWB0hILggl_-d7o&redir_esc=y#v=onepage&q=E.%20Elhaug%2C%20D.%20Geradin%2C%20Global%20Competition%20Law%20and%20Economics%2C%202007&f=false
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO) (16 de enero de 2016) *Especial 9 años de revolución ciudadana. Las grandes obras llegan a Ecuador*. Recuperado de: http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Especial_9_Anos_de_Revolucion_-Ciudadana.pdf
- Fiscalía Nacional Económica (FNE) (2012) *Guías para el análisis de operaciones de concentración*. Chile. Recuperado el 20 de junio de 2017, de la web oficial de la FNE: <http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guia-Fusiones.pdf>
- Flint, P (2002) *Tratado de Defensa de la Libre Competencia*. Perú.
- Flores, P (2014) “*El abuso de poder de mercado en la legislación ecuatoriana*” (Monografía previa a la obtención del Título Abogada de los Tribunales de Justicia de la República del Ecuador y Licenciada en Ciencias Políticas y Sociales). Universidad de Cuenca. Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21036/1/EL%20ABUSO%20DE%20PODER%20DE%20MERCADO%20EN%20LA%20LEGISLACION%20ECUATORIANA%20FINAL.pdf>
- Franco, J (17 de mayo de 2013) *Se inaugura en Australia el edificio de madera laminada más alto del mundo*. Recuperado el 26 de marzo de 2017, de Plataforma Arquitectura, Chile: <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-261048/se-inaugura-en-australia-el-edificio-de-madera-laminada-mas-alto-del-mundo>
- García, J (2008) *Manual Técnico de Construcción*. (4ta) Holcim – APASCO. México: Editorial Fernando Porrúa.
- Granda, L y Sornoza, A (2015) “*Implementación de un nuevo modelo operacional en la distribución de materiales para la construcción*” (Disertación de grado) Escuela de Postgrado en Administración de Empresas de la ESPOL-ESPAE, Ecuador. Recuperado de: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/30464/1/D-P12395.pdf>
- Grosman, L y Serebrisky, T (2013) *Boletín latinoamericano de competencia. El abuso explotativo y la defensa de la competencia en Argentina*. N°16, Argentina.
- Holcim Ecuador (s.f.) Cemento en sacos y a granel. Recuperado el 13 de mayo de 2017 de la página web oficial de Holcim Ecuador: <http://www.holcim.com.ec/es/productos-y-servicios-01/nuestros-productos/cemento-en-sacos-y-al-granel.html>

- Holcim España (s.f.) Cemento: ¿qué es?, Recuperado el 08 de julio de 2017 de la página web oficial de Holcim España en: <http://www.holcim.es/productos-y-servicios/cemento/cemento-que-es/4-coccion-en-el-horno-rotativo.html>
- Industrias Guapán (s.f.) La empresa. Recuperado el 03 de junio de 2017 en: <http://www.industriasguapan.com.ec/la-empresa>
- Instituto Ecuatoriano del Cemento y del Hormigón (INECYC) (2016) Comercialización anual de cemento gris por empresa. Recuperado el 11 de julio de 2017 de la página web INECYC en: <http://www.inecyc.org.ec/>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) (2009) Expediente Preliminar 009-2008/CLC. Recuperado el 30 de junio de 2017 de la web oficial del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/Res018-2009ST.pdf>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) (2014) Boletín 2014. Vol. 1/Nº1. Comisión de Defensa de la Libre Competencia. Recuperado: https://www.indecopi.gob.pe/documents/51771/197143/Boletin_2014-1.pdf/876b37c5-0b87-4312-8f0d-caefd7000be9
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2016) *Evolución del sector manufacturero ecuatoriano 2010-2013*. Tipologías estáticas y dinámicas de las manufacturas. Cuaderno de Trabajo. N° 1.
- Instituto Nacional de Producción (INP) (2013) Estudio básico de la industria cementera en Ecuador. Recuperado de: <http://www.preinversion.gob.ec/estudio-basico-de-la-industria-cementera-en-ecuador-2/>
- Intendencia de Investigación y Control de Concentraciones Económicas (ICC) (2016) *Análisis de Concentraciones Económicas*. Concentración Estructural en el Ecuador.
- Isayenko, O y Maryanchyk, I (2006) Market power in oligopoly: The case of the Ukrainian cement industry.
- Isaza, J (2008) *Cadenas productivas: enfoques y precisiones conceptuales*. Sotavento MBA, (11), 8-25.
- Jenkins, H. Gunnar, N y James, K (2011) *Economics for competition lawyers*. Oxford University Press Inc., New York.
- Jensen, E y Waldman, D (2013) *Industrial organization: theory and practice*. New Jersey: Pearson.
- Jones, A y Sufrin, B (2008) *EC competition law: text, cases, and materials (3rd)*. New York: Oxford University Press.
- Kungl, V (2014) *Tirole: market power and regulation*. The Royal Swedish Academy of Sciences Jean. Recuperado de: http://www.ecgi.org/documents/sciback_ek_en_14.pdf
- Latorre, A (2008) “La industria del cemento en Colombia determinantes y comportamiento de la demanda (1996-2005)” (Disertación de grado) Facultad de Ciencias Económicas. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá – Colombia. Recuperado de: <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis16.pdf>
- Laffont, J y Tirole, J (1993) A theory of incentives in procurement and regulation. MIT press. Massachusetts Institute of Technology.
- Ley de Minería No. 517, promulgado el 29 de enero de 2009. Quito-Ecuador.
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (LORCPM) No. 555 promulgado el 13 de octubre de 2011. Quito-Ecuador.
- Martínez, A (2014) “Estudios del sector cementero a nivel mundial y nacional, con participación de una empresa cementera situada en la comunidad Valencia” (Trabajo Fin de Carrera Licenciatura en

