

Resolución 010-2013/CLC-INDECOPI

22 de enero de 2013

VISTOS:

La denuncia interpuesta por Malva S.A. (en adelante, Malva) el 18 de febrero de 2008; la Resolución 004-2010/ST-CLC-INDECOPI del 25 de marzo de 2010 (en adelante, la Resolución Admisoria), mediante la cual la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, la Secretaría Técnica) admitió a trámite la referida denuncia e inició de oficio un procedimiento administrativo sancionador contra Unión Andina de Cementos S.A.A. (en adelante, Unacem¹), La Viga S.A. (en adelante, La Viga), A. Berio y Cía S.A.C. (en adelante, A. Berio) y Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A. (en adelante, Macisa) por la presunta comisión de prácticas colusorias verticales en las modalidades de negativa concertada e injustificada de satisfacer las demandas de compra de los productos de Unacem, y boicot consistente en retirar ciertos beneficios comúnmente otorgados contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”; la Resolución 017-2011/ST-CLC-INDECOPI del 3 de noviembre de 2011 (en adelante, la Resolución de Ampliación), mediante la cual la Secretaría Técnica amplió la imputación de cargos respecto de determinadas personas naturales; los descargos de los denunciados; el Informe Técnico 039-2012/ST-CLC-INDECOPI del 23 de noviembre de 2012 (en adelante, el Informe Técnico); las alegaciones de las partes respecto del Informe Técnico (en adelante, las Alegaciones); las demás actuaciones del procedimiento.

CONSIDERANDO:

I. ANTECEDENTES

I.1. Agentes económicos involucrados

1. Malva es una empresa que se dedica a la construcción civil, construcciones metálicas, carpintería y ebanistería; así como a la venta de materiales de construcción y ferretería². Como parte de sus actividades comerciales, compra y vende cemento, entre otros productos³.

¹ Cabe precisar que la información materia de análisis en la presente Resolución se encuentra referida a las operaciones realizadas por Cementos Lima S.A.A. durante el periodo investigado.

² Según la Partida Electrónica 70251216 del Registro de Personas Jurídicas de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP.

2. Unacem es una empresa que se dedica a la elaboración, fabricación, comercialización y venta de clinker, cementos y otros materiales de construcción, en el país y en el extranjero⁴.
3. La Viga es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de materiales de construcción, como cemento, fierro de construcción, ladrillos, trefilería, agregados; así como a la prestación de servicios de transporte, entre otros⁵. Es uno de los principales distribuidores de Unacem y comercializa las marcas de cemento “Sol” y “Atlas”⁶.
4. A. Berio es una empresa que se dedica a la comercialización de materiales de construcción, como cemento, fierro, clavos, alambres; así como a la prestación de servicios de transporte. Es uno de los principales distribuidores de Unacem y comercializa las marcas de cemento “Sol” y “Atlas”⁷.
5. Macisa es una empresa que se dedica a la comercialización de productos para la construcción, como cemento; así como a la prestación de servicios de transporte⁸. Es uno de los principales distribuidores de Unacem y comercializa sus productos⁹.
6. Cemex Perú S.A. (en adelante, Cemex) es una empresa que se dedica a la fabricación, compraventa, distribución, importación, exportación, explotación y aprovechamiento industrial y comercial de cemento, así como de otras clases de materiales para la construcción¹⁰. Asimismo, es importadora de la marca de cemento “Quisqueya”, producido por Cemex Dominicana S.A. en República Dominicana.

I.1 Desarrollo del procedimiento

7. El 18 de febrero de 2008, Malva interpuso una denuncia contra La Viga por presuntas conductas anticompetitivas debido a que, en el mes de febrero de 2008, se negó a proveerle cemento “Sol” debido a que había comercializado cemento “Quisqueya”, producto importado por Cemex. Al respecto, Malva indicó

³ Ver a foja 2 del Expediente.

⁴ Memoria 2008 de Unacem, pág. 7.

⁵ Ver: www.laviga.com/espanol/03_servicio/servicio_flete.php.

⁶ Ver: www.laviga.com/espanol/02_producto/producto_detalle.php?PIDSelected=1&PID=2.

⁷ Ver: <http://www.aberio.com.pe/catalogo.htm> y <http://www.aberio.com.pe/cementos.htm>.

⁸ Ver: <http://www.macisa.com.pe/index3.html>.

⁹ Impacto del SGC ISO 9001 en el nivel competitivo de MACISA. Ver: http://www.cdi.org.pe/pdf/Reconocimientos/experiencias_2006/ISO/MACISA.pdf. Informe especial MACISA ISO 9001, herramienta precisa para la mejora de su gestión. Ver: http://www.cdi.org.pe/pdf/Reconocimientos/experiencias_2007/ISO/MACISA_INVERSIONES.pdf.

¹⁰ Según la Partida Electrónica 12012087 del Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP.

que La Viga no aceptó recibir pago alguno en efectivo ni mediante cheque de gerencia, para la venta de cemento “Sol”.

Asimismo, agregó que La Viga se encargaba de supervisar el cumplimiento de la disposición consistente en no vender cemento “Sol” a los clientes que compren cemento “Quisqueya”, no sólo en el local de la denunciante sino también en los locales de otras ferreterías.

8. Como sustento de su denuncia, Malva presentó los siguientes documentos: (i) orden de compra del 1 de febrero de 2008 dirigida a La Viga; (ii) carta notarial del 4 de febrero de 2008 dirigida a La Viga, mediante la cual adjuntó un cheque de gerencia por un monto de S/. 1 612,45 (mil seiscientos doce y 45/100 nuevos soles) para la venta de cemento “Sol”; (iii) la relación de clientes de Malva que no podían seguir adquiriendo cemento “Quisqueya” porque, de hacerlo, no serían abastecidos con cemento “Sol”; (iv) copia de las facturas correspondientes a las compras de cemento “Sol”, realizadas por la denunciante a La Viga, del mes de enero de 2007 a enero de 2008 y, (v) un documento que habría sido firmado por los señores José Fermín Chávarri Herrera y Jean Mayer Anaya Machco, donde se indicó que se requería una orden de Unacem para atender determinado pedido y que, para ello, era necesario comunicarse previamente con el señor Fernando Mendallán.
9. El 31 de marzo de 2008, Malva presentó copia notarial del cheque de gerencia emitido a favor de La Viga y devuelto por esta empresa, con la finalidad de acreditar la negativa de venderle cemento “Sol” por distribuir cemento “Quisqueya”¹¹.
10. El 7 de noviembre de 2008, la empresa Inversiones Rapid Service S.A.C.¹² presentó un escrito señalando que Unacem le había requerido que dejara de vender Cemento Andino IPM pues, de lo contrario, ya no le vendería cemento “Sol”.
11. El 7 de enero de 2009, en el marco de la investigación preliminar tramitada bajo el Expediente Preliminar 021-2008/CLC (en adelante, el Expediente Preliminar), la Secretaría Técnica realizó sendas visitas inspectivas en los locales de Unacem, La Viga, A. Berio y la Asociación de Productores de Cemento – Asocem (en adelante, Asocem), con el fin de obtener información sobre las actividades de producción, distribución y comercialización de cemento.

En dicha oportunidad, al amparo de lo establecido en el artículo 32.5 del Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, Unacem, La Viga, A. Berio y Asocem solicitaron la reserva genérica de la información física y electrónica entregada y de aquella proporcionada en las entrevistas grabadas durante las referidas visitas inspectivas.

¹¹ Documento firmado el 12 de marzo de 2008 por María López Valverde, Gerente General de Malva, y Rosa Salcedo López, Administradora de la Sucursal de La Viga en el Cono Norte, donde consta lo siguiente: “Recibí de los señores La Viga S.A. el cheque de gerencia de Banco Continental N° 00000986 por suma de S/. 1 612,45 (un mil seiscientos doce y 45/100 nuevos soles) emitido por Malva S.A. a favor de La Viga S.A.”.

¹² Empresa dedicada a la venta de materiales de construcción, en el mismo nivel que Malva.

12. Al respecto, cabe señalar que, mediante Razón de Secretaría Técnica del 11 de diciembre de 2009, se dejó constancia de la incorporación al presente expediente de copia de la información del Expediente Preliminar que resultaba pertinente para el presente procedimiento.
13. El 26 de enero de 2009, el señor Iván Wilfredo Hilario Nostades presentó un escrito indicando que La Viga, por orden de Unacem, se había negado a abastecerlo con cemento “Sol” debido a que había empezado a comercializar cemento “Quisqueya”, y que estaba dispuesto a apoyar con la investigación.
14. El 4 de febrero de 2009, Malva amplió su denuncia señalando que La Viga y Unacem incurrieron en un abuso de posición de dominio y/o una práctica colusoria vertical, de conformidad con lo dispuesto por el Decreto Legislativo 1034. Al respecto, señaló lo siguiente:
- (i) La Viga habría cometido un abuso de posición de dominio¹³ en las modalidades de negativa injustificada de satisfacer las demandas de compra de cemento “Sol” e incitar a terceros a no aceptar el cemento “Quisqueya” distribuido por Malva; conductas que se encontraban tipificadas en los literales a y g del artículo 10.2 del Decreto Legislativo 1034¹⁴.
 - (ii) Unacem¹⁵ y La Viga habrían incurrido en una práctica colusoria vertical, pues acordaron negar la venta de cemento “Sol” o “Atlas” a los distribuidores de cemento “Quisqueya”, conductas que se encontraban tipificadas en los literales a, g y h del artículo 10.2 y en los literales g, h y k del artículo 11.1 del Decreto Legislativo 1034¹⁶.

¹³ Malva adjuntó información que aparece en la página web de La Viga, donde se indica que esta empresa atiende aproximadamente al 40% del mercado de cemento en Lima y al 12% a nivel nacional, siendo el principal distribuidor de Unacem. Asimismo, se indica que Unacem es el mayor productor de cemento en el Perú, con una participación de 45% en este mercado.

¹⁴ **Decreto Legislativo 1034.**

Artículo 10.- El abuso de la posición de dominio.-

(...)

10.2. El abuso de la posición de dominio en el mercado podrá consistir en conductas de efecto excluyente tales como:

a) Negarse injustificadamente a satisfacer demandas de compra o adquisición, o a aceptar ofertas de venta o prestación, de bienes o servicios;

(...)

g) Incitar a terceros a no proveer bienes o prestar servicios, o a no aceptarlos; o,

(...)

¹⁵ Para acreditar la posición de dominio de Unacem, por tratarse de uno de los requisitos para que se configure la conducta denunciada, Malva adjuntó un reporte de Class & Asociados S.A. (en adelante, Class & Asociados), clasificadora de riesgo, donde se indicaba que dicha empresa ejercía una posición de liderazgo en la comercialización de cemento en el mercado local, participando con 43% de las ventas nacionales.

¹⁶ **Decreto Legislativo 1034.**

Artículo 10.- El abuso de la posición de dominio.-

(...)

10.2. El abuso de la posición de dominio en el mercado podrá consistir en conductas de efecto excluyente tales como:

a) Negarse injustificadamente a satisfacer demandas de compra o adquisición, o a aceptar ofertas de venta o prestación, de bienes o servicios;

(...)

g) Incitar a terceros a no proveer bienes o prestar servicios, o a no aceptarlos; o,

- (iii) Unacem habría incurrido en un abuso de posición de dominio a través de la implementación de la Red Progre-Sol, pues celebra contratos de exclusividad con distribuidores y les prohíbe adquirir cemento de otras empresas, conducta que se encontraría tipificada en el literal e del artículo 10.2 del Decreto Legislativo 1034¹⁷.

Finalmente, Malva solicitó a esta Comisión que dicte una medida cautelar y ordene a Unacem y a La Viga que cesaran la negativa injustificada de satisfacer las demandas de compra de cemento “Sol” o “Atlas”, en perjuicio de los distribuidores que comercializaban cemento “Quisqueya”.

15. El 25 de marzo de 2009, Cemex presentó un escrito solicitando que se le considere apersonada al procedimiento que la Comisión habría iniciado con motivo de la denuncia interpuesta por Malva¹⁸. Asimismo, manifestó que Unacem y La Viga habrían incurrido en las siguientes conductas anticompetitivas en el mercado de cemento en Lima:

- (i) La Viga habría cometido un abuso de posición de dominio en las modalidades de negativa injustificada de satisfacer las demandas de compra de cemento “Sol” e incitar a terceros a no aceptar el cemento “Quisqueya” distribuido por Malva; conductas que se encontrarían tipificadas en los literales a y g del artículo 10.2 del Decreto Legislativo 1034¹⁹.

h) En general, aquellas conductas que impidan o dificulten el acceso o permanencia de competidores actuales o potenciales en el mercado por razones diferentes a una mayor eficiencia económica.
(...)

Artículo 11.- Prácticas colusorias horizontales.-

11.1. Se entiende por prácticas colusorias horizontales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizadas por agentes económicos competidores entre sí que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia, tales como:

(...)

g) La negativa concertada e injustificada de satisfacer demandas de compra o adquisición, o de aceptar ofertas de venta o prestación, de bienes o servicios;

h) Obstaculizar de manera concertada e injustificada la entrada o permanencia de un competidor a un mercado, asociación u organización de intermediación;

(...)

k) Otras prácticas de efecto equivalente que busquen la obtención de beneficios por razones diferentes a una mayor eficiencia económica.

¹⁷ **Decreto Legislativo 1034.**

Artículo 10.- El abuso de la posición de dominio.-

(...)

10.2. El abuso de la posición de dominio en el mercado podrá consistir en conductas de efecto excluyente tales como:

e) Establecer, imponer o sugerir contratos de distribución o venta exclusiva, cláusulas de no competencia o similares, que resulten injustificados;

(...)

¹⁸ Cemex manifestó que tomó conocimiento de este procedimiento a raíz de la información aparecida en diversos medios de prensa escrita. Sustentó su pedido en lo dispuesto por el artículo 60 de la Ley 27444 y el artículo 23.1 del Decreto Legislativo 1034, alegando que, según estas normas, un tercero se encontraría legitimado a incorporarse a un procedimiento administrativo en la etapa de investigación preliminar, para velar por la posible afectación de sus derechos o intereses. Sobre esto último, Cemex señaló que, al ser importador de cemento “Quisqueya”, la negativa de vender cemento “Sol” o “Atlas” a los distribuidores que comercializan su producto, obstaculizaría su permanencia en el mercado.

¹⁹ Ver nota a pie 15.

- (ii) Unacem y La Viga habrían incurrido en una práctica colusoria vertical en la modalidad de negativa concertada e injustificada de trato, al no satisfacer las demandas de compra de cemento “Sol” de Malva, conducta que se encontraría tipificada en el literal g del artículo 11.1, concordante con el artículo 12.2 del Decreto Legislativo 1034²⁰.
 - (iii) Unacem y La Viga habrían incurrido en una práctica colusoria vertical en la modalidad de sabotaje o boicot, al obstaculizar de manera injustificada y concertada la permanencia de Cemex en el mercado, negándose a vender cemento “Sol” a Malva y a otros distribuidores que comercializaron cemento “Quisqueya”, conducta que se encontraría tipificada en el literal h del artículo 11.1, concordante con el artículo 12.2 del Decreto Legislativo 1034²¹.
16. Mediante Resolución 022-2009/CLC-INDECOPI del 26 de marzo de 2009, esta Comisión denegó el pedido de medida cautelar presentado por Malva, toda vez que esta empresa no cumplió con acreditar el requisito de peligro en la demora.
17. Mediante Resolución 028-2009/CLC-INDECOPI del 7 de mayo de 2009, esta Comisión denegó la solicitud de apersonamiento presentada por Cemex²², en la

²⁰ **Decreto Legislativo 1034.**

Artículo 11.- Prácticas colusorias horizontales.-

11.1. Se entiende por prácticas colusorias horizontales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizadas por agentes económicos competidores entre sí que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia, tales como:

(...)

g) La negativa concertada e injustificada de satisfacer demandas de compra o adquisición, o de aceptar ofertas de venta o prestación, de bienes o servicios;

h) Obstaculizar de manera concertada e injustificada la i entrada o permanencia de un competidor a un mercado, asociación" u organización de intermediación;

(...)

Artículo 12.- Prácticas colusorias verticales.-

(...)

12.2. Las conductas ilícitas verticales podrán consistir en los supuestos tipificados a modo de ejemplo en los numerales 10.2 del Artículo 10° y 11.1 del Artículo 11° de la presente Ley, según corresponda.

(...)

²¹ **Decreto Legislativo 1034.**

Artículo 11.- Prácticas colusorias horizontales.-

11.1. Se entiende por prácticas colusorias horizontales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizadas por agentes económicos competidores entre sí que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia, tales como:

(...)

h) Obstaculizar de manera concertada e injustificada la i entrada o permanencia de un competidor a un mercado, asociación" u organización de intermediación;

(...)

Artículo 12.- Prácticas colusorias verticales.-

(...)

12.2. Las conductas ilícitas verticales podrán consistir en los supuestos tipificados a modo de ejemplo en los numerales 10.2 del Artículo 10° y 11.1 del Artículo 11° de la presente Ley, según corresponda.

(...)

²² Ello, toda vez que, de acuerdo a lo dispuesto en los artículos 21 y 22 del Decreto Legislativo 1034, el inicio formal del procedimiento administrativo se produce mediante una resolución expresa de la autoridad y la Secretaría Técnica aún se encontraba en la etapa de actuaciones previas, cuyo objeto consistía precisamente en determinar si correspondía el inicio de un procedimiento.

medida que no se había iniciado un procedimiento. Sin perjuicio de ello, precisó que esta empresa podía aportar a la Secretaría Técnica los medios probatorios que considerara útiles para determinar si correspondía iniciar un procedimiento administrativo sancionador.

18. En tal sentido, el 20 de julio de 2009, Cemex presentó un escrito reiterando que Unacem y La Viga habían infringido el Decreto Legislativo 1034. Además, señaló que A. Berio, en su condición de distribuidor mayorista de Unacem, también había incurrido en un abuso de posición de dominio y/o una práctica colusoria vertical.

Para tal efecto, Cemex proporcionó documentos que acreditarían la posición de dominio de La Viga, A. Berio y Unacem en los mercados en los que estas empresas desarrollan sus actividades²³. Asimismo, presentó medios probatorios destinados a demostrar las siguientes afirmaciones:

- (i) Unacem y La Viga han incurrido en conductas anticompetitivas de boicot o sabotaje contra Cemex²⁴;

²³ Específicamente, Cemex presentó copia simple de los siguientes documentos para acreditar la posición de dominio de La Viga y A. Berio:

- Publicidad efectuada por Unacem en las Páginas Amarillas de Telefónica del Perú S.A.A., donde se aprecia que La Viga, A. Berio y Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A. son los únicos distribuidores mayoristas autorizados por Unacem, en Lima, según zonas geográficas exclusivas para cada una de dichas empresas;
- Publicidad efectuada por La Viga en su página web, donde informa que atiende aproximadamente al 40% del mercado de cemento en Lima y al 12% del mercado a nivel nacional, siendo el principal distribuidor de Unacem;
- Publicidad efectuada por A. Berio en su página web, donde informa ser el principal distribuidor de Unacem; y
- Discurso del representante de Macisa, en ceremonia del Centro de Desarrollo Industrial de la Sociedad Nacional de Industrias, donde declaró lo siguiente: *"El cemento proveniente de la compañía Cementos Lima se reparte a 3 empresas en la capital, siendo Macisa una de ellas"*.

Asimismo, Cemex presentó copia simple de los siguientes documentos para acreditar la posición de dominio de Unacem:

- Denuncia de Unacem contra Cemex ante la Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios (en adelante, la CFD) del 28 de agosto de 2007, mediante la cual Unacem afirmó contar con 40% de la producción de cemento gris a nivel nacional;
- Resolución 116-2007/CDS-INDECOPI del 26 de octubre de 2007, mediante la cual la CFD indicó que Unacem representa el 36% del volumen total de cemento gris, que Cemento Andino S.A. (en adelante, Cemento Andino) representa el 22,7% y que ambos productos pertenecen al Grupo Rizo Patrón;
- Peritaje económico elaborado por la empresa Maximixe Consult S.A. (en adelante, Maximixe) en abril de 2008, a solicitud de Cemex, donde se analiza la estructura del mercado de cemento gris peruano y se corrobora la posición de dominio de Unacem;
- Presentación utilizada por Unacem en un informe oral ante la CFD del 30 de abril de 2008, donde indica que su participación en el mercado de cemento, a nivel nacional, es de 40% y, en su zona de influencia (Lima, Callao, Ica, Ancash y Ayacucho), asciende a 80%; y
- Resolución 055-2009/CFD-INDECOPI del 7 de abril de 2009, mediante la cual la CFD declaró infundada la denuncia de Unacem. En dicho pronunciamiento se aprecia que Unacem, conjuntamente con Cemento Andino, tiene una participación del 73,25% del mercado de cemento en Lima.

²⁴ Al respecto, Cemex presentó copia simple de los siguientes documentos:

- (ii) Unacem y A. Berio han incurrido en conductas anticompetitivas de boicot o sabotaje contra Cemex²⁵; y
- (iii) Unacem ha incurrido en conductas anticompetitivas de boicot o sabotaje contra Cemex²⁶.

En tal sentido, Cemex planteó la necesidad de iniciar un procedimiento administrativo sancionador contra Unacem, La Viga y A. Berio por haber incurrido en las conductas anticompetitivas descritas.

- 19. El 10 de agosto de 2009, Cemex presentó medios probatorios adicionales que acreditarían la posición de dominio de Unacem²⁷ en el mercado de cemento en Lima y que, en ese sentido, permitirían concluir que dicha empresa, La Viga y A. Berio habrían incurrido en conductas anticompetitivas contra Malva y Cemex.
- 20. El 17 de febrero de 2010, Cemex presentó copia de un artículo periodístico publicado en el diario El Comercio, titulado "Cemento: un mercado duro de roer",

- Acta notarial de la declaración del 24 de agosto de 2007 de Iván Hilario Nóstades, propietario de la distribuidora El Milenium E.I.R.L., quien afirmó que La Viga se negó a venderle cemento "Sol" por comercializar cemento "Quisqueya" y que esta negativa era realizada por encargo de Unacem; y

- Acta notarial de la declaración del 12 de noviembre de 2007 de Marco Antonio Toratto Fernández, quien afirmó haber sido presionado por La Viga para dejar de comercializar cemento "Quisqueya", bajo la amenaza de que se le dejaría de proveer el cemento producido por Unacem.

Asimismo, manifestó que, al dedicarse a la comercialización de cemento "Quisqueya" en el sur del país, a través de la empresa American Concrete S.A.C., había sido presionado por Unacem para que cesara la comercialización de dicho producto. Ello se reflejaría en un correo electrónico que le remitió Luciano Boggio Lavaggi, gerente comercial de American Concrete S.A.C, mediante el cual le informó de una serie de medidas que habría adoptado Unacem para evitar la venta de cemento "Quisqueya" en dicha zona, entre las que se encontraba la de prohibir a los distribuidores que vendan cemento "Quisqueya" en sus locales pues, de hacerlo, no los atendería con sus productos, al margen del tipo de cliente del que se tratara.

²⁵ Sobre el particular, Cemex presentó copia simple de los siguientes documentos:

- Acta notarial de la declaración de Libia Vilca Sivrichi del 22 de agosto de 2007, distribuidora de materiales de construcción, quien afirmó que A. Berio se negó a venderle cemento "Sol" por comercializar cemento "Quisqueya" y que esta negativa era realizada por encargo de Unacem; y
- Acta notarial de la declaración de Fredy Moreano Valdivia del 7 de setiembre de 2007, distribuidor de materiales de construcción, quien afirmó que A. Berio se negó a venderle cemento "Sol" u otra marca de cemento por comercializar cemento "Quisqueya" y que esta negativa era realizada por encargo de Unacem.

²⁶ Al respecto, Cemex presentó copia simple de los siguientes documentos:

- Acta notarial de la declaración de Karla Gabriela Ortega Paz del 29 de agosto de 2007, distribuidora de materiales de construcción a través de Perú MAC, quien afirmó que Unacem y sus distribuidoras obstaculizaron sus actividades por comercializar cemento "Quisqueya", pues los clientes de esta empresa son amenazados con perder el crédito, el precio de oferta y el abastecimiento de cemento "Sol", "Atlas" y "Andino".
- Video con la grabación del programa "Frente a Frente", difundido en Ica el 22 de noviembre de 2008, donde se informó acerca del supuesto boicot o sabotaje desplegado por Unacem contra Cemex, consistente en negarse a vender sus productos a aquellos distribuidores que comercializaran cemento "Quisqueya".

²⁷ Cemex presentó la Carta GF.0079.09 remitida el 19 de junio de 2009 por Unacem a la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores (Conasev), mediante la cual entregó la presentación realizada a inversionistas en el Auditorio del BBVA Banco Continental el 18 de junio de 2009.

mediante el cual acreditaría que Unacem concentraba el 40% de la demanda de cemento a nivel nacional; y, en consecuencia, que esta última empresa contaba con posición de dominio en el mercado de cemento de la región costera del centro del Perú.

21. Mediante Resolución 010-2010/CLC-INDECOPI del 23 de febrero de 2010, esta Comisión declaró improcedente la solicitud de confidencialidad presentada por Asocem respecto de la información pertinente física y electrónica entregada durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009 y proporcionada en las entrevistas grabadas durante dicha diligencia.
22. Mediante Resolución 011-2010/CLC-INDECOPI del 23 de febrero de 2010, esta Comisión declaró fundada en parte la solicitud de confidencialidad presentada por A. Berio respecto de la información pertinente física y electrónica entregada durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009 y proporcionada en las entrevistas grabadas durante dicha diligencia.
23. Mediante Resolución 004-2010/ST-CLC-INDECOPI del 25 de marzo de 2010 (en adelante, la Resolución Admisoria), la Secretaría Técnica decidió iniciar un procedimiento administrativo sancionador contra Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa por la presunta comisión de prácticas colusorias verticales, en las siguientes modalidades tipificadas como infracción administrativa en los artículos 1 y 12 del Decreto Legislativo 1034²⁸ y sancionables conforme a lo previsto en el artículo 43 de la referida norma:
 - (i) Una presunta negativa concertada e injustificada de satisfacer las demandas de compra de los productos de Unacem contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”, modalidad descrita en el literal g del artículo 11.1 del Decreto Legislativo 1034; y
 - (ii) Un presunto boicot consistente en retirar ciertos beneficios comúnmente otorgados (como, por ejemplo, crédito, reconocimiento de flete o bonos por cumplimiento de metas) a aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”, modalidad descrita en el literal k del artículo 11.1 del Decreto Legislativo 1034.
24. Mediante Resolución 021-2010/CLC-INDECOPI del 26 de marzo de 2010, esta Comisión declaró fundada en parte la solicitud de confidencialidad presentada

28

Decreto Legislativo 1034.

Artículo 1.- Finalidad de la presente Ley.

La presente Ley prohíbe y sanciona las conductas anticompetitivas con la finalidad de promover la eficiencia económica en los mercados para el bienestar de los consumidores.

(...)

Artículo 12.- Prácticas colusorias verticales.

12.1. Se entiende por prácticas colusorias verticales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizados por agentes económicos que operan en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización, que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia.

12.2. Las conductas ilícitas verticales podrán consistir en los supuestos tipificados a modo de ejemplo en los numerales 10.2 del Artículo 10 y 11.1 del Artículo 11 de la presente Ley, según corresponda.

12.3. La configuración de una práctica colusoria vertical requiere que al menos una de las partes involucradas tenga, de manera previa al ejercicio de la práctica, posición de dominio en el mercado relevante.

12.4. Las prácticas colusorias verticales constituyen prohibiciones relativas.

por La Viga respecto de la información pertinente física y electrónica entregada durante la visita inspectiva y proporcionada en las entrevistas grabadas durante dicha diligencia.

25. El 12 de mayo de 2010, Cemex presentó una solicitud de apersonamiento al procedimiento administrativo sancionador iniciado por la Secretaría Técnica, alegando su condición de tercero con legítimo interés.
26. El 27 de mayo de 2010, A. Berio apeló la Resolución 011-2010/CLC-INDECOPI en el extremo que declaró infundada en parte su solicitud de confidencialidad.
27. Mediante Resolución 029-2010/CLC-INDECOPI del 3 de junio de 2010, esta Comisión declaró fundada en parte la solicitud de confidencialidad presentada por Unacem respecto de la información pertinente física y electrónica entregada durante la visita inspectiva y proporcionada en las entrevistas grabadas durante dicha diligencia.
28. Mediante Resolución 030-2010/CLC-INDECOPI del 3 de junio de 2010, esta Comisión concedió el recurso de apelación interpuesto por A. Berio en contra de la Resolución 011-2010/CLC-INDECOPI y, en consecuencia, elevó los actuados respectivos a la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal de la Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual del Indecopi (en adelante, la Sala)²⁹.
29. Mediante Resolución 031-2010/CLC-INDECOPI del 3 de junio de 2010, esta Comisión aceptó la solicitud de apersonamiento de Cemex.
30. El 4 de junio de 2010, Unacem presentó sus descargos a las imputaciones realizadas mediante la Resolución Admisoria, señalando lo siguiente:
 - (i) En la Resolución Admisoria se indicó que existen indicios razonables de que las empresas investigadas habrían incurrido en prácticas colusorias verticales, las cuales calzan dentro de las denominadas prohibiciones relativas. En consecuencia, se debe acreditar que las referidas conductas a) se han producido, b) han generado o pudieron generar efectos negativos para la competencia y/o el bienestar de los consumidores; y, c) que la persona o personas que incurrieron en la conducta anticompetitiva hayan obtenido un beneficio derivado de ella.
 - (ii) Para acreditar la existencia de la negativa injustificada de trato a la que se hace referencia en el literal g) del artículo 11.1 del Decreto Legislativo 1034, se debe verificar que, concurrentemente, esta conducta se realice con una posición de dominio (obteniendo un beneficio) y que con ello se afecte la competencia en el mercado (perjudicando a los consumidores).
 - (iii) El supuesto boicot consistente en la reducción o eliminación de beneficios comúnmente otorgados a aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya” constituiría una prohibición relativa y, en consecuencia, es necesario demostrar, además de su existencia, que efectivamente se

²⁹ Cabe señalar que, el 28 de setiembre de 2010, Cemex también impugnó esta decisión.

produjeron efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores.

- (iv) Las conductas de las empresas investigadas tuvieron efectos muy acotados y casi insignificantes, por lo que no afectaron la competencia ni les otorgaron un beneficio anticompetitivo sobre sus demás competidores. Ello considerando que, una proporción mayoritaria de los casos imputados en la Resolución Admisoria, se abasteció directa o indirectamente de Unacem y que algunas de las órdenes de negativa o boicot que se indican en dicha resolución jamás se ejecutaron.
- (v) En muchos casos, la negativa de venta o de otorgamiento de beneficios respondió a razones comerciales que la justificaban.
- (vi) En el caso del beneficio consistente en el otorgamiento de descuentos (en adelante, el beneficio de descuentos)³⁰, no todos se hacían acreedores al mismo pues, pese a que era altamente rentable para las ferreterías, tenía un término de vigencia muy corto.
- (vii) En el caso del beneficio de otorgamiento de una bonificación por el cumplimiento de metas (en adelante, el beneficio por cumplimiento de metas)³¹, las ferreterías no lo cobraban oportunamente por diversos motivos (los importes no eran muy significativos, algún tipo de temor tributario de demostrar compras, por desinterés, para acumular dos o más períodos, entre otros). Asimismo, cada uno de los distribuidores estaba encargado de otorgar los beneficios, por lo que no siempre el otorgamiento era homogéneo.
- (viii) En el caso del beneficio por flete (en adelante, el beneficio de flete)³², (i) de julio a agosto de 2007, el beneficio ascendía a S/. 0.60 para las zonas Este y Norte y de S/. 0.41 para la zona Sur y era reconocido por la empresa que prestaba el servicio de depósito a Unacem; (ii) de agosto de 2007 a enero de 2008, el beneficio ascendía a S/. 0.70 para las zonas Este y Norte y a S/. 0.51 para la zona Sur; y (iii) de enero de 2008 a junio de 2010, el beneficio ascendía a S/. 0.80 para las zonas Este y Norte y a S/. 0.61 para la zona Sur. Asimismo, a partir de octubre de 2007, se implementó un beneficio de S/. 0.25 por “Recojo de Piso en Depósitos” como beneficio a las pequeñas y medianas ferreterías, que por diversos motivos no se acercaban a la fábrica, el cual también se aplicó en el depósito de Chincha a partir de enero de 2008, pero en este caso solo ascendía a S/. 0.20.

³⁰ Dicho beneficio consistía en el otorgamiento de un descuento a las compras realizadas por las ferreterías, en fechas específicas, con la finalidad de incentivar la compra de cemento. Dicho beneficio era concedido a través de una nota de crédito.

³¹ Dicho beneficio consistía en el otorgamiento de una bonificación por el cumplimiento de volúmenes de venta que eran determinados por Unacem para cada ferretería.

³² Dicho beneficio consistía en entregar un monto determinado de dinero a todas las ferreterías que enviaban su vehículo a recoger el cemento a la planta de Unacem.

- (ix) Unacem no implementó como empresa una política de negativa de venta de cementos ni de otorgamiento de beneficios comúnmente otorgados a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” (en adelante, la política).
- (x) Ni la Junta General de Accionistas ni el Directorio ni la Gerencia General de Unacem adoptaron acuerdo alguno en el sentido de negar injustificadamente la venta y/o el otorgamiento de beneficios a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”.
- (xi) Las conductas investigadas habrían consistido en la respuesta de un grupo acotado de empleados frente a la política de aplicación de precios dumping por parte de Cemex y a la reducción de la tasa de los derechos arancelarios a favor de dicha empresa.
- (xii) Las conductas investigadas, en realidad, no han tenido un gran efecto respecto de Cemex puesto que esta empresa a) no se vio imposibilitada de vender en el mercado local el íntegro del cemento que importaba; b) no se vio obligada a cancelar las órdenes de compra para importaciones al Perú; c) no vio reducida su participación en el mercado; y, d) no sufrió ningún otro perjuicio real y efectivo.
- (xiii) Asimismo, Cemex ha mantenido reiteradas importaciones de cementos portland durante el periodo comprendido entre julio de 2007 y julio de 2008, las cuales superaron en exceso las proyecciones de importación y ventas que dicha empresa señaló en la tramitación del Expediente 065-2007-CDS.
- (xiv) Las conductas investigadas no afectaron a las ferreterías debido a que la mayoría de ellas sí contó con abastecimiento directo de cemento “Sol” o “Atlas”, a través de alguno de los distribuidores de Unacem (La Viga, A. Berio y Macisa), o de manera indirecta, a través de mayoristas o subdistribuidores. Además, el porcentaje de ferreterías supuestamente afectadas habría sido mínimo.
- (xv) Las conductas investigadas no afectaron al consumidor final debido a que durante el periodo comprendido entre julio de 2007 y julio de 2008 el consumo de cemento fue absolutamente normal, incluso incrementándose sin un aumento de los precios para el público consumidor. Adicionalmente, debido a que el cemento portland gris es equivalente a cualquier otro cemento en el Perú, es un bien altamente sustituible.
- (xvi) De igual forma, considerando que en cada distrito del área de influencia de Unacem existen diversas ferreterías, si un consumidor hubiese requerido a una determinada ferretería cemento “Sol” y ésta no lo hubiera tenido, dicho consumidor podría fácilmente haber accedido a otra ferretería del mismo distrito.
- (xvii) El mercado no se puede haber visto afectado por las conductas investigadas porque se trata de un mercado altamente contestable. Asimismo, no se puede haber afectado la competencia debido a la

existencia de bienes sustitutos al cemento producido por Unacem que, incluso, tenían menores costos debido a que se vendían a precios dumping.

- (xviii) Los costos de cambio que se generarían a las ferreterías por la supuesta política realizada por las empresas investigadas (costos por pérdida de provisión de cemento y por pérdida de beneficios) no les causarían ninguna afectación, en tanto que dichos costos podrían haber sido evitados mediante la adquisición de cemento “Quisqueya”, incluso a menor precio, u otros cementos que se ofrecen en el mercado relevante (cemento “Inca” o cemento “Andino”).
- (xix) Las declaraciones juradas, aportadas por Cemex, de cinco (5) ferreteros que afirmaron haber sido víctimas de negativa de venta de cemento “Sol”, debido a que habían comercializado cemento “Quisqueya”, fueron efectuadas ante la Notaria Pública Cecilia Hidalgo Morán, a pesar de que dichos ferreteros tienen su domicilio en diversos distritos de Lima. Asimismo, la presentación de las referidas declaraciones juradas se realizó dos (2) años después de que fueran efectuadas. Lo anterior cuestionaría la credibilidad de dichas declaraciones juradas.
- (xx) Finalmente, de los cinco (5) ferreteros que afirmaron haber sido víctimas de negativa de venta de cemento “Sol”, debido a que habían comercializado cemento “Quisqueya”, a cuatro (4) nunca se les dejó de abastecer o nunca formaron parte de los ferreteros que adquirirían cemento “Sol”; y al quinto se le había suspendido el abastecimiento por razones justificadas.

Asimismo, Unacem presentó conjuntamente con sus descargos el Informe elaborado por PricewaterhouseCoopers S. Civil de R.L. (en adelante, el Informe PWC), que se señala:

- (i) La brecha acumulada entre la producción total de cementos y el despacho local, entre julio de 2007 y julio de 2008, ascendió a 341, 597 TM, demostrando que el mercado local de cementos siempre estuvo abastecido.
- (ii) El nivel de precios por bolsa de cemento se mantuvo estable en moneda local.
- (iii) En el periodo de julio de 2007 a julio de 2008, las importaciones mensuales promedio de cemento de origen dominicano fueron 11,870.6 TM. De forma acumulada, en dicho período, las importaciones de cemento de Cemex representaron el 75% del total de importaciones.
- (iv) Unacem tuvo una pérdida de participación de mercado con el ingreso de Cemex, alcanzando un mínimo de 38% en enero de 2008. Por su parte, Cemex tuvo una participación máxima de 4% en febrero de 2008.
- (v) Consolidando la información de las tres (3) distribuidoras de Unacem, se determinó que, de las setenta (70) ferreterías analizadas en el procedimiento, se ha identificado que, en el caso de quince (15) de ellas, la

razón de su desabastecimiento no ha sido determinada. Asimismo, teniendo en cuenta que existen mil noventa y ocho (1098) ferreterías en el área geográfica de los tres (3) distribuidores, el ratio de ferreterías cuya razón de desabastecimiento no se ha determinado es 1.37%.

- (vi) Consolidando la información de las tres (3) distribuidoras de Unacem, se determinó que, sobre el total de las 1098 ferreterías atendidas por dichas distribuidoras: a) el porcentaje promedio mensual de las ferreterías que recibieron el beneficio de flete fue de 84.52%; b) el porcentaje promedio mensual de las ferreterías que recibieron el beneficio de descuento fue de 83.93 %; c) el porcentaje promedio mensual de las ferreterías que recibieron el beneficio por cumplimiento de metas fue de 21.01%; y, d) el porcentaje promedio mensual de las ferreterías que recibieron el beneficio de crédito fue de 87.01%.

31. El 4 de junio de 2010, Macisa presentó sus descargos a las imputaciones realizadas mediante la Resolución Admisoria, señalando lo siguiente:

- (i) De las doce (12) ferreterías que presuntamente la involucrarían en las conductas investigadas, cinco (5) nunca fueron clientes de Macisa, cinco (5) fueron atendidos de manera continua en el periodo comprendido entre julio de 2007 y julio de 2008, y dos (2) adquirieron cemento de Macisa solo hasta agosto de 2007, debido a que, a partir de entonces, decidieron ser distribuidoras de cemento “Quisqueya”.
- (ii) Incluso en el caso que no se hubiera vendido a las referidas ferreterías cementos “Sol”, éstas podrían haber adquirido dicho producto indirectamente a través de mayoristas, por lo que esta política no podría haber generado un efecto negativo en el mercado.
- (iii) Adicionalmente, en ninguno de los doce (12) casos que podrían involucrarlos se había negado el otorgamiento de los beneficios de descuento, cumplimiento de metas y flete.
- (iv) Respecto al beneficio de descuento, no todos se hacían acreedores a dicho beneficio pues, pese a que resultaba altamente rentable para las ferreterías, tenía una vigencia muy corta.
- (v) Sobre el beneficio por cumplimiento de metas, algunos clientes no lo cobraban por diversos motivos (los importes no eran muy significativos, por algún tipo de temor tributario de demostrar compras, por desinterés, por acumular dos o más periodos, entre otros) y, adicionalmente, el hecho que cada distribuidor de Unacem lo otorgara de manera particular a través de sus propios procedimientos hacía que su entrega fuera poco homogénea.
- (vi) Acerca del beneficio de flete, el cliente podía optar por la modalidad de compra “puesto en planta” o “puesto en obra”, en cuyo caso el descuento por flete estaba incluido en la factura de venta de cemento correspondiente, por lo que Macisa no retiró dicho beneficio a las ferreterías.

- (vii) Finalmente, las conductas imputadas no han generado ninguna afectación a la competencia, y tampoco han generado beneficios anticompetitivos a favor de Macisa.
32. El 7 de junio de 2010, A. Berio presentó sus descargos a las imputaciones realizadas mediante la Resolución Admisoria, señalando lo siguiente:
- (i) A ninguna de las ferreterías se le negó en ningún momento la venta de cemento “Sol” por comercializar cemento “Quisqueya”. La suspensión del suministro de cemento “Sol” se debía a incumplimientos en el pago o a su decisión voluntaria de convertirse en comercializadores exclusivos de cemento “Quisqueya”.
 - (ii) A ninguna de las ferreterías se le dejó de otorgar los beneficios que le correspondían. Solo se dejó de entregar el beneficio por cumplimiento de metas en dos (2) casos, debido a que se trataba de ferreterías que realizaban compras esporádicas. En el caso del beneficio de otorgamiento de crédito para la adquisición de cementos “Sol” y “Atlas” (en adelante, el beneficio de crédito)³³, únicamente no se le entregó dicho beneficio a una (1) ferretería, debido a que no lo solicitó.
33. El 7 de junio de 2010, La Viga presentó sus descargos a las imputaciones realizadas mediante la Resolución Admisoria, señalando lo siguiente:
- (i) La negativa de venta de cemento “Sol” en contra de Malva estaba justificada, toda vez que La Viga estaba actuando en salvaguarda de sus derechos económicos. Ello, debido a que Malva era su competidor al comercializar cemento “Quisqueya” y a que dicho cemento había ingresado al mercado peruano con beneficios que impedían que La Viga compitiera en igualdad de condiciones (precios dumping).
 - (ii) Asimismo, la negativa de venta en contra de Malva no le habría ocasionado ningún perjuicio, puesto que pudo acceder al cemento de Unacem a través de sus empresas vinculadas, Inversiones Ferreteras Nuevo Amanecer S.R.L. e Inversiones Antamina S.R.L., las cuales adquirieron cemento “Sol” de La Viga durante casi todo el periodo investigado.
 - (iii) Respecto de las cinco (5) ferreterías que afirmaron haber sido víctimas de negativa de venta de cemento “Sol” debido a que habían comercializado cemento “Quisqueya”, solo dos (2) eran clientes de La Viga. Asimismo, nunca se dejó de atender los pedidos de cemento de uno de ellos y el otro dejó de adquirir cementos “Sol” y “Atlas” de La Viga por constituirse en distribuidor oficial de Cemex. Sin embargo, siguió adquiriendo dicho cemento de mayoristas.
 - (iv) Adicionalmente, sólo se ha detectado que a nueve (9) de las cuarenta y siete (47) ferreterías que habrían sido identificadas como clientes de La Viga en la Resolución Admisoria se les suspendió el suministro de cemento

³³ Dicho beneficio consistía en el otorgamiento de créditos a las ferreterías para la adquisición de cementos “Sol” y “Atlas”.

“Sol” y “Atlas”, y solo respecto de dos (2) de ellas no se contaría con medios probatorios que acrediten que adquirieron cemento “Sol” y “Atlas” a través de un mayorista. Asimismo, incluso estas dos (2) ferreterías tuvieron acceso a cementos “Sol” y “Atlas” durante la mayoría de los meses del periodo comprendido entre julio de 2007 y julio de 2008.

- (v) Finalmente, no se dejó de otorgar los beneficios de descuento, flete y crédito durante el periodo comprendido entre julio de 2007 y julio de 2008. Respecto al beneficio por cumplimiento de metas, quince (15) de las cuarenta y siete (47) ferreterías analizadas no lo cobraban y otros acumulaban dos o más periodos para cobrarlo. Adicionalmente, el hecho que cada distribuidor de Unacem lo otorgara de manera particular a través de sus propios procedimientos hacía que su entrega fuera poco homogénea.
- 34. El 15 de junio de 2010, Macisa presentó un escrito señalando que, durante el periodo comprendido entre julio de 2007 y julio de 2008, no retiró el beneficio de crédito a ninguna de las doce (12) ferreterías que habían sido identificadas como sus clientes en la Resolución Admisoria. Asimismo, reiteró que las conductas investigadas no habían generado ninguna afectación a la competencia ni la obtención de beneficio alguno a favor de Macisa.
 - 35. El 6 de julio de 2010, Unacem apeló la Resolución 029-2010/CLC-INDECOPI en el extremo que declaró infundada en parte su solicitud de confidencialidad. Mediante Resolución 039-2010/CLC-INDECOPI del 16 de julio de 2010, esta Comisión concedió el referido recurso y, en consecuencia, elevó los actuados respectivos a la Sala.
 - 36. El 14 de setiembre de 2010, La Viga presentó un escrito mediante el cual complementó sus descargos, precisando que la entrega del beneficio por cumplimiento de metas a algunas de las ferreterías mencionadas en los correos electrónicos utilizados en la Resolución Admisoria solo se efectuó en algunos meses del periodo de junio de 2007 a junio de 2008.
 - 37. Mediante Carta 339-2010/ST-CLC-INDECOPI del 20 de setiembre de 2010, la Secretaría Técnica requirió a Cemex que presente determinada información relacionada con las características y el funcionamiento del mercado de comercialización de cemento y los efectos de las conductas investigadas en el presente procedimiento.
 - 38. El 28 de setiembre de 2010, Cemex presentó tres (3) escritos mediante los cuales solicitó a la Secretaría Técnica lo siguiente:
 - (i) La individualización de las personas naturales que participaron en el planeamiento, realización o ejecución de las conductas investigadas, para que la Comisión les imponga las multas respectivas conforme a lo establecido en los artículos 2.1 y 43 del Decreto Legislativo 1034³⁴;

³⁴

Decreto Legislativo 1034.
Artículo 2.- Ámbito de aplicación subjetivo.-

- (ii) La incorporación en el procedimiento de la empresa ARPL Tecnología Industrial S.A. (en adelante, ARPL) como investigada, así como de su Director Gerente, el señor Marcelo Rizo Patrón de la Piedra; y,
 - (iii) La notificación a la empresa Caliza Cemento Inca S.A. (en adelante, Caliza) acerca de la existencia del presente procedimiento, pues dicha empresa habría sido afectada por las conductas anticompetitivas imputadas a las empresas investigadas.
39. El 26 de octubre de 2010, Cemex absolvió el requerimiento efectuado por la Secretaría Técnica mediante la Carta 339-2010/ST-CLC-INDECOPI, presentando información relacionada con las características y el funcionamiento del mercado de comercialización de cemento y los efectos de las conductas investigadas. Asimismo, presentó el informe elaborado para Cemex por la Consultora Málaga Webb & Asociados S.R.L. acerca del impacto de las presuntas conductas anticompetitivas.

En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de la información referida a la identidad de sus clientes, sus estados financieros y su política comercial.

2.1. La presente Ley se aplica a las personas naturales o jurídicas, sociedades irregulares, patrimonios autónomos u otras entidades de derecho público o privado, estatales o no, con o sin fines de lucro, que en el mercado oferten o demanden bienes o servicios o cuyos asociados, afiliados, agremiados o integrantes realicen dicha actividad. Se aplica también a quienes ejerzan la dirección, gestión o representación de los sujetos de derecho antes mencionados, en la medida que hayan tenido participación en el planeamiento, realización o ejecución de la infracción administrativa.
(...)