Administración y Dirección de Empresas). España: Univesitat Politècnica de Valencia. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/45659/PFC%20Alejandro.Ram%C3%B3n.pdf?sequence=1>

- Maskin, E y Tirole, J (1987) *A theory of dynamic oligopoly, III. Cournot competition*. European Economic Review, 31, (947-968).
- Maskin, E y Tirole, J (1988) *A theory of dynamic oligopoly, I. Overview and quantity competition with large fixed costs*. Econometrica, 56 (3), (549-569).
- Massey, P (2000) *Market definition and market power in competition analysis: some practical issues*. The Economic and Social Review, Vol. 31, N°4, pp. 309-328. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/7045375.pdf>
- Melnik, A. Shy, O y Stenbacka, R (2008) Assessing market dominance. Journal of Economic Behavior and Organization, 68, (63-72).
- Montgomery, C y Porter, M (1991) *Strategy: seeking and securing competitive advantage*. Harvard Business Review Book Series. Boston. United States of America.
- Motta, M (2003) *Competition policy: theory and practice*. Cambridge University Press.
- Navarro, J. Ocampo, C y Saumeth, L (2003) *Concentración y precios en el mercado mundial de palma 1985-2005*. Tendencias Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 14 (2), (143-162).
- Ordoñez, J (2009) *Aspectos económicos del funcionamiento competitivo de los mercados*. Vol. 1, Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda. Sevilla: España. Recuperado de: <http://www.juntadeandalucia.es/defensacompetencia/sites/all/themes/competencia/files/Aspectos%20Economicos%20del%20funcionamiento%20competitivo%20de%20los%20mercados.%20Vol%20I.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2003) *Derecho y política de la competencia en América Latina*. Exámenes inter-pares en Argentina, Brasil, Chile, México y Perú.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2004) *Derecho y política de la competencia en Perú: examen inter pares*. Segunda Reunión del Foro Latinoamericano de la Competencia. Paris. Francia. Recuperado de: <https://www.oecd.org/daf/competition/DerechoPol%C3%ADticaPeru.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2007) *Rountable on refusals to deal. Note by the European Commission. DAF/COMP/WD (2007) 100*. Directorate for Financial and Enterprise affairs competition committee. JT03233260
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2011) *Herramientas para la evaluación de la competencia*. Guía Vol. II: Guía. Versión 2.0 recuperado de: www.oecd.org/competition/toolkit
- Porter, M (1990) *The competitive advantage of nations*. New York. United States of America.
- Power, V (1998) *EC shipping law*. Informa. (Segunda), Estados Unidos.
- Pozo, F (2013) “*El abuso de poder de mercado y la fijación de precios predatorios en la legislación ecuatoriana*” (Disertación de grado) Facultad de Derecho de la Universidad del Azuay, Ecuador.
- Ramírez, J (2002) *Los nuevos desarrollos de la economía industrial. Repercusiones en la política industrial y valoraciones críticas*. Ponencia presentada en la VIII Jornadas de Economía Crítica, Valladolid, del 28 de febrero al 2 de marzo de 2002. Universidad Complutense de Madrid. España. Recuperado de: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/ec/jec8/Datos/documentos/comunicaciones/Fundamentos/Ramirez%20Juan%20Manuel.PDF>