Artículo 43.- El monto de las multas.-

43.1. Las conductas anticompetitivas serán sancionadas por la Comisión, sobre la base de Unidades Impositivas Tributarias (UIT), con las siguientes multas:

- a) Si la infracción fuera calificada como leve, una multa de hasta quinientas (500) UIT, siempre que dicha multa no supere el ocho por ciento (8%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión;
- b) Si la infracción fuera calificada como grave, una multa de hasta mil (1 000) UIT, siempre que dicha multa no supere el diez por ciento (10%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión; o,
- c) Si la infracción fuera calificada como muy grave, una multa superior a mil (1 000) UIT, siempre que dicha multa no supere el doce por ciento (12%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión.

43.2. En caso de tratarse de colegios profesionales o gremios de empresas, o agentes económicos que hubieran iniciado sus actividades después del 1 de enero del ejercicio anterior, la multa no podrá superar, en ningún caso, las mil (1 000) UIT.

43.3. Además de la sanción que a criterio de la Comisión corresponde imponer a los infractores, cuando se trate de una persona jurídica, sociedad irregular, patrimonio autónomo o entidad, se podrá imponer una multa de hasta cien (100) UIT a cada uno de sus representantes legales o a las personas que integran los órganos de dirección o administración según se determine su responsabilidad en las infracciones cometidas.

43.4. La reincidencia se considerará circunstancia agravante, por lo que la sanción aplicable no deberá ser menor que la sanción precedente.

43.5. Para calcular el monto de las multas a aplicarse de acuerdo a la presente Ley, se utilizará la UIT vigente a la fecha de pago efectivo o ejecución coactiva de la sanción.

43.6. La multa aplicable será rebajada en un veinticinco por ciento (25%) cuando el infractor cancele su monto con anterioridad a la culminación del término para impugnar la resolución de la Comisión que puso fin a la instancia y en tanto no interponga recurso impugnativo alguno contra dicha resolución.

40. Mediante Cartas 408, 409, 410 y 411-2010/ST-CLC-INDECOPI del 12 y 15 de noviembre de 2010, la Secretaría Técnica requirió a las empresas investigadas que presenten la siguiente información: (i) su organigrama; (ii) la descripción de las funciones desempeñadas por ciertos empleados; y (iii) su manual de organización y funciones. Ello, con la finalidad de contar con mayores elementos de juicio para evaluar la solicitud de individualización presentada por Cemex.
41. El 17, el 19 y el 22 de noviembre de 2010, Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa presentaron la información requerida por la Secretaría Técnica, proporcionando el detalle de (i) su organigrama; (ii) las funciones desempeñadas por ciertos empleados; y (iii) las partes pertinentes de su manual de organización y funciones³⁵. En dicha oportunidad, A. Berio y Unacem solicitaron la confidencialidad de la información presentada.
42. El 6 de diciembre de 2010, Unacem presentó tres (3) escritos mediante los cuales solicitó a la Secretaría Técnica lo siguiente:
- (i) Que se deniegue la solicitud de Cemex de notificar a Caliza acerca de la existencia del presente procedimiento administrativo sancionador, debido a que no existían indicios de que esta empresa hubiera sido afectada por las conductas investigadas;
 - (ii) Que se deniegue la solicitud de Cemex de incorporar a ARPL y al señor Marcelo Rizo Patrón de La Piedra como denunciados en el presente procedimiento, debido a que no existían indicios de que dichas personas hubieran participado en las conductas investigadas; y,
 - (iii) Que se deniegue la solicitud de Cemex de incorporar a determinadas funcionarios de Unacem como denunciados en el presente procedimiento, debido a que no existían indicios de que dichas personas naturales hubieran participado en las conductas investigadas³⁶.
43. El 10 de diciembre de 2010, Cemex solicitó la suspensión del presente procedimiento hasta que la Sala se pronuncie sobre los recursos de apelación interpuestos por su empresa y A. Berio, por un lado, y Unacem, por el otro, contra las Resoluciones 011-2010/CLC-INDECOPI y 029-2010/CLC-INDECOPI. Ello, considerando (i) que la impugnación contra la Resolución 011-2010/CLC-INDECOPI buscaba que se declarara la no confidencialidad de determinada información que, en su opinión, podría contener pruebas adicionales de las conductas anticompetitivas imputadas, y (ii) que la impugnación de Unacem contra la Resolución 029-2010/CLC-INDECOPI buscaba que se declarara la confidencialidad de determinada información que contenía indicios razonables de la existencia de las conductas anticompetitivas imputadas.

³⁵ Caber precisar que, Unacem y Macisa proporcionaron copia de las partes pertinentes de su manual de organización y funciones. Sin embargo, La Viga, y A. Berio señalaron que no contaban con este documento.

³⁶ Al respecto, Unacem señaló que, si bien determinados empleados impartieron instrucciones para detener el ingreso de cemento "Quisqueya" al mercado peruano, éstas nunca llegaron a ejecutarse, razón por la cual, dichas conductas no habrían causado un daño efectivo a los consumidores o al mercado.

44. El 27 de enero de 2011, Cemex presentó tres (3) escritos mediante los cuales reiteró sus solicitudes del 28 de setiembre de 2010.

Asimismo, solicitó que se inicie un procedimiento administrativo sancionador contra Unacem al amparo de lo establecido en el artículo 5 del Decreto Legislativo 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del INDECOPI, por haber brindado información falsa en su escrito del 3 de diciembre de 2010, al sostener que la relación que mantiene con la empresa APRL es netamente contractual. Ello, toda vez que entre ambas empresas existe una evidente vinculación que trasciende el ámbito contractual, pues comparten cuatro (4) directores.

45. Mediante Resoluciones 032-2011/CLC-INDECOPI y 033-2011/CLC-INDECOPI del 13 de mayo de 2011, esta Comisión declaró fundadas en parte las solicitudes de confidencialidad presentadas por A. Berio y Unacem el 19 y 22 de noviembre de 2010, respectivamente. Dichos pronunciamientos no fueron apelados.
46. Mediante Resolución 1182-2011/SC1-INDECOPI del 15 de junio de 2011, la Sala confirmó la Resolución 011-2010/CLC-INDECOPI.
47. El 28 de junio de 2011, Cemex solicitó (i) que se requiera a A. Berio la presentación de los resúmenes no confidenciales de determinada información, cuya confidencialidad fue declarada mediante Resolución 011-2010/CLC-INDECOPI, y confirmada mediante Resolución 1182-2011/SC1-INDECOPI; y (ii) que se tenga en especial consideración el análisis del documento denominado "Relación de clientes que distribuyen cemento de la marca Quisqueya"³⁷ puesto que podría constituir un medio probatorio idóneo para acreditar las conductas anticompetitivas imputadas.

Mediante Carta 170-2011/ST-CLC-INDECOPI del 18 de julio de 2011, la Secretaría Técnica denegó el pedido de Cemex para que se requiera a A. Berio la presentación de resúmenes no confidenciales, y le informó que considerará todos los medios probatorios que ayuden a determinar la existencia de las conductas anticompetitivas imputadas.

48. Mediante Resolución 010-2011/ST-CLC-INDECOPI del 1 de julio de 2011, la Secretaría Técnica denegó el pedido de suspensión del procedimiento presentado por Cemex, por considerar que no había surgido una cuestión contenciosa que precisara de un pronunciamiento previo sin el cual no pudiera ser resuelto el asunto principal. Ello, en la medida que el acceso a la información que contenía indicios razonables de la presunta infracción no constituye una garantía del derecho de defensa del denunciante ni del tercero apersonado sino de las investigadas, por ser los sujetos a quienes se han imputado los cargos en el presente procedimiento.
49. El 19 de agosto de 2011, Unacem presentó el Informe Técnico Económico elaborado por la empresa Apoyo Consultoría S.A.C. en julio de 2011, el cual contiene un análisis de los términos y conclusiones del informe elaborado para

³⁷ Documento entregado durante la visita inspectiva realizada en el establecimiento de A. Berio.

Cemex por la Consultora Málaga Webb & Asociados S.R.L. acerca del impacto de las presuntas conductas anticompetitivas.

50. Mediante Resolución 1551-2011/SC1-INDECOPI del 21 de setiembre de 2011, la Sala confirmó en parte la Resolución 029-2010/CLC-INDECOPI.
51. Mediante Cartas 253 a 259-2011/ST-CLC-INDECOPI del 29 de setiembre, 3 y 4 de octubre de 2011, la Secretaría Técnica requirió información a Unacem, A. Berio, La Viga, Macisa, Cemex, Caliza y Cemento Andino S.A. (en adelante, Cemento Andino) sobre su proceso de producción y las inversiones realizadas, su capacidad productiva, las características de los productos que comercializan, su estructura de costos, sus márgenes de ganancia, las barreras legales y económicas para ingresar al mercado existentes, su participación en el mercado, sus sistemas de distribución y comercialización, sus niveles de ventas, su política de precios, entre otros aspectos.
52. El 2 de noviembre de 2011, Macisa absolvió el requerimiento de información realizado mediante Carta 256-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
53. Mediante la Resolución de Ampliación, la Secretaría Técnica decidió aprobar la solicitud de ampliación de la imputación de cargos presentada por Cemex, respecto de los señores Carlos Ugás Delgado, Jorge Trelles Sánchez, Julio Ramírez Bardales, Kurt Uzátegui Dellepiani, Raúl Alberto Pinto Ruiz, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña, Fernando Godoy Castañeda, Javier Nikaido Hokama, Diego de la Piedra Minetti, Eduardo Mercado Céspedes, Carlos Ernesto Marsano Soto, Luis Huancahuari Laguna, Rosemary Rondón Barriga, Álvaro Morales Puppo, Julio Rodríguez Palacín, José Antonio Rey Recavarren, Jorge Pedro Vera Nuñez y la señora Rosa Elizabeth Salcedo López por su presunta participación en el planeamiento, realización o ejecución de las infracciones administrativas imputadas a Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.

Asimismo, denegó la solicitud de ampliación de la imputación de cargos respecto de las señoras Nelly Huancahuari Cabrera, Patricia Cuadra Bustios, Ada Mendoza Yapo de Rueda, Silvia Orellana Villanueva y los señores Orlando Reyes Ñañez, Marcelo Rizo Patrón de la Piedra, Harold Mendoza Tananta y Jaime Bustamente Gereda.

Por último, denegó la solicitud de ampliación de la imputación de cargos respecto de la empresa ARPL.

54. Mediante Resolución 058-2011/CLC-INDECOPI del 8 de noviembre de 2011, esta Comisión decidió no iniciar un procedimiento administrativo sancionador contra Unacem por la presunta presentación de información falsa.
55. El 9 de noviembre de 2011, Cemento Andino absolvió el requerimiento de información realizado mediante Carta 259-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.

56. El 14 de noviembre de 2011, A. Berio absolvió el requerimiento de información realizado mediante Carta 254-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
57. El 15 de noviembre de 2011, La Viga absolvió el requerimiento de información realizado mediante Carta 255-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
58. El 15 de noviembre de 2011, Cemex absolvió parcialmente el requerimiento de información realizado mediante Carta 257-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
59. El 16 de noviembre de 2011, Caliza absolvió parcialmente el requerimiento de información realizado mediante Carta 258-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
60. El 17 de noviembre de 2011, Unacem absolvió parcialmente el requerimiento de información realizado mediante Carta 253-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
61. El 2 de diciembre de 2011, Unacem presentó el Informe “Análisis del Probable Daño de las Presuntas Prácticas Anticompetitivas de la Resolución 004-2010/ST-CLC-INDECOPI”, elaborado por la empresa Apoyo Consultoría S.A.C. en agosto de 2011, el cual contiene un análisis acerca de los alcances y los efectos de las conductas anticompetitivas investigadas.
62. El 9 de diciembre de 2011, Cemex complementó la información presentada en respuesta al requerimiento realizado mediante Carta 257-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
63. El 11 de enero de 2012, Caliza complementó la información presentada en respuesta al requerimiento realizado mediante Carta 258-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
64. El 10, 12 y 18 de enero de 2012, los señores José Antonio Rey Recavarren, Gerente General de Macisa; Rosemary Rondón Barriga, Jefa de Ventas de Macisa³⁸; Carlos Ugás Delgado, Director y Gerente General de Unacem; Julio Ramírez Bardales, Gerente Legal de Unacem; Jorge Trelles Sánchez, Gerente Administrativo de Unacem; Álvaro Morales Puppo, Gerente Financiero de Unacem; Kurt Uzátegui Dellepiani, Gerente de Marketing de Unacem; Raúl Alberto Pinto Ruiz, Jefe de Ventas de Unacem; Javier Nikaido Hokama, Ejecutivo del Departamento de Ventas; Fernando Godoy Castañeda, Supervisor de Ventas de Unacem; Jaime Fernando Bendayán Miguel, Supervisor de Ventas de Unacem; Julio Rodríguez Palacín, Auxiliar de Ventas de Unacem; Carlos Ernesto Marsano Soto, Director y Adjunto de Gerencia de La Viga; Diego de la Piedra

³⁸ En particular, los señores José Antonio Rey Recavarren y Rosemary Rondón Barriga se adherieron a los descargos presentados por Macisa en su escrito del 4 de junio de 2010.

Minetti, Gerente General de La Viga; Eduardo Mercado Céspedes, Jefe de Operaciones de La Viga; Jorge Pedro Vera Nuñez, Asistente de Operaciones de La Viga; Luis Huancahuari Laguna, Gerente Administrativo de A. Berio y Rosa Elizabeth Salcedo López, Administradora de la Sucursal del Cono Norte de La Viga³⁹; presentaron sus descargos a las imputaciones realizadas mediante la Resolución de Ampliación, señalando lo siguiente:

- (i) Durante el ejercicio de sus labores ni el Directorio ni la Gerencia General ni otras gerencias de las empresas involucradas, instruyeron a su personal sobre la supuesta política de castigo implementada contra los clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”.
- (ii) El hecho de haber sido destinatarios de algunos correos electrónicos no implicaba que hubieran tomado conocimiento o manifestado su conformidad respecto de su contenido, pues, considerando las funciones que desempeñaban, recibían constantemente correos electrónicos que, en algunos casos, no eran leídos ni contestados.
- (iii) Durante el periodo investigado, los asuntos relacionados con la comercialización y venta de cemento, por parte de Unacem, estuvieron a cargo de la Gerencia de Administración y los supervisores de ventas de dicha empresa.
- (iv) Cada distribuidor tenía autonomía para gestionar sus labores, dentro de su zona de distribución, utilizando diversas herramientas como el crédito, la logística, el nivel de servicios a sus vendedores, por lo que las instrucciones expuestas en los correos electrónicos no necesariamente eran acatadas por los distribuidores.
- (v) El archivo denominado “Propuesta de Marketing Proyecto Sub-distribuidores 2008” (en adelante, “Propuesta de Marketing”) tuvo como único propósito la creación de la Red Progre-Sol, no la implementación de conductas anticompetitivas. Por lo tanto, las firmas consignadas en el referido documento únicamente representaban la conformidad de sus suscriptores respecto de la implementación de un mecanismo de distribución eficiente, sin que ello implicara su aceptación respecto de los hechos mencionados en los antecedentes del documento.
- (vi) No deben considerarse como política las ideas individuales y aisladas de determinados funcionarios que, finalmente, no se ejecutaron. En efecto, no existía evidencia que demostrara que algún cliente hubiera dejado de comprar cemento “Quisqueya” por supuestas amenazas de los funcionarios de Unacem y sus distribuidores⁴⁰.

³⁹ En particular, los señores Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego de la Piedra Minetti, Eduardo Mercado Céspedes, Jorge Pedro Vera Nuñez y Rosa Elizabeth Salcedo López se adhirieron a los descargos presentados por La Viga en su escrito del 7 de junio de 2010.

⁴⁰ En particular, indicaron que los descargos y medios probatorios presentados por las empresas investigadas, acreditaban que la política (i) no generó efectos negativos en el mercado, toda vez que los clientes siempre pudieron acceder a los productos de Unacem, ya sea directamente o a través de sus distribuidores, y (ii) no produjo afectación económica alguna a la competencia.

- (vii) Si bien se presentaron casos aislados de negativas de venta y retiros de beneficios, estos se ejecutaron por iniciativa propia de determinados funcionarios. No obstante ello, los clientes siempre pudieron acceder a los productos de Unacem, ya sea a través del distribuidor, del mayorista o de otras ferreterías.
 - (viii) La negativa de venta, de ingreso de un transportista a la planta o de contratación de flete contra una ferretería que comercializaba productos distintos a los de Unacem se encontraba amparada por el derecho a la libertad de contratación, por lo que constituye una conducta legítima.
 - (ix) Eran aplicables al presente procedimiento los siguientes principios: (i) principio de presunción de inocencia; (ii) principio de causalidad, y (iii) principio de licitud. En ese sentido, solicitaron que se tengan en cuenta los referidos principios y que solo sean sancionados en caso de existir prueba idónea de su supuesta participación en las conductas anticompetitivas investigadas.
65. Mediante Resoluciones 014-2012/CLC-INDECOPI y 015-2012/CLC-INDECOPI del 28 de febrero de 2012, esta Comisión declaró fundadas en parte las solicitudes de confidencialidad presentadas por Cemento Andino y Caliza el 9 y 16 de noviembre de 2011, respectivamente. Dichos pronunciamientos no fueron apelados.
66. El 8 de junio de 2012, Unacem complementó la información presentada en respuesta al requerimiento realizado mediante Carta 253-2011/ST-CLC-INDECOPI. En dicha oportunidad, solicitó la confidencialidad de parte de la información entregada.
67. El 23 de agosto de 2012, la Secretaría Técnica informó a los administrados que, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 30.3 del Decreto Legislativo 1034, el periodo de prueba del presente procedimiento administrativo sancionador culminaría en un (1) mes.
68. El 28 de agosto de 2012, Cemex presentó un escrito mediante el cual adjuntó el dictamen denominado “La negativa injustificada de trato y otras prácticas de boicot como restricciones verticales sancionables en el Derecho de la Competencia. A propósito del procedimiento iniciado contra Cementos Lima S.A. y otros por presuntas prácticas colusorias verticales”, elaborado por el especialista Luis José Diez Canseco Núñez en diciembre de 2011, en el que se realizó un análisis sobre los alcances y los efectos de las conductas anticompetitivas investigadas.
69. Mediante Resoluciones 039-2012/CLC-INDECOPI, 040-2012/CLC-INDECOPI, 041-2012/CLC-INDECOPI, 042-2012/CLC-INDECOPI y 043-2012/CLC-INDECOPI del 28 de agosto de 2012, esta Comisión declaró fundadas en parte las solicitudes de confidencialidad presentadas por Cemex, Macisa, A. Berio, La Viga y Unacem, respectivamente.

70. El 12 de setiembre de 2012, Cemex presentó un escrito respondiendo los descargos de las personas naturales incorporadas al presente procedimiento mediante la Resolución de Ampliación.
71. El 13 de setiembre de 2012, Unacem presentó un escrito adjuntando una nota periodística sobre la caída de las importaciones de cementos en el 2012.
72. El 28 de setiembre de 2012, La Viga interpuso recurso de apelación contra la Resolución 042-2012/CLC-INDECOPI del 28 de agosto de 2012.
73. El 5 de octubre de 2012, Cemex interpuso sendos recursos de apelación contra las Resoluciones 039-2012/CLC-INDECOPI y 043-2012/CLC-INDECOPI del 28 de agosto de 2012.
74. Mediante Resoluciones 045-2012/ST-CLC-INDECOPI, 046-2012/ST-CLC-INDECOPI y 047-2012/ST-CLC-INDECOPI del 23 de octubre de 2012, esta Comisión concedió los recursos de apelación interpuestos por La Viga y Cemex.
75. Mediante Cartas 296 a 320-2012/ST-CLC-INDECOPI del 5, 6 y 7 de noviembre de 2012, la Secretaría Técnica informó a los administrados que, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 30.5 del Decreto Legislativo 1034, la etapa probatoria había concluido, por lo que se procedería a la elaboración del Informe Técnico.
76. El 23 de noviembre de 2012, Unacem presentó un escrito respondiendo los argumentos presentados por Cemex el 12 de setiembre de 2012 en relación a los descargos de las personas naturales incorporadas al procedimiento mediante la Resolución de Ampliación.
77. El 23 de noviembre de 2012, la Secretaría Técnica emitió el Informe Técnico, recomendando a esta Comisión lo siguiente:
 - (i) Declarar fundados la denuncia presentada por Malva y el procedimiento administrativo sancionador iniciado de oficio contra Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa por la comisión de una práctica colusoria vertical en la modalidad de negativa concertada e injustificada de satisfacer las demandas de compra de los productos de Unacem contra aquellos clientes que comercializaban cemento "Quisqueya", de acuerdo a lo previsto en los artículos 1, 11.1, literal g, y 12 del Decreto Legislativo 1034.
 - (ii) Declarar infundado el procedimiento administrativo sancionador iniciado de oficio contra Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa, por la comisión de una presunta práctica colusoria vertical en la modalidad de boicot consistente en retirar ciertos beneficios comúnmente otorgados (como, por ejemplo, créditos, reconocimientos de flete o bonos por cumplimiento de metas) a aquellos clientes que comercializaban cemento "Quisqueya", de acuerdo a lo previsto en los artículos 1, 11.1, literal k, y 12 del Decreto Legislativo 1034.

- (iii) Declarar que los señores Carlos Alfonso Ugás Delgado, Julio Ramírez Bardalez, Jorge Enrique Trelles Sánchez, Álvaro Antonio Morales Puppo, Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani, Raúl Alberto Pinto Ruiz, Rolando Javier Nikaido Hokama, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña, Fernando Erik Godoy Castañeda, Julio César Rodríguez Palacín, Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego Miguel de la Piedra Minetti, Eduardo Mercado Céspedes, Rosa Elizabeth Salcedo López, Jorge Pedro Vera Nuñez, Luis Eduardo Huancahuari Laguna, José Antonio Nicolás Rey Recavarren y Rosmary Martha Rondón Barriga participaron en la infracción administrativa cometida por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
- (iv) Sancionar a Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa con multas individuales de mil quinientas ochenta y cuatro y 41/100 (1 584,41) UIT, treinta y cinco y 65/100 (35,65) UIT, catorce y 02/100 (14,02) UIT, y diez y ocho y 34/100 (18,34) UIT, respectivamente.
- (v) Sancionar a los señores Carlos Alfonso Ugás Delgado, Julio Ramírez Bardalez, Jorge Enrique Trelles Sánchez, Álvaro Antonio Morales Puppo, Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani, Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego Miguel de la Piedra Minetti, Luis Eduardo Huancahuari Laguna y José Antonio Nicolás Rey Recavarren con multas individuales de cinco (5) UIT; y a los señores Raúl Alberto Pinto Ruiz, Rolando Javier Nikaido Hokama, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña, Fernando Erik Godoy Castañeda, Julio César Rodríguez Palacín, Eduardo Mercado Céspedes, Rosa Elizabeth Salcedo López, Jorge Pedro Vera Nuñez y Rosmary Martha Rondón Barriga con multas individuales de dos y 50/100 (2,5) UIT.

78. El 20 de diciembre de 2012, Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa presentaron sus Alegaciones, argumentando lo siguiente:

- (i) Deben analizarse las externalidades positivas y eficiencias que se pudieron haber originado en el mercado durante la ejecución de la presunta conducta anticompetitiva.
- (ii) Unacem ha demostrado, mediante estudios elaborados por PricewaterhouseCoopers S. Civil de R.L. y Apoyo Consultoría S.A.C, que no se ha excluido a Cemex del mercado, no ha disminuido la calidad de sus productos, ni se han producido alteraciones sustanciales en los precios, a raíz de las conductas imputadas.
- (iii) Las conductas investigadas no tuvieron un efecto de desplazamiento del mercado respecto de Cemex, toda vez que, desde el inicio de sus actividades en el mercado peruano, su participación ha continuado incrementándose. En el presente caso, no se han generado efectos negativos sobre los precios, producción, innovación, variedad y calidad de los bienes o servicios en el mercado.
- (iv) La generación de incentivos suficientes para restringir la cartera de productos de los distribuidores y disuadir a las ferreterías de comercializar

el producto de Cemex, a raíz de la conducta de Unacem, es una suposición y no un hecho probado. Así, el número de las supuestas ferreterías involucradas es insignificante en relación con el número de ferreterías que operan en el mercado relevante.

- (v) La identificación de un supuesto “efecto multiplicador” resulta errónea, pues se basa únicamente en suposiciones y presunciones no sustentadas. La remisión de algunos correos electrónicos, muchos de los cuales no se ejecutaron en la realidad, no permite concluir que la supuesta amenaza impuesta contra algunos distribuidores podría haber disciplinado el comportamiento de otras ferreterías, incentivándolas a no comercializar cemento “Quisqueya”. Por el contrario, se ha demostrado que otros distribuidores de Unacem pudieron vender dicho producto.
- (vi) La presunta negativa de venta no ha afectado a los consumidores finales, debido a que el consumo de cemento no se redujo. Los consumidores siempre tuvieron la posibilidad de adquirir cemento “Sol” y “Quisqueya”.
- (vii) En el supuesto negado que correspondiera la imposición de una sanción, para determinar la multa debía considerarse que no se había excluido a ningún agente del mercado, no se había comprobado un daño económico, real ni potencial, a ningún agente o al interés público, y no se había verificado reincidencia.
- (viii) No se ha indicado la forma en que se han obtenido los valores de los factores de la multa como, por ejemplo, el factor Qt. Asimismo, la presunta mayor venta de bolsas de cemento responde a una mera especulación que no se encuentra probada.
- (ix) En lo referido a los criterios de graduación de la sanción, resulta arbitrario que se haya calificado como muy grave la infracción investigada porque sus efectos superaban las 1 000 UIT. Asimismo, la fórmula para calcular el monto de la multa no responde a una metodología aprobada por un precedente de observancia obligatoria o contemplada en una disposición legal.
- (x) De haber existido la supuesta conducta anticompetitiva, habría cesado el 7 de julio de 2008, fecha en la que se aprobó la nueva política de marketing y comercialización (Red Progre-Sol).
- (xi) El Informe Técnico evidencia la intención de imponer una sanción sólo en base a la remisión de algunos correos electrónicos y la suscripción del documento denominado “Propuesta de Marketing”, sin analizar lo que efectivamente ocurrió en el mercado. Ello vulneraría los principios de legalidad, tipicidad, debido procedimiento y motivación, y ameritaría la declaración de nulidad de la resolución que imponga una multa como la propuesta.
- (xii) Por último, acerca del cálculo de la multa, Unacem alegó que resulta arbitrario haber aplicado el margen de utilidad operativa bruta y no el

margen de utilidad neta después del Impuesto a la Renta de 2007 y 2008. En ese sentido, afirmó que el beneficio obtenido por Unacem y sus accionistas, por supuestamente haber vendido más bolsas de cemento, habría sido mucho menor que el considerado por la Secretaría Técnica.

79. El 20 de diciembre de 2012, Cemex presentó sus Alegaciones, argumentando lo siguiente:

- (i) La negativa de trato y el retiro de beneficios representaban dos caras de la misma moneda, formando parte de una sola política de castigo con un único objetivo: perjudicar las relaciones contractuales, actuales o potenciales, entre Cemex y las ferreterías.
- (ii) La política se diseñó para dos momentos diferentes. En un primer momento, se decidió castigar a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”, a través de la negativa de venta de cemento “Sol”. Posteriormente, ante las quejas de los clientes, se implementó el retiro de beneficios para disuadir a las ferreterías de mantener relaciones comerciales con Cemex.
- (iii) Si se ha verificado la existencia de una práctica colusoria vertical para implementar la política, que comprendía tanto la negativa de venta como el retiro de beneficios, debería también concluirse que el retiro de beneficios, y no solo la negativa de venta, tenía la capacidad de disuadir a las ferreterías de comercializar cemento “Quisqueya”.
- (iv) La afectación al proceso competitivo no implica que un competidor tenga que salir del mercado o ver drásticamente disminuida su rentabilidad, sino que se genera con la implementación de una barrera estratégica capaz de distorsionar el libre desenvolvimiento de la oferta y la demanda, por razones distintas a la eficiencia.
- (v) Adicionalmente, Cemex solicitó el uso de la palabra.

80. El 20 y 21 de diciembre de 2012, los señores Carlos Alfonso Ugás Delgado, Julio Ramírez Bardalez, Jorge Enrique Trelles Sánchez, Álvaro Antonio Morales Puppo, Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani, Raúl Alberto Pinto Ruiz, Rolando Javier Nikaido Hokama, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Fernando Erik Godoy Castañeda, Julio César Rodríguez Palacín, Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego Miguel de la Piedra Minetti, Eduardo Mercado Céspedes, Rosa Elizabeth Salcedo López, Jorge Pedro Vera Nuñez, Luis Eduardo Huancahuari Laguna, José Antonio Nicolás Rey Recavarren y Rosmary Martha Rondón Barriga presentaron sus Alegaciones, argumentando lo siguiente⁴¹:

- (i) No se han acreditado actos de planeamiento, realización o ejecución de conductas anticompetitivas contra los competidores de Unacem.

⁴¹ Adicionalmente a lo señalado por las empresas investigadas en sus Alegaciones.

- (ii) El hecho de haber tenido la condición de accionista, representante, gerente, trabajador, directivo o propietario de las empresas investigadas no permite concluir que, si éstas realizaban una conducta anticompetitiva, sus funcionarios también resultaban responsables.
- (iii) Se considera erróneamente que el haber suscrito la “Propuesta de Marketing” constituye un indicio de su participación en la supuesta política anticompetitiva cuando, en realidad, dicha propuesta únicamente tuvo como finalidad proponer la creación de una nueva red de distribuidores, y no manifestar lo que sucedió en el pasado. En efecto, sus firmas no evidencian que hayan aceptado o participado en los hechos descritos en los antecedentes del documento.
- (iv) En lo que se refiere a los criterios de graduación de la sanción, no se han sustentado las razones que justifican la imposición de sanciones de dos y 50/100 (2,5) y cinco (5) UIT a cada uno de ellos, en función a su cargo. No constituye una justificación que dichas sanciones hayan sido impuestas en otro procedimiento.
- (v) En particular, un grupo de personas naturales⁴² sostuvo que nunca tuvieron conocimiento de la existencia de una política de negativa de venta y retiro de beneficios, pues ni el directorio ni la gerencia general les comunicaron o instruyeron sobre algún tipo de lineamiento para afectar la competencia. No existió política empresarial adoptada por los órganos de gestión y administración de Unacem ni de sus distribuidores.
- (vi) Finalmente, otro grupo de personas naturales⁴³ alegó que las ferreterías siempre (o prácticamente todas) fueron abastecidas con los productos de Unacem. No existe evidencia de que algún agente del mercado haya dejado de comprar el cemento “Quisqueya” por las presuntas amenazas de Unacem. No pueden considerarse como política las ideas individuales y aisladas que no sólo no se ejecutaron sino que no partieron de Unacem o de sus distribuidores, y en las que, además, las personas naturales no estuvieron involucradas.

II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

81. El presente pronunciamiento tiene por objeto determinar si Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa realizaron prácticas colusorias verticales en la modalidad de negativa concertada e injustificada de satisfacer las demandas de compra de los productos de Unacem, y boicot consistente en retirar ciertos beneficios comúnmente otorgados, contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”.

⁴² Javier Nikaido Hokama, Fernando Godoy Castañeda, Julio Rodríguez Palacín, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego de la Piedra Minetti, Eduardo Mercado Céspedes, Jorge Vera Núñez, Rosa Elizabeth Salcedo Lopez, Luis Huancahuari Laguna, José Antonio Rey Recavarren y Rosemay Rondón Barriga.

⁴³ Jorge Trelles Sánchez, Fernando Godoy Castañeda, Julio Rodríguez Palacín, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego de la Piedra Minetti, Eduardo Mercado Céspedes, Jorge Vera Núñez, Rosa Elizabeth Salcedo Lopez, Luis Huancahuari Laguna, José Antonio Rey Recavarren y Rosemay Rondón Barriga.

III. NORMA APLICABLE

82. En virtud de lo dispuesto por el artículo 103 de la Constitución⁴⁴, la ley se aplica a las consecuencias de las relaciones y situaciones jurídicas existentes desde su entrada en vigencia y no tiene fuerza ni efectos retroactivos, salvo en materia penal cuando favorece al reo.
83. En lo que se refiere a la potestad sancionadora administrativa, el numeral 5 del artículo 230 de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General⁴⁵, establece que son aplicables las disposiciones sancionadoras vigentes en el momento de incurrir el administrado en la conducta a sancionar, salvo que las posteriores le sean más favorables.
84. En el presente caso, a partir del análisis de los medios probatorios que obran en el expediente, se aprecia que las conductas investigadas se habrían producido de manera continuada en el tiempo desde mediados de 2007 hasta noviembre de 2008, es decir, tanto bajo la vigencia del Decreto Legislativo 701, Ley que elimina las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia⁴⁶, como bajo la vigencia del Decreto Legislativo 1034⁴⁷.
85. Acerca de la aplicación de las leyes penales en el tiempo, el Tribunal Constitucional ha precisado que, cuando exista más de una norma vigente al momento de la comisión de un delito continuado, se aplicará la última norma vigente durante su comisión⁴⁸. Como ya lo ha señalado la Comisión en anteriores

⁴⁴ **Constitución.**

Artículo 103.- Pueden expedirse leyes especiales porque así lo exige la naturaleza de las cosas, pero no por razón de las diferencias de las personas. La ley, desde su entrada en vigencia, se aplica a las consecuencias de las relaciones y situaciones jurídicas existentes y no tiene fuerza ni efectos retroactivos; salvo, en ambos supuestos, en materia penal cuando favorece al reo. La ley se deroga sólo por otra ley. También queda sin efecto por sentencia que declara su inconstitucionalidad. La Constitución no ampara el abuso del derecho.

⁴⁵ **Ley 27444.**

Artículo 230.- Principios de la potestad sancionadora administrativa.-

5. Irretroactividad.- Son aplicables las disposiciones sancionadoras vigentes en el momento de incurrir el administrado en la conducta a sancionar, salvo que las posteriores le sean más favorables.

⁴⁶ Norma que prohibía y sancionaba las conductas anticompetitivas y que estuvo vigente hasta el 24 de julio de 2008.

⁴⁷ Norma que prohíbe y sanciona las conductas anticompetitivas y que está vigente desde el 25 de julio de 2008.

⁴⁸ Al respecto, mediante Sentencia del 12 de mayo de 2003, recaída en el Expediente 0901-2003-HC/TC, el Tribunal Constitucional estableció la diferencia entre un conflicto de normas penales en el tiempo y un supuesto de delito continuado:

Habrá conflicto de normas en el tiempo, cuando una sucesión temporal de normas señale consecuencias distintas para el mismo hecho punible. Las normas vigentes con anterioridad a la comisión del hecho no entran en el conflicto de normas, puesto que ello importaría la aplicación de normas inexistentes al momento de la comisión del delito, violándose el principio de legalidad. El conflicto temporal se da entre la norma vigente al momento de la comisión del delito y una norma posterior que, en caso de ser más favorable, se aplica retroactivamente.

Cuando haya más de una norma vigente al momento de la comisión del delito, por tratarse, por ejemplo, de un delito continuado, se aplicará, como norma vigente al momento de la comisión del delito, la última norma vigente durante su comisión. Esto es así, porque la norma vigente al momento de la comisión del delito se aplica de manera inmediata.

[Énfasis agregado]

oportunidades, esta regla también resulta aplicable a los casos de infracción continuada⁴⁹.

86. La infracción continuada se caracteriza por presentar una unidad de acción o propósito, lo que permite otorgarle un tratamiento unitario y aplicarle la norma que se encontraba vigente cuando se cometió el último acto de la infracción o cuando, no habiendo cesado, ha sido puesta en conocimiento de la autoridad⁵⁰.
87. En tal sentido, considerando que las conductas investigadas habrían continuado ejecutándose durante la vigencia del Decreto Legislativo 1034, corresponde aplicar esta norma al presente procedimiento administrativo sancionador.

IV. MARCO CONCEPTUAL

IV.1. Libre contratación y libre competencia

88. El numeral 14 del artículo 2 de la Constitución Política del Perú establece que toda persona tiene derecho a contratar con fines lícitos, siempre que no se contravengan leyes de orden público⁵¹. Asimismo, el artículo 62 de la Constitución establece que la libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato⁵².
89. No obstante, la libertad de contratación debe ejercerse en armonía con otros principios que rigen nuestro sistema económico. Uno de ellos es el principio de libre competencia, también reconocido por nuestra Constitución⁵³. Este principio ha sido desarrollado legislativamente mediante el Decreto Legislativo 1034. En ese sentido, la libertad de contratación no es irrestricta sino que debe ejercerse en armonía con la libre competencia.

⁴⁹ Ver Resolución 026-2010/CLC-INDECOPI del 3 de mayo de 2010 en el procedimiento seguido por la Asociación de Operadores de Ferrocarriles del Perú contra Ferrocarril Transandino S.A., Perú Rail S.A., Peruval Corp. S.A. y Peruvian Trains & Railways.

⁵⁰ VILLAVICENCIO Terreros, Felipe. Derecho Penal Parte General. Editora Jurídica Grijley E.I.R.L. Lima 2006, pág. 185. FERNÁNDEZ Carrasquilla, Juan. "El Delito Continuado frente al Código Penal". Temis: Colombia, 1984.

⁵¹ **Constitución.**
Artículo 2.- Derechos fundamentales de las personas.- Toda persona tiene derecho:
(...)
14. A contratar con fines lícitos, siempre que no se contravengan leyes de orden público.

⁵² **Constitución.**
Artículo 62.- Libertad de contratar.- La libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato. Los términos contractuales no pueden ser modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase. Los conflictos derivados de la relación contractual sólo se solucionan en la vía arbitral o en la judicial, según los mecanismos de protección previstos en el contrato o contemplados en la ley (...)

⁵³ **Constitución**
Artículo 61.- Libre competencia
El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios.

IV.2. Prácticas Colusorias Verticales

90. De conformidad con lo dispuesto por el artículo 12.1 del Decreto Legislativo 1034, se entiende por prácticas colusorias verticales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizadas por agentes económicos que operan en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización⁵⁴, que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia.
91. En particular, sobre las modalidades de prácticas colusorias verticales, el artículo 12.2 del Decreto Legislativo 1034 señala que éstas podrán consistir en los supuestos tipificados a modo de ejemplo en los artículos 10.2 y 11.1 de la norma, es decir, aquellas modalidades calificadas como abuso de posición de dominio y prácticas colusorias horizontales.
92. De acuerdo al artículo 12.3 del Decreto Legislativo 1034, para la configuración de una práctica colusoria vertical, una de las partes involucradas debe contar con posición de dominio en el mercado relevante⁵⁵.
93. Adicionalmente, de acuerdo al artículo 12.4 del Decreto Legislativo 1034, este tipo de conducta es sancionable bajo una prohibición relativa y, en consecuencia, al momento de analizar la conducta, la autoridad de competencia también deberá evaluar sus justificaciones y sopesar sus efectos positivos y negativos sobre la competencia y los consumidores.
94. En tal sentido, cuando dos o más agentes económicos que operan en distintos planos de la cadena de producción, distribución o comercialización implementen de forma coordinada cualquiera de las conductas tipificadas como prácticas colusorias verticales; y se verifique que alguno de ellos cuenta con posición de dominio, que existe un efecto exclusorio respecto de los competidores de alguno de los agentes involucrados en la conducta, con la consecuente afectación al proceso competitivo, y que no existen justificaciones de tipo económico o legal; dichos agentes económicos podrán ser sancionados por la comisión de una práctica colusoria vertical.
95. Por otro lado, las prácticas colusorias verticales se pueden identificar con las conductas empresariales que la teoría económica denomina restricciones verticales. Las restricciones verticales son acuerdos entre empresas que operan en diferentes niveles de la cadena de producción, distribución o comercialización

⁵⁴ Es decir, que la conducta haya sido realizada de forma coordinada, por lo menos, entre dos agentes económicos independientes. Al respecto, cabe señalar que por agentes económicos independientes se debe entender a aquellos que no pertenecen al mismo grupo económico. Así, si la conducta es realizada por empresas que forman parte de un mismo grupo económico, deberá analizarse como un supuesto de abuso de posición de dominio.

Al hacerse referencia a planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización, por lo general se distingue entre un nivel "aguas arriba" (o *upstream*) relacionado con la elaboración y provisión de productos o servicios que sirven de insumo a la siguiente etapa denominada "aguas abajo" (o *downstream*) encargada de la elaboración y provisión de productos o servicios a otros consumidores intermedios o finales.

⁵⁵ La exigencia de este requisito responde al objetivo de que la autoridad de competencia se avoque a conocer únicamente aquellas prácticas colusorias verticales que puedan tener un impacto nocivo sobre la competencia y el bienestar de los consumidores.

que restringen o condicionan los términos bajo los cuales las empresas pueden comprar, vender o revender bienes o servicios.

96. Los incentivos en base a los cuales las empresas establecen restricciones verticales responden a que las decisiones de las empresas que actúan en el nivel inferior afectan el beneficio de las que se encuentran aguas arriba, en tanto influyen en sus niveles de ventas. Esta es la denominada “externalidad vertical básica”⁵⁶, en virtud de la cual, cualquier unidad adicional que se venda en el mercado aguas abajo redundará en una externalidad positiva para la empresa ubicada en el mercado aguas arriba⁵⁷.
97. En general, las restricciones verticales pueden generar eficiencia y conductas procompetitivas, en beneficio de los consumidores⁵⁸. En efecto, pueden promover la eficiencia generando beneficios claramente perceptibles para los consumidores en términos de provisión, calidad o precios⁵⁹. Sin embargo, también pueden constituir conductas anticompetitivas implementadas con el fin de excluir a los rivales⁶⁰.

⁵⁶ TIROLE, Jean. *La Teoría de la Organización Industrial*. Traducción al español realizada por Carmen Matutes y colaboradores, Ariel, Barcelona, 1990, págs. 260 y 265.

⁵⁷ Así, la necesidad de establecer una restricción vertical surge de la existencia de externalidades entre proveedores y clientes. Por ejemplo, un escaso esfuerzo de promoción y marketing por parte de un distribuidor podría redundar en un menor nivel de ventas del productor, por lo tanto, éste podría estar interesado en fijar un precio de reventa a dicho distribuidor, incentivándolo a invertir en promoción y marketing, generando un incremento en el nivel de ventas del producto en cuestión.

⁵⁸ La “Escuela de Chicago” ha destacado la importancia de las eficiencias que podrían generarse del establecimiento de restricciones verticales. En tal sentido, dicha escuela considera que éstas raramente serían anticompetitivas y que en muy pocas circunstancias generarían ineficiencias. ROSS, Stephen, *Principles of Antitrust Law*, The Foundation Press, 1993, págs. 224-225.

⁵⁹ Al respecto, en la Resolución 005-2008-INDECOPI/CLC del 22 de febrero de 2008, emitida en el procedimiento iniciado por denuncias de Group Multipurpose S.R.L. y Dispra E.I.R.L. contra Quimpac S.A. y Clorox Perú S.A., por prácticas restrictivas de la competencia, se señaló lo siguiente (numeral 36):

“Las restricciones verticales tienen efectos directos que no se aprecian en el mismo mercado relevante donde se configuran, sino que más bien se observan en el mercado al cual se abastece (aguas abajo, downstream), o en el mercado de los insumos (aguas arriba, upstream). Dichas prácticas no tienen necesariamente efectos dañinos sobre la competencia. De hecho, ellas pueden promover la eficiencia generando beneficios claramente perceptibles para los consumidores en términos de calidad y/o precios”.

Ver: <http://www.indecopi.gob.pe/RepositorioAPS/0/2/par/RESCLC2008/Res005-2008.pdf>.

⁶⁰ Al respecto, se ha señalado lo siguiente: “En un artículo sobre el análisis económico de las restricciones verticales, Rey y Vergé (2008) [Economics of Vertical Restraints, en Buccirossi, Paolo, *Handbook of Antitrust Economics*, Cambridge, MIT Press] distinguen dos efectos básicos que dichas restricciones pueden tener. El primero de ellos es el efecto de coordinación vertical entre empresas que están en la misma cadena de producción y distribución, que dichos autores consideran que en general resulta beneficioso para la competencia, porque sus motivaciones están usualmente asociadas con el aprovechamiento de ciertas eficiencias generadas por una mayor integración económica entre las empresas. El otro efecto es el que se genera sobre la competencia entre distintas cadenas de producción y distribución, que en ciertos casos puede ser positivo para incrementar dicha competencia pero que en otros puede resultar perjudicial (sobre todo cuando lo que se produce es un fenómeno de facilitación de la colusión tácita entre las cadenas o de exclusión de una de dichas cadenas por parte de otra). COLOMA, Germán. *Defensa de la Competencia, Análisis Económico Comparado*. Buenos Aires, Editorial de Ciencia y Cultura, 2009, pág. 251.

En particular, sobre los perjuicios se ha señalado lo siguiente: “En un artículo sobre el análisis antitrust de las restricciones verticales, Pitofsky (1997) menciona dos causas básicas por las cuales dichas restricciones pueden resultar anticompetitivas. Por un lado, las mismas pueden servir para facilitar la colusión entre competidores a través de la remoción de ciertos obstáculos que la existencia de cadenas de distribución pueden crear (esto sucede casos en los cuales la fijación de precios de reventa permite acordar precios de manera más precisa, o cuando varios productores utilizan un único distribuidor que controla la asignación de cuotas de producción). El

98. Son ejemplos de restricciones verticales: (i) la fijación de precios de reventa; (ii) la asignación de territorios o clientes; (iii) las ventas atadas; (iv) el establecimiento de cláusulas de exclusividad; entre otros⁶¹.
99. Considerando que las restricciones verticales analizadas en el presente caso tendrían la forma de una política coordinada verticalmente entre Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, para (i) negarse concertada e injustificadamente a satisfacer las demandas de compra de los productos de Unacem y, (ii) retirar ciertos beneficios comúnmente otorgados (como, por ejemplo, crédito, reconocimiento de flete o bonos por cumplimiento de metas), contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”; corresponde analizar las características de estas conductas y sus implicancias sobre la competencia.

IV.2.1. Negativa de trato

100. El literal g) del artículo 11.1 y el artículo 12.2 del Decreto Legislativo 1034 establecen que una modalidad de prácticas colusorias verticales es la negativa concertada e injustificada de satisfacer demandas de compra o adquisición, o de aceptar ofertas de venta o prestación, de bienes o servicios, que tenga por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia.
101. Como una práctica colusoria vertical, una negativa de trato consiste en el rechazo verticalmente coordinado entre dos o más agentes económicos de establecer relaciones comerciales con otro u otros agentes. Comúnmente, se diferencian tres tipos de negativas de trato, a saber:
- La primera es cuando al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical se niega concertadamente a proveer a determinado comprador si éste, paralelamente, realiza compras al competidor de, por lo menos, una de dichas empresas. La negativa podría mantenerse hasta que el comprador deje de abastecerse del referido competidor, es decir, hasta que se abastezca de manera exclusiva de al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical.
 - La segunda es cuando al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical tiene una empresa vinculada operando en un nivel inferior de la cadena de producción, distribución o comercialización. Así, la negativa se produce cuando al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical se niega concertadamente a proveer a determinado comprador, que es competidor de la empresa vinculada de al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical.

otro efecto anticompetitivo posible, que es el que aparece en la mayoría de los casos que se analizan en la jurisprudencia, tiene que ver con incrementar los costos de los rivales, a través de prácticas que tienden a su exclusión total o parcial (por ejemplo, impidiendo el acceso a las cadenas de distribución existentes)”. COLOMA, Germán. Loc. Cit., pág. 252. Asimismo, ver: <http://www.ftc.gov/speeches/pitofsky/fordham7.shtml>.

⁶¹ HOVENKAMP, Herbert, Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and its Practice, 2da. Edición, West Group, Minnesota, 1999, pág. 441.

- La tercera es cuando al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical mantiene un acuerdo de colaboración con un competidor para operar en el mercado. Así, la negativa se produce cuando al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical se niega concertadamente a seguir manteniendo el acuerdo de colaboración con tal competidor.

102. Como se puede apreciar, los tipos de negativa de trato tienen por efecto desplazar competidores del mercado, ya sea que se trate de competidores en el mismo nivel de la cadena en el que participa una de las empresas que implementan la conducta (competidores directos) o en un nivel inferior de la cadena (competidores indirectos)⁶².

⁶² Al respecto, el Instituto Americano de Competencia señaló lo siguiente:

“Algunas autoridades encuentran útil subdividir la negativa a contratar en tipos. Por ejemplo, un libro contemporáneo de antitrust identifica tres variaciones [ANDREW I. Gavil, William E. Kovacic, Jonathan B. Baker, Antitrust Law in Perspective: Cases, Concepts and Problems in Competition Policy, St. Paul: West Group, 2002:]

La primera categoría incluye casos en que una firma dominante amenaza cesar la cooperación, con un cliente o proveedor que está considerando tener una relación con los competidores de la firma dominante. La segunda categoría consiste en el desafío al intento de una firma dominante de retirarse de una relación contractual existente o imponer nuevos términos en una relación existente. La tercera categoría se refiere a la negativa de una firma dominante para proporcionar el acceso a una facilidad –algunas veces llamada una “facilidad esencial”- que un rival requiere para competir con la firma dominante.

En la primera categoría, ejemplificada por Lorain Journal v. U.S., el medio de comunicación dominante en Lorain, Ohio fue un periódico que había amenazado remover el espacio publicitario de sus clientes publicitarios quienes también colocasen publicidad con un nuevo entrante, una estación de radio local.

La segunda categoría involucra abandonar o modificar una relación existente, como en Aspen Skiing y Kodak. En Aspen Skiing, la estación de esquí dominante en la ciudad, Ski Co., después de años de un acuerdo beneficioso para los consumidores en el cual este vendía en común un ticket “Todo Aspen” junto con su competidor marginal, Highlands, decidió terminar su acuerdo, rechazando vender a Highlands incluso a su precio minorista regular.

Finalmente, en el ejemplar caso de facilidad esencial, Otter Tail, el dueño de la red de transmisión rechazó llevar electricidad a través de su área de servicio monopolizado a una compañía eléctrica municipal independiente, abusando de su posición de dominio como proveedor único de transmisión”.

Traducido del siguiente texto:

“Some authorities find it useful to subdivide refusals to deal into types. For example, a contemporary antitrust casebook identifies three variations:

The first category includes cases in which a dominant firm threatens to cease cooperation, with a customer or supplier that is considering forming a relationship with the dominant firm’s competitors. The second category consists of challenges to a dominant firm’s attempt to withdraw from an existing contractual relationship or to impose new terms on an existing relationship. The third category concerns the refusal of a dominant firm to provide access to a facility—sometimes called an “essential facility”—that a rival requires in order to compete with the dominant firm.

In the first category, exemplified by Lorain Journal v. U.S., the dominant media outlet in Lorain, Ohio was a newspaper that had threatened to withhold advertising space from its advertising customers who also placed advertisements with a new entrant, a local radio station.

The second category involves abandoning or altering an existing relationship, as in Aspen Skiing and Kodak. In Aspen Skiing, the dominant ski resort in town, Ski Co., after years of an arrangement beneficial to consumers in which it jointly sold an “All Aspen” ski-lift ticket together with its fringe competitor, Highlands, decided to terminate its arrangement, refusing to sell to Highlands even at its regular retail price.

103. En relación con el primer supuesto, que es el que resulta aplicable en el presente caso, a manera de ejemplo, se puede citar la decisión de la Corte Suprema de Estados Unidos que declaró ilegal la negativa del diario *Lorain Journal* a publicar avisos de aquellos clientes que también hubiesen contratado avisos con una empresa radioemisora local.⁶³
104. Al analizar el caso, la Corte Suprema consideró que el *Lorain Journal* (publicado en la ciudad de Lorain, Estado de Ohio) gozaba de posición de dominio en el mercado de publicidad al cubrir el 99% de familias de la localidad. En 1948, la instalación de una estación de radio, WEOL, incrementó la competencia en el mercado de avisos publicitarios. En respuesta, el referido diario condicionó la colocación de avisos en sus publicaciones a que los anunciantes no contrataran los espacios publicitarios ofrecidos por WEOL. La Corte Suprema concluyó que dicha conducta resultaba contraria a la normativa de libre competencia, pues interpretó que la negativa era un medio para mantener su monopolio en el mercado de medios publicitarios en la ciudad de Lorain.
105. Asimismo, cabe citar la decisión de la Corte Distrital de Delaware mediante la cual se declaró ilegal la política de Dentsply International Inc. (en adelante, Dentsply), empresa que contaba con una participación en el mercado de producción de dientes artificiales superior al 70%, consistente en la negativa a sostener relaciones comerciales con los distribuidores de dichos productos en

Finally, in the exemplary essential facility case, Otter Tail, the transmission grid owner refused to wheel electricity through its monopolized service area to an independent municipal power company, abusing its position as sole transmission provider.

THE AMERICAN ANTITRUST INSTITUTE. *Before the US Antitrust Modernization Commission Comments of the American Antitrust Institute Working Group on Exclusionary Conduct*. Consulta: 19 de julio de 2011. Ver: http://govinfo.library.unt.edu/amc/public_studies_fr28902/exclus_conduct_pdf/050715_AAI-Exclus_Conduct_rev.pdf.

Asimismo, KOLASKY ha señalado lo siguiente:

"MR KOLASKY: (...) Yo he titulado mi discurso negativa a contratar con un rival, porque yo deseo distinguir muy claramente entre negativas a contratar con competidores respecto a negativa a contratar con clientes

Negativa a contratar con consumidores, pienso que involucra temas de competencia muy diferentes. Los efectos exclusorios son más probables al ser directos e inmediatos, y hay una larga línea de casos que va desde Lorain Journal hasta Dentsply que tiene que ver con la negativa a contratar con clientes.

Traducido del siguiente texto:

"MR KOLASKY: (...) I've titled my talk refusal to deal with rival, because I want to distinguish very clearly between refusal to deal with competitors as opposed to refusal to deal with customers.

Refusal to deal with consumers, I think involve very different competitive concerns. The exclusionary effects are more likely to be direct and immediate, and there's a long line of cases running from Lorain Journal to Dentsply that deal with refusal to deal with customers".

Departamento de Justicia y Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos de América. *Sección 2 del Acta de Sherman. Panel de Negativa a Contratar*. Julio de 2006, pág. 8. Consulta: 19 de julio de 2011. Ver: <http://www.ftc.gov/os/sectiontwohearings/docs/60718FTC.pdf>.

⁶³ *Lorain Journal Co. vs. U.S.* 342 U.S., 143 (1951).

Estados Unidos que también comercializaban los dientes artificiales de sus competidores.

106. En el referido caso, la Corte Distrital de Delaware decidió que la conducta de Dentsplay constituía una conducta anticompetitiva que tenía por finalidad evitar el ingreso de otros productores de dientes artificiales en el mercado estadounidense, ello en vista de (i) el alto porcentaje de participación que tenía Dentsplay en el mercado de producción de dientes artificiales; (ii) que el acceso a la red de distribuidores era esencial para poder comercializar dientes artificiales en el mercado estadounidense debido a la importancia de los servicios que ofrecían los distribuidores a los laboratorios dentales, quienes constituían los principales consumidores de los dientes artificiales; y (iii) que la negativa de Dentsplay de vender sus productos a aquellos distribuidores que mantenían relaciones comerciales con sus competidores se realizó inmediatamente después de que dos nuevos competidores intentaron ingresar al mercado estadounidense⁶⁴.

IV.2.2. Otras conductas de efecto equivalente

107. El literal k) del artículo 11.1 y el artículo 12.2 del Decreto Legislativo 1034 establecen que una modalidad de prácticas colusorias verticales es cualquier otra conducta que tenga el efecto de restringir, impedir o falsear la libre competencia y que busque la obtención de beneficios por razones distintas a una mayor eficiencia económica.
108. Entre tales conductas se encuentran las prácticas colusorias verticales en la modalidad de boicot consistente en la reducción o el retiro verticalmente coordinado de beneficios comúnmente otorgados (por ejemplo, descuentos por volumen o pronto pago) a los clientes que mantengan relaciones comerciales con un competidor de al menos una de las empresas involucradas.
109. Los beneficios sobre los cuales se ejecutaría la conducta pueden ser compensaciones que se otorgan por determinadas circunstancias, tales como descuentos (por volumen o pronto pago), crédito, bonificaciones por cumplimiento de metas u otros.
110. Los beneficios otorgados por al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical pueden conceder ventajas a los clientes que acceden a ellos, y se intensificarán si constituyen elementos importantes o indispensables para operar en el mercado. Los beneficios pueden ser utilizados para incentivar la demanda, reducir el precio o mejorar la calidad. Su aplicación puede ser beneficiosa para los consumidores, sobre todo si dichos beneficios se aplican sobre una parte importante del mercado. Por otro lado, los beneficios otorgados pueden conceder ventajas limitadas.
111. Al respecto, cuando los beneficios otorgados concedan ventajas significativas, el efecto generado por su reducción o retiro verticalmente coordinado puede ser también significativo y hacer menos atractivo mantener relaciones con un competidor de al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria

⁶⁴ U.S. vs. Dentsply International, Inc. (2006). Ver: <http://www.justice.gov/atr/cases/f218200/218215.htm>.

vertical. Así, mientras mayor sea el efecto de la reducción o el retiro de beneficios mayor será el incentivo de continuar con la provisión de al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical y mayor la probabilidad de exclusión de sus competidores reales o potenciales.

112. En efecto, la reducción o el retiro de beneficios podría generar incentivos importantes para que los clientes no mantengan relaciones comerciales con el competidor de al menos una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical, por el perjuicio significativo que podría provocar; y, en consecuencia, podría colocar a dicho competidor en una situación desventajosa, al no poder proveer sus bienes o servicios en condiciones competitivas⁶⁵.

IV.3. Criterio de análisis de las conductas investigadas

113. De conformidad con lo dispuesto por el Decreto Legislativo 1034, para que una conducta pueda ser calificada como una práctica colusoria vertical se debe evaluar lo siguiente:

- (i) La existencia de la conducta, en el presente caso, un acuerdo vertical para negarse a satisfacer las demandas de compra de los productos de Unacem y para retirar ciertos beneficios comúnmente otorgados, contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”.
- (ii) La existencia de posición de dominio de alguno de los agentes involucrados.
- (iii) La existencia de efectos anticompetitivos.
- (iv) La existencia de justificaciones de su implementación.
- (v) El balance de los efectos pro y anticompetitivos.

114. Cabe señalar que, en el presente caso, se puede identificar que la presunta afectación a la competencia se habría producido en el nivel de distribución y comercialización de cemento. Ciertamente, la negativa de venta y el retiro de beneficios realizados por Unacem y sus distribuidores, A. Berio, La Viga y Macisa, contra aquellas ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” podría haber tenido el efecto de excluir del mercado a Cemex, toda vez que los clientes de ésta podrían haber preferido mantener la comercialización de los

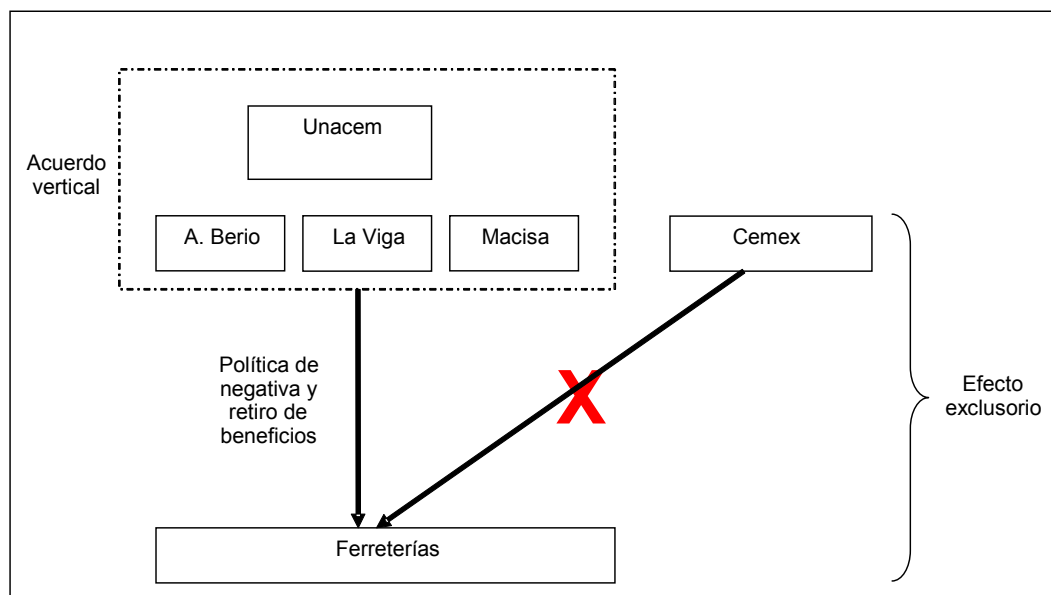
⁶⁵ Al respecto, la Comisión Europea ha señalado, sobre el caso particular de beneficios consistentes en descuentos condicionados a no adquirir productos de competidores, que:

“37. (...) cuando es una empresa dominante la que concede estos descuentos también pueden tener efectos reales o potenciales de cierre del mercado similares a los de las obligaciones de compra exclusiva. Los descuentos condicionales pueden producir los mismos efectos sin entrañar necesariamente un sacrificio para la empresa dominante.

40. (...) los descuentos retroactivos pueden cerrar considerablemente el mercado ya que pueden hacer que sea menos interesante para los clientes cambiarse a un proveedor alternativo cuando se trata de pequeñas cantidades de demanda, si esto supone perder los descuentos retroactivos(...) en opinión de la Comisión, para evaluar el efecto de fidelización de un descuento lo pertinente no es simplemente el efecto sobre la competencia por suministrar la última unidad individual, sino el efecto de cierre que produce el sistema de descuento sobre los competidores (reales o potenciales) del proveedor dominante.”

productos de Unacem, por tratarse del agente dominante en el mercado relevante, reduciéndose de esta manera la posibilidad de que los productos de Cemex fueran adquiridos por los consumidores finales. Esta situación se describe en el siguiente esquema.

Gráfico 1
Presunto efecto exclusorio de las prácticas colusorias verticales investigadas



Elaboración: Secretaría Técnica

IV.3.1 Análisis de la existencia de las conductas

115. En lo que se refiere al primer criterio, se deberá verificar si la conducta fue realizada entre agentes independientes que se encontraban en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización de un bien o servicio. Para ello, se deberá analizar, en primer lugar, si las empresas que presuntamente realizaron las prácticas colusorias verticales formaron parte de un mismo grupo económico. De tratarse de empresas pertenecientes a un mismo grupo económico, no será posible la configuración de una práctica colusoria vertical⁶⁶.
116. En segundo lugar, la autoridad de competencia deberá analizar la existencia del acuerdo entre las empresas que realizaron las presuntas prácticas colusorias verticales. En el presente caso, se deberá evaluar la actuación coordinada verticalmente entre las empresas investigadas para implementar y mantener la negativa concertada e injustificada a satisfacer las demandas de compra de los

⁶⁶ Para determinar la existencia de un grupo económico se debe considerar lo dispuesto por las Normas Especiales sobre Vinculación y Grupo Económico, aprobadas mediante Resolución SBS 445-2000 de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Regulación que resulta aplicable supletoriamente debido a que no existe una norma de aplicación general sobre esta materia.

productos de Unacem y el retiro de ciertos beneficios comúnmente otorgados, contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”.

IV.3.2. Análisis de la existencia de posición de dominio

117. El segundo criterio está referido a la evaluación de la existencia de posición de dominio de, por lo menos, uno de los agentes que realiza la práctica colusoria vertical. Ello, considerando que sólo serán de preocupación aquellas conductas que presenten riesgos de tener un impacto nocivo sobre la competencia⁶⁷. En ese sentido, la Comisión Europea ha señalado lo siguiente:

El pensamiento económico actual hace hincapié en la importancia de la estructura del mercado a la hora de determinar el impacto de las restricciones verticales sobre la competencia. Cuanto más agresiva sea la competencia entre diversas marcas, habrá más posibilidades de que los efectos positivos de las restricciones verticales sobre la competencia y la eficiencia superen a los efectos anticompetitivos. Ocurrirá a la inversa cuando la competencia entre diversas marcas sea exigua y existan importantes barreras de acceso⁶⁸.

[Énfasis agregado]

118. En particular, la misma autoridad ha señalado lo siguiente:

“En la mayoría de las restricciones verticales sólo pueden surgir problemas si la competencia intermarca es insuficiente, es decir, si existe un cierto grado de poder de mercado por parte del proveedor o el comprador, o de ambos.

(...)

En la mayoría de las restricciones verticales, sólo surgen problemas de competencia si existe una competencia insuficiente en uno o más niveles del comercio, por ejemplo, si existe algún grado de poder de mercado a nivel del proveedor, del comprador, o de ambos⁶⁹.

[Énfasis agregado]

IV.3.3. Análisis de la existencia de efectos anticompetitivos

119. El tercer criterio está referido a la evaluación de la existencia de efectos anticompetitivos de las presuntas prácticas colusorias verticales. Es decir, a la

⁶⁷ La razón es muy sencilla y es que, si no contara alguna de las partes con posición de dominio, sin importar la “actuación indebida” en la que pudiera haber incurrido, la conducta no tendría la capacidad para afectar ni el proceso competitivo ni el bienestar de los consumidores.

Considerando que la posición de dominio de un agente no puede evaluarse en abstracto sino que debe analizarse en relación con un mercado específico, para determinar la existencia de posición de dominio, es necesario definir previamente el mercado relevante en el que el presunto infractor gozaría de dicha posición.

⁶⁸ COMISIÓN EUROPEA *Libro Verde sobre las Restricciones Verticales en la Política de Competencia Comunitaria - COM (96) 721*, 1997, pág. 30. Ver: http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com96_721_es.pdf.

⁶⁹ COMISIÓN EUROPEA. Comunicaciones procedentes de las instituciones, órganos y organismos de la Unión Europea. *Directrices relativas a las restricciones verticales (Texto pertinente a efectos del EEE 2010/C 130/01)*, 2010, pág. 4 y 7. Ver: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:130:0001:0046:ES:PDF>.

generación –real o potencial– de efectos exclusorios respecto de los competidores de, por lo menos, una de las empresas que realiza la conducta, con la consecuente afectación al funcionamiento eficiente del proceso competitivo y el bienestar de los consumidores⁷⁰.

120. Cabe resaltar que los efectos de exclusión de competidores no se producen en virtud de conductas competitivas consistentes en el ofrecimiento de menores precios, mejor calidad o mayor variedad de bienes o servicios; sino como consecuencia de conductas reñidas con la eficiencia económica, que tienen por efecto afectar la capacidad de competir de los rivales actuales o potenciales, en virtud del poder de mercado que ostenta una de las empresas que realiza la práctica colusoria vertical.⁷¹

IV.3.4. Análisis de las justificaciones

121. En lo que se refiere al cuarto criterio, la autoridad de competencia analizará las justificaciones de la implementación de la conducta planteadas por las empresas investigadas, considerando que el juicio que debe primar es el de la eficiencia económica⁷².
122. A través de la rivalidad entre competidores por obtener la aceptación de los consumidores, las empresas tienen incentivos para comportarse eficientemente, lo que a su vez repercute en el bienestar de la sociedad en su conjunto y en los consumidores en particular. Así, la eficiencia económica resulta ser una medida

⁷⁰ Ver: Resolución 052-2007-INDECOPI/CLC del 14 de setiembre de 2007, emitida en el Expediente 003-2005/CLC, correspondiente al procedimiento iniciado por Asociación de Agencias de Turismo del Cusco contra Consorcio de Servicios de Transporte Turístico Machupicchu-Consettur Machupicchu S.A.C., por presunto abuso de posición de dominio, la cual fue confirmada por la Sala de Defensa de la Competencia 1 mediante Resolución 0027-2008-INDECOPI/SC1-INDECOPI del 16 de octubre de 2008. Asimismo, la Resolución 005-2008-INDECOPI/CLC del 22 de febrero de 2008, emitida en el Expediente 003-2003/CLC, correspondiente al procedimiento iniciado por Group Multipurpose S.R.L. y Dispra E.I.R.L. contra Quimpac S.A. y Clorox Perú S.A., por prácticas restrictivas de la competencia.

⁷¹ Al respecto, las Directrices relativas a las restricciones verticales de la Comisión Europea establecen lo siguiente:

“La evaluación de si un acuerdo vertical tiene el efecto de restringir la competencia se hará comparando la situación actual o la futura situación probable en el mercado de referencia con restricciones verticales, con la situación que prevalecería a falta de restricciones verticales en el acuerdo. En la evaluación de casos individuales, la Comisión tendrá en cuenta, según el caso, tanto efectos reales como probables. Para que los acuerdos verticales se consideren restrictivos de la competencia por efecto deben afectar a la competencia efectiva o potencial de manera tal que sea de esperar que en el mercado de referencia tengan efectos negativos sobre los precios, la producción, la innovación o la variedad o calidad de los bienes y servicios. Estos efectos negativos probables sobre la competencia deben ser apreciables. Los efectos anticompetitivos apreciables son probables cuando al menos una de las partes tiene u obtiene cierto grado de poder de mercado y el acuerdo contribuye a la creación, mantenimiento o fortalecimiento de dicho poder de mercado o permite a las partes valerse del mismo.” (...).

COMUNIDAD EUROPEA. *Comunicación de la Comisión* 2010/C 130/01. *Directrices relativas a las restricciones verticales*, 2010, pág. 21. Ver: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:130:0001:0046:ES:PDF>.

⁷² La eficiencia económica puede ser definida a través de tres componentes: eficiencia productiva, eficiencia innovativa y eficiencia asignativa. La eficiencia productiva está referida a la forma más efectiva de utilizar los recursos y la tecnología para producir y se traduce en menores costos de producción. La eficiencia innovativa está referida a la utilización de la investigación y el desarrollo para la introducción de nuevos o mejores productos. La eficiencia asignativa está referida a una eficiente asignación de recursos y bienes entre los compradores que los valoran más y se traduce en precios cercanos a los costos de producción.

de qué tan bien las industrias desarrollan sus actividades económicas en interés de la sociedad⁷³.

123. Al respecto, la American Bar Association (ABA) ha señalado lo siguiente:

“Una justificación comercial no será aceptada cuando es un pretexto. El hecho de que la conducta cuestionada esté diseñada para mejorar la rentabilidad tampoco es por sí misma una suficiente justificación comercial. En cambio, ‘una justificación comercial es válida si se relaciona directa o indirectamente con la mejora del bienestar del consumidor’. Justificaciones que han sido aceptadas incluyen la prevención del parasitismo, la reducción o evasión de costos y la provisión de productos superiores para los consumidores”⁷⁴.

124. Respecto de la negativa de trato, se suele considerar como “justificaciones objetivas” o “justificaciones comerciales válidas”, razones técnicas o económicas como la calidad de los productos, la limitación técnica de la producción, el incumplimiento en el pago, la violación de derechos de propiedad intelectual, entre otras⁷⁵.

125. Por otro lado, respecto a la reducción o el retiro de beneficios, tales como, descuentos (por volumen o pronto pago) o bonos por cumplimiento de metas, entre otros; si dicha medida se sustenta en el incumplimiento de las condiciones previamente establecidas para otorgarlos, podría ser considerada justificada y, por lo tanto, lícita⁷⁶.

IV.3.5. Análisis del balance de los efectos pro y anticompetitivos

126. Por último, las restricciones verticales podrían representar, por un lado, ganancias en eficiencia⁷⁷ y, por otro, perjuicios para el proceso competitivo⁷⁸. En

⁷³ Viscusi W. Kip, John M. Vernon y Joseph E. Harrington, Jr. *Economics of Regulation and Antitrust*. Second Edition. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts. London, England. 1995. Pág. 73.

⁷⁴ Traducción libre de: “A business justification will not be accepted where it is pretextual. Nor is the fact that the challenged conduct is designed to enhance profitability in itself a sufficient business justification. Instead, “a business justification is valid if it relates directly or indirectly to the enhancement of consumer welfare”. Justifications that have been accepted include the prevention of free riding, reducing or avoiding costs, and providing superior products to customers”. AMERICAN BAR ASSOCIATION. Section of Antitrust Law. Antitrust law development, 6th ed., 2007, volumen 1, Chicago, Estados Unidos de América., pág. 301.

⁷⁵ Así, por ejemplo, si la empresa “A” se niega a vender el producto “x” a la empresa “B” debido a que atender sus demandas implica mayores costos (supongamos, costos de transporte) la negativa será lícita. Del mismo modo, si la empresa “A” se niega a vender el producto “x” a la empresa “B” debido a que ya tiene su producción comprometida con la empresa “C”, esta podría ser también una justificación válida.

⁷⁶ En ese caso, por ejemplo, si la empresa “A” no otorga los beneficios del mes a la empresa “B” debido a que ésta no cumplió con la meta de venta establecida del mes, el no otorgamiento de beneficios será válido. Del mismo modo, si la empresa “A” no otorga los beneficios a la empresa “B” debido a que ésta no cumplió con adquirir los productos en la fecha de descuento establecida, el no otorgamiento de beneficios será válido.

⁷⁷ A través de la reducción de costos de transacción, el desarrollo de economías de escala, la corrección de fallas de mercado y del comportamiento oportunista de otros agentes, entre otros.

⁷⁸ Exclusión de competidores actuales o elevación de barreras a la entrada.

ese sentido, el Decreto Legislativo 1034 establece que las prácticas colusorias verticales constituyen prohibiciones relativas.

127. Por lo tanto, el análisis de las prácticas colusorias verticales requiere que la autoridad de competencia evalúe los efectos anticompetitivos de las conductas y las justificaciones en términos de eficiencia planteadas por las empresas investigadas, para determinar si podrían generar beneficios que superen los perjuicios sobre la competencia, es decir, para identificar el efecto neto de dicha conducta.
128. Finalmente, acerca de la carga de la prueba de las justificaciones y los efectos positivos de la conducta investigada, cabe precisar que si bien la probanza de la existencia de la conducta y de sus efectos nocivos recae sobre la autoridad de competencia, corresponde a los agentes económicos investigados identificar y acreditar las justificaciones y los efectos positivos (actuales o potenciales) de su conducta, con el objeto de demostrar que el efecto neto es positivo y, por ende, que no se ha configurado una infracción⁷⁹.

V. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y POLÍTICA DE BENEFICIOS DE UNACEM

129. De acuerdo al análisis realizado por la Secretaría Técnica⁸⁰ en relación al sistema de distribución (canales de distribución, clientes y actividades de distribución); la política de beneficios; y los principales distribuidores de Unacem (La Vega, A. Berio y Macisa), es posible concluir lo siguiente:
 - (i) Unacem produce los siguientes cementos: i) Cemento Portland Tipo I (Cemento “Sol”), ii) Cemento Portland Tipo I BA (bajo contenido de álcalis), iii) Cemento Portland Puzolánico Tipo IP (Supercemento “Atlas”), iv) Cemento Portland Tipo II BA (bajo contenido de álcalis), v) Cemento

⁷⁹ Sobre el particular, el Tribunal del Distrito de Columbia estableció, en el marco del proceso de Estados Unidos contra Microsoft, las siguientes reglas que deben guiar la posible sanción de un abuso de posición de dominio:

“Para que un acto de un monopolista sea condenado como excluyente, debe perjudicar el proceso competitivo y, por ende, afectar negativamente a los consumidores. En contraste, no es suficiente un daño a uno o más competidores.

El demandante debe demostrar que la conducta del monopolista, de hecho, tiene el efecto anticompetitivo requerido.

Tercero, si el demandante logra establecer con éxito que su caso está fundamentado con evidencia suficiente de conformidad con la Sección 2, demostrando el efecto anticompetitivo, entonces el monopolista podrá presentar una justificación pro-competitiva de su conducta. Si el monopolista hace valer la justificación pro-competitiva –una aseveración, que no sea un pretexto, de que su conducta es de hecho una forma de competencia con base en su fundamento porque implica, por ejemplo, una mayor eficiencia o un mayor atractivo para el consumidor– entonces la carga regresa al demandante que debe refutar dicha pretensión.

Cuarto, si no se refuta la justificación pro-competitiva del monopolista, entonces el demandante debe demostrar que el perjuicio anticompetitivo de la conducta tiene un mayor peso que el beneficio pro-competitivo”

GELLHORN, Ernest, William KOVACIC y Stephen CALKINS. Derecho y Economía de la Competencia, Washington, USAID, 2004, págs. 150-151.

Como se puede apreciar, el estándar establecido en Estados Unidos supone la necesidad de acreditar que la conducta de abuso de posición de dominio tuvo efectos negativos en la competencia; lo que se logra en el procedimiento a través de la distribución de la carga de la prueba entre el denunciante y el denunciado.

⁸⁰ Ver Anexo 1 del Informe Técnico.

Portland Tipo V BA (bajo contenido de álcalis)⁸¹, siendo el cemento de mayor producción el Tipo I, que representa más del 90%, seguido por el Tipo IP, que representa aproximadamente el 5%.

- (ii) Por otro lado, Unacem abastece principalmente a la Región Lima que representó entre el 81,05% y 95,4% del total de ventas locales durante 2006 - 2010, seguida por la Región Ica, que representó entre el 2,3% y 10,8%, la Región Ancash, que representó entre el 0,2% y 4,9%, y la Región Ayacucho, que representó entre el 0,3% y 1,9%.
- (iii) La comercialización de cemento de Unacem se realiza a través de dos unidades de negocio: i) la unidad de negocio bolsa (canal ferretero), que es la venta de cemento en bolsa y representa el 75% de las ventas totales, y ii) la unidad de negocio granel (canal industrial), que es la venta de cemento a granel y representa el 25% restante⁸². Por otra parte, Unacem tiene como clientes a los distribuidores, el sector público, las concreteras, los industriales, los retailers, etc., siendo los más importantes los clientes distribuidores La Viga, A. Berio y Macisa que abastecen principalmente a las Regiones Lima y Callao.
- (iv) Unacem posee las siguientes categorías de clientes: i) los clientes particulares; ii) los clientes distribuidores; y iii) otros clientes (concreteras, colaboradores (trabajadores), sector público y retailers). Por otro lado, Unacem tiene una política de beneficios que comprende el beneficio de descuento; el beneficio de flete; el beneficio del bono por cumplimiento de metas; y el beneficio del crédito.

VI. ANÁLISIS

VI.1. Existencia de las conductas

- 130. De conformidad con lo dispuesto por las Normas Especiales sobre Vinculación y Grupo Económico, aprobadas mediante Resolución SBS 445-2000 de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP⁸³ y, considerando los productos que comercializan, los servicios que brindan y su conformación accionarial y de gestión; se puede afirmar que Unacem no ejerce control (directo o indirecto) sobre La Viga, A. Berio y Macisa; y, en consecuencia, dichas empresas no forman parte de un mismo grupo económico.
- 131. En ese sentido, tratándose de empresas independientes ubicadas en distintos planos de la cadena de producción y distribución de cementos, se concluye que es posible la configuración de prácticas colusorias verticales entre ellas⁸⁴.

⁸¹ Ver: <http://www.cementoslima.com.pe/article.aspx?cod=2&cat=4>.

⁸² Memoria 2008 de Unacem, pág. 9 y 10.

⁸³ Regulación que resulta aplicable supletoriamente debido a que no existe una norma de aplicación general sobre esta materia.

⁸⁴ Para mayor detalle, ver la Sección VI.1.1 del Informe Técnico.

132. En lo que se refiere a la existencia de las conductas, durante las visitas inspectivas realizadas el 7 de enero de 2009 por la Secretaría Técnica, las partes investigadas entregaron sendos medios probatorios que demuestran la existencia, implementación y mantenimiento, y ejecución de la política⁸⁵:

VI.1.1. Existencia de una política

133. En el documento electrónico denominado “Propuesta de Marketing”, donde aparecen como firmantes las siguientes personas: el señor Jorge Trelles Sánchez, Gerente Administrativo de Unacem (en adelante, Gerente Administrativo de Unacem); el señor Julio Ramírez Bardales, Gerente Legal de Unacem (en adelante, Gerente Legal de Unacem); el señor Álvaro Morales Puppó, Gerente Financiero de Unacem (en adelante, Gerente Financiero de Unacem); el señor Carlos Ugás Delgado, Director y Gerente General de Unacem (en adelante, Gerente General de Unacem); y, el señor Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani, Gerente de Marketing de Unacem (en adelante, Gerente de Marketing de Unacem), se señala lo siguiente:

“(…)

2.1 Relación con Clientes

Durante mediados del año 2007 la compañía decidió implementar una política de defensa ante el ingreso del competidor Cemex con varias acciones entre ellas, penalizar a los clientes Mayoristas y Sub-Distribuidores que decidieron vender la marca Quisqueya en sus locales. Muchos clientes fueron sancionados, a unos se les dejó de atender y se generó mucho resentimiento en ellos. Peor aún, no todos dejaron de trabajar con Cemex, lo siguen haciendo a espaldas de Cementos Lima utilizando depósitos y razones sociales diferentes para evitar las penalizaciones.

Si bien es cierto que tácticamente funcionó (dado que limitó el crecimiento de Quisqueya y además hizo que la marca no tenga presencia ni visibilidad en los principales clientes), debemos reconocer que esta medida ha generado confusión y fastidio en muchos otros (...).

III. Propuesta Comercial

Implementar un nuevo modelo de negocios de Sub. Distribuidores llamado PROGRAMA DE RELACIONES SOL (PROGRE-SOL) en el cual:

- *Se tendrán como sub-distribuidores exclusivos al menos a los principales 25 clientes de cada zona (125 en total).*
- *Se eliminarán temporalmente las Ofertas del Mes.*
- ***Se eliminarán los castigos y penalidades a los clientes. (...)***

“(…)”.

[Énfasis agregado]

⁸⁵ Para mayor detalle del análisis de estos medios probatorios, ver la Sección VI.1.2 del Informe Técnico.

134. En el documento electrónico denominado “Informe de la Zona Norte Agosto 2007”, que se encontraba adjunto al correo remitido por el señor Jaime Fernando Bendayán Miguel, Supervisor de Ventas de Unacem (en adelante, Supervisor de Ventas 1 de Unacem) al señor Raúl Pinto Ruiz, Jefe del Departamento de Ventas de Unacem (en adelante, Jefe del Departamento de Ventas de Unacem); al señor Javier Nikaido Hokama, Ejecutivo de Ventas de Unacem (en adelante, Ejecutivo de Ventas de Unacem); y, en copia, al señor Alberto Ballesteros Peña, Supervisor de Ventas de Unacem (en adelante, Supervisor de Ventas 2 de Unacem); al señor Fernando Godoy Castañeda, Supervisor de Ventas de Unacem (en adelante, Supervisor de Ventas 3 de Unacem); y, a la señora Ada Mendoza Yapó de Rueda, Asistente del Departamento de Ventas de Unacem (en adelante, Asistente del Departamento de Ventas de Unacem), del **14 de setiembre de 2007**⁸⁶, se señala lo siguiente:

“En esta zona, los principales clientes: Jorge Cahuascanco, Distrib. Milenium y Herco – L&M han dejado de ser atendidos por continuar con la comercialización de quisqueya.

Los demás clientes que compraron una vez este producto para probar han sido visitados por nuestro gerente administrativo, personal de gerencia del distribuidor y el Supervisor de zona a quienes nos han manifestado que continuaran comercializando nuestros productos aceptando nuestras condiciones. (...)

Durante este mes se ha estado visitando a los clientes que tenían quisqueya y se les informó de las medidas adoptadas por Cementos Lima respecto a la comercialización de nuestros productos, la mayoría de ellos han aceptado estando a la espera de poder notar las mejoras que gradualmente les estamos brindando (...).”

[Énfasis agregado]

135. En el documento electrónico denominado “Informe de la Zona Norte Setiembre 2007”, elaborado por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **mes de setiembre de 2007**⁸⁷, se señala lo siguiente:

“(…)

Durante este mes nuestros clientes han comenzado a recibir con mayor frecuencia y cantidad el producto de la competencia principalmente por el tema del precio y del margen que les deja su comercialización. Aparte de las condiciones de “consignación” ó mayor cantidad de días de crédito.

Nuestros clientes reclaman poder comercializar libremente todas las marcas de cemento y que sea el mercado el que decida la preferencia.

Los que decidieron por la competencia manifiestan que con la medida impuesta por Cementos Lima, ellos dejan de comercializar un gran porcentaje de ventas de nuestros productos.

(…).”

⁸⁶ Documento citado en el considerando 115 de la Resolución Admisoria.

⁸⁷ Documento citado en el numeral 14 del Anexo de la Resolución Admisoria.

[Énfasis agregado]

136. En el documento electrónico denominado “Informe de la Zona Norte Enero 2008”, que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem; al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem; y, en copia, al Ejecutivo de Ventas de Unacem; a la señora Patricia Cuadra Bustios, Secretaria de la Gerencia de Operaciones de Unacem; a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y, al Asistente del Departamento de Ventas de Unacem, del **13 de febrero de 2008**⁸⁸, se señala lo siguiente:

“(…)

La medida de suspender totalmente la venta de nuestros productos a las ferreterías que comercializan quisqueya ha causado gran malestar en los clientes ya que manifiestan que el mercado es libre y ellos pueden vender en sus locales lo que ellos crean conveniente (...).

[Énfasis agregado]

137. En el documento electrónico denominado “Informe de la Zona Sur - Ica”, que se encontraba adjunto al correo remitido por el señor Julio Rodríguez Palacín, Supervisor de Trade Marketing de Unacem (en adelante, Supervisor de Trade Marketing de Unacem) al Gerente Administrativo y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **28 de enero de 2008**⁸⁹, se señala lo siguiente:

“Informe de Supervisión en la Zona Sur - Ica

Competencia:

Se ha notado la presencia de vendedores y asesores comercial de la distribuidora principal de Lima de cemento Quisqueya, visitando a los principales clientes de la zona Sur (Chincha, Pisco e Ica), incluso llegaron a la oficina de la distribuidora Julio Mendez (siendo atendida de manera breve por su secretaria, dejó solo su tarjeta).

(…)

Desde el día viernes a domingo se ha notado la presencia de 5 camiones en la zona desde Chincha hasta Ica, siendo el destino: (siendo su presencia al atardecer y noche), 2 camiones para los depósitos de Chincha (adjuntamos las fotos de uno de los camiones)

2 camiones para el depósito de Pisco

1 camión para el depósito de Ica

Clientes:

(…)

- Ferretería Milagritos (...)

CLIENTE: Uberlinda Vicente de Chuquipuma.

Se converso sobre su comercialización del producto Quisqueya, nos manifestó que lo dejaron sin costo y que por su parte se ha comprometido en vender las 200 bolsas que le han dejado, y que al terminar, solo venderá nuestro producto. Es el único cliente que tiene Quisqueya y lo vende en sus

⁸⁸ Documento citado en el considerando 108 de la Resolución Admisoria.

⁸⁹ Documento citado en el numeral 24 del Anexo de la Resolución Admisoria.

2 puntos de venta (Jr. Sucre 690 y Jr. Huancayo 586 Imperial Cañete). – Nos ha manifestado que le compra nuestro producto a la Viga.

- Inversiones Coral

Dirección: Mz.a lote 2 Asociación Manuel Santa Ana Chiri- Ica

CLIENTE: Cornejo Alvites Liliana Evelyn.

Se converso sobre su comercialización del producto Quisqueya, nos manifestó que su negocio busca la variedad de productos y si ahora hay un nueva marca de cemento siendo más barato y rentable, su decisión es seguir comercializando Quisqueya.

Se conversó con el Sr Juan José Méndez de la ferretería J J, quien le abastece de nuestro cemento, sobre la posición de su cliente y de los efectos de su decisión”.

[Énfasis agregado]

138. En el documento electrónico denominado “Informe de Zona Este Febrero 2008”, que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Ventas 2 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem; al Jefe del Departamento de Ventas; al Gerente de Marketing de Unacem; y, en copia, a los Supervisores de Ventas 1 y 3 de Unacem, del **14 de marzo de 2008**⁹⁰, se señala lo siguiente:

*“La tendencia del mercado actualmente es la de querer comercializar libremente diferente marcas de Cemento (Sol Andino y Quisqueya). **De la misma forma los comerciantes demuestran su malestar sobre las sanciones y suspensiones a los que no comercializan exclusivamente nuestro cemento”.***

[Énfasis agregado]

139. En virtud de lo expuesto, se evidencia que, a partir de mediados de 2007, se implementó una política para enfrentar el ingreso de Cemex al mercado, consistente en la imposición de sanciones contra las ferreterías que comercializaran cemento “Quisqueya”, lo que generó una limitación de su crecimiento y el posicionamiento de su marca. Asimismo, los reportes realizados por los funcionarios de Unacem sobre las zonas de distribución, norte, sur y este, a través de los informes sectoriales analizados, acreditan la existencia de dicha política.

VI.1.2. Implementación y mantenimiento de la política

140. En el correo electrónico remitido por el Ejecutivo de Ventas de Unacem al señor Diego de la Piedra Minetti, Gerente General de La Viga (en adelante, Gerente General de La Viga); al señor Carlos Marsano Soto, Director de La Viga (en adelante, Director de La Viga); al señor Luis Huancahuari Laguna, Gerente Administrativo de A. Berio (en adelante, Gerente Administrativo de A. Berio); a la señora Nelly Huancahuari Cabrera, Secretaria de A. Berio; al señor José Antonio Rey Recavarren, Gerente General de Macisa (en adelante, Gerente General de Macisa); a la señora Rosemary Rondón Barriga, Jefe de Ventas de Macisa (en

⁹⁰ Documento citado en el considerando 125 de la Resolución Admisoria.

adelante, Jefe de Ventas de Macisa); y, en copia, al Gerente Administrativo de Unacem; al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem; y, a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem, del **6 de agosto de 2007**⁹¹, se señala lo siguiente:

“Asunto: Acuerdos Reunión día 06/08.

Sirva la presente para recordarles los acuerdos tomados en nuestra reunión del día de hoy:

Envío diario de un reporte con las observaciones y ocurrencias, por parte de la fuerza de ventas de c/u de los distribuidores al supervisor de zona.

Aviso inmediato de aquellas ferreterías que comercializan quisqueya para que el supervisor de zona confirme y evidencie (...).

[Énfasis agregado]

141. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem y, en copia, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**⁹², se señala lo siguiente:

“El día lunes se impartió la instrucción a la fuerza de ventas del distribuidor de manifestar a los clientes que actualmente están comercializando quisqueya, que tienen esta semana para terminar con sus stocks, el cual se viene monitoreando día a día. De volver a reincidir se les va suspender la atención y de ser el caso el flete para sus camiones.

(...).

[Énfasis agregado]

142. En la comunicación electrónica remitida por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al señor Eduardo Mercado Céspedes, Jefe de Operaciones de La Viga (en adelante, Jefe de Operaciones de La Viga); y, en copia, al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**⁹³, se señala lo siguiente:

“Asunto: RV: Información del día martes 07-08-07.

Lalo, toda ferretería que hoy tenga Quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la última reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto. (...).

[Énfasis agregado]

⁹¹ Documento citado en el considerando 111 de la Resolución Admisoria.

⁹² Documento citado en el numeral 2 del Anexo de la Resolución Admisoria.

⁹³ Documento citado en el considerando 112 de la Resolución Admisoria.

143. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem; y, en copia, al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem; al Ejecutivo de Ventas de Unacem; y, a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **10 de agosto de 2007**⁹⁴, se señala lo siguiente:

“Se tuvo una reunión con la fuerza de ventas de A. Berio donde se tocaron los temas de (...) así también que se iniciaba la medida para dejar de atender completamente a quien mantuviese stock de Quisqueya (...).”

[Énfasis agregado]

144. En el correo remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga; y, en copia, al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **17 de agosto de 2007**⁹⁵, se señala lo siguiente:

“Lalo, cuando comenzamos la campaña contra quisqueya se quedó en que tus sectoristas enviarían información vía e-mail de todo lo que los vendedores captaban de los clientes que tenían este cemento y así ir monitoreando el mercado. Cuando le consulté a Rosa me dijo que todo estaba centralizado hacia ti. Una vez Harold envió una relación pero no ha vuelto a hacerlo y el seguimiento que se está haciendo a estos clientes es muy espontáneo. Necesito que organices mejor este tema ya que esto es algo indicado por mi gerencia. El e-mail ayudará como registro de lo realizado.

Tenemos que saber cantidades que están dejando, condiciones comerciales (si es venta al crédito o contado, consignación, etc.) precios de mercado y todo acerca del tipo de publicidad que realizan. (...).”

[Énfasis agregado]

145. En el correo remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**⁹⁶, se señala lo siguiente:

“Lalo, GG & PP es reincidente, hay que comunicarle que ya no le vamos a seguir atendiendo hasta que deje de vender ese producto.

Dep. Alejo tengo entendido que es la primera vez, así que hay que indicarle las medidas de Cementos Lima.

Lakassa ya lo tiene desde el sábado pasado, ya se esta procediendo a bloquear la entrada de sus carros a planta de acuerdo a lo dispuesto por Raúl Pinto.

Además se esta haciendo lo mismo con Prokassa, Diego, Cahuascanco y Dimza (...).”

⁹⁴ Documento citado en el considerando 113 de la Resolución Admisoria.

⁹⁵ Documento citado en el numeral 7 del Anexo de la Resolución Admisoria.

⁹⁶ Documento citado en el considerando 117 de la Resolución Admisoria.

[Énfasis agregado]

146. En la comunicación electrónica remitida por el cliente “Dep. San Juan L.” al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **22 de agosto de 2007**⁹⁷, se señala lo siguiente:

“Asunto: Relación de Carros.

Te envío la relación de los camiones que me pediste, las carretas en algunos casos las cambian para cargar”.

[Énfasis agregado]

La referida comunicación fue reenviada por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas; al Ejecutivo de Ventas; a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y, en copia, al Gerente Administrativo de Unacem, el **22 de agosto de 2007**⁹⁸, indicando lo siguiente:

“ Asunto: RV: Relación de Carros.

Raúl, estos son los camiones de los ferreteros que tienen Quisqueya el vendedor de La Viga manifestó ayer por la tarde que Pakassa (Juan Orellana) ya tenía aprox. 70 bls. en su local. Hoy lo verifico y te confirmo. Todos los demás han recibido un trailer completo a consignación.

Te informo para los fines convenientes”.

[Énfasis agregado]

147. En el archivo electrónico denominado “Informe de la Semana 24/09/2007”, adjunto al correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem; y, en copia, al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem; al Ejecutivo de Ventas de Unacem; y, a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **24 de setiembre de 2007**⁹⁹, se señala lo siguiente:

“Al cliente Santa Patricia ubicado en Av. Tomás Marsano 4320 Surco, se le visitó con el señor Alvaro Morales Puppo (...). Al momento de la vista, este cliente tenía en su local aproximadamente unas 780 bolsas de Quisqueya. Se acordó que se iba a trabajar con Cementos Lima, y ya no con Quisqueya. Se va chequear a través de los vendedores de A. Berio el stock de Quisqueya. (...).”.

[Énfasis agregado]

148. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga; a la señora Silvia Orellana Villanueva, Asistente de Créditos y Cobranzas de La Viga; y, en copia, al Jefe del Departamento de

⁹⁷ Documento citado en el numeral 8 del Anexo de la Resolución Admisoria.

⁹⁸ Documento citado en el numeral 8 del Anexo de la Resolución Admisoria.

⁹⁹ Documento citado en el considerando 116 de la Resolución Admisoria.

Ventas de Unacem; al Ejecutivo de Ventas de Unacem; y, a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **15 de octubre de 2007**¹⁰⁰, se señala lo siguiente:

*“(...) se está procediendo a sancionar al **Ciente Prhokassa** con la suspensión del reconocimiento de flete por encontrarse comercializando quisqueya a pesar de habersele advertido. **Desde hoy no le reconocemos el flete por las compras que realice** (...)”.*

[Énfasis agregado]

En repuesta al referido correo, el Jefe de Operaciones de La Viga remitió una comunicación electrónica a los destinatarios indicados, del **15 de octubre de 2007**¹⁰¹, realizando la siguiente consulta:

“¿Y cuando hay descuentos se les reconoce?”

Ante ello, el Ejecutivo de Ventas de Unacem remitió una comunicación electrónica al Jefe de Operaciones de La Viga, con copia a los destinatarios indicados, del **16 de octubre de 2007**¹⁰², absolviendo su consulta de la siguiente manera:

*“**Menos (pareces nuevo)**. No se le reconoce ningún tipo de beneficio”.*

[Énfasis agregado]

149. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de A. Berio al Gerente Financiero de Unacem; y, en copia, al Supervisor de Ventas 3 y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **22 de octubre de 2007**¹⁰³, se señala lo siguiente:

*“Asunto: Caso: Depósito y Ferretería Nichar S.A.C.
(...)”*

Todos estos compromisos de parte de nuestra representada, tienen que verse reflejada con el compromiso del cliente DEPOSITO Y FERRETERIA NICHAR S.A.C. a quien se le pediría a no comercializar el cemento Quisqueya, ya que se tiene conocimiento que este cliente está ofreciendo a los ferreteros de la zona e inclusive está recogiendo con su propio transporte dicho cemento en el callao.