- Resolución N° 042 de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado con fecha 03 de octubre de 2014. Recuperado el 03 de julio de 2017 en la página web de la SCPM: <http://www.scpm.gob.ec/resoluciones-de-primera-instancia/>
- Resolución N°043 de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado con fecha 28 de octubre de 2014. Recuperado e 28 de julio de 2017 en la página web de la SCPM: <http://www.scpm.gob.ec/resoluciones-de-primera-instancia/>
- Resolución N° 050 de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado con fecha 23 de mayo de 2015. Recuperado e 28 de julio de 2017 en la página web de la SCPM: <http://www.scpm.gob.ec/resoluciones-de-primera-instancia/>
- Resico, M (2011) *Introducción a la economía social de mercado*. Edición Latinoamericana. Ed. Konrad Adenauer Stiftung. Rio de Janeiro – Brasil. Recuperado de: http://www.kas.de/upload/dokumente/2011/10/SOPLA_Einfuehrung_SoMa/parte1_10.pdf
- Revista Ekos Negocios (s.f.) *Cemento ¿Oligopolio? Industria próspera pero controversial*. Recuperado el 26 de mayo de 2017, de Revista Ekos Negocios: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf temas/305.pdf>
- Revista Líderes (s.f.) *En Ecuador, el consumo de cemento crece a ritmo sostenido*. Recuperado el 17 de febrero de 2017, de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-consumo-cemento-crece-ritmo.html>
- Samuelson, P y Nordhaus, W (2002) *Economía* (17va). Interamericana de España. Madrid-España.
- Stigler, G (1964) A Theory of Oligopoly. Journal of Political Economy, vol 72, pp 44-61. Recuperado de: <http://home.uchicago.edu/~vlima/courses/econ201/Stigler.pdf>
- Stigler, G (1971) *The theory of economic regulation*. Bell Journal of Economics, 2, (3-21).
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) Documentos Económicos de Holcim Ecuador S.A. Recuperado el 04 de junio de 2017 de la página web de: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) Documentos Económicos de Lafarge Cementos S.A. Recuperado el 04 de junio de 2017 de la página web de: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) Documentos Económicos de UNACEM Ecuador S.A. Recuperado el 04 de junio de 2017 de la página web de: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) Documentos Económicos de Unión Cementera Nacional, UCEM S.A. Recuperado el 04 de junio de 2017 de la página web de: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) Documentos Económicos de Cemento Chimborazo C.A. Recuperado el 04 de junio de 2017 de la página web de: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS) Documentos Económicos de Industrias Guapán S.A. Recuperado el 04 de junio de 2017 de la página web de: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- Superintendencia de Industria y Comercio (2013) *Medidas de concentración y estabilidad de mercado. Una aplicación para Excel*. Recuperado el 11 de julio de 2017 de la página web: <https://issuu.com/quioscosic/docs/dt012/9>
- Tirole, J (1988) *The theory of industrial organization*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts. London. England.

Tremblay, V y Tremblay, C (2012) *New perspective on industrial organization*. With Contributions from Behavioral Economics and Game Theory. Springer. DOI 10.1007/978-1-4614-3241-8.

Zurita, J (2014) *Análisis de la concentración y competencia en el sector bancario*. Documento de Trabajo, N° 14/23. BBVA, Madrid. España. Recuperado de: <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/09/WP-concentraci%C3%B3n-y-competencia-sector-bancario.pdf>

Anexo 1

Asimismo, el artículo 8 y sus literales, establecen:

“Art. 8.- Determinación del Poder de Mercado. - Para determinar si un operador económico tiene poder de mercado en un mercado relevante, debe considerarse, entre otros, uno o varios de los siguientes criterios:

- a. Su participación en ese mercado, de forma directa o a través de personas naturales o jurídicas vinculadas, y su posibilidad de fijar precios unilateralmente o de restringir, en forma sustancial, el abastecimiento en el mercado relevante, sin que los demás agentes económicos puedan, en la actualidad o en el futuro, contrarrestar ese poder.*
- b. La existencia de barreras a la entrada y salida, de tipo legal, contractual, económico o estratégico; y, los elementos que, previsiblemente, puedan alterar tanto esas barreras como la oferta de otros competidores.*
- c. La existencia de competidores, clientes o proveedores y su respectiva capacidad de ejercer poder de mercado.*
- d. Las posibilidades de acceso del operador económico y sus competidores a las fuentes de insumos, información, redes de distribución, crédito o tecnología.*
- e. Su comportamiento reciente.*
- f. La disputabilidad del mercado.*
- g. Las características de la oferta y la demanda de los bienes o servicios; y,*
- h. El grado en que el bien o el servicio de que se trate sea sustituible, por otro de origen nacional o extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas y el grado en que los consumidores cuenten con sustitutos y el tiempo requerido para efectuar tal sustitución”.*

Por otro lado, el artículo 9 de la LORCPM manifiesta

“Art. 9.- Abuso de Poder de Mercado. - Constituye infracción a la presente Ley y está prohibido el abuso de poder de mercado. Se entenderá que se produce abuso de poder de mercado cuando uno o varios operadores económicos, sobre la base de su poder de mercado, por cualquier medio, impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general.