***Te informo todo ello para que se lo comuniqués al cliente tal como acordaste la semana pasada.** (...)”.*

[Énfasis agregado]

¹⁰⁰ Documento citado en el considerando 117 de la Resolución Admisoria.

¹⁰¹ Documento citado en el considerando 117 de la Resolución Admisoria.

¹⁰² Documento citado en el considerando 117 de la Resolución Admisoria.

¹⁰³ Documento citado en el considerando 119 de la Resolución Admisoria.

150. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem; y, en copia, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, al Supervisor de Ventas 3 y al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **28 de noviembre de 2007**¹⁰⁴, se señala lo siguiente:

“Esta semana en la zona sur de acuerdo a información recabada por el distribuidor A. Berio manifiesta que hay un notable desabastecimiento de quisqueya. Solo Lidia Vilca en S.J.M. (mayorista) tiene stock considerable de 500 bls. con precio al público de hasta S/. 15.80, además Bertha Arotinco 100 bls. (límite c/surco), Dincoper 50- 60 bls. (se le está levantando sanción y se le va atender), Dicopir 50 – 60 bls. (no cliente). Precio regular en la zona es de S/. 16.30 a S/16.50.

(...)

En la zona norte también hay un notable desabastecimiento de quisqueya, a los mayoristas les dan argumentos similares a los del sur, (problemas de embarque y asuntos legales de desaduanaje, como que alguien está influyendo en ello), (...).”

[Énfasis agregado]

151. En el correo electrónico remitido por el Jefe de Operaciones de La Viga al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **26 de diciembre de 2007**¹⁰⁵, se adjunta el archivo donde consta la relación de clientes que llegaron a la meta en el mes de noviembre de 2007.

En respuesta a esta comunicación electrónica, el Supervisor de Ventas 1 de Unacem remitió un correo al Jefe de Operaciones de La Viga, del **14 de enero de 2008**¹⁰⁶, indicando lo siguiente:

“Lalo, cómo vas a hacer con los clientes que no se le va a dar el bono por fidelidad. Revisa el cuadro están en rojo. Cómo será la facturación.”

152. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem, al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, al Jefe de Operaciones de La Viga y al Gerente General de La Viga; y, en copia, al Ejecutivo de Ventas de Unacem; y, a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **21 de enero de 2008**¹⁰⁷, se señala lo siguiente:

“El día Jueves 17 visité la zona de Puente Piedra, Ventanilla y Ancón y se observa un notable ingreso de cemento quisqueya en las ferreterías de estas zonas, el motivo de los que recibieron es que les están dejando de 15 a más días de crédito lo cual les es atractivo. El precio de venta está a la par que el de Sol. Reciben en S/.16.30 puesto en

¹⁰⁴ Documento citado en el numeral 17 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹⁰⁵ Documento citado en el numeral 19 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹⁰⁶ Documento citado en el numeral 19 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹⁰⁷ Documento citado en el numeral 20 del Anexo de la Resolución Admisoria.

ferretería. Pueden recoger de Ate en S/. 15.70. Venden desde S/. 16.50 hasta S/. 17.00

Uno de los que han entrado a distribuir por esta zona es el transportista Malva.

Algo por resaltar es que el vendedor de esta zona no está informando al respecto.

Para todos estos casos no les debemos reconocer el bono x volumen de ventas ya que ello está entendido que es también por fidelidad a la marca”.

[Énfasis agregado]

153. En la comunicación electrónica remitida por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem; al Jefe de Operaciones de La Viga; y, en copia, al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **29 de enero de 2008**¹⁰⁸, se señala lo siguiente:

“Asunto: RV: Clientes que llegaron a la meta Noviembre.

*Lalo, te envío la relación (en rojo) de los clientes que tenían Quisqueya y no se les va a dar el incentivo. Por ello, haces una nota de crédito de **acuerdo a lo coordinado**”.*

[Énfasis agregado]

154. En la comunicación electrónica remitida por el Gerente Administrativo de A. Berio al Gerente de Marketing de Unacem; y, en copia, al Supervisor de Ventas 3 de Unacem, del **2 de abril de 2008**¹⁰⁹, se señala lo siguiente:

“Asunto: Cliente: Sergio Ramos (Ica).

El día de hoy hemos recibido la llamada del cliente Sergio Ramos (en esta última semana varias veces) , que tiene ferreterías ubicadas en Chíncha e Ica, para que podamos atenderlos con cemento en sus locales.

Realmente no se en que situación se encuentra este cliente ya que me informaron que estaba suspendido por la venta de cemento Quisqueya. Además que este cliente no aparece en la lista que me enviaste del Sur chico, supongo que lo atiende otro distribuidor”.

[Énfasis agregado]

155. En el correo electrónico remitido por el Jefe de Operaciones de La Viga al Ejecutivo de Ventas; y, a los Supervisores de Ventas 1 y 3 de Unacem, del **7 de junio de 2008**¹¹⁰, se señala lo siguiente:

“(…) Muy buenos días, para informarte que los sub-distribuidores aun no tienen claro el precio diferenciado de 16.30, 16.50 y 16.80, en unos casos

¹⁰⁸ Documento citado en el numeral 23 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹⁰⁹ Documento citado en el numeral 31 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹¹⁰ Documento citado en el numeral 32 del Anexo de la Resolución Admisoria.

sus precios de venta (LAKASSA) quien hasta el día de ayer vendía a todos en general a S/ 16.30. En el caso de Cahuascanco su precio de venta general hasta el día de ayer sin diferenciar al consumidor final era de S/ 16.50.

El motivo de mi correo es además tratar de corregir informativamente y hasta cierto punto de exigencia para que el periodo crítico de ordenamiento sea menor.

*Tambien les informo que **la ferretería Cahuascanco sigue vendiendo cemento Quisqueya**, yo mismo escuche cuando mi vendedor sin identificarse le ofrecieron a un precio de S/ 17.00 puesto en obra, ustedes mismos lo pueden comprobar sin ir hasta su local solo llamando por teléfono y lo comprobaran (...).*

[Énfasis agregado]

La referida comunicación electrónica fue reenviada por el Jefe de Operaciones, al Gerente General de La Viga quien, en respuesta, remitió el siguiente correo al Gerente de Marketing de Unacem, el **11 de junio de 2008**¹¹¹:

“Asunto: RV: Información.

*La señora Gladis de Lacassa se está quejando de Cahuascanco. Se queja de la venta de Quisqueya. Quiere quejarse ante alguien de Cementos Lima. **Voy a pedirle a Bendayan que la llame para que te cuente. Es importante que la llamen.** Desde el 7 les estamos diciendo de Cahuascanco y no han hablado con ella. Ya está generando problemas”.*

[Énfasis agregado]

En respuesta a dicha comunicación electrónica, el Gerente de Marketing de Unacem informó al Gerente General de La Viga; y, en copia, al Supervisor de Ventas 1, al Ejecutivo de Ventas; y, al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, el **11 de junio de 2008**¹¹², lo siguiente:

“Asunto: RV: Información.

***Sí hemos hablado con Giovanna y varias veces. La última conversación la tuvo Fernando la semana pasada y le dijo que se le terminaría el stock de Quisqueya el sábado.** Al parecer no se le ha terminado o ha comprado más. En todo caso, Fernando le va a caer en este momento se sorprende para conversar y evaluar. Si quiere salir que salga pero perderá todos los beneficios.*

Es más, yo diría que Lalo mande a sus “tigres” a checkearla y que pidan Quisqueya, pero exíjanle que sea fresco, recién llegado a ver qué dicen. (...).

[Énfasis agregado]

¹¹¹ Documento citado en el numeral 32 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹¹² Documento citado en el numeral 32 del Anexo de la Resolución Admisoria.

156. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente de Marketing y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **31 de julio de 2008**¹¹³, se señala lo siguiente:

“Asunto: Caso Codimax - G. Cahuascanco.

Kurt, estuve recordando por que no se bloqueó a los camiones de G. Cahuascanco (u otros sancionados) el ingreso a fábrica cuando se le aplicó la sanción. El motivo es porque nosotros le deberíamos poder seguir atendiéndole pero sin otorgarle ningún beneficio, para que sienta todo lo que ha perdido.

Inclusive el distribuidor nos hizo todas las consultas y hasta se le indicó que para recoger de depósito debería el distrib. cobrarle el flete que Cementos Lima ya había gastado trasladando el producto.

Al nosotros bloquearle el ingreso a planta creo que incurrimos en error de no vender el producto de manera libre a cualquier persona que quiera recoger de planta y creo que eso ahora está tipificado como delito en Conductas anticompetitivas – Abuso de dominio.

Lo ideal sería crear códigos de venta “OV” en nuestro sistema de ventas (OV PARA SANCIONADOS) para que tanto el distribuidor como el Sub distribuidor puedan seguir atendiéndoles con sus propios carros a cualquier sancionado ya que en éstas OV no se darían descuentos por ningún tipo de fletes; esto a su vez comunicarlo a los subdistribuidores que quieran vender a algún sancionado para que si ellos entregan OV con fletes, el distribuidor les aplique el cobro del mismo a los subdistribuidores. Es decir, poder seguir atendiéndoles pero sin ningún beneficio”.

[Énfasis agregado]

157. En el correo electrónico remitido por el señor Jorge Vera Núñez, Supervisor Logístico de La Viga en Huaraz, al Gerente General; y, al Jefe de Operaciones de La Viga, **del 22 de agosto de 2008**¹¹⁴, se señala lo siguiente:

“Asunto: Ingreso de cemento quisqueya en Huaraz

(...)

romero churazo magnolio

(...) verificamos que aproximadamente tenía 150 bls de cementos quiskeya

(....)

mejía sotomayor alejandrina

Ella no nos compra desde 03/07/08 con 300bls, desde esa fecha compra 100% a hualcan, es allí donde encontramos el camión descargando aprox. 300bls.

(...) a estos clientes se les advirtió que sería informado a Cementos Lima, la cual aconseje que no lo volvieran a hacer porque Cementos Lima ordenará no abastecerle mas con el cemento (...)

¹¹³ Documento citado en el considerando 126 de la Resolución Admisoria.

¹¹⁴ Documento citado en el considerando 128 de la Resolución Admisoria.

Se está hablando, la cual no es confirmado, quiénes quieren entrar con más carros de quisqueya, el trabajo que haremos acá es estar alertas a la presencia de los mismos, como también aconsejar a los clientes de no hacerlo, la cual tendrían consecuencias".

[Énfasis agregado]

158. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem, al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, **del 26 de noviembre de 2008**¹¹⁵, se señala lo siguiente:

"Nos han indicado, que el día de ayer, al mediodía, en el canal de línea abierta en ICA; se ha presentado un reportaje sobre la venta del Cemento:

1. "La prohibición de Unacem, para adquirirlos Cementos Sol y Atlas a los clientes pequeños que venden quisqueya".

2. Han entrevistado al Ex sub distribuidor Juan Jose Mendez y él manifiesta sobre tal prohibición.

- Semanas antes a los clientes pequeños, que comercializaban quisqueya, han recibido la visita de personas desconocidas que le han realizando preguntas sobre, el porque había dejado de vender quisqueya. Su respuesta de los clientes fue que no tenía aceptación y se había endurecido.

Han quedado en brindarles una copia de la entrevista, una vez obtenida te lo enviaré."

[Énfasis agregado]

159. En virtud de lo expuesto, se evidencia que el 6 de agosto de 2007 Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, se reunieron y acordaron dejar de atender a las ferreterías que se encontraran comercializando cemento "Quisqueya". Asimismo, queda acreditada la realización de coordinaciones y la emisión de directivas para sancionar con la negativa de venta de cemento y, además, el retiro de beneficios a las ferreterías que comercializaran cemento "Quisqueya".
160. Conjuntamente con estos documentos electrónicos, los citados en los considerandos 109, 114, 117, 120, 121 y 124 de la Resolución Admisoria y en los numerales 3, 4, 6, 7, 9, 10, 17, 18, 20, 21, 25, 32 y 33 del Anexo de la referida resolución, evidencian que los funcionarios de Unacem y sus distribuidores: (i) realizaban consultas sobre la situación de las ferreterías a las que se les había detectado vendiendo cemento "Quisqueya", a fin de verificar que no reincidieran en dicha conducta; (ii) proponían, determinaban y comunicaban los castigos impuestos a las ferreterías; (iii) impartían directivas en torno a la implementación y ejecución de la política de castigo, todo ello con la finalidad de uniformizar y garantizar su aplicación en las zonas norte, cubierta por La Viga, sur, cubierta por A. Berio, y este, cubierta por Macisa; y, (iv) cumplían con supervisar a las ferreterías, a través de llamadas y visitas, y remitir periódicamente la información

¹¹⁵ Documento citado en el numeral 34 del Anexo de la Resolución Admisoria.

recabada sobre la comercialización de cemento “Quisqueya”, con el fin de garantizar el cumplimiento del acuerdo.

161. Asimismo, del análisis de los documentos electrónicos remitidos entre los diversos funcionarios de las empresas investigadas, se concluye que la política se logró implementar y mantener en el tiempo, debido a la participación activa de los distribuidores de Unacem, La Vega, A. Berio y Macisa.
162. En sus Alegaciones, las empresas investigadas señalaron que, de haber existido la supuesta conducta anticompetitiva, habría cesado el 7 de julio de 2008, fecha en la que se aprobó la nueva política de marketing y comercialización (Red Progre-Sol).

Sin embargo, en los medios probatorios analizados en la presente sección, se aprecia que las conductas investigadas se habrían producido de manera continuada en el tiempo desde mediados de 2007 hasta noviembre de 2008. En efecto, existe evidencia que acredita la aplicación de la política en los meses de julio, agosto y noviembre de 2008.

163. Por otro lado, en sus descargos Unacem cuestionó la validez de las declaraciones juradas de cinco (5) ferreteros presentadas por Cemex, en las que afirmaban haber sido víctimas de la negativa de venta de cemento “Sol” por haber comercializado cemento “Quisqueya”. Al respecto, cabe señalar que las referidas declaraciones juradas no han sido utilizadas por esta Comisión para realizar el análisis contenido en la presente Resolución, por lo que carece de objeto discutir su validez.

VI.1.3. Ejecución de la política

164. El Anexo 2 de la presente Resolución contiene el análisis de la aplicación de la política identificada, por parte de Unacem y sus distribuidores, La Vega, A. Berio y Macisa, sobre una muestra de cuarenta y ocho (48) ferreterías, a las que se hace referencia como sujetos de aplicación de la política en los documentos electrónicos entregados en las visitas inspectivas. De acuerdo a este análisis, a través del cual se evidencia que la ejecución de la política consistió en la imposición de amenazas y castigos contra aquellas ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”¹¹⁶.
165. En efecto, como se puede apreciar en los documentos electrónicos citados en el Anexo 2 de la presente Resolución, para el caso de las ferreterías 1 a 7, 14 a 19 y 27 a 29, así como en las comunicaciones electrónicas citadas en los considerandos 115, 116, 117 y 119 de la Resolución Admisoria y en los numerales 12, 14 y 17 del Anexo de la referida resolución, Unacem y sus distribuidores, conjunta y coordinadamente, cumplían labores de difusión de la política, consistentes en realizar amenazas de negativa de venta de los productos de Unacem y/o retiro de ciertos beneficios comúnmente otorgados a aquellas ferreterías que comercializaran cemento “Quisqueya”.

¹¹⁶ Para un mayor detalle, ver las Secciones VI.1.2.4, VI.1.2.5 del Informe Técnico.

166. De otro lado, como se puede apreciar en los documentos electrónicos citados en el Anexo 2 de la presente Resolución, para el caso de las ferreterías 8 a 13, 20 a 26 y 30 a 44, así como en las comunicaciones electrónicas citadas en los considerandos 112, 113, 125 y 126 de la Resolución Admisoria y en los numerales 2, 5, 20, 23, 30, 31 y 32 del Anexo de la referida resolución, Unacem y sus distribuidores, conjunta y coordinadamente, aplicaron la política acordada, a través de castigos consistentes en negativa de venta y retiro de beneficios, contra aquellas ferreterías a las que, luego de una constante labor de supervisión y fiscalización, se detectó comercializando cemento “Quisqueya”.
167. En virtud de lo expuesto, se evidencia la actuación verticalmente coordinada entre Unacem y sus principales distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, para difundir la política, a través de la realización conjunta de visitas a las ferreterías por parte de gerentes y/o representantes de Unacem y del respectivo distribuidor de la zona, para poner en su conocimiento las implicancias de comercializar cemento “Quisqueya”. Asimismo, se ha acreditado la aplicación de castigos consistentes en la negativa de venta de cemento y/o el retiro de ciertos beneficios comúnmente otorgados, contra aquellas ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”.

VI.1.4. Conclusión sobre la existencia de las conductas

168. Del análisis de los medios probatorios que obran en el expediente, se ha comprobado que, entre los meses de agosto de 2007 y noviembre de 2008, existió un acuerdo entre Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, para implementar y ejecutar una política de castigo consistente en la negativa de venta de los productos de Unacem y/o el retiro de ciertos beneficios comúnmente otorgados a aquellos clientes que comercializaran cemento “Quisqueya”. En particular, se ha acreditado lo siguiente:
- i) A partir de mediados de 2007, se implementó una política para enfrentar el ingreso de Cemex al mercado, consistente en la imposición de sanciones contra las ferreterías que comercializaran cemento “Quisqueya”, lo que generó una limitación de su crecimiento y el posicionamiento de su marca. Asimismo, los reportes realizados por los funcionarios de Unacem sobre las zonas de distribución, norte, sur y este, a través de los informes sectoriales analizados, acreditan la existencia de dicha política.
 - ii) El 6 de agosto de 2007, Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, se reunieron y acordaron dejar de atender a las ferreterías que se encontraran comercializando cemento “Quisqueya”. Asimismo, se ha acreditado la realización de coordinaciones y la emisión de directivas para sancionar con la negativa de venta de cemento y, además, el retiro de beneficios a las ferreterías que comercializaran cemento “Quisqueya”.
 - iii) La actuación verticalmente coordinada entre Unacem, y sus principales distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, para difundir la política, a través de la realización conjunta de visitas a las ferreterías, para poner en su conocimiento las implicancias de comercializar cemento “Quisqueya”. Asimismo, se ha acreditado la aplicación de castigos consistentes en la

negativa de venta de cemento y/o el retiro de ciertos beneficios comúnmente otorgados.

169. Como se desprende del análisis conjunto de los medios probatorios identificados, la política implementada por las empresas investigadas se logró materializar debido a la participación activa de cada una de ellas. En efecto, La Viga, A. Berio y Macisa no se limitaron a cumplir órdenes impuestas por Unacem sino que, en coordinación con esta empresa, participaron en la implementación y el mantenimiento de la política, mediante reuniones de coordinación, la emisión y el seguimiento de directivas, la realización de visitas o llamadas telefónicas a las ferreterías, así como el intercambio constante de información.

VI.2. Existencia de posición de dominio

170. Como se ha señalado, para determinar la existencia de posición de dominio, resulta necesario definir previamente el mercado relevante en el cual el agente investigado ostentaría dicha posición.
171. De acuerdo al análisis realizado en relación a la definición de mercado relevante para la presente investigación (Ver Anexo 1):
- i) Considerando los productos comercializados por las empresas investigadas y Cemex; las características y usos de los diversos tipos de cemento; y sus niveles de precios, el mercado de producto relevante está constituido por los cementos Portland gris Tipo I, IP, IPM, MS y ICo.
 - ii) Considerando los ratios de importación-venta y exportación-venta poco significativos, los costos de transporte por importación de cemento, la ubicación de las plantas cementeras, las ventas locales de cemento de las empresas cementeras, los costos de transporte, la evaluación de las empresas clasificadoras de riesgo y las propias Unacem y Cemento Andino sobre el sector; el mercado geográfico relevante está constituido por las Regiones de Lima, Ica, Ayacucho, Ancash, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín.
172. De acuerdo al análisis realizado en relación a la determinación de la existencia de posición de dominio (Ver Anexo 1), considerando las altas cuotas de mercado de Unacem (antes, Cemenos Lima S.A.A. y Cemento Andino); que ciertas características de Unacem pueden ser consideradas como barreras de entrada al mercado (operaciones verticalmente integradas, altos niveles de capacidad instalada, ubicación estratégica de su planta de producción, importante desarrollo de su red de distribución, altos niveles de inversión); y la existencia de barreras de tipo legal; Unacem tuvo posición de dominio en el mercado relevante durante el periodo investigado.

VI.3. Existencia de efectos anticompetitivos de las conductas investigadas

173. Las conductas investigadas en el presente procedimiento constituyen prohibiciones relativas, es decir, se requiere la verificación de efectos anticompetitivos para su declaración de ilegalidad. Al respecto, el artículo 9 del

Decreto Legislativo 1034, establece que, “[e]n los casos de prohibición relativa, para verificar la existencia de la infracción administrativa, la autoridad de competencia deberá probar la existencia de la conducta y que ésta tiene, o podría tener, efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores”.

174. Cabe destacar que, habiendo quedado demostrada la existencia de la conducta, la identificación de efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores consiste en determinar si la conducta tiene o podría tener efectos anticompetitivos reales o potenciales.
175. Sobre el particular, la Exposición de Motivos del Decreto Legislativo 1034 establece que, con el “efecto de la conducta” no se está haciendo referencia necesariamente a efectos concretos, puesto que se evaluará también la capacidad de la conducta para generar un daño.
176. En relación a la verificación de efectos potenciales, se deberá analizar si la conducta investigada resultaba idónea para afectar la competencia, es decir, no será necesario que se acredite que la conducta ha generado efectos negativos sino que éstos eran una consecuencia potencial de la conducta¹¹⁷.
177. En esa línea, conviene traer a colación lo señalado por Carrier:

“[Los] denunciantes pueden demostrar un efecto anticompetitivo de dos maneras. En primer lugar, pueden mostrar un efecto adverso efectivo, tal como un aumento en el precio, reducción de la producción, o deterioro de la calidad. En segundo lugar, pueden mostrar un efecto adverso potencial, como podría ser a través del poder de mercado”¹¹⁸.

178. Como se puede apreciar, la configuración de una conducta anticompetitiva también comprende el análisis de su capacidad para generar daños sobre la competencia y el bienestar de los consumidores, es decir, deberá verificarse la amenaza cierta e inminente de un resultado anticompetitivo.
179. En el presente caso, en relación con la aplicación de la política investigada a través de amenazas o castigos mediante negativas de venta de cemento, se debe destacar que el producto sobre el que se aplicaba dicha negativa en perjuicio de las ferreterías, era el producto de un agente dominante y el de mayor preferencia en el mercado relevante. Ciertamente, el cemento “Sol” es el producto más comercializado en el mercado relevante y goza de una alta preferencia por parte de los consumidores, al representar una marca arraigada en los mercados de cementos y materiales de construcción en las regiones que conforman el mercado relevante.

¹¹⁷ Al respecto, ver: BELLO MARTÍN CRESPO, María Pilar. *Derecho de la Libre Competencia Comunitario y Español*. Editorial Aranzadi. Navarra. 2009. Página 129.

¹¹⁸ Carrier, Michael A. *The Rule of Reason. An Empirical Update for the 21st Century*. En: George Mason Law Review, Vol. 16, No. 827, 2009. Página 830. Traducción libre del siguiente texto: “Plaintiffs can demonstrate an anticompetitive effect in one of two ways. First, they can show an actual adverse effect, such as an increase in price, reduction in output, or deterioration in quality. Second, they can show a potential adverse effect, as revealed by market power.”

180. La exposición de las ferreterías interesadas en comercializar cemento “Quisqueya” a la posibilidad de ser desabastecidas de un producto principal en su cartera de productos, que además funcionaba como un producto “gancho” en la atracción de consumidores que, paralelamente, podrían haber adquirido otros materiales de construcción (por ejemplo, fierros), podía generar en aquellas los incentivos suficientes para restringir su interés por incluir en su cartera de productos al cemento “Quisqueya”, un producto de una marca desconocida en el mercado relevante, cuyas ventas esperadas no podían reemplazar la gran demanda que los consumidores tenían respecto del cemento “Sol”.
181. Considerando la importancia del producto respecto del cual se ejecutaría la negativa de venta contra las ferreterías que comercializaran cemento “Quisqueya”, es posible afirmar que la conducta investigada tuvo la capacidad de disuadir a los ferreteros de establecer relaciones comerciales con Cemex o algún distribuidor de cemento “Quisqueya”, puesto que dicha situación podía poner en riesgo la rentabilidad de sus negocios al provocar la imposibilidad de contar con un producto de la importancia del cemento “Sol”.
182. Con el objeto de evaluar la aplicación de las conductas investigadas y determinar su capacidad para afectar la competencia, esta Comisión analizó el contenido de los documentos electrónicos entregados por Unacem y La Viga durante las visitas inspectivas realizadas el 7 de enero de 2009, que mencionan a determinadas ferreterías como sujetos de aplicación de la política investigada; y los registros de ventas y otorgamiento de beneficios de los distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa.
183. En los documentos electrónicos (archivos y correos electrónicos) entregados durante las visitas inspectivas, se aprecian instrucciones y coordinaciones relacionadas con la aplicación de la política investigada, entre funcionarios de Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, respecto de un total de 48 ferreterías¹¹⁹.
184. Dicho grupo de ferreterías representa una muestra de agentes dedicados a la comercialización de cementos sobre la cual se puede evaluar la generación de efectos anticompetitivos como resultado de la aplicación de la política investigada, ya sea a través de amenazas o castigos.
185. En el siguiente cuadro se presentan los resultados obtenidos del análisis de la aplicación, por parte de Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa,

¹¹⁹ En los documentos electrónicos entregados durante las visitas inspectivas a los que se hace referencia en la Resolución Admisoria se menciona, adicionalmente, a once (11) ferreterías, a saber, Corporación SKM S.A.C., Huilca Pillco Gabriel F., Neyra Materiales de Construcción y Servicios S.A.C., Comercial Ancash S.A.C., Comercial Año Nuevo & Cía S.R.L., Susaka E.I.R.L., Ferretería Comercial La Libertad S.R.L., Chávez Center S.A.C., Casas Quispe Pedro Jesús, J y M Distribuidora de Materiales de Construcción E.I.R.L. y Fierro Cemento Nacional S.A. – FICENSA (CODEMAC). Sin embargo, considerando que no se hace referencia a la aplicación de amenazas o castigos en la ejecución de la política investigada, estas once (11) ferreterías no se han incluido en la muestra. Asimismo, se han excluido de la muestra los casos de Corporación Transmer E.I.R.L. y Materiales D’Casa S.A.C. porque, a pesar de que podría tratarse de casos de castigos contra ferreterías que comercializaban “Quisqueya”, se produjeron antes de la implementación de la conducta verticalmente coordinada entre las empresas investigadas, por lo que no formarían parte de ella sino que podrían ser considerados como antecedentes.

de la política investigada sobre la muestra de 48 ferreterías. El detalle del análisis correspondiente a cada uno de los 48 casos, a través del cual se llega a las conclusiones que se presentan a continuación, se encuentra en el Anexo 2 de la presente Resolución.

Cuadro 1
Aplicación de la política investigada (muestra de ferreterías de documentos entregados en las visitas inspectivas)

N°	Ferretería	Distrito	Distribuidor	Aplicación	Modalidad
1	DISTRIBUIDORA VICKY EVA S.A.C.	Puente Piedra	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
2	ROCHA QUISPE, AUGUSTO	Bellavista	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
3	FERRETERA C & C ANDINA S.A.C.	Lince	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
4	COM.FERRETERA SANTA CATALINA E.I.R.L.	Puente Piedra	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
5	REPRESENTACIONES LICENCIADOS S.A.C.	Ventanilla	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
6	CURO HUAYHUA, EDELMIRA	Los Olivos	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
7	DISTRIBUIDORA JORGE RAMOS S.A.C.	Ica	Macisa	Amenaza	Negativa de venta
8	LAKASSA S.R.L.	San Juan de Lurigancho	La Viga	Castigo	Negativa de venta
9	REPRESENTACIONES DIMZA S.R.L.	San Juan de Lurigancho	La Viga	Castigo	Negativa de venta
10	DEPOSITO ALEJOS E.I.R.L.	San Martín de Porres	La Viga	Castigo	Negativa de venta
11	RAMOS CORTEZ, JORGE ALBERTO	Parcona	Macisa	Castigo	Negativa de venta
12	FERNALEX S.R.L.	Lurigancho	Macisa	Castigo	Negativa de venta
13	DEPOSITO Y FERRETERIA NICHAR S.A.C.	Villa María del Triunfo	A. Berio	Castigo	Negativa de venta
14	INVERSIONES RAPID SERVICE S.A.C.	Los Olivos	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
15	PAKASSA S.R.L.	San Juan de Lurigancho	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
16	FERRETERIA MILAGRITOS - VICENTE DE CHUQUIPUMA, HUBER	Imperial	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
17	ROMERO CHURANO, MAGNOLIO PASION	Marcará	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
18	COMERCIALIZADORA Y NEGOCIAC. DEL SUR S.A.C.	Ica	Macisa	Amenaza	Negativa de venta
19	TRANSPORTES FORTALEZA S.R.L.	Pisco	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
20	A Y G S.R.L.	Pisco	La Viga	Castigo	Negativa de venta
21	A Y G REPRESENTACIONES E.I.R.L.	Ica	La Viga	Castigo	Negativa de venta
22	CORPORACION MISAEL S.A.C.	Comas	La Viga	Castigo	Retiro de beneficios
23	NAJARRO AMAO, SOLEDAD	Callao	La Viga	Castigo	Retiro de beneficios
24	INVERSIONES HYPOLITA S.A.C.	La Molina	Macisa	Castigo	Negativa de venta
25	ABARCA CAYCHO, FELIPE	Lurin	A. Berio	Castigo	Negativa de venta
26	DISTRIBUIDORA DE MAT. DE CONST. PEREZ S.R.L.	Villa el Salvador	A. Berio	Castigo	Negativa de venta
27	FILLERIA HUAMANI, ARTURO GREGORIO	Los Olivos	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
28	INVERSIONES R.B.C. S.A.C.	Los Olivos	La Viga	Amenaza	Negativa de venta
29	DISTRIBUIDORA SANTA PATRICIA S.R.L.	Santiago de Surco	A. Berio	Amenaza	Negativa de venta
30	MATERIALES DE CONSTRUCCION EL MILENIUM E.I.R.L.	Puente Piedra	La Viga	Castigo	Negativa de venta
31	MALVA S.A.	Callao	La Viga	Castigo	Negativa de venta
32	GG & PP S.A.C	Puente Piedra	La Viga	Castigo	Negativa de venta
33	DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION L & M S.R.L.	San Juan de Lurigancho	La Viga	Castigo	Negativa de venta
34	NAJARRO ORTEGA, ALEJANDRO	San Miguel	La Viga	Castigo	Negativa de venta
35	FERRETERIA SAN HILARION E.I.R.L.	Ate Vitarte	Macisa	Castigo	Negativa de venta
36	VILCA SIVIRICHI, LIBIA ANTONIA	Villa el Salvador	A. Berio	Castigo	Negativa de venta
37	VENTAS Y SERVICIOS JUAN JOSE E.I.R.L.	Ica	A. Berio	Castigo	Negativa de venta
38	CODIMAX S.R.L.	San Juan de Lurigancho	La Viga	Castigo	Negativa de venta
39	DISTRIBUIDORA FERRETERA DIEGO S.R.L.	San Juan de Lurigancho	La Viga	Castigo	Negativa de venta
40	PRHOKASSA HOME S.A.C.	San Juan de Lurigancho	La Viga	Castigo	Negativa de venta
41	COMERCIAL S.V.CHAVIN E.I.R.L.	Comas	La Viga	Castigo	Retiro de beneficios
42	INVERSIONES Y REPRESENTACIONES MIGUELITO S.A.C.	Carabaylo	La Viga	Castigo	Retiro de beneficios
43	GUEVARA MONTEAGUDO, ENRIQUE FRANKLIN	Bellavista	La Viga	Castigo	Retiro de beneficios
44	DISTRIBUIDORA DEMAJA E.I.R.L.	Comas	La Viga	Castigo	Retiro de beneficios
45	FERRETERIA HANAN SOCIEDAD ANONIMA	Magdalena del Mar	La Viga	Indeterminado	Retiro de beneficios
46	FERREPUEBLO S.R.L.	San Miguel	La Viga	Indeterminado	Retiro de beneficios
47	MORALES MENDEZ, JULIO JORGE	San Martín de Porres	La Viga	Indeterminado	Retiro de beneficios
48	ALEJOS VALENCIA, MARCO ANTONIO	San Martín de Porres	La Viga	Indeterminado	Retiro de beneficios

Fuente: Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.

Elaboración: Secretaría Técnica

186. Como se puede apreciar, los resultados obtenidos del análisis de la muestra, a través de la contrastación de los documentos electrónicos entregados durante las visitas inspectivas y la información de ventas y otorgamiento de beneficios de las empresas investigadas, permite concluir que la política investigada se aplicó a un porcentaje de 91,7%, medido en número de clientes. El porcentaje restante, es decir, 8,3%, corresponde a casos en los que la aplicación no ha podido ser demostrada.

187. Asimismo, se observa que, del total de casos de aplicación de la política, el 86,4% corresponde a casos de aplicación de la política investigada a través de negativas de venta, mientras que el 13,6% corresponde a casos de aplicación de

la política investigada a través de retiro de beneficios (en particular, del beneficio de bono por cumplimiento de metas).

188. Sin perjuicio de lo anterior, cabe resaltar que la evidencia de la aplicación de la política investigada sobre determinadas ferreterías, dentro de la muestra sobre la que se entregó información durante las visitas inspectivas, no restringe el universo de ferreterías sobre las que se aplicó la política sino que permite presumir una aplicación y generación de efectos exclusorios más amplia, fuera de la mencionada muestra.
189. En efecto, la muestra de ferreterías analizada proviene de la información que, a la fecha de realización de las visitas inspectivas, esto es, el 7 de enero de 2009, se encontraba almacenada en las computadoras de los funcionarios seleccionados por la Secretaría Técnica durante dicha diligencia, en las oficinas de Unacem y La Viga. Sin embargo, es posible afirmar que información adicional sobre la aplicación de la política investigada en casos referidos a otras ferreterías podría haber sido eliminada como parte del desempeño diario de labores de los funcionarios en mención o simplemente podría no haber sido registrada en documentos similares.
190. Por otro lado, cabe destacar que, además de los efectos derivados de la aplicación de la política investigada dentro y fuera de la muestra analizada, es posible identificar un “efecto multiplicador” de dicha política. En efecto, su aplicación sobre determinadas ferreterías, a través de amenazas o castigos por comercializar cemento “Quisqueya”, podría haber disciplinado el comportamiento no solo de estas ferreterías sino también el de otras que, al tomar conocimiento de la aplicación de esta política, podrían haberse visto disuadidas de comprar el producto del nuevo competidor.
191. Este “efecto multiplicador” consiste en la aplicación de la política sobre algunas ferreterías como una señal para el resto que, incluso sin haber sido amenazadas o castigadas o sin siquiera haber iniciado relaciones comerciales con Cemex o algún distribuidor de cemento “Quisqueya”, podrían haber alineado su comportamiento, absteniéndose de comercializar dicho producto para evitar los perjuicios económicos derivados de la imposibilidad de contar con los productos de Unacem, el agente dominante. De esta manera, la política cumpliría también el rol de disuadir a las ferreterías de comercializar cemento “Quisqueya”.
192. Por lo tanto, considerando la importancia del producto sobre el cual se aplicaban las amenazas o castigos a través de negativas de venta; la evidencia de la aplicación de dicha conducta sobre la muestra de ferreterías analizada; la posible existencia de casos de aplicación de la política anticompetitiva fuera de la muestra analizada; y la existencia de un “efecto multiplicador”, es posible concluir que la aplicación de la política investigada a través de negativas de venta tuvo la capacidad de disuadir a las ferreterías de adquirir y comercializar cemento “Quisqueya”.
193. Por otro lado, considerando que la aplicación de la política a través del retiro de beneficios no representaba un efecto tan nocivo para las ferreterías como la negativa de venta de un producto principal como el cemento “Sol”; así como su

menor incidencia, de acuerdo a la evidencia de aplicación de la política investigada proveniente de la muestra analizada, no es posible concluir que la aplicación de la política investigada a través del retiro de beneficios tuvo la capacidad de disuadir a las ferreterías de adquirir y comercializar cemento “Quisqueya”.

194. Al respecto, Cemex ha señalado en sus Alegaciones que tanto la negativa de trato como el retiro de beneficios son dos caras de una misma moneda y forman parte de una sola política de castigo con un único objetivo: perjudicar las relaciones contractuales, actuales o potenciales, entre Cemex y las ferreterías.
195. Si bien ambos aspectos, la negativa de venta y el retiro de beneficios, son dos componentes de la misma política, esta Comisión considera que no se ha demostrado la idoneidad del retiro de beneficios para afectar a la competencia.
196. Cabe resaltar que la política de retiro de beneficios no implicaba que las ferreterías no pudieran adquirir cementos de Unacem, sino que, en caso quisieran adquirir y comercializar cemento “Quisqueya”, podían hacerlo pero sin los beneficios de descuentos, flete, crédito o bono por cumplimiento de meta de venta. De esta manera, con la aplicación del retiro de beneficios, aún privadas de tales beneficios, las ferreterías podían adquirir y comercializar los productos de Unacem y Cemex; mientras que, con la aplicación de la negativa de venta, las ferreterías adquirirían y comercializaban el producto de una sola empresa.
197. Por lo tanto, la política de retiro de beneficios no necesariamente provocaba el mismo efecto que la política de negativa de venta, debido a que, en el primer escenario, las ferreterías todavía podían adquirir y comercializar, simultáneamente, los productos de Unacem y Cemex.
198. En efecto, el costo del retiro de beneficios por parte de Unacem y sus tres distribuidores podía ser compensado con las ganancias de la comercialización de cemento “Quisqueya”. Así, la aplicación de la política de retiro de beneficios contra las ferreterías que quisieran comercializar cemento “Quisqueya” no lograría el efecto disuasivo deseado.
199. Adicionalmente, si bien existía la política de otorgamiento de beneficios de descuentos, fletes, crédito y otorgamiento de bono por cumplimiento de metas de Unacem y sus tres distribuidores, cabe recordar que dichos beneficios no se otorgaban efectivamente a todas las ferreterías, sino a aquellas que cumplían con los requisitos correspondientes.
200. Por ejemplo, el beneficio de descuento solo era otorgado a ciertas ferreterías, debido a que este beneficio se ofrecía por las ventas de cemento en una fecha específica y solo se podía atender hasta cierto número de ferreterías. Asimismo, el beneficio de flete era otorgado a las ferreterías que recogían en planta o depósito, es decir, solo a las ferreterías que contaban con medios de transporte. Igualmente, el beneficio de bono por cumplimiento de meta de venta era otorgado a ciertas ferreterías, aquellas a las que se les había establecido una meta y la cumplían.

201. Por lo tanto, no es posible concluir que la aplicación de la política investigada a través del retiro de beneficios tuvo la capacidad de disuadir a las ferreterías de adquirir y comercializar cemento “Quisqueya”.
202. Adicionalmente, un aspecto que resulta útil para evaluar la capacidad de la política investigada para afectar la competencia es que la red de distribución del mercado relevante está constituida por ferreterías que trabajan tradicionalmente con los productos de Unacem y, en particular, con cemento “Sol”¹²⁰. Ello supone que cualquier nuevo entrante en el mercado relevante necesitaría comercializar sus productos a través de parte de la red de ferreterías que trabaja con los productos de Unacem. En tal sentido, la implementación de negativas de venta contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”, por parte de Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, constituía un mecanismo con capacidad de tener efectos sobre Cemex, puesto que los potenciales clientes de ésta eran a la vez clientes de Unacem y, en consecuencia, habrían estado influenciados por las amenazas o castigos realizados por las investigadas.
203. En tal sentido, considerando que la política investigada fue implementada por el agente dominante en el mercado relevante, la red de distribución de cementos en dicho mercado estaba constituida precisamente por las ferreterías que comercializaban sus cementos, con lo cual, las empresas investigadas tenían el control necesario para, a través de sus amenazas y castigos, influir en el comportamiento de las ferreterías que Cemex podría haber utilizado para comercializar cemento “Quisqueya”.
204. Asimismo, determinados documentos electrónicos entregados durante la visita inspectiva realizada en el local de Unacem, demuestran que la aplicación de la política investigada era sobre todo el mercado relevante. Así, por ejemplo, los reportes preparados por los supervisores de ventas de Unacem, personal encargado de la coordinación de las zonas de distribución de La Viga, A. Berio y Macisa, dan cuenta de una aplicación generalizada de la política dirigida a todas aquellas ferreterías que comercializaran cemento “Quisqueya” en el mercado relevante.

¹²⁰ Unacem ha señalado lo siguiente:

“La red Progre-Sol a su vez atiende a más de 6,500 ferreterías independientes, así como a maestros de obra y auto constructores que representan entre el 50 y 60 % de la actividad constructora del país”.

Unacem. Documento de Información Anual 2010, pág. 11. Ver:
<http://www.bvl.com.pe/hhii/B30121/20110310123401/MEMORIA32ANUAL322010.PDF>

Además, Apoyo & Asociados, en su Informe de Análisis de Riesgo de Unacem, ha señalado lo siguiente:

*“Existencia de barreras de entrada, debido a la elevada capacidad instalada, requerimientos de inversión en activo fijo, costo de transporte y **necesidad de una red de distribución propia**”.*

[Énfasis agregado]

Apoyo & Asociados Internacionales S.A.C. Informe de Análisis de Riesgo de Unacem. Mayo 2008 y 2010, pág. 5.

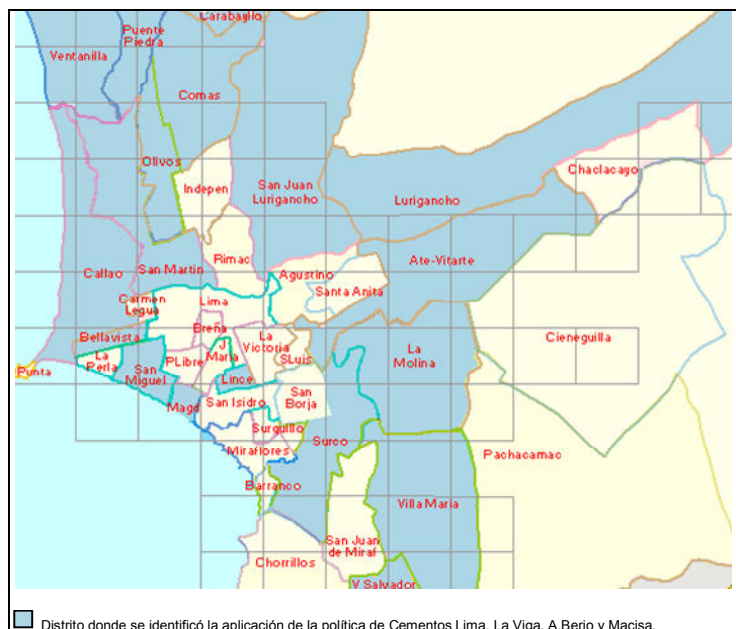
205. En efecto, el documento denominado “Informe de la Zona Norte Setiembre 2007¹²¹” señala lo siguiente: “Nuestros clientes reclaman poder comercializar libremente todas las marcas de cemento y que sea el mercado el que decida la preferencia”. Asimismo, el documento denominado “Informe de la Zona Norte Enero 2008¹²²” señala lo siguiente: “La medida de suspender totalmente la venta de nuestros productos a las ferreterías que comercializan quisqueya ha causado gran malestar en los clientes ya que manifiestan que el mercado es libre y ellos pueden vender en sus locales lo que ellos crean conveniente (...)”. En similar sentido, el documento denominado “Informe de la Zona Este Febrero 2008¹²³” señala lo siguiente: “La tendencia del mercado actualmente es la de querer comercializar libremente diferentes marcas de Cemento (Sol Andino y Quisqueya). De la misma forma los comerciantes demuestran su malestar sobre las sanciones y suspensiones a los que no comercializan exclusivamente nuestro cemento”.
206. Como se puede apreciar, las referencias realizadas en los informes de supervisión de la aplicación de la política investigada indican que ésta tuvo un alcance generalizado sobre todos aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”.
207. En similar sentido, como se puede apreciar en el análisis de los casos de las ferreterías mencionadas como sujetos de aplicación de la política investigada en los documentos electrónicos entregados por Unacem y La Viga durante las visitas inspectivas (ver Cuadro 1), las referidas ferreterías se ubican en diversos distritos de las Regiones de Lima, Callao, Ica y Ancash, circunstancia que confirma el alcance generalizado de la política en el mercado relevante.
208. Evaluando el principal ámbito geográfico de comercialización de cemento en el mercado relevante, constituido por Lima y Callao, donde La Viga, A. Berio y Macisa realizan el 78,6% de sus ventas al canal ferretero, se puede apreciar que el 91,3% de esas ventas se concentran en veintidós (22) distritos. Al respecto, en la muestra de ferreterías analizada se tiene, por lo menos, un caso de aplicación de la política en dieciséis (16) de esos veintidós (22) distritos de Lima y Callao (72,7%).
209. En el mapa a continuación se resaltan los distritos de Lima y Callao en los que, a partir de la muestra de ferreterías analizada, se aprecian casos de aplicación de la política investigada.

¹²¹ Documento citado en el numeral 14 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹²² Documento citado en el considerando 108 de la Resolución Admisoria.

¹²³ Documento citado en el considerando 125 de la Resolución Admisoria.

Gráfico 2
Mapa de Lima y Callao



Fuente: La Viga, A. Berio y Macisa.
Elaboración: Secretaría Técnica.

210. Por otro lado, Cemex señaló que, desde el inicio de sus operaciones, ha atendido despachos de cemento principalmente en Lima Metropolitana, es decir, en las provincias de Lima y Callao; así como también en las localidades cercanas como Cañete, Chincha e Ica¹²⁴. De acuerdo a la evidencia analizada anteriormente, dicho ámbito geográfico estuvo incluido en el ámbito de aplicación de la política investigada.
211. Por lo tanto, teniendo en cuenta la influencia de las investigadas sobre la red de distribución de cementos en el mercado relevante; y que se trató de una política potencialmente aplicable a cualquier ferretería que estableciese relaciones comerciales con Cemex o un distribuidor de cemento “Quisqueya”, esta Comisión considera que la política investigada, a través de amenazas o castigos mediante negativas de venta, tuvo efectos exclusorios reales y potenciales y, en consecuencia, afectó la capacidad de competir de Cemex.
212. Finalmente, cabe destacar que la “Propuesta de Marketing” entregada durante la visita inspectiva a Unacem, señala textualmente la existencia de efectos sobre la capacidad de competir de Cemex:

“Durante mediados del año 2007 la compañía decidió implementar una política de defensa ante el ingreso del competidor Cemex con varias acciones entre ellas, penalizar a los clientes Mayoristas y Sub-Distribuidores que decidieron vender la marca Quisqueya en sus locales.

¹²⁴ Escrito de Cemex del 25 de noviembre (respuesta a la pregunta 1) y 9 de diciembre de 2011 (respuesta a las preguntas 4 y 5).

Muchos clientes fueron sancionados, a unos se les dejó de atender y se generó mucho resentimiento en ellos. (...).

*Si bien es cierto que **tácticamente funcionó (dado que limitó el crecimiento de Quisqueya y además hizo que la marca no tenga presencia ni visibilidad en los principales clientes)**, debemos reconocer que esta medida ha generado confusión y fastidio en muchos otros (...).*

[Énfasis agregado]

213. Como se puede apreciar, la propia Unacem reconoció la generación de efectos exclusorios sobre Cemex, que limitaron el crecimiento de las ventas de cemento “Quisqueya” y afectaron su presencia y visibilidad para los consumidores.
214. Al respecto, cabe resaltar que la generación de efectos exclusorios respecto de Cemex tuvo un impacto también en los consumidores puesto que esta empresa representaba un competidor de Unacem con menores precios y un producto alternativo a los que tradicionalmente se comercializaban en el mercado relevante.
215. Por último, si bien es posible identificar la generación de efectos exclusorios como resultado de la aplicación de la política verticalmente coordinada entre Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, de acuerdo a la evidencia identificada, esta Comisión considera que dichos efectos son atribuibles a la aplicación de la política a través de la negativa de venta y no a través del retiro de beneficios.
216. En sus Alegaciones, las empresas y las personas naturales investigadas señalaron que la generación de incentivos suficientes, a través de las negativas de venta, para disuadir a las ferreterías de comercializar el cemento “Quisqueya”; así como la identificación de un “efecto multiplicador”, son suposiciones o presunciones y no hechos probados. En ese sentido, alegaron que no debía sancionarse simplemente en base a algunos correos electrónicos y la suscripción de la “Propuesta de Marketing” en julio de 2008, debiendo analizarse lo que efectivamente ocurrió en el mercado.

Al respecto, esta Comisión ha señalado que, considerando la importancia del producto sobre el cual se ejecutaron las amenazas y castigos, a través de negativas de venta, es posible deducir que la conducta tuvo la capacidad de disuadir la compra de cemento “Quisqueya” por parte de las ferreterías.

En efecto, como ha sido reconocido por la propia Unacem, el cemento “Sol” es el producto de mayor demanda en el mercado¹²⁵. Considerando su importancia relativa en los volúmenes de cemento producidos por Unacem y la cuota de

¹²⁵ Al respecto, Unacem ha señalado lo siguiente:

“El cemento Tipo I se comercializa bajo la marca “Cemento Sol”; es el que mayor demanda tiene en el mercado, y que representa el 92% de la producción de cemento de la Empresa”.

Reporte de Sostenibilidad de 2007 de Unacem, pág. 15.

mercado de ésta, para el periodo 2007 – 2008, se tiene que el cemento “Sol” representó el 54,1% de las ventas de cemento en el mercado relevante.

Asimismo, el cemento “Sol” es el principal producto del agente dominante en el mercado relevante, siendo que el grupo económico al cual pertenece Unacem (Grupo Rizo-Patrón) representó una cuota de mercado de 92,3% para el periodo 2007 – 2008.

El reconocimiento¹²⁶ de la marca “Sol” y las preferencias de los consumidores por este producto¹²⁷ lo hacen un producto de alta importancia para las ferreterías que buscan comercializar productos atractivos y demandados por los consumidores.

Contar con un producto de estas características permite a las ferreterías comercializar otros productos (materiales de construcción) que son demandados conjuntamente por los consumidores¹²⁸. Este aspecto representa un incentivo

¹²⁶ Unacem ha señalado lo siguiente:

“En el caso del cemento embolsado, el portafolio de marcas de la empresa es: Cemento Sol (Cemento Portland Tipo I), que es la marca más reconocida por el mercado (7 de cada 10 maestros de obra de Lima lo utilizan según estudio realizado por Ipsos Apoyo Opinión Y Mercado)”.

Reporte de Sostenibilidad de 2011 de Unacem, pág. 8.

¹²⁷ El Banco Scotiabank ha señalado lo siguiente:

“Gustos y preferencias de empresas y familias. Aunque el uso de otros materiales de construcción se hace paulatinamente extensivo en el mercado peruano, el cemento aún predomina en la mayoría de proyectos de infraestructura”.

Banco Scotiabank . Reporte sectorial de La industria de cemento en el Perú. Febrero, 2005. Pág. 7. Ver: http://www.scotiabank.com.pe/i_financiera/pdf/sectorial/20050217_sec_es_cemento.pdf

El Centro de Negocios (CENTRUM) de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) ha señalado lo siguiente:

“Por su parte, la costumbre del mercado local de utilizar predominantemente el cemento en las edificaciones permite consolidar el posicionamiento de las cementeras”.

CENTRUM . Reporte Financieros Bunkenroad Latinoamérica (Perú). Sector Cementero del Perú. Mayo, 2010. Pág.25.Ver: [http://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Peruvian%20Cement%20Industry%20\(201002%20Spanish\).pdf](http://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Peruvian%20Cement%20Industry%20(201002%20Spanish).pdf)

¹²⁸ En una investigación anterior sobre el mercado de cementos, respecto de determinada conducta de Distribuidora Norte Pacasmayo S.R.L. (en adelante, DINO), distribuidora mayorista de cementos y otros materiales de construcción en las regiones del norte del Perú, esta Comisión señaló lo siguiente:

“La exigencia para los afiliados de proveerse conjuntamente de DINO S.R.L. de otros materiales de construcción además del cemento, guarda directa relación con el objeto del contrato de afiliación referido a la comercialización de materiales de construcción que son demandados por los consumidores finales también de manera conjunta (cementos, concreto, adoquín, ladrillo, fierro corrugado, alambre, alambón, clavos, tuberías, alambres eléctricos y calaminas entre los más importantes)”.

Resolución 6-2003-INDECOPI/CLC del 14 de mayo de 2003. Pág. 31

En la misma investigación el gerente general de DINO afirmó lo siguiente:

“ (...) nosotros estimamos más o menos dada la importancia del cemento, su rotación, su valor, respecto de otras líneas y su participación en la obra, que más o menos deberíamos hablar de un 25%, un poquito más, 30%, de lo que puede significar la venta de otras líneas respecto del total de ventas, un depósito típico por decir (...)”.

adicional para que las ferreterías del mercado relevante estén interesadas en contar con el cemento “Sol” en la cartera de productos que ofrecen a sus clientes. En este caso, el cemento “Sol” funciona como un “gancho” para atraer el consumo de otros materiales de construcción.

En tal sentido, considerando la importancia, para las ferreterías, del producto (cemento “Sol”) sobre el cual se aplicaron las amenazas o castigos mediante negativas de venta, esta Comisión considera que Unacem y sus distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, lograron generar los incentivos suficientes para que las ferreterías se abstuvieran de comercializar el cemento “Quisqueya”.

Adicionalmente, para identificar la existencia de incentivos suficientes para no comercializar cemento “Quisqueya”, también es importante recordar que este producto era de un nuevo competidor que, al enfrentar la política identificada, se encontraba en sus primeros meses de operación en el país y que hizo su ingreso a este mercado con una marca desconocida para los consumidores locales¹²⁹. Así, las ferreterías puestas a elegir entre mantener la comercialización del producto de mayor preferencia y reconocimiento en el mercado (cemento “Sol”) y el producto del nuevo competidor (cemento “Quisqueya”), optarían, en su mayoría, por mantener sus vínculos comerciales con los distribuidores de Unacem.

Por otro lado, en relación al “efecto multiplicador”, esta Comisión considera que es posible deducir su existencia del análisis de la evidencia de la aplicación de la política identificada mediante negativas de venta, puesto que dicha aplicación ponía en el mercado información acerca de la ejecución de la política investigada y, por ende, de las consecuencias que traería para cualquier ferretería que comercializara cemento “Quisqueya”.

Un ejemplo de la transmisión de dicha información a las ferreterías del mercado relevante es el caso de la señora Mirtha Atencio Herrera, quien remitió una carta notarial a Macisa¹³⁰ en la que señala lo siguiente:

*“Señores Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A. – MACISA
Por la presente quiero manifestarles mi enorme molestia porque recientemente han tomado decisiones incomprensibles contra mi persona que afectan directamente a mi negocio.
Su empresa me abastecía con cemento Sol de Cemento Lima. Luego que empecé a ofrecer también cemento Quisqueya a mis clientes, su empresa me ha impedido la entrada de mis camiones en su local para recoger*

Informe 006-2003-INDECOPI/CLC del 7 de mayo de 2003. Págs. 66-67.

¹²⁹ En el correo remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Ejecutivo de Ventas y, en copia, al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, el 28 de febrero de 2008, se señala lo siguiente:

*“Esta consciente que el vender quisqueya, perdería todos los beneficios al comercializar nuestro producto, y que al trabajar con la competencia estaría en la misma situación de ser un agente vendedor, pero **con la desventaja de tener un producto nuevo, poco conocido**”.*

[Énfasis agregado]

¹³⁰ Documento citado en el considerando 118 de la Resolución Admisoria.

cemento Sol. Es más, ningún otro negocio quiere venderme cemento Sol, porque todos me informan que su empresa se los ha prohibido.

*Por si fuera poco, además de no venderme Cemento Sol, **están acudiendo a los depósitos pequeños y a las obras poniéndome como ejemplo y diciendo que lo mismo que me está pasando a mí les pasará a todos los que compren y ofrezcan cemento Quisqueya. (...).***

[Énfasis agregado]

Como se puede apreciar, el conocimiento de la aplicación de la política podía llegar a cualquier ferretería que comercializara o estuviese interesada en comercializar cemento “Quisqueya” en el mercado relevante.

217. Por otro lado, las investigadas señalaron en sus descargos y Alegaciones que no existió exclusión de Cemex, puesto que ésta mantuvo importaciones de cemento, entre julio de 2007 y julio de 2008, que superaron sus proyecciones de importación y ventas; e incrementó su cuota de mercado¹³¹. Adicionalmente, alegaron que no habían obtenido beneficios anticompetitivos.

Al respecto, cabe indicar que el efecto restrictivo de una conducta no sólo consiste en impedir el ingreso de un competidor o excluirlo del mercado, sino que también puede consistir en restringir la posibilidad del competidor de incrementar su participación en el mercado al nivel que hubiera tenido si no se hubiera ejecutado la conducta anticompetitiva en su contra.

Sin perjuicio de ello, cabe indicar que, si bien Cemex realizó importaciones de cemento durante el periodo indicado, esta Comisión ha confirmado que el nivel de dichas importaciones sí fue inferior al que dicha empresa había proyectado¹³². En ese sentido, las conductas investigadas sí limitaron el crecimiento de las ventas de cemento “Quisqueya”, afectando su entrada y la disponibilidad de sus productos para los consumidores.

Asimismo, dichas conductas sí generaron beneficios anticompetitivos para Unacem y sus distribuidores. Ello, considerando que, mediante la negativa de venta a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”, se limitó el incremento de la participación de Cemex en el mercado; evitándose de este modo la reducción de la participación de mercado de Unacem y, por ende, la de sus distribuidores.

218. Por otro lado, las empresas y personas naturales investigadas señalaron en sus Alegaciones que la política investigada no produjo efectos negativos apreciables sobre los precios, la producción, la innovación o la variedad o la calidad de los bienes o servicios.

¹³¹ De acuerdo a las empresas investigadas, la cuota de Cemex en el mercado nacional ha sido 1,4%, 3,2%, 4,3% y 3,9% en los años 2009, 2010, 2011 y 2012 (no concluido), respectivamente.

¹³² Al respecto, ver los escritos presentados por Cemex el 26 de octubre de 2010, el 15 de noviembre de 2011 y el 9 de diciembre de 2011.

Sobre el particular, en el documento electrónico denominado “Informe de la Zona Norte Setiembre 2007”, elaborado por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem¹³³, se señala lo siguiente:

“Los precios de venta de nuestros productos en el mercado continúan disminuyendo debido a la presencia de la competencia [Quisqueya]”.

Del mismo modo, en el documento electrónico denominado “Informe de Zona Este Febrero 2008”, que se encontraba adjunto a un correo remitido por el Supervisor de Ventas 2 de Unacem¹³⁴, se señala lo siguiente:

“La Competencia (Quisqueya) ha efectuado un sensible descenso en su precio de venta en la Zona Este”.

En el escrito de Unacem del 28 de agosto de 2007, presentado ante la Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios del Indecopi, se señala lo siguiente¹³⁵:

*“Las importaciones de cemento dominicano a precios dumping afectarán los precios de venta de cemento en el Perú
(...)
Efectivamente, mientras que el cemento producido por **nuestra empresa se vende a un precio ex – fábrica de S/. 16.124 la bolsa de 42,5 kg, el producto elaborado por Cemex Dominicana con la marca Quisqueya, (...) se vende a un precio S/. 15.60 por bolsa de 42.5 kg.***

Si Cementos Lima S.A. tuviera que bajar su precio ex – fábrica a S/. 15.60 por bolsa de 42.5 kg, tendría un menor ingreso anual de S/. 21`845,000 a cifras del 2006 (...).”

[Énfasis agregado]

Por lo tanto, en el presente caso, la aplicación de la política de negativa de venta sí generó efectos anticompetitivos que eliminaron la posibilidad de que, para determinados clientes o zonas geográficas, estuvieran disponibles productos alternativos a menores precios.

En efecto, esta Comisión ha verificado que la política de negativa de venta generó un efecto exclusorio sobre Cemex, traducido en una limitación del crecimiento de las ventas de cemento “Quisqueya” y una afectación de la presencia de dicha marca en el mercado y su disponibilidad para los consumidores.

219. Adicionalmente, las empresas investigadas señalaron en sus descargos y Alegaciones que la presunta negativa de venta no afectó a los consumidores finales, debido a que, desde julio de 2007 hasta julio de 2008, el consumo de

¹³³ Documento citado en el numeral 14 del Anexo de la Resolución Admisoria.

¹³⁴ Documento citado en el considerando 125 de la Resolución Admisoria.

¹³⁵ Ver foja 116.

cemento no se redujo, habiéndose incluso incrementado sin que ello haya generado un aumento de los precios para los consumidores; y, que si una ferretería no tenía cemento “Sol” por haber sido castigada por adquirir cemento “Quisqueya”, los consumidores finales podían comprarlo en otra ferretería en el mismo distrito.

Sobre el particular, en el presente caso, la generación de efectos exclusorios respecto de Cemex también tuvo un impacto nocivo para los consumidores, quienes se vieron privados de encontrar en determinados establecimientos un producto alternativo a los de Unacem, ofrecido incluso a un menor precio, afectándose así sus posibilidades de elección¹³⁶.

De otro lado, si bien estas conductas no generaron que los consumidores no pudieran adquirir cemento “Sol”, sí limitaron la posibilidad de que adquirieran cemento “Quisqueya” y, en consecuencia, obstaculizaron el ingreso de Cemex al mercado, afectando el posicionamiento de su marca.

220. Asimismo, las empresas investigadas han señalado en sus descargos y Alegaciones que el porcentaje de ferreterías afectadas con la negativa de venta fue mínimo en relación con el número de ferreterías que operaban en el mercado relevante, y que la mayoría de ellas contaron con abastecimiento de cemento “Sol” o “Atlas” a través de alguno de los distribuidores de Unacem o, de manera indirecta, a través de otras ferreterías.

Al respecto, se ha acreditado que la política investigada, en relación a las negativas de venta, tuvo la capacidad para producir efectos contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”, no solo a través de castigos sino también de amenazas. En efecto, de la muestra evaluada se ha verificado que dicha conducta se aplicaba en el mercado y tenía la capacidad de generar un efecto exclusorio contra Cemex.

Además de los efectos derivados de la negativa sobre aquellas ferreterías a las que se aplicó efectivamente dicha negativa, cabe recordar que, en virtud a su “efecto multiplicador”, la imposición de amenazas o castigos a determinadas ferreterías por comercializar cemento “Quisqueya”, pudo haber disciplinado el comportamiento de otras que, aun sin haber sido castigadas o amenazadas o sin

¹³⁶ Por ejemplo, en el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo de Unacem; y, en copia, al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem; al Ejecutivo de Ventas de Unacem; y, a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del 28 de agosto de 2007, se señala lo siguiente:

“Se ha coordinado con Lalo Mercado quien ha conversado con Rubén Zavaleta de Dimza y le ha manifestado que va a seguir con nosotros, no vender Quisqueya”.

[Énfasis agregado]

En el correo electrónico remitido por la señora Mirtha Atencio Herrera al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del 25 de octubre de 2007, se señala lo siguiente:

*“Le escribo tal como me indicé por teléfono la semana pasada para que Cementos Lima reconsidere levantar el castigo de ya no venderme cemento Sol que me ha puesto por vender cemento Quisqueya. Como le dije, **estoy dispuesta a vender solamente cemento Sol**. Por favor tenga en cuenta que soy una mujer trabajadora y sigo perdiendo mucho dinero por el castigo que me han puesto injustamente.”*

[Énfasis agregado]

siquiera haber adquirido cemento “Quisqueya”, pudieron haber alineado su comportamiento para evitar que Unacem o sus distribuidores les negaran la venta de sus productos.

De otro lado, en relación con el argumento de que las conductas investigadas no habrían generado una grave afectación a las ferreterías debido a que la mayoría de ellas pudo abastecerse indirectamente a través de otras ferreterías, cabe señalar que, sin perjuicio de que esa alternativa pudo resultar más onerosa para las ferreterías en términos de precios y acceso a beneficios, la finalidad de las normas de libre competencia es proteger el funcionamiento eficiente del proceso competitivo y, en ese sentido, corresponde analizar los efectos reales o potenciales que la conducta de las empresas investigadas tuvo sobre sus competidores, en el presente caso, sobre Cemex.

221. Por otro lado, cabe señalar que el Informe denominado “Análisis del Probable Daño de las Presuntas Prácticas Anticompetitivas de la Resolución 004-2010/ST-CLC-INDECOPI”, elaborado por Apoyo Consultoría S.A.C.,¹³⁷ concluyó que el daño causado por las empresas investigadas habría sido poco significativo, principalmente por tres (3) razones: i) Cemex importó volúmenes bastante reducidos de cemento respecto del mercado relevante, ii) Cemex pudo fácilmente comercializar su producto en segmentos complementarios al subcanal tradicional ferretero (por ejemplo, concreteras), y iii) la conducta no pudo aplicarse de manera sistemática con todas las ferreterías con las que se relacionaba cada distribuidora, dado el elevado número de estas ferreterías.

Al respecto, si bien los volúmenes importados por Cemex fueron reducidos respecto del mercado relevante, estos representaban una fuente de competencia para Unacem, en la medida en que se trataba del ingreso al mercado de un nuevo competidor con un producto con menores precios. En lo que se refiere al canal tradicional ferretero a través del cual Cemex intentó ingresar al mercado, como lo menciona el referido informe, se trata del canal más importante a través del cual se comercializa el cemento. Finalmente, respecto a la dificultad de monitoreo de la conducta, cabe señalar que, si bien existe un elevado número de ferreterías en el mercado, era suficiente que existiera un grupo de ferreterías afectadas con la aplicación de la conducta, para que las demás ferreterías la conocieran y se vieran disuadidas de comercializar cemento “Quisqueya”. Asimismo, de los documentos electrónicos entregados durante las visitas inspectivas se desprende que las supervisiones de la conducta por parte de Unacem, La Viga, A.Berio y Macisa se realizaban por zonas. En ese sentido, las empresas investigadas sí podían conocer cuál era la incidencia de la conducta en el mercado.

Asimismo, el referido informe señaló que los efectos sobre el bienestar de los consumidores habrían sido menores. Para ello, consideró la variación en el excedente del consumidor como una aproximación de la pérdida de bienestar de los demandantes de cemento producto de un mayor precio y una menor cantidad ofrecida. En tal sentido, considerando una mínima variación en el precio, el modelo presentado en el referido informe señaló que “los efectos sobre el bienestar de los consumidores habrían sido pequeños”.

¹³⁷ El referido informe fue presentado por Unacem en su escrito del 2 de diciembre de 2011.

Sobre el particular, cabe resaltar que Unacem ya contaba con una alta participación en el mercado, por lo que es posible afirmar que lo que buscaba la conducta investigada no era incrementar los precios de sus productos sino conservar su alta participación en el mercado, afectando la capacidad de competir de un nuevo competidor, en este caso Cemex, que ofrecía un nuevo producto a menores precios.

De esta manera, si bien en algunos casos la afectación a los consumidores podría verificarse a través de un incremento de los precios, también es posible que se desarrollen conductas anticompetitivas cuyos efectos consistan en mantener los precios prevalecientes en el mercado o eliminar la posibilidad de que, para determinados clientes o zonas geográficas, estén disponibles productos alternativos a menores precios.

En efecto, en el presente caso, como se ha señalado, la generación de efectos exclusorios respecto de Cemex también tuvo un impacto nocivo para los consumidores, quienes se vieron privados de encontrar en determinados establecimientos un producto alternativo a los de Unacem, ofrecido incluso a un menor precio, afectándose así sus posibilidades de elección.

222. De similar forma, el Informe PWC determinó dos ratios para la medición de la posible afectación por una presunta negativa de venta: “Ratio de afectación a las ferreterías involucradas en el proceso por distribuidor” (en adelante, R1) y “Ratio de bolsas que posiblemente dejaron de ser comercializadas” (en adelante, R2).

El R1 se obtuvo de la división entre el “número de ferreterías que no está determinada la razón de desabastecimiento en los tres distribuidores” y el “número promedio mensual de ferreterías atendidas por los tres distribuidores”, y el R2 se obtuvo de la división entre la “cantidad de bolsas que dejaron de ser comercializadas por razones a determinar, a las ferreterías clientes que aparecen en la resolución” y la “cantidad de bolsas comercializadas por ferreterías clientes”.

Los ratios estimados en el Informe de PWC fueron 1,37% (R1) y 0,48 % (R2). Por lo tanto, Unacem indicó, en su escrito del 4 de junio de 2010, que la política investigada, a través de las negativas de venta, no había generado ninguna afectación a la competencia, ni al mercado ferretero en su conjunto, así como tampoco había generado beneficios anticompetitivos a favor de Unacem ni de sus distribuidores.

Acerca de los resultados del Informe PWC, esta Comisión considera que la aplicación de la política investigada no se puede medir únicamente por los casos de castigos aplicados a determinadas ferreterías, sino que deben considerar también los casos de amenazas de realización de tales castigos, pues estos últimos también podían lograr el efecto de disuadir la compra de cemento “Quisqueya”. Así, el análisis de la muestra de ferreterías identificada en la presente Resolución demuestra una aplicación de un total de 44 casos (91,7% de la muestra), correspondiendo a negativas de venta el 86,4% de los casos de aplicación de la política.

Además, como se ha señalado en la presente sección, ha quedado acreditado que dichas conductas generaron un efecto exclusorio sobre Cemex, traducido en una limitación del crecimiento de las ventas de cemento “Quisqueya” y una afectación de la presencia de la marca en el mercado y de su disponibilidad para los consumidores.

223. Finalmente, como se ha señalado, dichas conductas sí generaron beneficios anticompetitivos para Unacem y sus distribuidores. Ello, considerando que, mediante la negativa de venta a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”, se limitó el incremento de la participación de Cemex en el mercado; evitándose de este modo la reducción de la participación de mercado de Unacem y, por ende, la de sus distribuidores.

VI.4. Participación de las personas naturales investigadas

VI.4.1. Análisis de la responsabilidad de las personas naturales

224. Cabe recordar que toda persona jurídica implica una ficción, pues no tiene existencia propia en la realidad y, en ese sentido, las decisiones y actos que se adoptan y llevan a cabo al interior de una persona jurídica son realizados, en la práctica, por las personas naturales que integran sus órganos de dirección y gerencia.
225. En tal sentido, la sanción de las personas naturales que participan en los órganos de dirección, gerencia o gestión, que toman la decisión de llevar a cabo una conducta calificada como anticompetitiva, permite desincentivar eficazmente la adopción de estas conductas, toda vez que fueron tales personas las que las hicieron posibles¹³⁸.
226. De conformidad con lo dispuesto por los artículos 2.1 y 43.3 del Decreto Legislativo 1034, quienes ejerzan la dirección, gestión o representación de los agentes infractores podrán ser sancionados hasta con 100 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), en la medida que hayan tenido participación en el planeamiento, realización o ejecución de la infracción administrativa¹³⁹.

¹³⁸ Al respecto, se ha señalado lo siguiente:

“(…) en muchas jurisdicciones, las agencias o las cortes pueden también multar a las personas naturales, es decir, al individuo específico que cometió la infracción, adicionalmente a la multa para la empresa. La lógica detrás de estos sistemas es que la sola imposición de sanciones a la empresa no puede asegurar una desincentivación adecuada. Las empresas se involucran en cárteles a través de la conducta de sus representantes que son personas naturales. Las sanciones impuestas en individuos puede por lo tanto complementar las multas impuestas en corporaciones/empresas y mejorar la desincentivación.” Traducción libre de: *“(…) in several jurisdictions, agencies or courts can also fine natural persons, i.e. the specific individual who committed the infringement in addition to fining the undertaking. The logic behind these systems is that the imposition of sanctions only on the undertaking cannot ensure adequate deterrence. Undertakings are engaged in cartels through the conduct of their representatives who are natural persons. Sanctions imposed on individuals can therefore complement fines imposed on corporations/undertakings and enhance deterrence.”* OECD. *Cartels: Sanctions against Individuals. Policy Roundtables*, 2003, p. 16.

¹³⁹ **Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.**

Artículo 2.- Ámbito de aplicación subjetivo.

2.1. La presente Ley se aplica a las personas naturales o jurídicas, sociedades irregulares, patrimonios autónomos u otras entidades de derecho público o privado, estatales o no, con o sin fines de lucro, que en el mercado oferten o demanden bienes o servicios o cuyos asociados, afiliados, agremiados o integrantes realicen

227. De acuerdo a lo anterior, corresponde determinar (i) si los funcionarios de las empresas investigadas, que figuran como remitentes de los correos electrónicos contenidos en la Resolución Admisoria, ejercían algún cargo de dirección, gestión o representación en Unacem, La Vega, A. Berio o Macisa; y, (ii) si participaron en el planeamiento, ejecución o realización de las conductas investigadas.
228. En lo que se refiere a las funciones de los órganos de dirección y gerencia, Enrique Elías Laroza señala que: *“la administración de la sociedad anónima está confiada al directorio y a la gerencia. Mientras el primero se ocupa de delinear las políticas generales de la administración, la gerencia realiza los actos de ejecución y gestión cotidiana de la sociedad. Así, mientras la labor del directorio se relaciona con la adopción de las decisiones políticas y administrativas más importantes, el trabajo de la gerencia se circunscribe a la ejecución de los actos que exige la correcta conducción de los negocios”*¹⁴⁰.
229. Asimismo, los artículos 172 y 188 de la Ley 26887, Ley General de Sociedades, señalan que los directores y gerentes de una sociedad anónima tienen facultades de representación y de gestión ordinaria de la sociedad dentro de su objeto social¹⁴¹.
230. Por otro lado, cabe señalar que el artículo 2.2 del Decreto Legislativo 1034 establece que las personas naturales que actúan en nombre y por encargo de los agentes económicos contemplados en el artículo 2.1 de dicha norma, generan

dicha actividad. Se aplica también a quienes ejerzan la dirección, gestión o representación de los sujetos de derecho antes mencionados, en la medida que hayan tenido participación en el planeamiento, realización o ejecución de la infracción administrativa.
(...)

Artículo 43.- El monto de las multas.

43.3. Además de la sanción que a criterio de la Comisión corresponde imponer a los infractores, cuando se trate de una persona jurídica, sociedad irregular, patrimonio autónomo o entidad, se podrá imponer una multa de hasta cien (100) UIT a cada uno de sus representantes legales o a las personas que integran los órganos de dirección o administración según se determine su responsabilidad en las infracciones cometidas.

¹⁴⁰ ELÍAS LAROZA, Enrique. *Derecho Societario Peruano*. Editora Normas Legales S.A.. Trujillo-Perú. 2000, p 386.

¹⁴¹ **Ley 26887, Ley General de Sociedades.**

Artículo 172.- Gestión y representación.

El directorio tiene las facultades de gestión y de representación legal necesarias para la administración de la sociedad dentro de su objeto, con excepción de los asuntos que la ley o el estatuto atribuyan a la junta general.

Artículo 188.- Atribuciones del gerente.

Las atribuciones del gerente se establecerán en el estatuto, al ser nombrado o por acto posterior. Salvo disposición distinta del estatuto o acuerdo expreso de la junta general o del directorio, se presume que el gerente general goza de las siguientes atribuciones:

1. Celebrar y ejecutar los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social;
2. Representar a la sociedad, con las facultades generales y especiales previstas en el Código Procesal
3. Civil y las facultades previstas en la Ley de Arbitraje
4. Asistir, con voz pero sin voto, a las sesiones del directorio, salvo que éste acuerde sesionar de manera reservada.
5. Asistir, con voz pero sin voto, a las sesiones de la junta general, salvo que ésta decida en contrario.
6. Expedir constancias y certificaciones respecto del contenido de los libros y registros de la sociedad; y,
7. Actuar como secretario de las juntas de accionistas y del directorio.

responsabilidad en estos, sin que sea exigible para tal efecto las condiciones de representación civil¹⁴².

231. En virtud de lo anterior y considerando la información presentada por las investigadas en el presente procedimiento, se advierte que:

- Los señores Carlos Alfonso Ugás Delgado, Julio Ramírez Bardalez, Álvaro Antonio Morales Puppo, Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiane, Jorge Enrique Trelles Sánchez, Diego Miguel de la Piedra Minetti, Carlos Ernesto Marsano Soto, Luis Eduardo Huancahuari Laguna y José Antonio Nicolás Rey Recavarren ocupaban cargos directivos y gerenciales en sus respectivas empresas y, en tal sentido, ejercían la dirección y gerencia, representando así a las empresas investigadas.
- Los señores Raúl Alberto Pinto Ruiz, Eduardo Mercado Céspedes, Rosmary Martha Rondón Barriga y Rosa Elizabeth Salcedo López cumplían funciones que implicaban actuar en nombre y por encargo de sus respectivas empresas, ejerciendo por tanto su representación. Adicionalmente, estas personas se encargaban de la gestión de determinadas jefaturas o sucursales directamente vinculadas con la venta de productos.
- Los señores Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña, Fernando Erik Godoy Castañeda, Rolando Javier Nikaido Hokama y Julio César Rodríguez Palacín podían realizar coordinaciones directamente con los distribuidores de Unacem y, por tanto, actuar en nombre y por encargo de esta empresa, ejerciendo su representación¹⁴³.
- El señor Jorge Pedro Vera Nuñez cumplía funciones que implicaban actuar en nombre y por encargo de La Vega, ocupándose de la gestión del depósito de La Vega en Huaraz y de la supervisión de la logística.

232. En consecuencia, habiéndose acreditado que las referidas personas ejercieron algún cargo de dirección, gestión o representación en las empresas investigadas, corresponde determinar si participaron en el planeamiento, realización o ejecución de las conductas investigadas.

233. Al respecto, cabe recordar que el artículo 2.1 del Decreto Legislativo 1034 es una norma que establece una prohibición y, en consecuencia, debe ser interpretada

¹⁴² **Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.**
Artículo 2.- Ámbito de aplicación subjetivo.

(...)

2.2. Las personas naturales que actúan en nombre y por encargo de las personas jurídicas, sociedades irregulares, patrimonios autónomos o entidades mencionadas en el párrafo anterior, con sus actos generan responsabilidad en éstas, sin que sea exigible para tal efecto condiciones de representación civil.

¹⁴³ En particular, los señores Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña y Fernando Erik Godoy Castañeda, cumplían, entre otras funciones, las de difundir las medidas adoptadas frente a las ferreterías que comercializaban cemento "Quisqueya"; negociar con las ferreterías el agotamiento del stock de cemento "Quisqueya"; y, ordenar la aplicación de sanciones contra las ferreterías que comercializaban cemento "Quisqueya"; circunstancias que permiten confirmar que actuaban en nombre y por encargo de Unacem.

de manera estricta¹⁴⁴, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 139 numeral 9 de la Constitución Política del Perú¹⁴⁵.

234. En ese sentido, esta Comisión considera que corresponde determinar si estas personas tuvieron una participación activa en el planeamiento, realización o ejecución de las conductas investigadas. En otras palabras, corresponde identificar la realización de una acción concreta, por parte de cada una de estas personas, conducente a la configuración de las infracciones investigadas. Así, por ejemplo, la remisión de correos electrónicos, la suscripción de documentos o la realización de visitas podrán ser consideradas acciones concretas que reflejen una participación activa en las conductas investigadas. Por el contrario, la sola recepción de correos electrónicos no podrá ser considerada como la realización de una acción concreta.
235. De conformidad con el análisis del contenido de los documentos electrónicos evaluados en la Resolución de Ampliación y considerando las funciones que desempeñaban las personas naturales en las empresas investigadas, se ha acreditado que:

- (i) Los señores **Carlos Alfonso Ugás Delgado, Jorge Enrique Trelles Sánchez, Álvaro Antonio Morales Puppo y Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani** conocieron la política de castigo contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” y, participaron activamente en su planeamiento, realización o ejecución. Dichos funcionarios suscribieron la “Propuesta de Marketing” donde se reconocía que, a mediados de 2007, Unacem implementó una política de defensa ante el ingreso del cemento “Quisqueya” al mercado peruano, a través de la penalización a las ferreterías que comercializaban dicho producto.

Las investigadas indicaron que la “Propuesta de Marketing” tuvo como único propósito la creación de la Red Progre-Sol, por lo que sus firmas únicamente representaban su conformidad respecto de la implementación de un mecanismo de distribución eficiente, mas no su aceptación respecto de los hechos mencionados en los antecedentes del documento. Agregaron que dicha propuesta no evidenciaba, en sí misma, que hubieran participado en los hechos descritos en los antecedentes del documento.

Al respecto, si bien la finalidad de la “Propuesta de Marketing” era implementar un nuevo modelo de distribución de los productos de Unacem, a través de la creación de la Red Progre-Sol, no puede negarse que en

¹⁴⁴ Al respecto, en su obra “Estudios de la Constitución Política del Perú”, Marcial Rubio Correa interpreta los alcances del artículo 139 numeral 9 de la Constitución y señala que “(...) cuando los derechos se restringen el agente aplicador del Derecho tiene que hacer compatibles la restricción establecida por el legislador con el principio antes indicado. **La mejor manera de lograrlo es precisamente haciendo interpretación estricta de la restricción.** Por ello creemos que no sólo debe prohibirse la analogía sino también la interpretación extensiva”. [Énfasis agregado].

¹⁴⁵ **Constitución Política del Perú.**

Artículo 139.- Son principios y derechos de la función jurisdiccional:

(...)

9. El principio de inaplicabilidad por analogía de la ley penal y de las normas que restrinjan derechos.

(...)

dicho documento también se reconoció expresamente que, de manera previa, se *“decidió implementar una política de defensa ante el ingreso del competidor Cemex con varias acciones entre ellas, penalizar a los clientes Mayoristas y Sub-Distribuidores que decidieron vender la marca Quisqueya en sus locales”*.

Asimismo, las firmas allí consignadas evidencian la conformidad de los suscriptores con todo el contenido del documento, referido tanto a la implementación de la Red Progre-Sol como a la existencia previa de una política de castigo contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”.

De otro lado, si bien la suscripción de la “Propuesta de Marketing” no acredita necesariamente que los referidos funcionarios hayan participado en el planeamiento, realización o ejecución de la política de castigo, sí constituye un indicio que, analizado conjuntamente con los demás medios probatorios que obran en el expediente, permite acreditar su responsabilidad en las conductas investigadas.

En el caso del señor **Carlos Alfonso Ugás Delgado**, considerando la naturaleza de las funciones que desempeñaba en su calidad de Director y Gerente General de Unacem, y que se trataba de una política aplicada a nivel institucional, resulta razonable presumir que participó en su planeamiento, realización o ejecución.

Sobre el particular, el artículo 188 de la Ley 26887 establece, como atribuciones del gerente de una sociedad, la celebración y ejecución de los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social; así como la representación de la sociedad, con las facultades generales y especiales previstas en el Código Procesal Civil y las facultades previstas en la Ley de Arbitraje, entre otras. En consecuencia, se evidencia que, por la naturaleza del cargo del señor **Carlos Alfonso Ugás Delgado** y las implicancias de la política de castigo, ésta no pudo haber sido implementada sin su conocimiento y participación.

El señor **Jorge Enrique Trelles Sánchez** también realizó visitas a las ferreterías que compraban cemento “Quisqueya”, con el objeto de advertirles sobre las consecuencias de dicha comercialización; remitió y reenvió correos electrónicos donde se aprobó la adopción de medidas de castigo contra dichas ferreterías; expresó su malestar al informársele que las medidas impuestas por Unacem y sus distribuidoras no se estaban cumpliendo pese a lo acordado; e incluso impartió la orden de aplicar con firmeza la política de negativa contra las ferreterías que comercializaban el referido producto.

En sus Alegaciones, el señor **Jorge Enrique Trelles Sánchez** indicó que aplicar con “firmeza” la política investigada¹⁴⁶ significaba actuar más activamente en el mercado, hacer visitas más frecuentes a los clientes,

¹⁴⁶ Afirmación contenida en el documento citado en el numeral 5 del Anexo de la Resolución Admisoria.

proponer que la fuerza de ventas esté constituida por vendedores y no por tomadores de pedidos, incrementar la fuerza de ventas y capacitarlos para retener a los clientes.

Al respecto, de una revisión de los documentos electrónicos remitidos por el señor **Jorge Enrique Trelles Sánchez**, se evidencia que la palabra “firmeza” fue empleada para hacer referencia al modo de aplicación de la política de castigo.

Por su parte, el señor **Álvaro Antonio Morales Puppo** también realizó visitas a algunas ferreterías con el objeto de verificar si comercializaban cemento “Quisqueya”; advertirles sobre las consecuencias de dicha comercialización; así como brindar una solución a aquellos clientes que no se encontraban conformes con las políticas comerciales de Unacem, para persuadirlos de que no comercializaran el cemento de la competencia.

Asimismo, el señor **Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani** también realizó coordinaciones respecto a la supervisión realizada a un cliente que comercializaba cemento “Quisqueya”, proponiendo que el Jefe de Operaciones de La Viga se apersonara a su local para verificar si aun tenía el cemento de la competencia.

- (ii) Los señores **Raúl Alberto Pinto Ruiz, Rolando Javier Nikaido Hokama, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña, Fernando Erik Godoy Castañeda y Eduardo Mercado Céspedes** conocieron la política de castigo contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” y participaron activamente en su planeamiento, realización o ejecución.

En particular, el señor **Raúl Alberto Pinto Ruiz** ordenó bloquear el ingreso de ciertos vehículos a la planta, por tratarse de camiones de clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”; realizó las coordinaciones necesarias para la implementación del registro de los clientes sancionados; encargó que se le informe sobre la cantidad, tipo y precio del cemento que comercializaban algunos ferreterías; y, reenvió al Gerente de Marketing información sobre el reportaje emitido por el canal de línea abierta de Ica en relación a la venta de cemento, donde se comunicaba la prohibición de Unacem de vender cemento a aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”.

El señor **Rolando Javier Nikaido Hokama** acordó, conjuntamente con representantes de los distribuidores de Unacem, la forma en la que se realizarían las labores de supervisión a los comerciantes de cemento “Quisqueya”; así como la información que debía proporcionarse sobre dichos clientes. Además, comunicó la relación de ferreterías que serían pintadas, en la que no debía incluirse, por ejemplo, a la empresa Fernalex, pues se encontraba suspendida por comercializar cemento “Quisqueya”.

El señor **Jaime Fernando Bendayán Miguel** remitió correos electrónicos en los cuales ordenó aplicar la negativa de venta e informó sobre el alcance

de la política de negativa de venta, sobre la suspensión de la atención a determinados clientes por comercializar cemento “Quisqueya” y sobre clientes que, a pesar de haberse comprometido a no vender cemento “Quisqueya”, continuaron con la venta de este producto.

El señor **Alberto Ballesteros Peña** comunicó al Gerente Administrativo, al Gerente de Marketing y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem el malestar de las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” por las sanciones impuestas por negarse a vender de manera exclusiva el cemento fabricado por Unacem. Además, envió correos electrónicos sobre la supervisión a los clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”; sobre las restricciones que se aplicaron contra ellos por continuar comercializando este producto; y, sobre la situación de la cliente Mirtha Atencio Herrera, informando al Jefe del Departamento de Ventas que se mantenía la suspensión de venta de cemento contra ella, tal como se había conversado con el Gerente Administrativo.

El señor **Fernando Erik Godoy Castañeda** remitió información sobre las reuniones sostenidas con representantes de A. Berio para coordinar el inicio de la negativa de venta contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”; sobre la labor de supervisión de estos; y, sobre las sanciones que correspondía aplicar a estas ferreterías. Además, informó sobre ciertos camiones que transportaban “Quisqueya”, con la finalidad de que se procediera a su suspensión, y sobre las negociaciones que se llevaron a cabo con ciertos clientes para que no comercializaran “Quisqueya”.

El señor **Eduardo Mercado Céspedes** propuso la adopción de medidas de castigo contra los comerciantes de cemento “Quisqueya” y remitió información sobre la labor de supervisión a los clientes que continuaban vendiendo este producto.

- (iii) Los señores **Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego Miguel de la Piedra Minetti, Luis Eduardo Huancahuari Laguna, José Antonio Nicolás Rey Recavarren**¹⁴⁷ y **Rosmary Martha Rondón Barriga** conocieron la política de castigo contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” y participaron activamente en su planeamiento, realización o ejecución, al acordar la forma en la que se realizarían las labores de supervisión a los ferreteros que comercializaban cemento “Quisqueya”; la información que debía proporcionarse sobre dichos clientes; así como la instrucción de dejar de vender los productos de Unacem a las ferreterías que mantuvieran *stock* de cemento “Quisqueya”¹⁴⁸.

Adicionalmente, el señor **Diego Miguel de la Piedra Minetti** sugirió conversar con un distribuidor de Unacem para evitar que comercializara cemento “Quisqueya” y, conversó con un cliente comprometiéndose a que

¹⁴⁷ En el caso del señor José Antonio Nicolás Rey Recavarren, no existe evidencia que demuestre que conoció la política de castigo, pero sí que participó activamente en su planeamiento, realización o ejecución.

¹⁴⁸ Ver el correo electrónico citado en considerando 112 de la Resolución Admisoria, en que se hace referencia a la reunión del 6 de agosto de 2007 llevada a cabo por los referidos funcionarios.

intercedería por él con la finalidad de que le levantaran la sanción, siempre que comercializara únicamente los productos de Unacem.

Por su parte, el señor **Luis Eduardo Huancahuari Laguna** aprobó la adopción de medidas de castigo contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” y remitió información sobre la labor de supervisión a los clientes que continuaban vendiendo dicho producto.

- (iv) Los señores **Julio César Rodríguez Palacín**, **Rosa Elizabeth Salcedo López** y **Jorge Pedro Vera Nuñez** participaron activamente en el planeamiento, realización o ejecución de la política de negativa de venta.

En particular, el señor **Julio César Rodríguez Palacín** remitió información sobre los clientes que continuaban vendiendo cemento “Quisqueya”, con la finalidad de que los distribuidores adoptaran las medidas de suspensión de venta.

La señora **Rosa Elizabeth Salcedo López** informó la identificación de los clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”; las advertencias realizadas en caso continuaran comercializando dicho producto; y la posible comercialización de cemento “Quisqueya” en ciertos distritos.

El señor **Jorge Pedro Vera Nuñez** informó a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” que, si volvían a comercializar esta marca, Unacem ordenaría no abastecerlas más con sus productos.

- (v) El señor **Julio Ramírez Bardalez** conoció la política de castigo contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”. Sin embargo, a diferencia de lo señalado en el Informe Técnico, esta Comisión considera que no existe evidencia de que haya participado activamente en su planeamiento, realización o ejecución.

Si bien el señor **Julio Ramírez Bardalez** suscribió la “Propuesta de Marketing”, no se ha demostrado la realización de alguna acción concreta conducente a la configuración de la infracción investigada. Asimismo, debido a la naturaleza de sus funciones como Gerente Legal de Unacem, tampoco resulta presumible que haya participado en la política de castigo, por lo que, en este caso particular, la suscripción de la “Propuesta de Marketing”, no constituye un indicio suficiente para acreditar su responsabilidad.

VI.4.2. Análisis de los argumentos de las personas naturales

- 236. En sus descargos y Alegaciones, las personas naturales investigadas sostuvieron que, durante el ejercicio de sus labores, ni el Directorio ni la Gerencia General ni ninguna otra gerencia de las empresas involucradas, instruyeron a su personal sobre la supuesta política implementada contra los clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”. Asimismo, indicaron que el haber sido destinatarias de algunos correos electrónicos no implicaba que hayan tomado conocimiento o manifestado su conformidad respecto de su contenido.

No obstante lo señalado, del contenido de diversos documentos electrónicos analizados en la sección VI.1. de la presente Resolución, se ha verificado que Unacem y sus distribuidores acordaron implementar una política a través de negativas de venta de cemento y retiro de beneficios contra las ferreterías que comercializaran cemento “Quisqueya”. Dicho acuerdo, en efecto, fue puesto en conocimiento de los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem, encargados de la supervisión de los distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, con el fin de garantizar la transmisión, aplicación y cumplimiento de la política.

En ese sentido, las comunicaciones electrónicas cursadas entre los funcionarios de Unacem y sus distribuidores, aun cuando no hayan merecido respuesta por parte de sus destinatarios, demuestran la existencia de coordinaciones y directivas que giraban en torno a un objetivo común para todas las empresas involucradas: excluir a Cemex del mercado.

237. Asimismo, en sus descargos las personas naturales investigadas señalaron que, durante el periodo investigado, los asuntos relacionados con la comercialización y venta de cemento por parte de Unacem, estuvieron a cargo de la Gerencia de Administración y los supervisores de ventas de dicha empresa, siendo que cada distribuidor tenía autonomía para gestionar sus labores, dentro de su zona de distribución, por lo que las instrucciones expuestas en los correos electrónicos no necesariamente eran acatadas por los distribuidores.

Sobre el particular, el hecho que los asuntos relacionados con la comercialización y venta de los productos de Unacem hayan estado a cargo de la Gerencia de Administración no impide en absoluto que los demás funcionarios hayan conocido la política pues, precisamente, el éxito de dicha medida se debió a que los distintos funcionarios de Unacem y sus distribuidores, independientemente del área o gerencia en la que se encontraban, trabajaron coordinadamente para aplicarla y lograr que, tal como se reconoció en la “Propuesta de Marketing”, se limitara el crecimiento de Cemex.

En ese sentido, resulta razonable que todos los funcionarios que contaban con cierto poder de decisión sobre las políticas comerciales de distribución de cemento, no solo hayan seguido las instrucciones que la política requería para su adecuada aplicación, sino que hayan adoptado, de acuerdo al caso en concreto, las medidas necesarias y compatibles con la lógica de sanción contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”. A modo de ejemplo, podemos mencionar el impedimento de ingreso del camión de una ferretería al local de Macisa, por haber comercializado cemento “Quisqueya”¹⁴⁹.

238. En sus descargos y Alegaciones las personas naturales investigadas indicaron que no debían considerarse como política las ideas individuales y aisladas de determinados funcionarios que no llegaron a ejecutarse, ya que los clientes siempre pudieron acceder a los productos de Unacem, y no existía evidencia que

¹⁴⁹ Ver la carta notarial suscrita por la señora Mirtha Atencio Herrera dirigida a Macisa, que se encuentra adjunta al correo electrónico remitido por el Gerente General de La Viga, al señor Marcelo Rizo Patrón de la Piedra, Director de Unacem, del 22 de octubre de 2007.

demostrara que un cliente dejó de comprar cemento “Quisqueya” por las presuntas amenazas de los funcionarios de Unacem y sus distribuidores. Sin perjuicio de ello, reconocieron que, si bien en algunos casos se advirtieron acciones aisladas de negativas de venta, éstas se ejecutaron por iniciativa propia de determinados funcionarios.

Al respecto, conforme se ha concluido en la sección VI.1. de la presente Resolución, la conducta investigada estuvo relacionada con el despliegue de una política de castigo y no, como han señalado las investigadas, de meras ideas individuales de determinados funcionarios.

Por lo tanto, del análisis de la evidencia entregada durante las visitas inspectivas realizadas por la Secretaría Técnica, ha quedado acreditado que la política investigada se ejecutó a través de amenazas y castigos de negativas de venta que tuvieron un efecto real y potencialmente exclusorio contra Cemex.

239. Adicionalmente, las personas naturales investigadas señalaron que la negativa de venta, de ingreso de un transportista a la planta o de la contratación de flete contra una ferretería que comercializaba productos distintos a los distribuidos por Unacem se encontraban amparadas por el derecho a la libertad contratación, por lo que constituían conductas legítimas.

Al respecto, cabe señalar que, si bien los agentes económicos tienen libertad para decidir con quién, cuándo, cómo y en qué términos contratar, esta libertad no es irrestricta, sino que está sujeta a ciertos límites. Precisamente, el ordenamiento jurídico de defensa de la libre competencia constituye un límite que los agentes económicos deben observar al entablar relaciones comerciales. Por lo tanto, la realización de una conducta anticompetitiva, lejos de encontrar una justificación en el derecho a la libre contratación, se encuentra prohibida y, por tanto, debe ser sancionada por la autoridad de competencia.