En particular, las conductas que constituyen abuso de poder de mercado son:

- 1.- Las conductas de uno o varios operadores económicos que les permitan afectar, efectiva o potencialmente, la participación de otros competidores y la capacidad de entrada o expansión de estos últimos en un mercado relevante, a través de cualquier medio ajeno a su propia competitividad o eficiencia.*
- 2.- Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado, que les permitan aumentar sus márgenes de ganancia mediante la extracción injustificada del excedente del consumidor.*
- 3.- Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado, en condiciones en que debido a la concentración de los medios de producción o comercialización, dichas conductas afecten o puedan afectar, limitar o impedir la participación de sus competidores o perjudicar a los productores directos, los consumidores y/o usuarios.*
- 4.- La fijación de precios predatorios o explotativos.*

- 5.- *La alteración injustificada de los niveles de producción, del mercado o del desarrollo técnico o tecnológico que afecten negativamente a los operadores económicos o a los consumidores.*
- 6.- *La discriminación injustificada de precios, condiciones o modalidades de fijación de precios.*
- 7.- *La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen de manera injustificada a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.*
- 8.- *La venta condicionada y la venta atada, injustificadas.*
- 9.- *La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra o adquisición, o a aceptar ofertas de venta o prestación de bienes o servicios.*
- 10.- *La incitación, persuasión o coacción a terceros a no aceptar, limitar o impedir la compra, venta, movilización o entrega de bienes o la prestación de servicios a otros.*
- 11.- *La fijación, imposición, limitación o establecimiento injustificado de condiciones para la compra, venta y distribución exclusiva de bienes o servicios.*
- 12.- *El establecimiento de subsidios cruzados, injustificados, particularmente agravado cuando estos subsidios sean de carácter regresivo.*
- 13.- *La subordinación de actos, acuerdos o contratos a la aceptación de obligaciones, prestaciones suplementarias o condicionadas que, por su naturaleza o arreglo al uso comercial, no guarden relación con el objeto de los mismos.*
- 14.- *La negativa injustificada del acceso para otro operador económico a redes u otra infraestructura a cambio de una remuneración razonable; siempre y cuando dichas redes o infraestructura constituyan una facilidad esencial.*
- 15.- *La implementación de prácticas exclusorias o prácticas explotativas.*
- 16.- *Los descuentos condicionados, tales como aquellos conferidos a través de la venta de tarjetas de afiliación, fidelización u otro tipo de condicionamientos, que impliquen cualquier pago para acceder a los mencionados descuentos.*
- 17.- *El abuso de un derecho de propiedad intelectual, según las disposiciones contenidas en instrumentos internacionales, convenios y tratados celebrados y ratificados por el Ecuador y en la ley que rige la materia.*
- 18.- *La implementación injustificada de acciones legales que tenga por resultado la restricción del acceso o de la permanencia en el mercado de competidores actuales o potenciales.*
- 19.- *Establecer, imponer o sugerir contratos de distribución o venta exclusiva, cláusulas de no competencia o similares, que resulten injustificados.*
- 20.- *La fijación injustificada de precios de reventa.*
- 21.- *Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;*
- 22.- *Aquellas conductas que impidan o dificulten el acceso o permanencia de competidores actuales o potenciales en el mercado por razones diferentes a la eficiencia económica.*
- 23.- *La imposición de condiciones injustificadas a proveedores o compradores, como el establecimiento de plazos excesivos e injustificados de pago, devolución de productos, especialmente cuando fueren perecibles, o la exigencia de contribuciones o prestaciones suplementarias de cualquier tipo que no estén relacionados con la prestación principal o relacionadas con la efectiva prestación de un servicio al proveedor.*

La prohibición prevista en el presente artículo se aplicará también en los casos en los que el poder de mercado de uno o varios operadores económicos haya sido establecido por disposición legal.

No será admitida como defensa o eximente de responsabilidad de conductas contrarias a esta Ley la valoración del acto jurídico que pueda contenerlas”.