240. En sus descargos, las personas naturales investigadas sostuvieron que resultaban aplicables al presente procedimiento los siguientes principios: (i) principio de presunción de inocencia; (ii) principio de causalidad, y (iii) principio de licitud, por lo que únicamente debían ser sancionadas en caso de existir prueba de su supuesta participación en las conductas anticompetitivas investigadas.

Sobre el particular, debe señalarse que, efectivamente, los referidos principios rigen todo procedimiento administrativo sancionador y, en consecuencia, la autoridad de competencia se encuentra obligada a respetarlos. En ese sentido, únicamente corresponderá asignar responsabilidad a las personas naturales sobre los hechos investigados, siempre que se acredite la existencia de su participación activa en la política investigada, a través de una acción concreta.

241. En sus Alegaciones, las personas naturales sostuvieron que, el hecho de haber tenido la condición de accionista, representante, gerente, trabajador, directivo o propietario de una empresa, no permitía afirmar que, si esta empresa cometía una conducta anticompetitiva, dichas personas naturales también resultaban responsables por tal conducta.

Cabe precisar que, en efecto, la sola condición de accionista, gerente, trabajador o directivo de las empresas investigadas no hacen a las personas naturales responsables por las conductas investigadas. No obstante, en el presente caso, existe evidencia que acredita fehacientemente su participación activa en el planeamiento, realización y ejecución de las conductas investigadas.

242. Por otro lado, en sus Alegaciones, los señores Álvaro Morales Puppo, Julio Rodríguez Palacín y Luis Huancahuari Laguna indicaron que, por las funciones que desempeñaban, desconocían las labores de campo que se realizaban, la conformación de su cartera de clientes y los medios que se implementaban para fidelizarlos. Por su parte, los señores Eduardo Mercado Céspedes, Jorge Vera Núñez, Rosa Elizabeth Salcedo Lopez y Rosemay Rondón Barriga alegaron que no era su función decidir sobre las nuevas líneas de comercialización de bienes y servicios de Unacem, dado que esto le correspondía a la Gerencia Administrativa de dicha empresa.

No obstante de acuerdo a los documentos electrónicos analizados, se advierte que dichos funcionarios no solo conocieron la política investigada, sino que participaron de manera activa en su implementación, mantenimiento y ejecución.

243. Por tanto, de conformidad con los medios probatorios analizados por la Secretaría Técnica, ha quedado acreditado que las personas naturales investigadas, a excepción del señor **Julio Ramírez Bardalez**, en ejercicio de la dirección, gerencia o gestión de Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa, tuvieron una participación activa en el planeamiento, realización o ejecución de la conducta investigada. En consecuencia, corresponde imponerles una sanción por la comisión de una infracción administrativa.

VI.5. Análisis de las justificaciones

244. A continuación, corresponde determinar si las conductas analizadas se encontraron justificadas por razones de una mayor eficiencia económica.
245. Al respecto, como se ha señalado, las empresas investigadas indicaron que la negativa de venta aplicada a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya” constituía una respuesta frente a la política de aplicación de precios dumping por parte de Cemex y a la reducción de la tasa de los derechos arancelarios para la importación de cemento.
246. Cabe indicar que la medida idónea frente a las prácticas de dumping es la presentación de una solicitud de aplicación de derechos antidumping ante la Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios del Indecopi; mientras que la medida idónea para cuestionar la reducción de la tasa de derechos arancelarios era interponer alguna de las garantías constitucionales establecidas en el artículo 200 de la Constitución, solicitando la inaplicación o derogación de la norma correspondiente.
247. Por lo tanto, teniendo en cuenta que las justificaciones señaladas por las empresas no se encuentran relacionadas con razones técnicas o económicas, es

decir, con razones de una mayor eficiencia económica, esta Comisión considera que no constituyen justificaciones comerciales válidas.

248. Asimismo, las empresas investigadas sostuvieron en sus descargos que, la negativa de venta de cemento “Sol” a las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”, se produjo debido a incumplimientos en el pago o a la decisión voluntaria de dichas ferreterías de convertirse en comercializadores exclusivos de cemento “Quisqueya”.

Al respecto, de acuerdo a los diversos documentos electrónicos analizados en la sección VI.1. de la presente Resolución, se ha comprobado que la negativa de venta de cemento fue impuesta por Unacem y sus distribuidoras a través de castigos y amenazas contra las ferreterías que comercializaban cemento “Quisqueya”.

A mayor abundamiento, ha quedado acreditado que, en algunos casos, las ferreterías manifestaron sus quejas respecto de la política de Unacem y sus distribuidores de negarse a venderles cemento por haber comercializado cemento “Quisqueya”. Ello pone en evidencia que la suspensión del suministro de cemento no se produjo por voluntad de las ferreterías, sino que les fue impuesta por las empresas investigadas como consecuencia de la aplicación de la política investigada.

Adicionalmente, la evidencia analizada señala que el motivo por el cual se amenazaba o castigaba a las ferreterías con la negativa de venta era directamente la comercialización de cemento “Quisqueya”.

249. En sus Alegaciones, las empresas y las personas naturales investigadas señalaron que debían analizarse las externalidades positivas y eficiencias que se pudieron haber originado en el mercado durante la ejecución de la presunta conducta anticompetitiva.

Sin embargo, las investigadas no han sustentado la existencia de dichos supuestos, efectos pro competitivos ni que éstos sean mayores que los efectos negativos identificados. En efecto, las justificaciones señaladas por las empresas investigadas durante el procedimiento, no se encuentran relacionadas con razones técnicas o económicas, es decir, con razones de una mayor eficiencia económica.

En ese sentido, considerando que en el presente caso no existen justificaciones comerciales válidas para la conducta investigada, esta Comisión considera que el efecto neto de la conducta anticompetitiva identificada es negativo.

VII. DETERMINACIÓN DE LA SANCIÓN

250. Habiendo quedado demostrada la existencia de una infracción al Decreto Legislativo 1034, corresponde determinar una sanción adecuada para los infractores.

VII.1. Reglas para la determinación de la sanción

251. El numeral 3 del artículo 230 de la Ley 27444 consagra el principio de razonabilidad como uno de los principios especiales de la potestad sancionadora administrativa, en los siguientes términos:

3. Razonabilidad.- Las autoridades deben prever que la comisión de la conducta sancionable no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción. Sin embargo, las sanciones a ser aplicadas deberán ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, debiendo observar los siguientes criterios que en orden de prelación se señalan a efectos de su graduación:

- a) La gravedad del daño al interés público y/o bien jurídico protegido;*
- b) El perjuicio económico causado;*
- c) La repetición y/o continuidad en la comisión de la infracción;*
- d) Las circunstancias de la comisión de la infracción;*
- e) El beneficio ilegalmente obtenido; y*
- f) La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.*

252. Las sanciones de tipo administrativo tienen como principal objetivo disuadir o desincentivar la realización de infracciones por parte de los administrados. Ello implica que la magnitud de dichas sanciones debe ser igual o superior al beneficio esperado de realizar las infracciones. El objetivo es garantizar que las sanciones administrativas tengan realmente un efecto disuasivo, no sólo sobre las empresas infractoras sino sobre el resto de agentes económicos del mercado. Sin perjuicio de ello, la autoridad de competencia tiene la posibilidad de graduar la sanción, incrementándola o reduciéndola, en función de los respectivos criterios agravantes o atenuantes que resulten aplicables en cada caso concreto.

253. Al respecto, el artículo 44 del Decreto Legislativo 1034 establece los criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduar la sanción en los procedimientos sobre conductas anticompetitivas:

- El beneficio ilícito esperado por la realización de la infracción;
- La probabilidad de detección de la infracción;
- La modalidad y el alcance de la restricción de la competencia;
- La dimensión del mercado afectado;
- La cuota de mercado del infractor;
- El efecto de la restricción de la competencia sobre los competidores efectivos o potenciales, sobre otras partes en el proceso económico y sobre los consumidores;
- La duración de la restricción de la competencia;
- La reincidencia de las conductas prohibidas; o,
- La actuación procesal de la parte.

254. Los dos primeros criterios, el beneficio ilícito esperado y la probabilidad de detección de la infracción, responden al principio de razonabilidad. En efecto, dado que la sanción debe cumplir una función disuasiva, debe procurarse que sea mayor que los beneficios que el infractor esperaba obtener como consecuencia de su conducta ilícita.

255. Así, estos dos criterios permitirán determinar un monto base de la multa que, en atención al principio de razonabilidad, garantice el cumplimiento de la función disuasiva de la sanción.
256. No obstante, también deben tenerse en cuenta otras circunstancias vinculadas con la conducta infractora que permitirán apreciar su real dimensión y, en tal sentido, motivarán el incremento o la disminución de la multa base, en virtud del principio de proporcionalidad¹⁵⁰.
257. Así, criterios como la dimensión del mercado afectado, los efectos reales y potenciales sobre otros competidores y los consumidores, la participación de mercado del infractor y la duración de la conducta ilícita, son factores que permiten apreciar las repercusiones de la conducta infractora y, de esta manera, ayudan a establecer la gravedad de la infracción.
258. Del mismo modo, y siguiendo la jurisprudencia de la Sala, criterios como la indebida actuación procesal y la reincidencia pueden ser considerados como agravantes de la sanción y, por lo tanto, pueden incrementar la multa base determinada a partir del principio de razonabilidad¹⁵¹.
259. Al respecto, se ha señalado que *“una vez determinado el beneficio esperado y la probabilidad de detección de la infracción, la autoridad administrativa podrá tener en consideración otros factores como los efectos reales o potenciales en los consumidores y en el mercado de la conducta infractora, la conducta procedimental y la reincidencia de la denunciada, entre otros criterios establecidos legalmente, para agravar o atenuar la magnitud de la sanción a imponerse”*¹⁵².

VII.2. Cálculo de la multa base

VII.2.1. Para las empresas

260. De acuerdo a lo anterior, para el cálculo de la multa base, se considera el beneficio ilícito extraordinario y la probabilidad de detección de modo que, a mayor beneficio extraordinario, mayor será el beneficio esperado y, por lo tanto, mayor deberá ser la multa. Por otro lado, a menor probabilidad de detección,

¹⁵⁰ Al respecto, se ha señalado lo siguiente:

“En efecto, es en el seno de la actuación de la Administración donde el principio de proporcionalidad cobra especial relevancia, debido a los márgenes de discreción con que inevitablemente actúa la Administración para atender las demandas de una sociedad en constante cambio, pero también, debido a la presencia de cláusulas generales e indeterminadas como el interés general o el bien común, que deben ser compatibilizados con otras cláusulas o principios igualmente abiertos a la interpretación, como son los derechos fundamentales o la propia dignidad de las personas (...)”. Sentencia del Tribunal Constitucional del 11 de octubre de 2004, recaída en el Expediente 2192-2004-AA/TC.

¹⁵¹ Sobre la obligación de las partes de observar una adecuada conducta procesal y la consideración del incumplimiento de este deber como factor agravante, ver Resolución 0352-2008/TDC-INDECOPI del 26 de febrero de 2008. Respecto de la reincidencia como factor agravante para la imposición de una multa, ver Resolución 0839-2009/TDC-INDECOPI del 29 de abril de 2008.

¹⁵² Resolución 0960-2008/TDC-INDECOPI del 19 de mayo de 2008.

mayor será el beneficio esperado y, en consecuencia, mayor deberá ser la multa. En ese sentido, el cálculo de la multa se realizará aplicando la siguiente fórmula¹⁵³:

$$\frac{B_{Ext}}{P_{det}} = \text{Beneficio Esperado} \leq \text{Multa}$$

261. En el presente caso, el beneficio ilícito extraordinario está representado por las ganancias que Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa esperaron obtener al afectar la capacidad de competir de Cemex. Es decir, las ganancias asociadas a las ventas de cemento “Quisqueya” que Cemex no podía realizar debido a la conducta anticompetitiva y que sí realizarían las empresas investigadas con productos de Unacem.
262. En ese sentido, el Beneficio Extraordinario de Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa se deriva de la aplicación de la siguiente fórmula.

Beneficio ilícito extraordinario

$$B_{Ext} = P_t * Q_t * Mg_t$$

Donde:

P_t : Precio promedio ponderado de cemento de Unacem (soles por bolsa) en el periodo “t”¹⁵⁴.

¹⁵³ Formalmente se llega a ese resultado de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} BE^{NL} &= (B^{NL} - Multa)(P_{det}) + (B^{NL})(1 - P_{det}) \\ BE^{NL} &= B^{NL} \cdot P_{det} - Multa \cdot P_{det} + B^{NL} - B^{NL} \cdot P_{det} \\ BE^{NL} &= B^{NL} - Multa \cdot P_{det} \leq B^L \\ (B^{NL} - B^L) - Multa \cdot P_{det} &\leq 0 \\ B_{Ext} &\leq Multa \cdot P_{det} \\ \frac{B_{Ext}}{P_{det}} &\leq Multa \end{aligned}$$

Donde:

BE^{NL} = Beneficio esperado de no cumplir la ley

B^{NL} = Beneficio de no cumplir la ley

B^L = Beneficio de cumplir la ley

P_{det} = Probabilidad de detección

B_{Ext} = Beneficio extraordinario

¹⁵⁴ Para Unacem, precio calculado en base a sus ingresos y volúmenes de ventas de cemento en bolsa a La Viga, A. Berio y Macisa para el periodo agosto 2007- diciembre 2008, ajustado según la variación mensual del IPC de Lima del Banco Central de Reserva del Perú. Ver: escrito de Unacem del 17 de noviembre de 2011 (respuesta a la pregunta 5.5).

Para La Viga, A. Berio y Macisa, precio calculado a partir de la información entregada por cada una de ellas sobre precios promedio ponderado de cemento en bolsa a ferreterías, distribuidoras y Progresol, para el periodo agosto 2007- diciembre 2008, ajustados según la variación mensual del IPC de Lima del Banco Central de Reserva del Perú. Cabe señalar que para el caso de Macisa, los precios considerados fueron precios a nivel de Lima mientras que para La Viga y A. Berio a nivel del mercado relevante. Ver: escrito de La Viga del 15 de noviembre de 2011,

Q_t :	Ventas no realizadas por Cemex como resultado de la conducta anticompetitiva en el periodo “t”.
Mg_t :	Margen de utilidad operativa de la venta de cemento de Unacem en el periodo “t” ¹⁵⁵ .
t :	Periodo durante el cual Unacem, La Viga, A.Berio y Macisa esperaron obtener ganancias por la aplicación de la conducta anticompetitiva.

263. El beneficio ilícito extraordinario se calcula en base a un horizonte temporal de 17 meses, desde agosto de 2007, mes en el que se inició la política de negativa de venta a las ferreterías que adquirirían cemento “Quisqueya”, hasta diciembre de 2008, mes hasta el que se habrían producido los efectos de la conducta anticompetitiva, si se toma en consideración la evidencia de su aplicación en el segundo semestre de 2008¹⁵⁶.

264. La aproximación de las ventas no realizadas por Cemex (Q_t) como resultado de la conducta anticompetitiva ha sido realizada de la siguiente manera:

- Para el periodo agosto – diciembre 2007:

El nivel esperado de ventas de Cemex fue su nivel de importaciones esperadas menos el nivel de ventas del mes de julio de 2007 (mes sin la conducta anticompetitiva).

La brecha existente entre las ventas efectivas y las importaciones esperadas de Cemex fue de 41 967 toneladas (47,00% respecto de las importaciones esperadas). Dicha brecha se explica en un 20,03% por condiciones propias del mercado¹⁵⁷, siendo el restante 26,97% atribuible a la conducta anticompetitiva identificada.

escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011 y escrito de Macisa del 2 de noviembre de 2011 (respuestas a la pregunta 3.3).

¹⁵⁵ La Viga entregó información de su margen de utilidad operativa mensual por la venta de cemento en bolsas en su escrito del 15 de noviembre de 2011 (respuesta a la pregunta 1.3). Al respecto, el margen de utilidad operativa utilizado es un promedio ponderado de los márgenes de utilidad operativa de los tipos de cemento comercializados por La Viga para el periodo agosto 2007 – diciembre 2008.

Para el resto de empresas se utilizó como proxy el promedio de los márgenes de utilidad operativa de cada una de las empresas de los años en que se aplicó la conducta, es decir, 2007 y 2008.

La información de Unacem fue obtenida de los Estados Financieros que se encuentran publicados en la página web de la Superintendencia de Mercado de Valores. La información de A. Berio fue obtenida de sus Estados Financieros entregados en su escrito del 14 de noviembre de 2011. La información de Macisa fue obtenida de sus Estados Financieros entregados en su escrito del 2 de noviembre de 2011.

¹⁵⁶ Al respecto, cabe indicar que, se ha considerado que los efectos que produjo la conducta se prolongaron hasta diciembre de 2008, un mes adicional respecto del fin de periodo de la existencia de la conducta.

¹⁵⁷ El porcentaje de brecha entre las importaciones esperadas y ventas efectivas de Cemex atribuible a condiciones propias del mercado es el promedio de los porcentajes de las brechas de 2009 y 2010, años presumiblemente sin

- Para el 2008:

El nivel esperado de ventas de Cemex fue su nivel de importaciones esperadas corregidas por un factor de 21,35% que refleja el crecimiento del mercado relevante entre 2007 y 2008¹⁵⁸ y que no habría sido recogido por las importaciones originalmente esperadas por parte de Cemex, lo que se desprende del hecho que éstas fueron simplemente el doble de lo previsto para el segundo semestre de 2007.

La brecha existente entre las ventas efectivas y las importaciones esperadas corregidas de Cemex fue de 53 423 toneladas (24,46% respecto de las importaciones esperadas). Dicha brecha se explica en un 20,03% por condiciones propias del mercado, siendo el restante 4,43% atribuible a la conducta anticompetitiva identificada.

265. El total de ventas de Unacem atribuibles a la conducta anticompetitiva entre agosto de 2007 y diciembre de 2008 se distribuyen, a su vez, entre los tres distribuidores, La Viga, A. Berio y Macisa, según las cuotas de ventas que les correspondieron durante el mismo periodo.

266. El siguiente cuadro muestra el cálculo del beneficio ilícito extraordinario¹⁵⁹ en el presente caso:

Cuadro 2
Beneficio ilícito extraordinario

Empresa	Cantidad (1)	Precio (2)	Ingreso (1*2)	Margen de utilidad operativa	Beneficio extraordinario	Beneficio extraordinario ajustado por inflación
	(Bolsas)	(S/. / Bt)	(S/.)	(%)	(S/.)	(S/.)
Unacem	794 122	13,40	10 644 549	35,14	3 740 004	4 129 766
La Viga					84 244	93 023
A. Berio					33 289	36 758
Macisa					42 833	47 297

Fuente: Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa

Elaboración: Secretaría Técnica

267. En lo que se refiere a la probabilidad de detección, esta Comisión considera que era media-alta y que, en consecuencia, debe tener un valor de 0,75. Ello,

los efectos de la conducta anticompetitiva. Cabe precisar que las importaciones esperadas de 2010 fueron estimadas según la información de Cemex de enero – julio de 2010, asumiendo un valor proporcional para el periodo de agosto – diciembre de 2010.

¹⁵⁸ Ver Cuadro 4 del Anexo 1.

¹⁵⁹ Con la finalidad de que el Beneficio Extraordinario mantenga su valor en el tiempo corresponde actualizar dicho valor (a diciembre de 2012). Para ello se ha utilizado la variación mensual del IPC de Lima reportada por el Banco Central de Reserva del Perú.

considerando que la aplicación de la política investigada era un hecho verificable en el mercado relevante que ocasionó la denuncia de Malva y, posteriormente, el apersonamiento de Cemex al procedimiento.

268. Así, dividiendo el beneficio ilícito extraordinario entre la probabilidad de detección, se obtiene que el beneficio esperado para Unacem, La Viga, A. Berio, y Macisa ascendió a mil cuatrocientos ochenta y ocho y 20/100 (1 488,20) UIT, treinta y tres y 52/100 (33,52) UIT, trece y 25/100 (13,25) UIT, y diez y siete y 04/100 (17,04) UIT, respectivamente, que sería la multa base correspondiente a cada una de ellas¹⁶⁰.

269. Cabe mencionar que, en relación al cálculo de la multa base propuesto en el Informe Técnico, las empresas investigadas señalaron en sus Alegaciones que no se había indicado la manera de obtener los valores de los factores de la multa como, por ejemplo, el factor de las ventas no realizadas por Cemex como resultado de la conducta anticompetitiva (Q_t).

Al respecto, cabe resaltar que el cálculo de la multa base describe detalladamente el procedimiento seguido, con la finalidad de que cada una de las empresas pueda replicarlo de acuerdo a su propia información.

270. Por otro lado, Unacem ha señalado que resulta arbitrario haber aplicado el margen de utilidad operativa bruta en el cálculo de su multa base, y no el margen de utilidad neta después del Impuesto a la Renta.

Sin embargo, esta Comisión considera que, para efectos del cálculo de la multa base, no sería apropiado incluir factores financieros ni tributarios, pues, como se ha señalado, el cálculo de la multa debe realizarse en función al beneficio esperado, de modo que cumpla con su función de disuadir la infracción.

Cabe señalar que, en el presente caso, esta Comisión ha utilizado la variable margen de utilidad operativa de la venta de cemento de Unacem como proxy para medir la ganancia que esperaba obtener por las ventas no realizadas por Cemex como resultado de la conducta anticompetitiva, debido a que refleja la diferencia entre ingresos y costos correspondientes a las ventas de cemento.

Considerar el margen de utilidad neta podría distorsionar el objetivo del cálculo de beneficio esperado, debido a que se estaría tomando en cuenta, por ejemplo, ingresos financieros, como los dividendos de empresas relacionadas, o gastos financieros, como los intereses por el financiamiento de activos de largo plazo¹⁶¹.

271. Por otro lado, las empresas investigadas señalaron en sus Alegaciones que la presunta mayor venta de bolsas de cemento por parte de Cemex respondía a una mera especulación.

¹⁶⁰ El valor de la UIT es S/.3 700.

¹⁶¹ Class & Asociados. Fundamento de Clasificación de Riesgo. Marzo de 2012. Pág. 8. Ver: <http://www.classrating.com/CemLima.PDF>

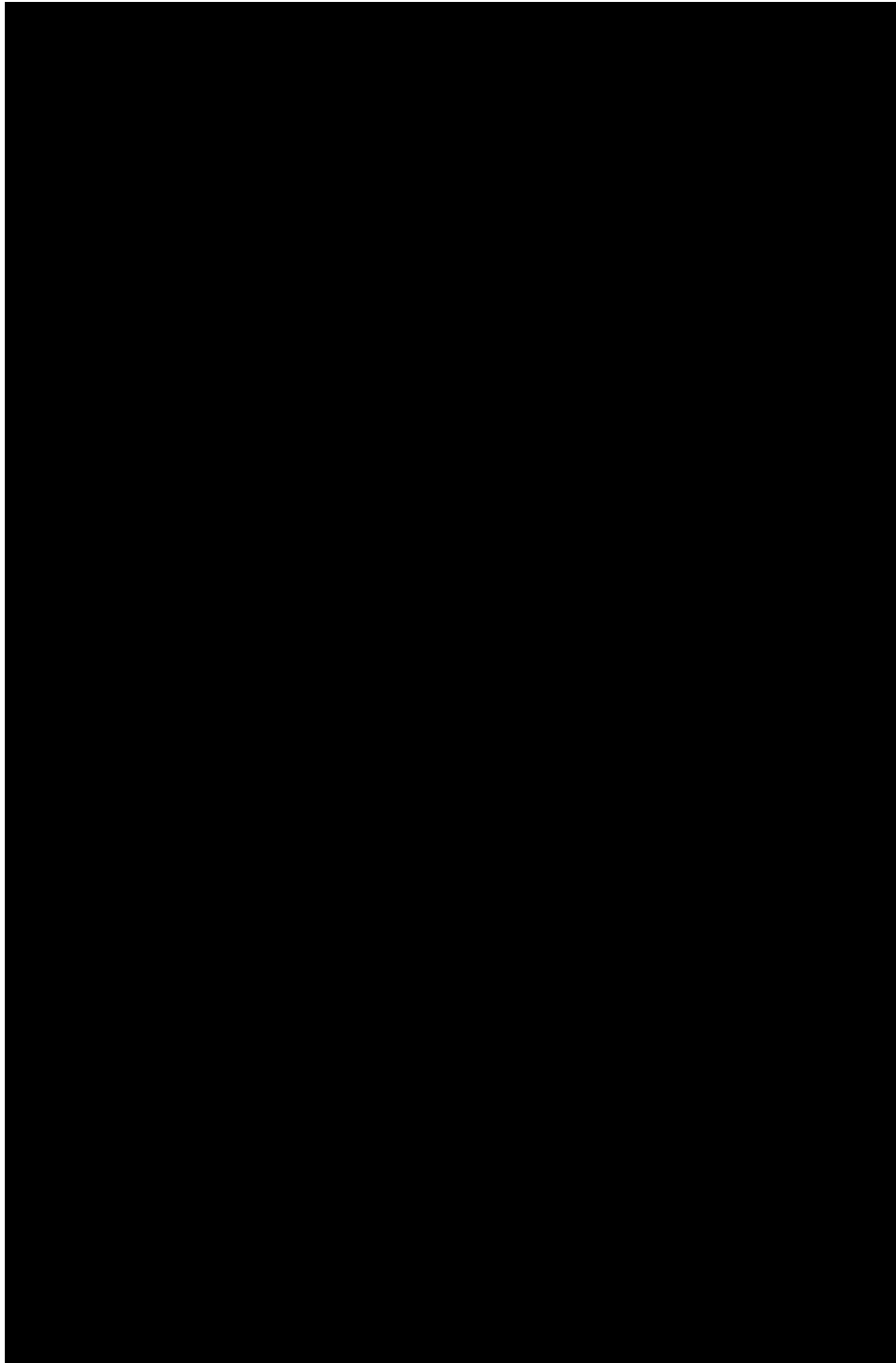
Al respecto, cabe precisar que la estimación de las ventas no realizadas por Cemex como resultado de la conducta anticompetitiva responde a una metodología sustentada. Asimismo, se basa en información debidamente acreditada por parte de Cemex¹⁶² e información respecto de las condiciones del mercado verificable por cada una de las empresas. Por lo tanto, esta Comisión considera que la estimación de las ventas no realizadas por Cemex como resultado de la conducta anticompetitiva es adecuada.

VII.2.2. Para las personas naturales

272. La sanción de una persona natural busca que, al realizar determinada conducta, considere las consecuencias que le puede acarrear dicha conducta y no pretenda protegerse en la ficción de la persona jurídica. En otras palabras, se busca que las personas naturales también sean responsables por sus decisiones y actos.
273. En cada caso, la sanción a imponer a una persona natural deberá guardar directa relación con su responsabilidad en la toma de decisiones al interior de las empresas o asociaciones que participan en la infracción administrativa. De acuerdo a lo anterior, aquellas personas naturales que ocuparon cargos de mayor jerarquía al interior de sus empresas o asociaciones deberán ser objeto de mayores sanciones pecuniarias, toda vez que (i) cuando una persona ocupa un mayor nivel jerárquico dentro de la persona jurídica tiene un mayor acceso a información dentro de la organización; (ii) puede tener un mejor conocimiento sobre los efectos de sus decisiones; y, (iii) tiene una mayor capacidad de influencia para decidir la adopción de una determinada conducta.
274. En ese sentido, esta Comisión considera que aquellos funcionarios que, habiendo participado en el planeamiento, realización o ejecución de la conducta anticompetitiva, ocupaban un cargo gerencial o de dirección, deben ser sancionados con una multa ascendente a cinco (5) UIT, mientras que aquellos que ocupaban un cargo de gestión, deben ser sancionados con una multa ascendente a dos y 50/100 (2,5) UIT¹⁶³.

¹⁶² Escritos del 26 de octubre de 2010 y 15 de noviembre de 2011.

¹⁶³ En similar sentido, mediante Resolución 059-2011/CLC-INDECOPI del 15 de noviembre de 2011, la Comisión sancionó a los señores Carlos Enrique Carrillo Quiñones, Raúl Diez Canseco Terry y Carlos Zúñiga Quiroz, con una multa de cinco (5) UIT a cada uno; ello en vista de que habían participado activamente en la ejecución de la conducta anticompetitiva realizada por Sigdelo S.A. y Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. y a que habían ejercido cargos de gestión y dirección en dichas empresas durante la realización de las conductas.



275. Al respecto, las personas naturales investigadas señalaron en sus Alegaciones que los criterios de graduación de la sanción eran subjetivos y vulneraban los principios rectores del procedimiento administrativo sancionador. Agregaron que no se habían sustentado las razones que justificaban las sanciones propuestas en su contra y que el hecho que tales niveles fueran similares a los impuestos en otros procedimientos no era una justificación.

Cabe señalar que las sanciones a las personas naturales han sido determinadas en función a su participación activa en las conductas investigadas y al cargo que ocupaban en sus respectivas empresas. Sobre el particular, se ha considerado que los funcionarios que ocupaban un cargo gerencial o de dirección tenían una mayor injerencia y control sobre las políticas comerciales adoptadas por su empresa y, por tanto, una mayor responsabilidad que aquellos que ocupaban cargos administrativos o de gestión.

Asimismo, cabe señalar que el monto de las multas se ha determinado en base a los criterios establecidos en el Decreto Legislativo 1034 y el caso mencionado en el Informe Técnico sólo tuvo carácter referencial.

276. Finalmente, las investigadas señalaron en sus Alegaciones que la fórmula para calcular el monto de la multa no respondía a un criterio o metodología aprobados por un precedente de observancia obligatoria o disposición legal que haya sido publicada oficial y previamente para conocimiento de los administrados, lo que vulneraba los principios de publicidad de las normas y predictibilidad.

Al respecto, cabe señalar que el artículo 44 del Decreto Legislativo 1034, establece los criterios para determinar la graduación de la sanción, que son precisamente los que se han aplicado en el presente caso. De acuerdo a lo anterior, considerando que se basa en los criterios expresamente establecidos en la referida norma, no es necesario que la metodología para el cálculo de la multa se encuentre aprobada por un precedente de observancia obligatoria.

VII.3. Gravedad de la infracción y proporcionalidad de la sanción

VII.3.1. La modalidad y el alcance de la restricción de la competencia

277. La conducta anticompetitiva detectada consiste en una práctica colusoria vertical en la modalidad de negativa concertada e injustificada de satisfacer las demandas de compra de los productos de Unacem contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”, modalidad descrita en el literal g del artículo 11.1 del Decreto Legislativo 1034 y tipificada como infracción administrativa en los artículos 1 y 12 del mismo cuerpo legal.
278. La conducta anticompetitiva detectada era de aplicación a todas las ferreterías que en el mercado relevante comercializaran cemento “Quisqueya”.

VII.3.2. La cuota de mercado de las empresas infractoras

279. Durante el periodo 2007 – 2010, Unacem gozó de una posición de dominio, registrando cuotas de mercado, en promedio, de 63,9% de las ventas en el mercado relevante. Asimismo, cabe precisar que el Grupo Económico Rizo-Patrón, a través de Unacem y Cemento Andino, realizó, en promedio, el 91,3% (63,9% y 27,4%, respectivamente) de las ventas en el mercado relevante.

VII.3.3. La dimensión del mercado afectado y el efecto sobre los competidores, otras partes y los consumidores

280. El mercado afectado es el de venta de cemento Portland Tipo I, IP, IPM, MS y ICo en la Regiones de Lima, Ica, Ayacucho, Ancash, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín. El mercado afectado incluye a la Región Lima, la de mayor consumo de cemento a nivel nacional. El agente excluido (Cemex) representaba un competidor con una baja cuota de mercado de un agente dominante (el Grupo Rizo-Patrón, a través de Unacem y Cemento Andino). La conducta anticompetitiva afectó la capacidad de competir de un nuevo competidor, Cemex, que ofrecía un nuevo producto a menores precios, afectando de esta manera a los consumidores.
281. Cabe resaltar que el Producto Bruto Interno - PBI del Sector Construcción es medido principalmente a través del consumo interno de cemento (despachos locales más importaciones)¹⁶⁴, y éste ha mantenido una evolución positiva desde 2002, alcanzado crecimientos de 16,6% y 16,5% para los años 2007 y 2008¹⁶⁵, respectivamente, los cuales se vieron reflejados en la mayor construcción de viviendas, oficinas, locales comerciales e industriales, ejecución de obras de construcción, mantenimiento y rehabilitación de carreteras¹⁶⁶.
282. Por ejemplo, la actividad edificadora de viviendas¹⁶⁷ se incrementó para los años 2007 y 2008, que registraron, respectivamente, 29,3 y 30,3 miles de unidades; las inversiones en 2007 registraron US\$ 800 millones en carreteras, US\$ 219 millones en proyectos de inversión en tiendas por departamento, supermercados y locales especializados en ventas de artículos de ferretería y mantenimiento del hogar, entre otros; y, en 2008 se realizó una inversión de US\$ 263,5 millones en proyectos comerciales (centros comerciales, supermercados, hipermercados) y se inició la construcción de hoteles con fuertes niveles de inversión.

VII.3.4. La duración de la restricción de la competencia

283. La duración de la conducta anticompetitiva fue de, por lo menos, 17 meses, desde agosto de 2007 hasta diciembre de 2008.
284. En consecuencia, evaluando los criterios expuestos de manera conjunta, a criterio de esta Comisión, la infracción cometida debe ser calificada como muy grave.

¹⁶⁴ BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP). *Guía Metodológica de la Nota Semanal*. Pág. 4. Ver: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Metodologica/Guia-Metodologica-08.pdf>.

¹⁶⁵ BCRP. *Memoria 2009*. Lima, Perú. Pág. 39. Ver: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2009/Memoria-BCRP-2009.pdf>.

¹⁶⁶ Para mayor detalle ver BCRP. *Memoria 2007*. Lima, Perú. Pág. 30. Ver: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2007/Reporte-Economico/Reporte-BCRP-2007-1.pdf>; y *Memoria 2008*. Lima, Perú. Pág. 39 y 40. Ver: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2008/Memoria-BCRP-2008-1.pdf>.

¹⁶⁷ Conformada por los rubros de oferta de edificaciones, edificaciones vendidas y edificaciones no comercializadas.

285. Al respecto, las investigadas señalaron en sus Alegaciones que resultaba arbitrario que se haya calificado de muy grave la infracción investigada sólo porque sus efectos superaban las 1 000 UIT.

Sin embargo, cabe precisar que la calificación de la conducta investigada como muy grave no responde, como sostienen las investigadas, a que sus efectos superen las 1 000 UIT, sino que es resultado del análisis objetivo de las características establecidas por el Decreto Legislativo 1034 para estos efectos, es decir, la modalidad y el alcance de la restricción de la competencia; la cuota de mercado de las empresas infractoras; la dimensión del mercado afectado y el efecto sobre los competidores, otras partes y los consumidores; y la duración de la restricción de la competencia.

286. Por consiguiente, esta Comisión considera que las multas de mil cuatrocientos ochenta y ocho y 20/100 (1 488,20) UIT para Unacem, treinta y tres y 52/100 (33,52) UIT para La Viga, trece y 25/100 (13,25) UIT para A. Berio, y diez y siete y 04/100 (17,04) UIT para Macisa resultan proporcionales a la gravedad de la infracción detectada.
287. Asimismo, esta Comisión considera que las multas de cinco (5) UIT para los funcionarios que ocupaban un cargo gerencial o de dirección, y dos y 50/100 (2,5) UIT para los funcionarios que ocupaban un cargo de gestión también resultan proporcionales a la gravedad de la infracción detectada.

VIII. SOLICITUD DE INFORME ORAL

288. El 20 de diciembre de 2012, Cemex solicitó el uso de la palabra para sustentar oralmente los fundamentos de sus Alegaciones.
289. Sobre el particular, el artículo 16 del Decreto Legislativo 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi, dispone que la Comisión podrá convocar a audiencia de informe oral, de oficio o a pedido de parte, pudiendo denegar la solicitud correspondiente mediante decisión debidamente motivada¹⁶⁸.
290. Al respecto, cabe recordar que la Sala ha establecido lo siguiente¹⁶⁹:

La denegatoria de la solicitud de informe oral se vincula a los elementos de juicio que tenga la autoridad resolutive sobre el tema materia de controversia. Si la autoridad tiene plena convicción de lo que resolverá, a la luz de los medios

¹⁶⁸ Decreto Legislativo 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi.

Artículo 16.- Audiencia de informe oral ante las Salas del Tribunal.-

16.1 Las Salas del Tribunal podrán convocar a audiencia de informe oral, de oficio o a pedido de parte. En este segundo caso, podrán denegar la solicitud mediante decisión debidamente fundamentada.

16.2 Las audiencias son públicas, salvo que la Sala considere necesario su reserva con el fin de resguardar la confidencialidad que corresponde a un secreto industrial o comercial, o al derecho a la intimidad personal o familiar, de cualquiera de las partes involucradas en el procedimiento administrativo.

16.3 Las disposiciones del presente artículo serán aplicables a las solicitudes de informe oral presentadas ante las Comisiones.

[Énfasis agregado]

¹⁶⁹ Ver: Resolución 1178-2010/SC1-INDECOPi del 4 de marzo de 2010, fundamento 58.

probatorios que obran en el expediente y los argumentos esgrimidos por las partes, resulta innecesario conceder el uso de la palabra. En cambio, si el caso resulta sumamente complejo y esta complejidad genera ciertas dudas en la autoridad sobre el fallo que emitirá, resulta pertinente la realización de un informe oral a efectos de dilucidar la cuestión controvertida a través del análisis y confrontación de las exposiciones, réplicas y respuestas a las preguntas y repreguntas que se podrían formular en el informe oral.

[Énfasis agregado]

291. En el presente caso, como se puede apreciar del análisis exhaustivo contenido en la presente Resolución, esta Comisión cuenta con elementos de juicio suficientes para emitir un pronunciamiento sobre la cuestión en discusión. En consecuencia, corresponde denegar la solicitud de uso de la palabra realizada por Cemex.

Estando a lo previsto en la Constitución Política del Perú, el Decreto Legislativo 1034 y la Ley 27444, la Comisión de Defensa de la Libre Competencia;

RESUELVE:

PRIMERO: Denegar la solicitud de uso de la palabra presentada por Cemex Perú S.A., debido a que existen elementos de juicio suficientes para emitir un pronunciamiento sobre la cuestión en discusión.

SEGUNDO: Declarar fundados la denuncia presentada por Malva S.A. y el procedimiento administrativo sancionador iniciado de oficio contra Unión Andina de Cementos S.A.A., La Viga S.A., A. Berio y Cía S.A.C. y Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A. por la comisión de una práctica colusoria vertical en la modalidad de negativa concertada e injustificada de satisfacer las demandas de compra de los productos de Unión Andina de Cementos S.A.A. contra aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”, de acuerdo a lo previsto en los artículos 1, 11.1, literal g, y 12 del Decreto Legislativo 1034.

TERCERO: Declarar infundado el procedimiento administrativo sancionador iniciado de oficio contra Unión Andina de Cementos S.A.A., La Viga S.A., A. Berio y Cía S.A.C. y Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A., por la comisión de una presunta práctica colusoria vertical en la modalidad de boicot consistente en retirar ciertos beneficios comúnmente otorgados (como, por ejemplo, créditos, reconocimientos de flete o bonos por cumplimiento de metas) a aquellos clientes que comercializaban cemento “Quisqueya”, de acuerdo a lo previsto en los artículos 1, 11.1, literal k, y 12 del Decreto Legislativo 1034.

CUARTO: Declarar que los señores Carlos Alfonso Ugás Delgado, Jorge Enrique Trelles Sánchez, Álvaro Antonio Morales Puppo, Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani, Raúl Alberto Pinto Ruiz, Rolando Javier Nikaido Hokama, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña, Fernando Erik Godoy Castañeda, Julio César Rodríguez Palacín, Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego Miguel de la Piedra Minetti, Eduardo Mercado Céspedes, Rosa Elizabeth Salcedo López, Jorge Pedro Vera Nuñez, Luis Eduardo Huancahuari Laguna, José Antonio Nicolás Rey Recavarren y

Rosmary Martha Rondón Barriga participaron en el planeamiento, realización o ejecución de la infracción administrativa cometida por Unión Andina de Cementos S.A.A., La Viga S.A., A. Berio y Cía S.A.C. y Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A., de acuerdo a lo previsto en los artículos 1, 11.1, literal g, 12 y 43.3 del Decreto Legislativo 1034.

QUINTO: Declarar infundado el procedimiento administrativo sancionador iniciado de oficio contra el señor Julio Ramírez Bardalez, debido a que no se ha demostrado que participó activamente en el planeamiento, realización o ejecución de la infracción administrativa.

SEXTO: Sancionar a las empresas Unión Andina de Cementos S.A.A., La Viga S.A., A. Berio y Cía S.A.C. y Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A. con multas individuales de mil cuatrocientos ochenta y ocho y 20/100 (1 488,20) Unidades Impositivas Tributarias, treinta y tres y 52/100 (33,52) Unidades Impositivas Tributarias, trece y 25/100 (13,25) Unidades Impositivas Tributarias, y diez y siete y 04/100 (17,04) Unidades Impositivas Tributarias, respectivamente.

SÉPTIMO: Sancionar a los señores Carlos Alfonso Ugás Delgado, Jorge Enrique Trelles Sánchez, Álvaro Antonio Morales Puppo, Kurt Alfredo Uzátegui Dellepiani, Carlos Ernesto Marsano Soto, Diego Miguel de la Piedra Minetti, Luis Eduardo Huancahuari Laguna y José Antonio Nicolás Rey Recavarren con multas individuales de cinco (5) Unidades Impositivas Tributarias; y a los señores Raúl Alberto Pinto Ruiz, Rolando Javier Nikaido Hokama, Jaime Fernando Bendayán Miguel, Alberto Ballesteros Peña, Fernando Erik Godoy Castañeda, Julio César Rodríguez Palacín, Eduardo Mercado Céspedes, Rosa Elizabeth Salcedo López, Jorge Pedro Vera Nuñez y Rosmary Martha Rondón Barriga con multas individuales de dos y 50/100 (2,5) Unidades Impositivas Tributarias.

Con el voto favorable de los señores miembros de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia: Paul Phumpiu Chang, Joselyn Olaechea Flores y Lorena Masías Quiroga.

**Paul Phumpiu Chang
Presidente**

ANEXO 1

I. EXISTENCIA DE POSICIÓN DE DOMINIO

1. Para determinar la existencia de posición de dominio, de acuerdo al Decreto Legislativo 1034 y la metodología usual de análisis, es necesario definir el mercado relevante¹ y determinar si, en ese mercado relevante, alguna de las empresas involucradas goza de posición de dominio. Sólo una vez definido el mercado relevante, se podrá evaluar la existencia de posición de dominio.
2. El artículo 6 del Decreto Legislativo 1034 señala que el mercado relevante está conformado por el mercado de producto y el mercado geográfico. En tal sentido, a continuación se analizarán ambos aspectos.

I.1. Mercado de producto relevante

3. El mercado de producto relevante incluye todos los bienes que, desde el punto de vista del consumidor, son sustituibles por sus características, precios o usos (bienes o servicios que satisfacen las mismas necesidades en condiciones similares).
4. Para el periodo 2007 – 2010, Unacem produjo cementos Tipo I, II, IP y V²; mientras que Cemex comercializó cementos Tipo I y IPM³.
5. El cemento es un material aglutinante, con finura similar a la del talco, inorgánico, no metálico, finamente molido, que, al mezclarse con otros materiales como la arena y el agua, pasa por un proceso de fraguado y endurecimiento⁴, produciendo mortero⁵ o concreto, principales insumos para la construcción.
6. El proceso productivo del cemento empieza con la extracción de los insumos básicos (caliza y arcillas) de las canteras, mediante perforaciones y voladuras. Posteriormente, las piezas extraídas pasan por procesos de trituración y molienda mezclándose con diversos elementos adicionales como hierro, yeso, diatomita, escoria, arena u otros.

¹ **Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.**

Artículo 6.- El mercado relevante.-

6.1. El mercado relevante está integrado por el mercado de producto y el mercado geográfico.

6.2. El mercado de producto relevante es, por lo general, el bien o servicio materia de la conducta investigada y sus sustitutos. Para el análisis de sustitución, la autoridad de competencia evaluará, entre otros factores, las preferencias de los clientes o consumidores; las características, usos y precios de los posibles sustitutos; así como las posibilidades tecnológicas y el tiempo requerido para la sustitución.

6.3. El mercado geográfico relevante es el conjunto de zonas geográficas donde están ubicadas las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante. Para determinar las alternativas de aprovisionamiento, la autoridad de competencia evaluará, entre otros factores, los costos de transporte y las barreras al comercio existentes.

² Ver Cuadro 1 del Anexo 1 del Informe Técnico.

³ Escrito del 9 de diciembre de 2011.

⁴ Por estas características se les denomina comúnmente “cementos hidráulicos”.

⁵ Mezcla de cemento, arena y agua usada en las construcciones de albañilería.

7. El resultado del proceso de molienda, previo paso por los silos de homogeneización, es el “crudo” que en un horno rotatorio se somete a temperaturas superiores a los 1450 grados centígrados para obtener el “clinker”. Dependiendo de los niveles de clinker y otros elementos adicionales del producto final, los cementos pueden ser catalogados bajo diferentes tipos.
8. El clinker es el producto intermedio entre la materia prima, piedra caliza y el cemento⁶.
9. El cemento más comúnmente comercializado a nivel mundial recibe la denominación de “cemento Portland”⁷. La variedad de tipos de cemento responde a los elementos adicionados al clinker (escoria, sílice, puzolana, caliza, filler calcárea, entre otros) y a los porcentajes utilizados en la composición del producto final⁸. Los tipos de cemento comercializados en el Perú son cemento Portland gris Tipo I, II, V y Portland gris adicionados Tipo IP, IPM, MS, ICo.
10. El Tipo I es para usos comunes, demandado para construcciones (casas y edificios), por el público en general, grandes y pequeñas constructoras⁹. Los Tipos II y V, por sus características, son cementos que proporcionan resistencia a los sulfatos y resultan aplicables en construcciones en contacto con agua (obras portuarias, hidráulicas y marítimas). El Tipo ICo es el cemento Tipo I mejorado para una mayor trabajabilidad, se aplica para estructuras de edificios y conjuntos habitacionales¹⁰. El Tipo MS se caracteriza por ser más resistente a los sulfatos y salitres, a la compresión y a las fisuras de origen térmico¹¹.
11. Los tipos puzolánicos (IP y IPM) son más resistentes a los sulfatos y salitres, a la compresión y a las fisuras de origen térmico que el Tipo I, teniendo la particularidad de poseer mayor impermeabilidad (por lo que resultan adecuados para ambientes cálidos y lluviosos). Adicionalmente, los cementos puzolánicos

⁶ Ver: <http://www.cementoslima.com.pe/article.aspx?cod=9&cat=3>.

⁷ Según definición de la Norma Técnica Peruana (NTP) 334.001, el cemento Portland es un cemento hidráulico producido mediante la pulverización del clinker de Portland compuesto esencialmente de silicatos de calcio hidráulicos y que contiene generalmente una o más de las formas de sulfato de calcio como una adición durante la molienda. La denominación “Portland” se debe a que el color de dichos cementos se asemeja al de la piedra de las canteras inglesas de Portland.

Los cementos Portland pueden ser divididos genéricamente en cementos grises y cementos blancos, la mayoría de cementos comercializados en el país y a nivel mundial son cementos grises. De acuerdo a la Norma Técnica ASTM C 150, se definen cinco tipos de cemento Portland gris: Tipo I, II, III, IV y V. En el Perú también se producen otros tipos de cemento Portland gris, estos son, Tipo MS, Tipo I Co (Norma Técnica ASTM C 1157) y los cementos puzolánicos IP y IPM (Norma Técnica ASTM C 595).

⁸ De acuerdo a la NTP 334.082 y la NTP 334.090, según aditivos y características, los cementos pueden clasificarse de la siguiente manera: Tipo IP (puzolánico), Tipo IPM (puzolánico modificado), Tipo IS (de escoria), Tipo ISM (de escoria modificado), P (puzolánico con altos valores de resistencia a la compresión), HE (de alta resistencia inicial), MS (de moderada resistencia a los sulfatos), HS (de alta resistencia a los sulfatos), MH (de moderado calor de hidratación) y LH (de bajo calor de hidratación). Se entiende por “calor de hidratación” el calor generado cuando reaccionan el cemento y el agua. Un bajo calor de hidratación evita contracciones y fisuraciones de origen térmico del cemento.

⁹ Ver Norma Técnica ASTM C 150 y 334.009.

¹⁰ Ver Norma Técnica ASTM C 150, ASTM C 1157 y 334.009.

¹¹ Ver Norma Técnica ASTM C 150, ASTM C 1157 y 334.009.

inhiben las reacciones álcali-agregado que podrían provocar fisuras en el cemento¹².

12. Así, las características de los cementos Tipo II y V (resistencia a los sulfatos y aplicabilidad en construcciones como obras portuarias, hidráulicas y marítimas) son distintas de las características del resto de tipos de cemento comercializados en el Perú, por lo que no pueden ser considerados como productos sustitutos que forman parte del mismo mercado¹³.
13. De esta manera, los cementos Tipo I, IP, IPM, MS y ICo son productos similares por sus usos y aplicaciones comunes para construcciones en general. Al respecto, la empresa Caliza, productora de cementos Tipo I y ICo, reconoció la existencia de sustituibilidad entre los cementos Tipo I, IP y ICo.
14. Cabe señalar que la comercialización de cemento se puede realizar a través de dos modalidades, la venta de cemento a granel y la venta de cemento en bolsa. La mayor parte del cemento se comercializa embolsado. Según información de Unacem¹⁴, cerca del 25% se comercializa a granel. El contenido de cada bolsa es de 42,5 kilogramos y, por lo general, el envase es de papel krap extensible Tipo Klupac con variable contenido de hojas (usualmente entre dos y cuatro)¹⁵. Existe otra forma de comercialización del producto mediante big bags (grandes sacos), comúnmente usada para la comercialización internacional vía marítima¹⁶.
15. En el siguiente cuadro se presentan los precios del cemento al público en general y sus variaciones, expresados en soles por bolsa de 42,5 kg y en porcentajes, para el periodo 2007 - 2010.

¹² Ver Norma Técnica ASTM C 595 y 334.009.

¹³ Para mayor detalle, ver Informe Técnico 006-2003-INDECOPI/CLC.

¹⁴ Memoria anual de 2008 de Unacem, del 11 de marzo de 2009, pág. 9. Memoria anual de 2009 de Unacem, del 19 de marzo de 2010, pág. 5. Escrito de Unacem del 17 de noviembre de 2011 (respuesta a la pregunta 5.5).

¹⁵ Ver: <http://www.asocem.org.pe/web/mercadocemento.aspx>. Asimismo, ver: escrito de Unacem del 17 de noviembre de 2011 y escrito de Cemex del 15 de noviembre de 2011.

¹⁶ Ver: <http://www.asocem.org.pe/web/mercadocemento.aspx>

Asimismo, Cemex señaló que los big bags corresponden a empaques estandarizados de grandes dimensiones de una a dos toneladas que son utilizados en el comercio para almacenar y transportar productos secos y deslizantes tales como la arena, fertilizantes, gránulos de plástico, entre otros. Escrito de Cemex del 15 de noviembre de 2011.

Cuadro 1
Lima Metropolitana: Precios de cemento al público en general
(S/. / bolsa de 42,5 kg.)

Año	Cementos Lima				Cemex				Caliza Inka	Diferencia de precios entre Tipo ICo de Caliza Inka y Tipo I de Cemex	
	Tipo I	Tipo IP	Diferencia de precios entre Tipo I y IP		Tipo I	Tipo IP	Diferencia de precios entre Tipo I y IP		Tipo ICo		
2007	16.83	16.29	0.54	3%	16.48						
2008	16.78	15.93	0.85	5%	16.83				16.00	0.83	5%
2009	16.80	15.70	1.10	7%	16.58				15.78	0.80	5%
2010	17.23	16.13	1.10	6%	16.30	16.20	0.10	1%	15.93	0.37	2%

Nota: Para Cemex se registra precios para el periodo Agosto - Diciembre 2007.

Para Caliza se registra precios para el periodo Julio - Diciembre 2008.

Fuente: Unacem (respuesta a la pregunta 6.2)

16. Como se puede apreciar, para el caso de Unacem, el precio del cemento Tipo I fue mayor al del cemento Tipo IP entre 3% y 7% durante el periodo 2007 – 2010. Para el caso de Cemex el precio del cemento Tipo I fue mayor al del cemento Tipo IP en 1% durante el periodo 2010. Para el caso de Caliza el precio del cemento Tipo ICo fue menor al del cemento Tipo I de Unacem entre 2% y 5%. En ese sentido, considerando las diferencias de precios que se registran, es posible afirmar que los cementos Tipo I, IP y ICo son sustitutos.
17. En ese sentido, considerando que la controversia se produjo respecto de los cementos Portland gris Tipo I y IP, producidos por Unacem y distribuidos por La Viga, A. Berio y Macisa, esta Comisión considera que el mercado de producto relevante está definido por el cemento Portland gris Tipo I, IP, IPM, MS y ICo.

I.2. Mercado geográfico relevante

18. Para definir el mercado geográfico relevante para el presente caso, se evaluó, en primer lugar, los flujos comerciales internacionales, con el objeto de determinar si el mercado geográfico relevante podría incluir áreas fuera del territorio nacional y, en segundo lugar, la estructura de la industria nacional, los ámbitos de influencia regional según planta y los costos de transporte, con el objeto de determinar si el mercado geográfico relevante incluye todo o parte del territorio nacional.
19. Para la medición del patrón de comportamiento del flujo comercial, basta considerar al menos dos zonas. Si existe un amplio tráfico comercial entre esas dos zonas, ambas deben ser consideradas como parte de un mismo mercado geográfico relevante. En ese sentido, el origen de las importaciones y el destino de las exportaciones puede ser un indicador útil para delimitar el territorio por el que está conformado el mercado geográfico relevante.
20. En lo que se refiere a los flujos comerciales internacionales, en el cuadro siguiente se aprecia que, en 2008, el ratio de importación-venta fue de 3,63% mientras que el ratio de exportación-venta fue de 0,93%. Asimismo, para 2009, el ratio de importación-venta fue de 1,97% mientras que el ratio de exportación-venta fue de 0,04%. Así, se observa que, aún cuando se produjeron incrementos

y disminuciones de las importaciones y exportaciones de un año a otro, en el periodo analizado, los ratios de importación-venta y exportación-venta representaron valores no significativos respecto de las ventas registradas.

Cuadro 2
Estadísticas de comercio exterior y ventas de cemento gris
(En millones de t)

Año	Importación	Exportación	Ventas	Ratio Impor/Ventas	Ratio Export/ventas
2006	0,034	0,634	5,040	0,67%	12,58%
2007	0,094	0,333	5,878	1,60%	5,67%
2008	0,245	0,063	6,741	3,63%	0,93%
2009	0,140	0,003	7,094	1,97%	0,04%
2010	0,210	0,017	8,218	2,56%	0,21%

Fuente: Sunat, Asocem

Elaboración: Secretaría Técnica

21. Por otra parte, los costos de transporte de las importaciones de cemento juegan un rol importante en el análisis del mercado geográfico relevante en la medida que, cuanto más elevado sea el costo de transporte del producto desde la zona de origen hasta la zona de destino, la posibilidad de que un consumidor se abastezca de un proveedor distinto se ve limitada o incluso se anula.
22. Cuando se trata de bienes de bajo precio en relación a su volumen o peso, el costo de transporte tiene una incidencia mayor sobre el valor del producto, circunstancia que suele generar la definición de mercados geográficos de ámbito más restringido. Por el contrario, cuando se trata de bienes de alto precio por unidad de volumen o peso, los mercados geográficos tienden a ser más amplios.
23. Generalmente se asume que, si el precio del producto en un área distante al área local más los costos de transporte (de llevar el producto desde el área distante hasta el área local) exceden significativamente el precio del producto en el área local; el área distante no debe ser incluida como parte del mercado geográfico relevante¹⁷.
24. En lo que se refiere a los flujos internacionales, la incidencia del costo de transporte, entendido como flete más seguro, en las importaciones de cemento realizadas durante el periodo 2006 - 2009 se aprecia en el cuadro siguiente:

¹⁷ Ver Resolución 006-2003-INDECOPI/CLC.

Cuadro 3
Importancia relativa del costo de transporte respecto del valor de las importaciones de cemento gris

Año	País	Costo de transporte (US\$)	Valor CIF (US\$)	Importación (t)	Cuota de importación por año	Incidencia de costo de transporte sobre valor CIF
2006	Brazil	9233	17802	43	0.13%	51.9%
	Colombia	1122449	3218354	33930	99.87%	34.9%
	Estados Unidos	3808	16072	2	0.00%	23.7%
2007	Argentina	311	887	1	0.00%	35.0%
	Bolivia	643	3493	29	0.03%	18.4%
	Brazil	9683	17931	34	0.04%	54.0%
	Colombia	1509675	4181470	36762	39.66%	36.1%
	República Dominicana	1562376	4136312	51554	55.62%	37.8%
	Netherlands	181	5549	2	0.00%	3.3%
	Puerto Rico	128941	344073	4301	4.64%	37.5%
	España	38	138	0	0.00%	27.6%
	Estados Unidos	2352	26833	10	0.01%	8.8%
	Argentina	7737	17807	6	0.00%	43.4%
2008	Bolivia	1286	6986	57	0.02%	18.4%
	China	2165039	4293539	32973	13.75%	50.4%
	Colombia	3186497	6919586	44402	18.51%	46.1%
	República Dominicana	5132687	13231328	161907	67.49%	38.8%
	Trinidad y Tóvago	23075	447899	544	0.23%	5.2%
	Estados Unidos	755	7249	2	0.00%	10.4%
	Brazil	99049	161455	340	0.24%	61.3%
	Colombia	2406605	5525840	38374	27.60%	43.6%
2009	República Dominicana	2497555	7600243	100300	72.14%	32.9%
	Alemania	393	9642	0	0.00%	4.1%
	Trinidad y Tóvago	939	16547	20	0.01%	5.7%
	Estados Unidos	422	7803	0	0.00%	5.4%

Fuente: Sunat

Elaboración: Secretaría Técnica

25. Como se puede apreciar, la incidencia de los costos de transporte sobre el valor CIF¹⁸ de las importaciones de cemento durante el periodo 2006 - 2009, considerando porcentajes significativos de importación, fue superior al 33%. La procedencia de dichas importaciones fue de Colombia, República Dominicana y China. Cabe señalar que, en octubre de 2007, mediante Decreto Supremo 158-2007-EF, se eliminaron los aranceles para la importación de cemento (12%), lo que habría explicado en parte el incremento de las importaciones. Sin embargo, el porcentaje de importaciones respecto del consumo nacional sigue siendo reducido.
26. De acuerdo al análisis anterior, es posible afirmar que el mercado extranjero no forma parte del mercado geográfico relevante.
27. Por otro lado, respecto a la dimensión nacional o regional del mercado geográfico relevante, corresponde señalar que, durante periodo el 2007-2010, existieron siete (7) empresas cementeras, de las cuales seis pertenecieron a tres (3) Grupos Económicos. En particular, Unacem¹⁹ y Cementos Andino formaron parte del Grupo Económico Rizo Patrón; Cemento Pacasmayo S.A.A. y Cementos Selva S.A. del Grupo Económico Hochschild; y Yura S.A. y Cemento Sur S.A. del Grupo Económico Rodríguez Banda.

¹⁸ Valor FOB más el costo de seguro y flete.

¹⁹ Información referida a las operaciones realizadas por Cementos Lima S.A.A.

28. En el siguiente gráfico se presenta la localización geográfica de las siete fábricas de cemento del país.

Gráfico 1
Distribución Geográfica de las Fábricas de Cemento Nacional



29. Como se puede apreciar, dichas plantas se encuentran estratégicamente ubicadas y distanciadas significativamente, determinando así zonas de influencia en donde venden sus productos y enfrentando competencia de otras fábricas vecinas únicamente en las zonas límites de dichos territorios²⁰.
30. En efecto, al observar los volúmenes de venta local de cemento de cada una de las fábricas nacionales para el periodo 2007-2010, se puede identificar sus respectivas zonas de influencia. Unacem realizó ventas locales principalmente a las Regiones de Lima (83%), Ica (9%), Ancash (4%) y Ayacucho (1%); Cemento Andino a las Regiones de Lima (34%), Junín (30%), Pasco (9%), Ayacucho (7%) y Huánuco (7%); Cementos Pacasmayo a las Regiones de La Libertad (35%), Lambayeque (21%), Piura (18%), Ancash (12%) y Cajamarca (10%); Cementos Selva a las Regiones de San Martín (83%), Amazonas (13%) y Loreto (4%); Yura a las Regiones de Arequipa (40%), Cusco (26%), Puno (12%) y Moquegua (6%); y Cemento Sur a las Regiones de Puno (78%) y Madre de Dios (22%).
31. Asimismo, Class & Asociados señaló lo siguiente en el reporte de Fundamento de Clasificación de Riesgo de Unacem de junio de 2009²¹:

²⁰ Para mayor detalle sobre las cantidades y porcentajes de venta local de cemento revisar las estadísticas de venta local por empresa según departamento 2007-2010. Fuente: INEI. Compendio Estadístico 2011.

²¹ Class & Asociados. Reporte de Fundamento de Clasificación de Riesgo de Unacem. Junio 2009, pág.9.

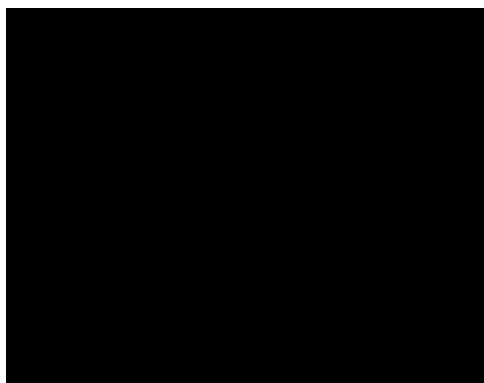
De acuerdo a su ubicación geográfica, la venta en el territorio nacional se encuentra dividida en tres zonas; (i) Cementos Lima, Cemento Andino (controladas directa o indirectamente por el mismo grupo económico) y empresas que han iniciado operaciones comerciales, Cemex y Caliza Cemento Inca, que abastecen la zona de la costa y sierra central; (ii) Cementos Pacasmayo y su subsidiaria, Cementos Selva, abastecen la zona norte del país; y (iii) Yura y su subsidiaria, Cemento Sur, que abastecen la zona sur.

32. Con relación a lo anterior, Unacem proporcionó información sobre sus costos de transporte desde su planta de producción hasta los depósitos de Depósito Aduanero Conchán S.A. – Decosa. En particular, se aprecia que, para los casos de los depósitos de Chíncha y Pisco, que se encuentran a distancias de 200 km y 250 km de Lima, respectivamente, los costos de transporte representaban entre el % y el % del precio del cemento de Lima Metropolitana, durante el periodo noviembre de 2008 – a la fecha²². Ello explicaría por qué las empresas abastecen principalmente a la región en donde se ubican y a otras regiones vecinas sin que los productos penetren a regiones más alejadas²³. Es decir, los costos de transporte a ciudades más alejadas serían un impedimento para abastecer a regiones distintas a Lima, Ica, Ayacucho, Ancash, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín.
33. De lo anterior se desprende que, dados los costos de transporte para el área de influencia de Unacem y considerando las distancias de las principales ciudades del país, el mercado geográfico se restringiría a una parte del mercado nacional.
34. Al respecto, Cemento Andino señaló lo siguiente en su Memoria de 2007²⁴:

En el mercado de la Sierra Central, en la práctica tenemos una barrera de entrada que son los altos costos de transporte desde otras fábricas. En el mercado de la Costa Central competimos con

²² Escrito del 17 de noviembre de 2011 de Unacem.

²³ Las distancias de Lima a las distintas ciudades son las siguiente:



²⁴ Memoria 2007 de Cemento Andino, pág. 6. Asimismo, Memoria 2008 de Unacem, págs. 9 -11. Apoyo & Asociados en su Informe de Análisis de Riesgo de Cementos Pacasmayo. Noviembre de 2008, pág. 4.

Cementos Lima y el cemento importado. En el mercado de la Selva Nor-Oriente competimos con Cementos Selva y cemento importado.

[Énfasis agregado]

35. Así, teniendo en cuenta los ratios de importación-venta y exportación-venta poco significativos, los costos de transporte por importación de cemento, la ubicación de las plantas cementeras, las ventas locales de las empresas cementeras, los costos de transporte nacional, el mercado geográfico relevante está constituido por las Regiones de Lima, Ica, Ayacucho, Ancash, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín.
36. En consecuencia, considerando que las prácticas colusorias verticales se produjeron en la relación productor – distribuidor y el análisis realizado sobre el mercado de producto y el mercado geográfico, esta Comisión concluye que el mercado relevante está constituido por el mercado de venta de cementos Portland gris Tipo I, IP, IPM, MS y ICo en las Regiones de Lima, Ica, Ayacucho, Ancash, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín.

II. POSICIÓN DE DOMINIO

37. Habiendo definido el mercado relevante, corresponde determinar si, en dicho mercado existió posición de dominio por parte de Unacem²⁵. Al respecto, como se puede apreciar en el siguiente cuadro, durante el periodo 2007 – 2010, Unacem realizó, en promedio, el 63,9% de las ventas en el mercado relevante. Asimismo, cabe precisar que el Grupo Económico Rizo-Patrón, a través de Unacem y Cemento Andino, realizó, en promedio, el 91,3% (63,9% y 27,4%, respectivamente) de las ventas en el mercado relevante.

Cuadro 4
Participación de mercado según ventas en el mercado relevante

Región	Empresa	2007		2008		2009		2010	
		Millones t	%	Millones t	%	Millones t	%	Millones t	%
Ancash, Ayacucho, Lima, Ica, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín	Cemento Andino	1.12	31.44%	1.15	26.70%	1.15	26.20%	1.30	25.39%
	Unacem	2.21	62.15%	2.77	64.26%	2.90	66.06%	3.24	63.28%
	GRP	3.33	93.59%	3.93	90.97%	4.05	92.26%	4.54	88.67%
	Cemex*	0.06	1.69%	0.17	3.94%	0.10	2.28%	0.27	5.27%
	Otros	0.17	4.72%	0.22	5.10%	0.24	5.47%	0.31	6.05%
	Venta total	3.56	100.00%	4.32	100.00%	4.39	100.00%	5.12	100.00%

Nota: GRP: Grupo Económico Rizo-Patrón.

(*) Corresponden a las importaciones de Cemex que ingresó al mercado a partir de agosto de 2007.

Fuente: INEI

Elaboración: Secretaría Técnica

38. Sobre el particular, Unacem²⁶ señaló lo siguiente en su Memoria 2007:

²⁵ **Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.**

Artículo 7.- De la posición de dominio en el mercado.-

7.1. Se entiende que un agente económico goza de posición de dominio en un mercado relevante cuando tiene la posibilidad de restringir, afectar o distorsionar en forma sustancial las condiciones de la oferta o demanda en dicho mercado, sin que sus competidores, proveedores o clientes (...).

²⁶ Informe de Análisis de Riesgo de Cementos Pacasmayo. Apoyo & Asociados. Noviembre de 2008, págs. 9-11.

Entre las características del sector destacan las siguientes:

- **Limitado poder de negociación de los clientes**, debido a la escasez de una base consolidada de ellos y de empresas que Produzcan bienes con mayor valor agregado a base de cemento.
- **Reducido poder de negociación de los proveedores** debido al bajo costo de los principales insumos.
- **Baja rivalidad entre las empresas competidoras debido a la exclusividad geográfica actual.**
- **Alta correlación con el PBI construcción.**
- **Existencia de barreras de entrada**, las cuales dificultan el ingreso de nuevos competidores debido a la elevada capacidad instalada, requerimientos de inversión en activo fijo, costo de transporte y necesidad de una red de distribución propia.

[Énfasis agregado]

39. Asimismo, Unacem afirmó lo siguiente en su Memoria 2008:

En el año 2008 iniciamos los trabajos de ampliación de la capacidad de producción de la planta de Atocongo.

Este proyecto incluye los siguientes aspectos:

- **El aumento de la capacidad de producción del Horno I** de 3,200 a 7,500 toneladas de clinker por día.
- **El aumento de la capacidad de producción de crudo** mediante la instalación de una nueva prensa de rodillos de 310 t/h.
- **El aumento de la capacidad de producción de cemento** mediante la instalación de una nueva prensa de rodillos de 120 t/h.

*Luego de una revisión integral del Horno I, en operación desde 1970, replanteamos los alcances de este proyecto de ampliación, e incrementamos **el presupuesto de costo de inversión a US\$ 210 millones**, de los cuales ya hemos desembolsado US\$ 9 millones hasta el año 2008, desembolsaremos aproximadamente US\$ 20 millones durante el 2009, y el saldo en los dos años siguientes²⁷.*

[Énfasis agregado]

40. Finalmente, en la presentación a inversionistas de Unacem realizada el 18 de junio de 2009, se señaló lo siguiente²⁸:

Características Generales del Sector

Baja Rivalidad entre empresas competidoras: Las empresas cementeras del país solo compiten en las zonas límites de su radio de acción.

***Integración vertical:** Las compañías tienen yacimientos de caliza, pudiendo abastecerse sin depender de otros.*

²⁷ Memoria 2008 de Unacem, pág. 12.

²⁸ Presentación a Inversionistas efectuada el jueves 18 de junio en el Auditorio del BBVA Banco Continental. Escrito de Cemex Perú del 11 de agosto de 2009, que obra a fojas 231 del expediente.

Altos márgenes: Determinado por el ratio Costo de Producción/Precio de Venta.

Poder de negociación de los clientes: El poder de negociación es limitado debido a la escasez de una base consolidada de los mismos.

(...)

Barreras de entrada: Existen barreras de entrada por la **elevada capacidad instalada, inversión requerida en activos fijos, costos de transporte elevados y la necesidad de una red de distribución propia.**

(...)

[Énfasis agregado]

41. En lo que se refiere a la existencia de barreras de entrada legales²⁹, Cemex y Cemento Andino brindaron información sobre licencias, regulaciones, permisos u otras autorizaciones gubernamentales necesarias para desarrollar actividades de producción y comercialización de cemento en el país, que son también factores que retrasan el ingreso de un nuevo agente al mercado.
42. Según Cemex, para iniciar la explotación minera no metálica y la producción de cemento se requiere la solicitud y adquisición de derechos mineros ante el Instituto Geológico Minero Metalúrgico (Ingemmet); la negociación contractual con los propietarios de los terrenos ubicados en zonas que permitan la construcción de la planta de industria pesada; la independización, saneamiento y registro del terreno ante el Organismo de Formalización de la Propiedad Informal (Cofopri) y la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp); la elaboración y aprobación de estudios de impacto ambiental (90 días hábiles con aplicación del silencio administrativo positivo como plazo de aprobación); habilitación urbana con fines industriales (90 días calendario como plazo de aprobación del proyecto y 45 días calendario, aproximadamente, para la recepción de obras); licencia de obra (entre 20 y 30 días hábiles); licencia de funcionamiento (15 días calendario aproximadamente); licencia para el uso de agua; autorización sanitaria de sistema de tratamiento y disposición sanitaria de aguas residuales industriales para vertimiento o re-uso (30 días con aplicación del silencio administrativo negativo); autorización sanitaria de sistema de tratamiento y disposición sanitaria de aguas residuales domésticas para vertimiento, re-uso o filtración en el terreno (30 días con aplicación del silencio administrativo negativo); autorización sanitaria de tanques sépticos y disposición final en el terreno (30 días con aplicación del silencio administrativo negativo); inscripción en el registro de hidrocarburos de consumidores directos; otorgamiento de certificado de usuario de insumos químicos y productos fiscalizados (30 días para evaluar la solicitud); autorización de uso del libro o formato de registros especiales para usuarios de insumos y productos químicos fiscalizados; autorización para realizar proyectos de evaluación arqueológica con fines de impacto ambiental y/o aprovechamiento de recursos (30 días naturales

²⁹

Las restricciones gubernamentales, que toman la forma de requisitos para operar en un mercado; y que pueden ser desde autorizaciones, licencias, requisitos medioambientales, fitosanitarios, de seguridad etc. hasta concesiones monopólicas para la producción de determinado bien o la prestación de determinado servicio.

con aplicación del silencio administrativo negativo); y expedición del certificado de inexistencia de restos arqueológicos (30 días naturales con aplicación del silencio administrativo negativo)³⁰.

43. Según Cemento Andino, los requisitos para producir, distribuir y comercializar cemento son la autorización sanitaria para re-uso de aguas residuales domésticas (6 meses aproximadamente) y la aprobación del estudio ambiental (12 meses aproximadamente).
44. En ese sentido, el ingreso al mercado relevante a través de la instalación de una planta cementera requerirá de la gestión de una serie de licencias, estudios, certificados, registros, autorizaciones, entre otros, ante diversos organismos gubernamentales: ministerios, municipalidades, Instituto Geológico Minero Metalúrgico (Ingemmet), Dirección General de Salud Ambiental (Digesa), Unidad Antidrogas Especializada de la Policía Nacional del Perú, etc. que implicaría un periodo mayor a un año para desarrollar actividades de producción y comercialización de cemento en el país. Todos estos requisitos para el desarrollo de actividades en el mercado relevante podrían ser considerados como barreras de entrada de carácter legal.
45. De acuerdo a lo anterior, Unacem tiene una importante participación en el mercado relevante (64%) y el Grupo Económico Rizo Patrón, a través de Unacem y Cemento Andino, tiene una participación todavía superior (91%). Asimismo, ciertas características de Unacem pueden ser consideradas como barreras de entrada al mercado: operaciones verticalmente integradas, altos niveles de capacidad instalada, ubicación estratégica de su planta de producción, importante desarrollo de su red de distribución, altos niveles de inversión y barreras de tipo legal.
46. Por lo tanto, siguiendo los criterios tradicionales para determinar la existencia posición de dominio, tales como la participación de mercado, el acceso a redes de distribución, la presencia de barreras de entrada, entre otros³¹; es posible concluir que las diversas características de la operación de Unacem representan fortalezas que le permiten actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes o proveedores.
47. En consecuencia, esta Comisión considera que Unacem goza de posición de dominio en el mercado relevante, definido como el mercado de venta de

³⁰ Estudio realizado por Rodrigo, Elías & Medrano y presentado mediante escrito de Cemex del 15 de noviembre de 2011.

³¹ **Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.**

Artículo 7.- De la posición de dominio en el mercado.-

7.1. Se entiende que un agente económico goza de posición de dominio en un mercado relevante (...), debido a factores tales como:

- (a) Una participación significativa en el mercado relevante.
- (b) Las características de la oferta y la demanda de los bienes o servicios.
- (c) El desarrollo tecnológico o servicios involucrados.
- (d) El acceso de competidores a fuentes de financiamiento y suministro así como a redes de distribución.
- (e) La existencia de barreras a la entrada de tipo legal, económica o estratégica.
- (f) La existencia de proveedores, clientes o competidores y el poder de negociación de éstos.

cementos Portland gris Tipo I, IP, IPM, MS y ICo en las Regiones de Lima, Ica, Ayacucho, Ancash, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín.

ANEXO 2

Distribuidora Vicky Eva S.A.C.

1. Distribuidora Vicky Eva S.A.C. (en adelante, Vicky Eva) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Puente Piedra¹.
2. Vicky Eva compró a La Viga 47 133 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008².
3. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Venta 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**³, se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:

- (i) El vendedor de la zona de Puente Piedra encontró en su recorrido que los siguientes clientes tenían en stock cemento quisqueya: (...), Distribuidora Vicky, (...) a los cuales se les informó que de seguir comercializando ya no se les vendería cemento Sol.*
(...)

4. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**⁴, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del día martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

En Puente Piedra:

(...)

· Distribuidora Vicky, se le comunicó la medida dispuesta por C.L. [Unacem] Tiene camiones.

5. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Jefe de Operaciones de La Viga, al Gerente General de La Viga y al Director de La Viga, del **9 de agosto de 2007**⁵, se señala:

¹ Fuente: Sunat.

² Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Gerente General de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: Informe.

De acuerdo al recorrido de los vendedores les informo lo siguiente:

En la zona de Puente Piedra y Ventanilla se ha detectado que Distribuidora Vicky y (...) están comercializando quisqueya, al primero de los nombrados se le informó de las consecuencias de seguir comercializando dicho producto (...)

6. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisor de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**⁶, se señala:

Asunto: Informe 11-08-07

(...)

- Distrib. Vicky ha retirado quisqueya de su local, solo tiene sol (...)

7. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 7 de agosto de 2007, Vicky Eva sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que se comunicó la medida dispuesta a Vicky Eva, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
8. Asimismo, de acuerdo al correo del 11 de agosto de 2007, se aprecia que, después de la amenaza de negativa de venta y para poder continuar con la comercialización de cemento de Unacem, Vicky Eva retiró el cemento “Quisqueya” de su local.
9. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Vicky Eva en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Vicky Eva, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
10. En conclusión, en el caso de Vicky Eva, se acredita que Unacem y La Viga realizaron amenazas contra dicha empresa, consistentes en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Augusto Rocha Quispe

11. Augusto Rocha Quispe (en adelante, Augusto Rocha) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Bellavista⁷.

⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁷ Fuente: Sunat.

12. Augusto Rocha compró a La Viga 4 107 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008⁸.
13. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**⁹, se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:
(...)

(ii) En la zona del callao se le encontró cemento Quisqueya al cliente Rocha y (...), incluso con afiches de publicidad.

(...)

14. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**¹⁰, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del día martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga Quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

(...)

En el Callao:

· Rocha Quispe, se le comunicó la medida. No tiene transporte

(...)

15. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Jefe de Operaciones, al Gerente General y al Director de La Viga, del **9 de agosto de 2007**¹¹, se señala:

Asunto: Informe.

De acuerdo al recorrido de los vendedores les informo lo siguiente:
(...)

En la zona del Callao se encontró que el cliente (...) tiene publicidad de dicho cemento, haciéndole de conocimiento las disposiciones. Igualmente ya se conversó con Rocha quien manifestó no volver a comprar el producto.

(...)

⁸ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Gerente General de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

16. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 7 de agosto de 2007, Augusto Rocha sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que se comunicó la medida dispuesta a Augusto Rocha, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
17. Asimismo, de acuerdo al correo del 9 de agosto de 2007, se aprecia que, después de la amenaza de negativa de venta y para poder continuar con la comercialización de cemento de Unacem, Augusto Rocha manifestó a los representantes de La Viga su decisión de no volver a comprar cemento “Quisqueya”.
18. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Augusto Rocha en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Augusto Rocha, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
19. En conclusión, en el caso de Augusto Rocha, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicho cliente, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Ferretera C & C Andina S.A.C.

20. Ferretera C & C Andina S.A.C. (en adelante, C & C Andina) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Lince¹².
21. C & C Andina compró a La Viga 649 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008¹³.
22. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**¹⁴, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del día martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores.

¹² Fuente: Sunat.

¹³ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

(...)

En Lince:

- C & C Andina, tiene afiches y ya se le comunicó la medida.

(...)

23. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 8 de agosto de 2007, C & C Andina sufrió una amenaza de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento "Quisqueya". Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que se comunicó la medida dispuesta a C & C Andina, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento "Quisqueya".
24. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento "Quisqueya" por parte de C & C Andina en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento "Quisqueya" por parte de C & C Andina, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
25. En conclusión, en el caso de C & C Andina, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento "Quisqueya".

Comercial Ferretera Santa Catalina E.I.R.L.

26. Comercial Ferretera Santa Catalina E.I.R.L. (en adelante, Santa Catalina) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Puente Piedra¹⁵. Asimismo, se encuentra representada por su Gerente General, la señora Simiona Carrasco Rodríguez¹⁶.
27. Santa Catalina compró a La Viga 2 273 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio y diciembre de 2007; y 1 400 y 700 bolsas en febrero y julio de 2008, respectivamente¹⁷.
28. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**¹⁸, se señala:

Asunto: Informe 11-08-07

¹⁵ Fuente: Sunat.

¹⁶ Fuente: Sunat.

¹⁷ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

(...)

- En Pte. Piedra Simiona Carrasco tiene quisqueya y una impulsadota (sic) en su local (no tiene camión), se le comunico (sic) que no se le va atender con sol.

(...)

29. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **14 de agosto de 2007**¹⁹, se señala:

Asunto: Informe dia (sic) 13-08-07

(...)

En Pte. Piedra el Sr. Marsano [Director de La Viga] se entrevistó con Simiona Carrasco (Sta. Catalina) ya que tenia (sic) una impulsadora en su local y le manifestó que va retirar el producto.

Se esta (sic) cumpliendo con la medida dispuesta de no atender al que tenga quisqueya en su local.

30. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 11 de agosto de 2007, Santa Catalina sufrió una amenaza de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que se comunicó la medida dispuesta a Santa Catalina, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
31. Asimismo, de acuerdo al correo del 14 de agosto de 2007, se aprecia que, después de la amenaza de negativa de venta y para poder continuar con la comercialización de cemento de Unacem, Santa Catalina manifestó a los representantes de La Viga su decisión de no volver a comprar cemento “Quisqueya”.
32. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Santa Catalina en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Santa Catalina, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
33. En conclusión, en el caso de Santa Catalina, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

¹⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Representaciones Licenciados S.A.C.

34. Representaciones Licenciados S.A.C. (en adelante, Licenciados) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Ventanilla²⁰.
35. Licenciados compró a La Viga 10 761 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008²¹.
36. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**²², se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:

*(i) El vendedor de la zona de Puente Piedra encontró en su recorrido que los siguientes clientes tenían en stock cemento quisqueya: (...) Licenciados, (...) a los cuales se les informó que de seguir comercializando ya no se les vendería cemento Sol.
(...)*

37. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**²³, se señala:

Asunto: RV: información (sic) del día martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la última (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

(...)

En Ventanilla:

· Licenciados, se le comunicó la medida dispuesta y me llamó para hacer su reclamo y me pidió una reunión para manifestar su descontento así como que se siente coaccionado por la medida. Hoy estoy visitándolo. Tiene transporte.

(...)

38. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Jefe de Operaciones, al Gerente General y al Director de La Viga, del **9 de agosto de 2007**²⁴, se señala:

²⁰ Fuente: Sunat.

²¹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

²³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: Informe.

De acuerdo al recorrido de los vendedores les informo lo siguiente:

*En la zona de Puente Piedra y Ventanilla se ha detectado que (...) y Representaciones Licenciados están comercializando quisqueya, al primero de los nombrados se le informó de las consecuencias de seguir comercializando dicho producto del mismo modo se le indicó a Licenciados quien se mostró un poco molesto por ello, incluso llamo al supervisor de Celima [Unacem] para reclamarle.
(...)*

39. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**²⁵, se señala:

Asunto: Informe 11-08-07

(...)

- Licenciados en Ventanilla tiene quisqueya (tiene camión), conversé con él y me dijo que va consultar con su hermano para decidir si continúan con nosotros [Unacem](...).

Creo conveniente otorgar descuento a partir del día Lunes y no atender a los que tienen quisqueya para que sientan de manera directa la presión y la firmeza nuestra. Los medianos y pequeños ya no tienen mucho cemento en sus locales. Los grandes que almacenaron en dscotos. tienen cant. considerables, pero ellos igual lo mueven.

(...)

40. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 7 de agosto de 2007, Licenciados sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señala que se comunicó la medida dispuesta a Licenciados, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
41. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Licenciados en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Licenciados, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
42. En conclusión, en el caso de Licenciados, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

²⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Gerente General de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

²⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Edelmira Curo Huayhua

43. Edelmira Curo Huayhua (en adelante, Edelmira Curo) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Los Olivos²⁶.
44. Edelmira Curo compró a La Viga 1 062 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008²⁷.
45. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**²⁸, se señala:

Asunto: Información del día.

*De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:
(...)*

*(iii) En la zona de San Martín los clientes que tiene quisqueya son:
Edelmira Curo (...) a quienes se les informó de la medida a tomar de
seguir comercializando dicho cemento.*

46. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**²⁹, se señala:

Asunto: RV: Información (sic) del día martes 07-08-07.

*Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga
Quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de
acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores.
Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo
dispuesto.*

(...)

En San Martín de Porres:

- Edelmira Curo, no tiene transporte

(...)

47. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 7 de agosto de 2007, Edelmira Curo sufrió una amenaza de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento "Quisqueya". Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que se comunicó la medida dispuesta a Edelmira Curo, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento "Quisqueya".

²⁶ Fuente: Sunat.

²⁷ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

²⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

48. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Edelmira Curo en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Edelmira Curo, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
49. En conclusión, en el caso de Edelmira Curo, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicho cliente, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Distribuidora Jorge Ramos S.A.C.

50. Distribuidora Jorge Ramos S.A.C. (en adelante, Distribuidora Jorge Ramos) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Ica, Ica³⁰.
51. Distribuidora Jorge Ramos compró a Macisa 4 502 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre febrero y junio de 2007; 9 900 bolsas en agosto de 2007; y 5 081 bolsas, en promedio, entre octubre de 2007 y mayo de 2008³¹.
52. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **25 de febrero de 2008**³², se señala:

Asunto: Cliente Jorge Ramos S.A.C.

En la conversación que tuvimos con el Señor Jorge Ramos (...), nos mencionó lo siguiente:

- Que ha comprado 1500 bolsas de cemento Quisqueya, para una construcción que su constructora está realizando en uno de sus locales en Ica, (...)

- Él todavía no ha decidido comercializar Quisqueya, porque todavía (sic) considera la posibilidad de ser un distribuidor de Cementos Lima [Unacem] (por años ha intentado serlo) y no ser un agente vendedor de Macisa.

- Es conciente que, de comercilizar (sic) el producto de la competencia, perdería (sic) los beneficios por la comercilización (sic) de nuestro producto.

- Se le ha manifestado las ventajas de trabajar con nuestro producto y ahora con los beneficios que permite el BanMat.

- No se ha mostrado seguro de continuar con nosotros porque:

1. Su aspiración de ser distribuidor es remota.

³⁰ Fuente: Sunat.

³¹ Escrito de Macisa del 4 de junio de 2011.

³² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

2. El precio que le ha ofrecido quisqueya es muy tentadora. Además nos ha manifestado que: "no tengo ningún (sic) vínculo con Cementos Lima [Unacem], pero si con Macisa, le he manifestado a José Rey [Gerente General de Macisa] que si tenemos que poner fin a nuestras relaciones, arreglamos y punto, Yo (Jorge Ramos) entonces comercializare (sic) otra Marca (refiriendose (sic) a Quisqueya)" Pese a Todo se ha quedado en una reunión con el Sr. Jorge Ramos, el Miercoles por la mañana (10.00 am).
(...)

53. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **28 de febrero de 2008**³³, se señala:

Asunto: Cliente Jorge Ramos S.A.C
Sobre la reunión que tuve con el Señor Jorge Ramos, nos transmitió lo siguiente:
(...)
No ha definido con quisqueya todavía (sic) nada, pero esta (sic) pendiente en razón a la respuesta que Macisa, le brinde de mejores condiciones para atender a sus clientes (Logística -precio de flete- y -disponibilidad de trailer).
También (sic) nos ha transmitido sus aspiraciones de ser un distribuidor de Cementos Lima [Unacem], y no ser un agente vendedor de Macisa por la forma de trabajar hasta este momento con el distribuidor.
Esta (sic) consciente que el vender Quisqueya, perdería (sic) todos los beneficios al comercializar nuestro producto (sic), y que al trabajar con la competencia estaría en la misma situación de ser un agente vendedor, pero con la desventaja de tener un producto nuevo, poco conocido. Se le (sic) animado a continuar (sic) con nosotros y comercializar (sic) nuestros productos solamente, le hemos manifestado que tomaremos nota de sus necesidades e inquietudes.
(...)

54. En el documento electrónico denominado Informe de Supervisión de la Zona Sur – Ica que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Gerente Administrativo, y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **27 de marzo de 2008**³⁴, se señala:

Informe de Supervisión de la Zona Sur - Ica
(...)
• *En nuestra visita se verificó que en los negocios de JORGE RAMOS SAC quien se encuentra suspendido, sigue comercializando el cemento de la competencia [Quisqueya] usando las tres razones Sociales:*

³³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

³⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

*o Jorge Ramos SAC
o Distribuidora Jorge Ramos SAC
o Conersur (comercializadora y negocios del sur)
Este cliente todavía le sigue vendiendo cemento Sol, a pesar de haberlos comunicando a los distribuidores sobre la condición de este cliente, sin embargo estamos reiterando con fotos que sigue vendiendo Quisqueya (...)*

55. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 28 de febrero de 2008, Distribuidora Jorge Ramos sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem a través del cliente Jorge Ramos, quien fue amenazado con la negativa de venta en la fecha mencionada. En el mismo sentido, Distribuidora Jorge Ramos, a través de Jorge Ramos, conocía que este último se encontraba sancionado hacia el 26 de marzo de 2008, por comercializar cemento “Quisqueya”, por lo tanto, es posible afirmar que Distribuidora Jorge Ramos sufrió la amenaza de negativa de venta de cemento de Unacem por parte de Macisa.
56. En efecto, el conocimiento del castigo a Jorge Ramos, representó una amenaza para Distribuidora Jorge Ramos. Además, considerando que Jorge Ramos estuvo sancionado hasta el 11 de abril de 2008, Distribuidora Jorge Ramos debió abstenerse de comprar de manera previa cemento de Cemex para que ni ella, ni Jorge Ramos sean desabastecidos de cemento de Unacem.
57. En conclusión, en el caso de Distribuidora Jorge Ramos, se acredita que Unacem y Macisa realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Lakassa S.R.L.

58. Lakassa S.R.L. (en adelante, Lakassa) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de San Juan de Lurigancho³⁵. Asimismo, se encuentra representada por su Gerente General, la señora Gladys Noemí Orellana Tovar³⁶.
59. Lakassa compró a La Viga 23 463 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008³⁷.
60. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem; y al Gerente General, al Director y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**³⁸, se señala:

³⁵ Fuente: Sunat.

³⁶ Fuente: Sunat.

³⁷ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

³⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: Cemento Quisqueya.

Buenos días, informo que el día de ayer se encontró:

(...)

- Asimismo, el cliente “Lakasa” tiene Quisqueya aprox. 700 bol.

61. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Vega, del **22 de agosto de 2007**³⁹, se señala:

Asunto: RV: Cemento Quisqueya.

(...)

Lakassa ya lo tiene desde el sábado pasado [cemento Quisqueya], ya se esta procediendo a bloquear la entrada de sus carros a planta de acuerdo a lo dispuesto por Raúl Pinto [Jefe del Departamento de Ventas de Unacem].

(...)

62. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **28 de agosto de 2007**⁴⁰, se señala:

Asunto: Informe 27-08-07.

En la zona de S.J.L. los clientes que se comprometieron a tapar o esconder el saldo de Quisqueya como son:

(...)

- Lakasa, tiene 20 bls. en la puerta de su local (no lo ha escondido).

(...)

Espero indicación de medidas a tomar, se estará permanentemente manifestándoles respecto del acuerdo adoptado con nosotros.

(...)

63. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Gerente General y al Director de La Vega, del **28 de agosto de 2007**⁴¹, se señala:

Asunto: RV: Informe 27-08-07.

Por favor, conversar con los Orellana, teníamos un trato que no están cumpliendo.

64. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 22 de agosto de 2007, Lakassa sufrió una negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo

³⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁴⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Vega, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁴¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Vega, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

citado, que señala que, debido a que Lakassa se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta y bloqueándosele la entrada de sus carros a la planta de Unacem.

65. La existencia del castigo a Lakassa mediante la negativa de venta se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras diarias. Así, a excepción de los primeros días de julio, Lakassa frecuentemente realizó compras diarias en julio de 2007. Sin embargo, Lakassa dejó de comprar a La Viga desde el 21 hasta el 23 de agosto de 2007, lo que guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución del castigo.
66. En efecto, de acuerdo a los correos, se puede apreciar que Lakassa compró cemento “Quisqueya” previamente al 22 de agosto de 2007. Asimismo, Unacem afirmó que se estaba procediendo a castigar a este cliente el 22 de agosto de 2007. Así, Lakassa, cuya última compra de cemento de Unacem fue el 20 de agosto de 2007, reanudó su compra el 24 de agosto de 2007, por lo que es posible afirmar que se le castigó durante ese periodo.
67. De otro lado, la ejecución de castigos a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Lakassa en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Lakassa, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
68. En conclusión, en el caso de Lakassa, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Representaciones Dimza S.R.L.

69. Representaciones Dimza S.R.L. (en adelante, Dimza) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, local comercial en el distrito de San Juan de Lurigancho⁴².
70. Dimza compró a La Viga 5 460, 3 790 y 2 340 bolsas de cemento de Unacem, en julio, agosto y setiembre de 2007, respectivamente. Asimismo compró 12 693 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre octubre de 2007 y julio de 2008⁴³.
71. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**⁴⁴, se señala:

⁴² Fuente: Sunat.

⁴³ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁴⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: Informe 11-08-07

- En la zona de S.J.L. Ferret. Com. Diego ha sido comunicado por el Sr. De la Piedra [Gerente General de La Viga] de la medida de CL [Unacem] y ha decidido no vender quisqueya.

(...)

- Dimza (...) ya no se le esta vendiendo Sol (...)

72. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**⁴⁵, se señala:

Asunto: RV: Cemento Quisqueya

(...)

Lakassa ya lo tiene desde el sábado pasado [cemento Quisqueya], ya se esta procediendo a bloquear la entrada de sus carros a planta de acuerdo a lo dispuesto por Raúl Pinto [Jefe del Departamento de Ventas de Unacem]. Además se esta haciendo lo mismo con (...) Dimza (...)

73. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **28 de agosto de 2007**⁴⁶, se señala:

Asunto: Informe 27-08-07

(...)

- Se ha coordinado con Lalo Mercado [Jefe de Operaciones de La Viga] quien ha conversado con Rubén Zavaleta de Dimza y le ha manifestado que va a seguir con nosotros, no vender quisqueya (pero está repartiendo Inca) y se le ha levantado la sanción. El cemento quisqueya que tiene él y su hermano Herco (local adjunto) ha sido puesto en la parte trasera y esta tapado. Se controlara diariamente para ver si vuelve a recibir este cemento.

74. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 11 de agosto de 2007 y, por lo menos, hasta el 22 de agosto de 2007, Dimza sufrió una negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento "Quisqueya". Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Dimza se encontraba vendiendo cemento "Quisqueya" fue castigada negándosele la venta y bloqueándose la entrada de sus carros a la planta de Unacem. Adicionalmente, el correo del 28 de agosto de 2007 confirma que Dimza se encontraba sancionada y que hacia esta fecha se le había levantado la sanción, debido al compromiso de no vender cemento "Quisqueya".

⁴⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁴⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

75. La existencia del castigo a Dimza mediante la negativa de venta se puede apreciar además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, en agosto y setiembre de 2007 las compras de Dimza de cemento de Unacem a La Viga se redujeron en un 31% y 57% respecto de julio de 2007. Asimismo, se aprecia un cambio en la frecuencia de las compras de cemento de Unacem de Dimza a La Viga; mientras que en julio la frecuencia de sus compras fue desde diaria hasta siete días, en agosto y setiembre dicha frecuencia se vio alterada, por ejemplo, al nivel de no realizar compras entre el 4 y 29 de agosto de dicho año⁴⁷, mientras que en setiembre únicamente realizó dos compras⁴⁸.
76. Dicha disminución de las compras de Dimza guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución de castigos en su contra durante agosto de 2007, por lo que es posible afirmar que dichos castigos se mantuvieron también en setiembre de 2007.
77. De otro lado, la ejecución de castigos a través de la negativa de venta entre agosto y setiembre de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Dimza en dichos meses. Es decir, los castigos guardan correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Dimza, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
78. En conclusión, en el caso de Dimza, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Depósito Alejos E.I.R.L.

79. Depósito Alejos E.I.R.L. (en adelante, Depósito Alejos) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de San Martín de Porres⁴⁹.
80. Depósito Alejos compró a La Viga 640 y 960 bolsas de cemento de Unacem, en julio y agosto de 2007, respectivamente; y 1 227 bolsas, en promedio, entre setiembre de 2007 y julio de 2008⁵⁰.
81. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem; y al Gerente General, al Director y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**⁵¹, se señala:

⁴⁷ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁴⁸ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁴⁹ Fuente: Sunat.

⁵⁰ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁵¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: Cemento Quisqueya.

Buenos días, informo que el día de ayer se encontró:

(...)

- Al cliente Depósito Alejo le dejaron 100 bols. de Quisqueya en calidad de consignación.

82. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**⁵², se señala:

Asunto: RV: Cemento Quisqueya.

(...)

[Para] Dep. Alejo tengo entendido que es la primera vez, así que hay que indicarle las medidas de Cementos Lima [Unacem].

(...)

83. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 22 de agosto de 2007, Depósito Alejos sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que se le comunicaría la medida dispuesta a Depósito Alejos, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
84. Sin embargo, cabe mencionar, que si bien el correo hace mención de amenazas de negativa de venta a Depósito Alejos, de acuerdo a la evidencia estadística se puede apreciar que este cliente sufrió un castigo de negativa de venta. En efecto, la existencia del castigo a Depósito Alejos mediante la negativa de venta se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras diarias. Así, a excepción de los primeros días del mes, Depósito Alejos realizó compras cada ocho días, en promedio, en julio de 2007. Sin embargo, Depósito Alejos dejó de comprar a La Viga desde el 15 hasta el 27 de agosto de 2007, lo que guarda directa relación con las afirmaciones de aplicación de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
85. De acuerdo a los correos, se puede apreciar que, Depósito Alejos compró cemento “Quisqueya” previamente al 22 de agosto de 2007. Por su parte, Unacem afirmó que se le indicaría la medida de sanción por comercializar “Quisqueya” el 22 de agosto de 2007. Así, Depósito Alejos, cuya última compra de cemento a La Viga fue el 14 de agosto de 2007, reanudó su compra el 28 de agosto de 2007, por lo que es posible afirmar que se le castigó durante ese periodo.
86. El castigo de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Depósito Alejos en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de

⁵² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

cemento “Quisqueya” por parte de Depósito Alejos, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.

87. En conclusión, en el caso de Depósito Alejos, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem, debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Jorge Alberto Ramos Cortez

88. Jorge Alberto Ramos Cortez (en adelante, Jorge Ramos) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Parcona, Ica⁵³.
89. Jorge Ramos compró a Macisa 8 650 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre agosto y noviembre de 2007; y 18 265 bolsas en abril de 2008⁵⁴.
90. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing Unacem al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **25 de febrero de 2008**⁵⁵, se señala:

Asunto: Cliente Jorge Ramos S.A.C.

En la conversación que tuvimos con el Señor Jorge Ramos (...), nos mencionó lo siguiente:

- Que ha comprado 1500 bolsas de cemento Quisqueya, para una construcción que su constructora está realizando en uno de sus locales en Ica, (...)

- Él todavía no ha decidido comercializar Quisqueya, porque todavía (sic) considera la posibilidad de ser un distribuidor de Cementos Lima [Unacem] (por años ha intentado serlo) y no ser un agente vendedor de Macisa.

- Es conciente que, de comercializar (sic) el producto de la competencia, perdería (sic) los beneficios por la comercialización (sic) de nuestro producto.

- Se le ha manifestado las ventajas de trabajar con nuestro producto y ahora con los beneficios que permite el BanMat.

- No se ha mostrado seguro de continuar con nosotros porque:

1. Su aspiración de ser distribuidor es remota.

2. El precio que le ha ofrecido quisqueya es muy tentadora.

Además nos ha manifestado que: "no tengo ningun (sic) vinculo con Cementos Lima [Unacem], pero si con Macisa, le he manifestado a José Rey [Gerente General de Macisa] que si tenemos que poner fin a

⁵³ Fuente: Sunat.

⁵⁴ Escrito de Macisa del 4 de junio de 2011.

⁵⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

nuestras relaciones, arreglamos y punto, Yo (Jorge Ramos) entonces comercializaré (sic) otra Marca (refiriendose (sic) a Quisqueya)"
Pese a Todo se ha quedado en una reunión con el Sr. Jorge Ramos, el Miercoles por la mañana (10.00 am).
(...)

91. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing Unacem al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **28 de febrero de 2008**⁵⁶, se señala:

Asunto: Cliente Jorge Ramos S.A.C
Sobre la reunión que tuve con el Señor Jorge Ramos, nos transmitió lo siguiente:
(...).
No ha definido con Quisqueya todavía (sic) nada, pero esta (sic) pendiente en razón a la respuesta que Macisa, le brinde de mejores condiciones para atender a sus clientes (Logística (sic) -precio de flete- y -disponibilidad de trailer).
También (sic) nos ha transmitido sus aspiraciones de ser un distribuidor de Cementos Lima [Unacem], y no ser un agente vendedor de Macisa por la forma de trabajar hasta este momento con el distribuidor.
Esta consciente que el vender Quisqueya, perdería (sic) todos los beneficios al comercializar nuestro producto (sic), y que al trabajar con la competencia estaría (sic) en la misma situación de ser un agente vendedor, pero con la desventaja de tener un producto nuevo, poco conocido. Se le (sic) animado a continua (sic) con nosotros y comercializar (sic) nuestros productos solamente, le hemos manifestado que tomaremos nota de sus necesidades e inquietudes.
(...)

92. En el documento electrónico denominado Informe de Supervisión de la Zona Sur – Ica que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Gerente Administrativo, y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **27 de marzo de 2008**⁵⁷, se señala:

Informe de Supervisión de la Zona Sur - Ica
(...)
• En nuestra visita se verificó que en los negocios de JORGE RAMOS SAC quien se encuentra suspendido, sigue comercializando el cemento de la competencia [Quisqueya] usando las tres razones Sociales:
o Jorge Ramos SAC
o Distribuidora Jorge Ramos SAC
o Conersur (comercializadora y negocios del sur)

⁵⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁵⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Este cliente todavía le sigue vendiendo cemento Sol, a pesar de haberlos comunicando a los distribuidores sobre la condición de este cliente, sin embargo estamos reiterando con fotos que sigue vendiendo Quisqueya (...)

93. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 28 de febrero de 2008, Jorge Ramos sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem y que, previamente al 26 de marzo de 2008, Jorge Ramos sufrió del castigo de negativa de venta, esto, por comercializar cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Jorge Ramos se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigado negándosele la venta de cemento de Unacem.
94. La existencia del castigo a Jorge Ramos mediante la negativa de venta se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, de acuerdo a los correos, se puede apreciar que, Jorge Ramos compró cemento “Quisqueya” previamente al 25 de febrero de 2008. Por su parte, Unacem afirmó el 26 de marzo, que Jorge Ramos, se encontraba sancionado por comercializar cemento “Quisqueya”. Así, Jorge Ramos, cuya última compra de cemento de Unacem fue el 28 de noviembre de 2007, reanudó su compra el 12 de abril de 2008, por lo que es posible afirmar que Jorge Ramos sufrió del castigo hasta dicha fecha.
95. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta previamente al 26 de marzo de 2008 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Jorge Ramos en dichos meses. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Jorge Ramos, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
96. En conclusión, en el caso de Jorge Ramos, se acredita que Unacem y Macisa realizaron un castigo contra dicho cliente, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Fernalex S.R.L. - Mirtha Atencio Herrera

97. Fernalex S.R.L. (en adelante, Fernalex) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Lurigancho⁵⁸. Asimismo, desde mayo de 2002 hasta diciembre de 2008 tuvo como Gerente General a la señora Mirtha Atencio Herrera⁵⁹.
98. Fernalex compró a Macisa 13 543 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero y agosto de 2007; 8 875 en setiembre de 2007; 30 546 bolsas, en promedio, entre noviembre de 2007 y agosto de 2008; y 1 600 y 800 bolsas, en setiembre y octubre, de 2008, respectivamente⁶⁰.

⁵⁸ Fuente: Sunat.

⁵⁹ Fuente: Sunarp.

⁶⁰ Escrito de Macisa del 2 de noviembre de 2011.

99. En el correo electrónico remitido por el Ejecutivo de Ventas de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem, del **8 de setiembre de 2007**⁶¹, se señala:

Asunto: RV: USB.

Les reenvío adjunto, la relación de ferreterías a pintar con el cronograma programado. Realizar inmediatamente una última revisión antes de que salgan a informar al ferretero y a entregarles formalmente la comunicación de inicio de obras. Cualquier cambio informarlo inmediatamente, ya que, como ejemplo, he podido observar que entre las propuestas, en la zona Este, figura la ferretería Fernalex que tengo entendido tiene Quisqueya y debería estar suspendida.

100. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **24 de setiembre de 2007**⁶², se señala:

Asunto: Camión repartiendo Quisqueya.

El día de hoy, se detectó al siguiente camión (YD-1494) dejando cemento Quisqueya en la zona de Manchay Bajo, la última carga que hizo para nosotros fue a Fernalex. Se pone en conocimiento para su suspensión.

101. En la carta notarial suscrita por la señora Mirtha Atencio Herrera dirigida a Macisa, que se encuentra adjunta al correo electrónico remitido por el Gerente General de La Viga, al Director de Unacem, del **22 de octubre de 2007**⁶³, se señala:

Carta Notarial [archivo del 11 de octubre de 2007]

FERNALEX S.R.L. RUC: 20504456669

Señores Manufacturas de Acero Comercial e Industrial S.A. – MACISA

Por la presente quiero manifestarles mi enorme molestia porque recientemente han tomado decisiones incomprensibles contra mi persona que afectan directamente a mi negocio.

Su empresa me abastecía con cemento Sol de Cementos Lima [Unacem]. Luego que empecé a ofrecer también cemento Quisqueya a mis clientes, su empresa me ha impedido la entrada de mis camiones en su local para recoger cemento Sol. Es más, ningún otro negocio quiere venderme cemento Sol, porque todos me informan que su empresa se los ha prohibido.

⁶¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁶² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁶³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Gerente General de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Por si fuera poco, además de no venderme Cemento Sol, están acudiendo a los depósitos pequeños y a las obras poniéndome como ejemplo y diciendo que lo mismo que me está pasando a mí les pasará a todos los que compren y ofrezcan cemento Quisqueya. Además sus empleados me han indicado que todo esto proviene de Cementos Lima [Unacem]. Incluso han llamado a mi padre que como saben está en ese negocio por muchos años y es uno de los principales distribuidores para exigirle que hable conmigo para que deje de vender otros cementos. Esto es inaceptable.
(...)

102. En el correo electrónico remitido por la señora Mirtha Atencio Herrera al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **25 de octubre de 2007**⁶⁴, se señala:

Asunto: Cemento.

Le escribo tal como me indicó por teléfono la semana pasada para que Cementos Lima [Unacem] reconsidere levantar el castigo de ya no venderme cemento sol que me ha puesto por vender cemento quisqueya. Como le dije, estoy dispuesta a vender solamente cemento sol. Por favor tenga en cuenta que soy una mujer trabajadora y sigo perdiendo mucho dinero por el castigo que me han puesto injustamente.

103. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 2 de Unacem, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 3 de Unacem, del **26 de octubre de 2007**⁶⁵, se señala:

Asunto: RV: Cemento.

Raúl [Jefe del Departamento de Ventas de Unacem], Te pongo en conocimiento de la presente [en referencia al correo del 25 de octubre de 2007], cuyo tema se evaluó con el Sr. Trelles [Gerente Administrativo de Unacem] en la ultima (sic) reunión y se determino (sic) que siguiera suspendida.

104. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, hacia el 11 de octubre de 2007, Fernalex sufrió un castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la información del correo del 22 de octubre de 2007, en el que se adjunta una carta del 11 de octubre de 2007, remitida por Fernalex a Macisa, en la que Fernalex expresa su malestar por el castigo del que era objeto, debido a que se encontraba comercializando cemento “Quisqueya”.
105. La existencia del castigo a Fernalex mediante la negativa de venta se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras diarias. Así, Fernalex realizó desde compras diarias hasta compras cada seis días, desde enero hasta setiembre de 2007. Sin embargo, Fernalex dejó de comprar a

⁶⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁶⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Macisa desde el 28 de setiembre hasta el 12 de noviembre de 2007, lo que guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución del castigo.

106. En efecto, de acuerdo a los correos, se puede apreciar que, Fernalex compró cemento “Quisqueya” previamente al 8 de setiembre de 2007. Por su parte, Unacem afirmó el 8 de setiembre de 2007, que Fernalex debería encontrarse suspendida a esa fecha. Asimismo, Unacem afirmó el 26 de setiembre, que se procedía a la suspensión de Fernalex. Así, Fernalex, cuya última compra de cemento de Unacem fue el 27 de setiembre de 2007, reanudó su compra el 13 de noviembre de ese año, por lo que es posible afirmar que Fernalex sufrió el castigo de negativa de venta de cemento de Unacem, desde el 28 de setiembre hasta el 12 de noviembre de 2007. Adicionalmente, el correo del 25 de octubre de 2007, confirma que Fernalex se encontraba sancionada por comercializar cemento “Quisqueya”.
107. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en setiembre, octubre y noviembre de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Fernalex. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Fernalex, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
108. En conclusión, en el caso de Fernalex, se acredita que Unacem y Macisa realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Depósitos y Ferretería Nichar S.A.C.

109. Depósitos y Ferretería Nichar S.A.C. (en adelante, Nichar) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Villa María del Triunfo⁶⁶.
110. Nichar compró a A.Berio 7 007 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero de 2007 y mayo de 2008; y 21 200 bolsas, en promedio, entre junio y diciembre de 2008⁶⁷.
111. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de A. Berio al Gerente Financiero, al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 3 de Unacem, del **22 de octubre de 2007**⁶⁸, se señala:

*Asunto: Caso: Depósito y Ferretería Nichar S.A.C.
(...)*

⁶⁶ Fuente: Sunat.

⁶⁷ Escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011.

⁶⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Todos estos compromisos de parte de nuestra representada, tienen que verse reflejada con el compromiso del cliente DEPOSITO Y FERRTERIA NICHAR S.A.C. a quien se le pediría (sic) a no comercializar el cemento Quisqueya, ya que se tiene conocimiento que este cliente esta ofreciendo a los ferreteros de la zona e inclusive esta recogiendo con su propio transporte dicho cemento en el callao.
(...)

112. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Supervisor de Ventas 3 de Unacem, del **23 de octubre de 2007**⁶⁹, se señala:

*Asunto: Información sobre ferreterías.
Por encargo de Raúl [Jefe del departamento de Ventas de Unacem], averiguar que están vendiendo en relación a cemento, cantidad y precio las siguientes ferreterías:
FERRETERIA NICHARD: Dirección Cahuide con la Av. Los Incas Comité 42.
(...)
En Tablada de Lurin Villa Maria del Triunfo*

113. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **23 de octubre de 2007**⁷⁰, se señala:

*Asunto: RV: Información sobre ferreterías.
Con la FERRETERÍA NICHAR actualmente estamos negociando para que no compre QUISQUEYA (...)*

114. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, y al Gerente Administrativo de A. Berio, del **11 de enero de 2008**⁷¹, se señala:

*Asunto: Suspensión a Ferretería Nichar.
Por reincidencia en la compra de Quisqueya se procederá a cortar el abastecimiento a la Ferretería Nichar de Tablada Lurín. Debido a que sus ventas principales son a clientes pequeños recomiendo que A. Berio ataque desde mañana vendiéndoles nuestros productos. Te solicito nos envíes las placas de sus camiones para suspenderlos.*

115. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Jefe de Ventas de Macisa, al Jefe de Operaciones de La Viga y a los

⁶⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁷⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁷¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **11 de enero de 2008**⁷², se señala:

Asunto: RV: Suspensión a Ferretería Nichar.

Se esta procediendo a suspender a Ferretería Nichar (Sacarías Limasca) a partir de hoy. Eso incluye las zonas de las otras distribuidoras. Les aviso, si subcontratan sus camiones porque se están suspendiendo también y no van poder ser atendidos por despacho.

116. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, desde el 22 de octubre de 2007, Nichar sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem y que, desde el 11 de enero de 2008, Nichar sufrió del castigo de negativa de venta por comercializar cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Nichar se encontraba comercializando cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem.
117. La existencia del castigo a Nichar mediante la negativa de venta se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras diarias. Así, Nichar realizó compras cada tres días, en promedio, en el 2007. Sin embargo, Nichar dejó de comprar a A. Berio desde el 30 de diciembre de 2007 hasta el 20 de enero de 2008, lo que guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución del castigo en enero.
118. En efecto, Unacem afirmó que se estaba procediendo a castigar a este cliente el 11 de enero de 2008. Así, Nichar, cuya última compra de cemento de Unacem fue el 29 de diciembre de 2007, reanudó su compra el 21 de enero de 2008, por lo que es posible afirmar que se le castigó durante ese periodo.
119. En conclusión, en el caso de Nichar, se acredita que Unacem y A. Berio realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Inversiones Rapid Service S.A.C.

120. Inversiones Rapid Service S.A.C. (en adelante, Rapid Service) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Los Olivos⁷³.
121. Rapid Service compró a La Viga 27 862 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008⁷⁴.

⁷² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁷³ Fuente: Sunat.

⁷⁴ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

122. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**⁷⁵, se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:

(i) El vendedor de la zona de Puente Piedra encontró en su recorrido que los siguientes clientes tenían en stock cemento quisqueya: (...) Rapid Service de Puente Piedra, (...) a los cuales se les informó que de seguir comercializando ya no se les vendería cemento Sol.
(...)

123. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**⁷⁶, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del día (sic) martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la última (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

En Puente Piedra:

(...)

· Rapid Service de Puente piedra, se le comunicó la medida (tiene un transportista que le abastece, ¿se sancionará al transportista o se le comunicará que ya no puede seguir haciéndole flete?

(...)

124. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 7 de agosto de 2007, Rapid Service sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que se comunicó la medida dispuesta Rapid Service, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
125. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Rapid Service en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Rapid Service, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.

⁷⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁷⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

126. En conclusión, en el caso de Rapid Service, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Pakassa S.R.LTDA.

127. Pakassa S.R.LTDA. (en adelante, Pakassa) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de San Juan de Lurigancho⁷⁷. Asimismo, se encuentra representada por su Gerente, el señor Ceferino Juan Orellana Tovar⁷⁸.
128. Pakassa compró a La Viga 12 955 bolsas de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008⁷⁹.
129. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**⁸⁰, se señala:

Asunto: Informe 11-08-07

(...)

PD. Hay un rumor de los choferes de S.J.L. que los hermanos Pakassa iban a recoger Quisqueya hoy, pero hasta ahora no había nada. En el depósito están atentos para ver si descargaban en su local ya que esta cerca.

130. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, a los Supervisores de Ventas 2 y 3, y al Gerente Administrativo de Unacem, del **22 de agosto de 2007**⁸¹, se señala:

Asunto: RV: Relación de carros.

Raúl [Jefe del Departamento de Ventas de Unacem], estos son los camiones de los ferreteros que tienen Quisqueya el vendedor de La Viga manifestó ayer por la tarde que Pakassa (Juan Orellana) ya tenía aprox. 70 bls. en su local. Hoy lo verifico y te confirmo. Todos los demás han recibido un trailer completo a consignación.

Te informo para los fines convenientes.

⁷⁷ Fuente: Sunat.

⁷⁸ Fuente: Sunat.

⁷⁹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁸⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁸¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Asistente de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

131. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **28 de agosto de 2007**⁸², se señala:

Asunto: Informe 27-08-07.

En la zona de S.J.L. los clientes que se comprometieron a tapar o esconder el saldo de quisqueya como son:

(...)

- Pakasa, ya no tiene ninguna bolsa en su local.

Espero indicación de medidas a tomar, se estará permanentemente manifestándoles respecto al acuerdo adoptado con nosotros.

(...)

132. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 28 de agosto de 2007, Pakassa sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que se comunicó la medida dispuesta a Pakassa, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
133. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Pakassa en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Pakassa, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
134. En conclusión, en el caso de Pakassa, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Huberlinda Vicente de Chuquispuma - Ferretería Milagritos

135. Huberlinda Vicente de Chuquispuma (en adelante, Huberlinda Vicente) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Imperial, Cañete⁸³.
136. En el documento electrónico adjunto al correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Gerente Administrativo y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **28 de enero de 2008**⁸⁴, se señala:

⁸² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁸³ Fuente: Sunat

⁸⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Asistente de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Informe de Supervisión en la Zona Sur - Ica

Competencia:

Se ha notado la presencia de vendedores y asesores comercial de la distribuidora principal de Lima de cemento Quisqueya, visitando a los principales clientes de la zona Sur (Chincha, Pisco e Ica), incluso llegaron a la oficina de la distribuidora Julio Mendez (siendo atendida de manera breve por su secretaria, dejó solo su tarjeta).

[Información sobre las condiciones que ofrece Quisqueya a los ferreteros: precios, crédito, etc.]

(...)

Clientes:

(...)

- Ferretería Milagritos (...)

Dirección: Jr. Sucre 690

CLIENTE: Uberlinda Vicente de Chuquipuma.

Se converso sobre su comercialización del producto Quisqueya, nos manifestó que lo dejaron sin costo y que por su parte se ha comprometido en vender las 200 bolsas que le han dejado, y que al terminar, solo venderá nuestro producto. Es el único cliente que tiene Quisqueya y lo vende en sus 2 puntos de venta (Jr. Sucre 690 y Jr. Huancayo 586 Imperial Cañete). – Nos ha manifestado que le compra nuestro producto a la Viga.

(...)

137. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, al 28 de enero de 2008, Huberlinda Vicente sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. En efecto, de la afirmación del correo citado, que señala que después de la conversación sostenida por personal de Unacem y Huberlinda Vicente, el cliente se comprometió a no volver a comercializar cemento “Quisqueya”, es posible afirmar que se le comunicó la medida dispuesta, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
138. En conclusión, en el caso de Huberlinda Vicente, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Magnolio Romero Churano

139. Magnolio Romero Churano (en adelante, Magnolio Romero) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Marcara, Ancash⁸⁵.

⁸⁵ Fuente: Sunat.

140. En el correo electrónico remitido por el Supervisor Logístico de La Viga al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2008**⁸⁶, se señala:

Asunto: Ingreso de cemento Quisqueya en Huaraz.

El día martes 19/08/07 ingresa un carro completo de inversiones huaycan la cual confirmamos que en su local de Carhuaz (fachada azul con letras rojas que dice ferretería) tenía en su depósito aproximadamente 200 bolsas, así mismo repartió en 2 clientes la cual compran directamente a Hualcan porque le deja mas barato.

- romero churazo magnolio- marcara.anexo 22602

Ellos no nos compra cemento desde el 13/06/08 con 100 bls, desde esa fecha compra 100% a Hualcan, verificamos que aproximadamente tenía 150 bls de cemento quiskeya. Nos confirmo como verán en la foto que solo tenía 30 bls en la calle y que se los dio el consejo por una deuda pendiente, pero mas tarde confirmamos que en su almacén tenía 150 bls aprox. mas ocultos.

(...)

A estos clientes se les advirtió que seria informado a cementos lima [Unacem] la cual aconseje que no lo volvieran hacer porque Cementos Lima [Unacem] ordenara no abastecerle mas con el cemento y con Quisqueya. no abastecerá lo que pidan y se meterán en problemas tanto con Cementos Lima [Unacem] y con sus ventas por problemas de abastecimiento por parte de quiskeya la cual no podrán cumplir. Se esta hablando la cual no es confirmado quienes quieren entrar con mas carros de Quisqueya., el trabajo que haremos acá es estar alertas a la presencia de los mismos como también aconsejar a los clientes de no hacerlo la cual tendrían consecuencias.

141. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 19 de agosto de 2008, Magnolio Romero sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que se comunicó la medida dispuesta a Magnolio Romero, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
142. En conclusión, en el caso de Magnolio Romero, se acredita que Unacem y La Viga realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Comercializadora y Negociaciones del Sur S.A.C. - Conesur S.A.C.

143. Comercializadora y Negociaciones del Sur S.A.C. - Conesur S.A.C. (en adelante, Conesur) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Ica, Ica⁸⁷.

⁸⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

144. Conesur compró a Macisa 284 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre octubre de 2007 y enero de 2008; 250 bolsas en marzo de 2008; y 1 616 bolsas, en promedio, entre abril y junio de 2008⁸⁸.
145. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **25 de febrero de 2008**⁸⁹, se señala:

Asunto: Cliente Jorge Ramos S.A.C.

En la conversación que tuvimos con el Señor Jorge Ramos (...), nos mencionó lo siguiente:

- Que ha comprado 1500 bolsas de cemento Quisqueya, para una construcción que su constructora está realizando en uno de sus locales en Ica, (...)

- Él todavía no ha decidido comercializar Quisqueya, porque todavía (sic) considera la posibilidad de ser un distribuidor de Cementos Lima [Unacem] (por años ha intentado serlo) y no ser un agente vendedor de Macisa.

- Es conciente que, de comercializar (sic) el producto de la competencia, perdería (sic) los beneficios por la comercialización (sic) de nuestro producto.

- Se le ha manifestado las ventajas de trabajar con nuestro producto y ahora con los beneficios que permite el BanMat.

- No se ha mostrado seguro de continuar con nosotros porque:

1. Su aspiración de ser distribuidor es remota.

2. El precio que le ha ofrecido quisqueya es muy tentadora.

Además nos ha manifestado que: "no tengo ningun (sic) vinculo con Cementos Lima [Unacem], pero si con Macisa, le he manifestado a José Rey [Gerente General de Macisa] que si tenemos que poner fin a nuestras relaciones, arreglamos y punto, Yo (Jorge Ramos) entonces comercializaré (sic) otra Marca (refiriendose (sic) a Quisqueya)"

Pese a Todo se ha quedado en una reunión con el Sr. Jorge Ramos, el Miercoles por la mañana (10.00 am).

(...)

146. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing Unacem, al Ejecutivo de Ventas y al Supervisor de Ventas 2 de Unacem, del **28 de febrero de 2008**⁹⁰, se señala:

Asunto: Cliente Jorge Ramos S.A.C

⁸⁷ Fuente: Sunat.

⁸⁸ Escrito de Macisa del 4 de junio de 2011.

⁸⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

⁹⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Sobre la reunión que tuve con el Señor Jorge Ramos, nos transmitió lo siguiente:

(...)

No ha definido con Quisqueya todavía (sic) nada, pero esta (sic) pendiente en razón a la respuesta que Macisa, le brinde de mejores condiciones para atender a sus clientes (Logística (sic) -precio de flete- y -disponibilidad de trailer).

También (sic) nos ha transmitido sus aspiraciones de ser un distribuidor de Cementos Lima [Unacem], y no ser un agente vendedor de Macisa por la forma de trabajar hasta este momento con el distribuidor.

Esta (sic) consciente que el vender Quisqueya, perdería (sic) todos los beneficios al comercializar nuestro producto, y que al trabajar con la competencia estaría (sic) en la misma situación de ser un agente vendedor, pero con la desventaja de tener un producto (sic) nuevo, poco conocido. Se le (sic) animado a continuar (sic) con nosotros y comercializar (sic) nuestros productos solamente, le hemos manifestado que tomaremos nota de sus necesidades e inquietudes.

(...)

147. En el documento electrónico denominado Informe de Supervisión de la Zona Sur – Ica que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Gerente Administrativo, y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **27 de marzo de 2008**⁹¹, se señala:

Informe de Supervisión de la Zona Sur - Ica

(...)

• En nuestra visita se verificó que en los negocios de JORGE RAMOS SAC quien se encuentra suspendido, sigue comercializando el cemento de la competencia [Q] usando las tres razones Sociales:

o Jorge Ramos SAC

o Distribuidora Jorge Ramos SAC

o Conesur (comercializadora y negocios del sur)

Este cliente todavía le sigue vendiendo cemento Sol, a pesar de haberlos comunicando a los distribuidores sobre la condición de este cliente, sin embargo estamos reiterando con fotos que sigue vendiendo Quisqueya (...)

148. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 28 de febrero de 2008, Conesur sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem a través del cliente Jorge Ramos, quien fue amenazado con la negativa de venta en la fecha mencionada. En el mismo sentido, Conesur, a través de Jorge Ramos conocía que este último se encontraba sancionado hacia el 26 de marzo de 2008, por comercializar cemento “Quisqueya”, por lo tanto, es posible afirmar que Conesur sufrió la amenaza de de negativa de venta de cemento de Unacem.

⁹¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

149. En conclusión, en el caso de Conesur, se acredita que Unacem y Macisa realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Transportes Fortaleza S.R.L.

150. Transportes Fortaleza S.R.L. (en adelante, Transportes Fortaleza) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Pisco, Ica⁹².
151. Transportes Fortaleza compró a La Viga 9 890 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y diciembre de 2007; y 16 396 bolsas, en promedio, entre enero y mayo de 2008⁹³.
152. En el documento electrónico denominado Informe de Supervisión de la Zona Sur – Ica que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Gerente Administrativo y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **31 de marzo de 2008**⁹⁴, se señala:

*Informe de Supervisión de la Zona Sur - Ica
(27 de marzo de 2008)*

(...)

- En los locales de A Y G no se encontraron ninguna bolsas de Quisqueya, sin embargo, cerca de sus ventanillas de ventas hay afiches personales de Quisqueya, se les pidió si no venden dicho producto, entonces retiraran dichos afiches, siendo retirados en el mismo instante.

- Inversiones Cassoli nos transmitió su queja, debido a que su competidor A Y G, comercializaba Quisqueya y que aun seguía recibiendo nuestros productos, estando suspendido, esto se debe a que Macisa, con conocimiento de que las razones sociales de A Y G, Transportes Fortaleza, pertenecen al cliente A Y G que se encontraba sancionado.

- La presencia en las ferreteria (sic) de la competencia se ha reducido, solo ha ya obra de una vivienda en la plaza de Armas de Pisco que se esté usando cemento de la competencia, hay una obra de municipalidad de Paracas, que anteriormente se usaba cemento quisqueya, que han retomado la utilización del Atlas.

(...)

153. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 27 de marzo de 2008, Transportes Fortaleza sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo

⁹² Fuente: Sunat.

⁹³ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁹⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

acreditan las afirmaciones del correo citado. En efecto, del mencionado correo, que señala que, Transportes Fortaleza era un cliente vinculado al cliente A Y G (quien se encontraba sancionado a esa fecha), se puede apreciar que Transportes Fortaleza tenía conocimiento de la medida dispuesta, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.

154. En conclusión, en el caso Transportes Fortaleza, se acredita que Unacem y La Viga realizaron amenazas contra dicha empresa, consistentes en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

A Y G S.R.L.

155. A Y G S.R.L. (en adelante, A Y G) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Pisco, Ica⁹⁵.
156. A Y G compró a La Viga 2 280, 1 520 y 740 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en julio, agosto y setiembre de 2007, respectivamente. Asimismo compró 760 y 1 520 bolsas, en abril y mayo de 2008⁹⁶.
157. Asimismo, cabe señalar que A Y G compró a Macisa 2 918 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero y abril de 2007; y 6 990 bolsas en noviembre de 2008⁹⁷. Por otra parte, compró a A. Berio 1 485, 3 005 y 100 bolsas de cemento de Unacem en junio, julio y setiembre de 2008, respectivamente⁹⁸.
158. En el documento electrónico denominado Informe de Supervisión de la Zona Sur – Ica que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Gerente Administrativo, y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **31 de marzo de 2008**⁹⁹, se señala:

*Informe de Supervisión de la Zona Sur - Ica
(27 de marzo de 2008)*

(...)

- En los locales de A Y G no se encontraron ninguna bolsas de Quisqueya, sin embargo, cerca de sus ventanillas de ventas hay afiches personales de quisqueya, se les pidió si no venden dicho producto, entonces retiraran dichos afiches, siendo retirados en el mismo instante.

⁹⁵ Fuente: Sunat.

⁹⁶ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

⁹⁷ Escrito de Macisa del 2 de noviembre de 2011.

⁹⁸ Escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011.

⁹⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

- Inversiones Cassoli nos transmitió su queja, debido a que su competidor A Y G, comercializaba Quisqueya y que aun seguía recibiendo nuestros productos, estando suspendido, esto se debe a que Macisa, con conocimiento de que las razones sociales de A Y G, Transportes Fortaleza, pertenecen al cliente A Y G que se encontraba sancionado.

- La presencia en las ferreteria (sic) de la competencia se ha reducido, solo ha ya obra de una vivienda en la plaza de Armas de Pisco que se esté usando cemento de la competencia, hay una obra de municipalidad de Paracas, que anteriormente se usaba cemento quisqueya, que han retomado la utilización del Atlas.

(...)

159. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 27 de marzo de 2008, A Y G sufrió una negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento "Quisqueya". Así lo acreditan las afirmaciones del documento electrónico mencionado, que señalan que, debido a que A Y G se encontraba vendiendo cemento "Quisqueya" fue castigada negándosele la venta de cementos de Unacem y por tanto, encontrándose sancionada al 27 de marzo de 2008.
160. La existencia del castigo a A Y G mediante la negativa de venta se puede apreciar además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, en agosto y setiembre de 2007 las compras de A Y G de cemento de Unacem a La Viga se redujeron en un 33% y 68% en relación a julio del mismo año. Asimismo, A Y G dejó de comprar a La Viga desde el 6 de setiembre de 2007 hasta el 27 de abril de 2008.
161. La ausencia de compras de cemento de Unacem de A Y G a La Viga, guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución de castigos en su contra durante marzo de 2008, por lo que, es posible afirmar que, A Y G también se encontraba sancionada durante los meses anteriores a marzo de 2008, así como los meses posteriores a mayo de 2008.
162. De acuerdo a la evolución de las compras de cemento de Unacem de A Y G a La Viga, se identifica la ejecución del castigo a través de la negativa de venta en marzo de 2008, pudiendo dicho castigo haber comenzado en agosto de 2007 y continuado durante los meses posteriores a mayo de 2008.
163. Cabe señalar, que para el presente caso, se considera a La Viga como distribuidor de A Y G, dado que, las compras que A Y G realizó en Macisa, durante el 2007; y las compras que realizó a A. Berio, durante el 2008, no fueron compras regulares.
164. En conclusión, en el caso de A Y G, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento "Quisqueya".

A Y G Representaciones E.I.R.L.

165. A Y G Representaciones E.I.R.L. (en adelante, A Y G Representaciones) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Ica, Ica¹⁰⁰.
166. A y G Representaciones compró a La Viga 6 666 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y febrero de 2008. Asimismo, compró 6 820, 9 940 y 1 540 bolsas, en abril, mayo y junio de 2008, respectivamente¹⁰¹.
167. En el documento electrónico denominado Informe de Supervisión de la Zona Sur – Ica que se encontraba adjunto al correo remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Gerente Administrativo; y al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **31 de marzo de 2008**¹⁰², se señala:

*Informe de Supervisión de la Zona Sur - Ica
(27 de marzo de 2008)*

(...)

- En los locales de A Y G no se encontraron ninguna bolsas de Quisqueya, sin embargo, cerca de sus ventanillas de ventas hay afiches personales de Quisqueya, se les pidió si no venden dicho producto, entonces retiraran dichos afiches, siendo retirados en el mismo instante.

- Inversiones Cassoli nos transmitió su queja, debido a que su competidor A Y G, comercializaba Quisqueya y que aun seguía recibiendo nuestros productos, estando suspendido, esto se debe a que Macisa, con conocimiento de que las razones sociales de A Y G, Transportes Fortaleza, pertenecen al cliente A Y G que se encontraba sancionado.

- La presencia en las ferreteria (sic) de la competencia se ha reducido, solo ha ya obra de una vivienda en la plaza de Armas de Pisco que se esté usando cemento de la competencia, hay una obra de municipalidad de Paracas, que anteriormente se usaba cemento quisqueya, que han retomado la utilización del Atlas.

(...)

168. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 27 de marzo de 2008, A Y G Representaciones sufrió una negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que, debido a que A Y G Representaciones se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cementos de Unacem y por tanto, encontrándose sancionada al 27 de marzo de 2008.

¹⁰⁰ Fuente: Sunat.

¹⁰¹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁰² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

169. La existencia del castigo a A Y G Representaciones mediante la negativa de venta se puede apreciar además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, se aprecia que A Y G Representaciones dejó de comprar cemento de Unacem de La Viga desde el 22 de febrero hasta el 7 de abril de 2008.
170. La ausencia de compras de cemento de Unacem de A Y G Representaciones a La Viga, en marzo de 2008, guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución de castigos en su contra durante ese mes, lo que acredita la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
171. De acuerdo a la evolución de las compras de cemento de Unacem de A Y G Representaciones a La Viga, se identifica la ejecución del castigo a través de la negativa de venta en marzo de 2008.
172. Cabe señalar, que para el presente caso, se considera a La Viga como distribuidor de A Y G Representaciones, dado que, las compras que A Y G Representaciones realizó a Macisa, durante el 2007 no fueron compras regulares; y las compras que realizó a A. Berio durante el 2008, si bien fueron regulares, empezaron a realizarse a partir de junio de 2008.
173. En conclusión, en el caso de A Y G Representaciones, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Corporación Misael S.A.C.

174. Corporación Misael S.A.C. (en adelante, Corporación Misael) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Comas¹⁰³.
175. Corporación Misael compró a La Viga 638 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008¹⁰⁴.
176. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**¹⁰⁵, se señala:

Asunto: Bono para clientes.

¹⁰³ Fuente: Sunat.

¹⁰⁴ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁰⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Cmdte Trelles [Gerente Administrativo de Unacem], en estos últimos días se esta (sic) notando en mi zona que algunos clientes están adoptando la libertad de comercializar todas las marcas de cemento del mercado. Seria (sic) conveniente analizar estos casos ya que cuando se le cuestiona a alguno manifiesta que el otro también lo está haciendo a escondidas o en otro local y están manifestando estas justificaciones. Creo que es necesario actuar rápidamente definiendo que (sic) medidas aplicaremos con ellos. Al ser la mayoría de ellos clientes que siempre llegan a la meta del bono, sugiero que la primera medida sea la de no otorgarles el bono (mes de noviembre y diciembre) aduciendo su incumplimiento de fidelidad. Luego se podrían ver otras medidas. Estos clientes son: (...) Corporación Misael, (...) A la espera de su confirmación (...)

177. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**¹⁰⁶, se señala:

*Asunto: RE: Bono para clientes.
Estoy de acuerdo, la primera medida será no darles el bono por alcanzar la meta y, posteriormente, cortales (sic) la oferta.*

178. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 8 de enero de 2008, Corporación Misael sufrió del castigo del retiro de beneficios consistente en el no pago del bono por cumplimiento de metas, por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, a partir de esa fecha se sancionaría a Corporación Misael con el retiro de tal beneficio.
179. La existencia del castigo a Corporación Misael mediante el retiro del bono por cumplimiento de metas, se puede apreciar a través del análisis de sus metas cumplidas y del pago del bono correspondiente. Respecto al pago del bono por cumplimiento de metas, cabe señalar que, una vez cumplida la meta, el pago del bono correspondiente se efectuaba de dos a tres meses después¹⁰⁷.
180. Al respecto, La Viga, a través de notas de crédito, efectuó en junio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a marzo de 2008, después de tres meses. Por otro lado, La Viga, a través de facturas, efectuó en julio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a octubre, noviembre y diciembre de 2007, después de nueve, ocho y siete meses, respectivamente¹⁰⁸.

¹⁰⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁰⁷ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁰⁸ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

181. De acuerdo a lo anterior, se puede apreciar que Corporación Misael debió haber recibido el pago del bono por cumplimiento de metas de octubre, noviembre y diciembre de 2007. Sin embargo, La Viga no efectuó dichos pagos o por lo menos no los realizó durante el periodo que le correspondía realizarlos.
182. En conclusión, en el caso de Corporación Misael, se acredita que La Viga y Unacem realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en retirarle el beneficio del bono por cumplimiento de metas por la compra de cemento de Unacem, debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Soledad Najarro Amao

183. Soledad Najarro Amao (en adelante, Soledad Najarro) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el Callao¹⁰⁹.
184. Soledad Najarro compró a La Viga 4 088 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008¹¹⁰.
185. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**¹¹¹, se señala:

Asunto: Bono para clientes.

Cmdte Trelles [Gerente Administrativo de Unacem], en estos últimos días se esta (sic) notando en mi zona que algunos clientes están adoptando la libertad de comercializar todas las marcas de cemento del mercado. Seria (sic) conveniente analizar estos casos ya que cuando se le cuestiona a alguno manifiesta que el otro también lo está haciendo a escondidas o en otro local y están manifestando estas justificaciones. Creo que es necesario actuar rápidamente definiendo que (sic) medidas aplicaremos con ellos. Al ser la mayoría de ellos clientes que siempre llegan a la meta del bono, sugiero que la primera medida sea la de no otorgarles el bono (mes de noviembre y diciembre) aduciendo su incumplimiento de fidelidad. Luego se podrían ver otras medidas.

Estos clientes son: (...) Najarro Amao Soledad (...)

A la espera de su confirmación

(...)

186. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores

¹⁰⁹ Fuente: Sunat.

¹¹⁰ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹¹¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**¹¹², se señala:

Asunto: RE: Bono para clientes.

Estoy de acuerdo, la primera medida será no darles el bono por alcanzar la meta y, posteriormente, cortales (sic) la oferta.

187. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 8 de enero de 2008, Soledad Najarro sufrió del castigo del retiro de beneficios consistente en el no pago del bono por cumplimiento de metas, por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, a partir de esa fecha se sancionaría a Soledad Najarro con el retiro de tal beneficio.
188. La existencia del castigo a Soledad Najarro mediante el retiro del bono por cumplimiento de metas, se puede apreciar a través del análisis de sus metas cumplidas y del pago del bono correspondiente. Respecto al pago del bono por cumplimiento de metas, cabe señalar que, una vez cumplida la meta, el pago del bono correspondiente se efectuaba de dos a tres meses después¹¹³.
189. Al respecto, La Viga, a través de notas de crédito, efectuó en mayo de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a febrero de 2008, después de tres meses; y efectuó en julio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a mayo de 2008, después de dos meses. Por otro lado, La Viga, a través de facturas, efectuó en diciembre de 2007 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a noviembre de 2007, después de un mes¹¹⁴.
190. De acuerdo a lo anterior, se puede apreciar que Soledad Najarro debió haber recibido el pago del bono por cumplimiento de metas de diciembre de 2007; y de enero, marzo y abril de 2008. Sin embargo, La Viga no efectuó dichos pagos o por lo menos no los realizó durante el periodo que le correspondía realizarlos.
191. En conclusión, en el caso de Soledad Najarro, se acredita que La Viga y Unacem realizaron un castigo contra dicho cliente, consistente en retirarle el beneficio del bono por cumplimiento de metas por la compra de cemento de Unacem, debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

¹¹² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹¹³ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹¹⁴ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

Inversiones Hypolita S. A. C.

192. Inversiones Hypolita S.A.C. (en adelante, Inversiones Hypolita) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de La Molina¹¹⁵.
193. Inversiones Hypolita compró a Macisa 68, 295, 266 y 80 bolsas de cemento de Unacem, en enero, febrero, marzo y abril de 2007, respectivamente¹¹⁶.
194. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 2 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 3 de Unacem, del **27 de agosto de 2007**¹¹⁷, se señala:

Asunto: 27 de Agosto del 2007.doc

Informe de la semana 27 de Agosto Supervisión Zona Este:

Conforme lo requerido, a continuación la posición de cemento Quisqueya en el mercado de la zona este:

(...)

- En el distrito de La Molina en la esquina de Javier prado con Av. La Molina se encuentra la ferretería Inversiones Hipólita de Rosa Guanilo con un stock promedio de 100 bolsas de Quisqueya.

(...)

- Totalizando la presencia de cemento Quisqueya en la zona este es de aproximadamente 900 bolsas, cabe recalcar que las medidas de restricción se han aplicado a las mencionadas ferreterías, las cuales esperan terminar con el stock existente de Quisqueya para volver a comercializar nuestro cemento.

(...)

195. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, hacia el 27 de agosto de 2007, Inversiones Hypolita sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que, debido a que Inversiones Hypolita se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem, y que se esperaba que terminara con las cantidades de cemento “Quisqueya” con las que contaba, para ser atendida nuevamente.
196. En conclusión, en el caso Inversiones Hypólita, se acredita que Unacem y Macisa realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

¹¹⁵ Fuente: Sunat.

¹¹⁶ Escrito de Macisa del 2 de noviembre de 2011.

¹¹⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Felipe Abarca Caycho

197. Felipe Abarca Caycho (en adelante, Felipe Abarca) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Lurin¹¹⁸.
198. Felipe Abarca compró a A. Berio 4 496 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero y setiembre de 2007; 430 bolsas en octubre de 2007; y alrededor de 3 000 bolsas, entre noviembre de 2007 y enero de 2008¹¹⁹.
199. En el documento electrónico denominado Informe de la Semana 24/09/2007 adjunto al correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, y a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **24 de setiembre de 2007**¹²⁰, se señala:

Asunto: Informe de los lunes 24/09/07.

El Informe de los Lunes.

(...)

Informe de la Semana 24/09/2007 [archivo adjunto de agosto de 2007]:

(...)

Estimado de Ventas de Quisqueya

(...)

En la zona de Lurín, se le detectó nuevamente al cliente Felipe Abarca Caycho unas 400 bolsas, las cuales no han tenido la rotación esperada. Al ser recurrente con Quisqueya y ante los reclamos de los grandes de la zona como INDUSFERR (cliente que se mantiene fiel y es uno de los más grandes de A. Berio) se le ha cortado todos los beneficios.

(...)

200. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 24 de setiembre de 2007, Felipe Abarca sufrió del castigo de retiro de beneficios por comercializar cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que, hacia esa fecha, se procedió a sancionar a Felipe Abarca con el retiro de los beneficios.
201. Asimismo, de acuerdo a la evidencia estadística se puede apreciar que Felipe Abarca sufrió un castigo de negativa de venta. En efecto, la existencia del castigo a Felipe Abarca se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras diarias. Al respecto, Felipe Abarca realizó compras cada 3 días, en promedio, entre enero y setiembre de 2007. Sin embargo, Felipe Abarca dejó de comprar a A. Berio desde el 3 de octubre hasta el 13 de

¹¹⁸ Fuente: Sunat.

¹¹⁹ Escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011.

¹²⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

noviembre de 2007, lo que guarda relación con las afirmaciones de la ejecución del castigo.

202. En conclusión, en el caso de Felipe Abarca, se acredita que Unacem y A. Berio realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez S.R.L.

203. Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez S.R.L. (en adelante, Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Villa El Salvador¹²¹.
204. Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez compró a A. Berio 3 620 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre junio y octubre de 2007¹²².
205. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de A. Berio al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, al Gerente Financiero y al Supervisor de Ventas 3 de Unacem, del **26 de noviembre de 2007**¹²³, se señala:

Asunto: Suspensión en la atención a Dimcoper.

Para manifestarle lo que mis vendedores de la zona constataron el día de hoy, en la ferretería (sic) Distribuidora de materiales de Construcción (sic) Perez S.R.L. (Dimcoper) situada en Grupo 14 Sector 2 Mz O Lt 1 en Villa el Salvador, que estaba recibiendo el día (sic) de hoy cemento Quisqueya en su local a eso de las 2:35 pm. una carga aprox. de 300 bls. A pesar que en reiteradas oportunidades se le visito e inclusive con el Sr. Alvaro Morales-Gerente Financiero de Cementos Lima S.A. [Unacem] - advirtiéndole de que aquellas ferreterías (sic) que compren este tipo de cemento podrían (sic) perder los beneficios otorgados por Cementos Lima S.A. [Unacem].

Por ello hemos creído (sic) conveniente no venderle por el momento los productos de Cementos Lima S.A. [Unacem], hasta que el cliente pueda comprometerse a no comercializar el producto de la competencia ya que genera en los clientes vecinos desigualdad en los beneficios. Cualquier otra situación, se lo informaremos.

206. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de

¹²¹ Fuente: Sunat.

¹²² Escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011.

¹²³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **28 de noviembre de 2007**¹²⁴, se señala:

Asunto: Informe sobre competencia.

Esta semana en la zona sur de acuerdo a información recabada por el distribuidor A. Berio manifiesta que hay un notable desabastecimiento de quisqueya. (...), Dincoper 50- 60 bls. (se le esta (sic) levantando sanción y se le va atender), (...)

207. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 26 de noviembre de 2007, Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que, debido a que Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez se encontraba comercializando cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cementos de Unacem. Adicionalmente, el correo del 28 de noviembre de 2007 confirma que Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez se encontraba sancionada por comercializar cemento “Quisqueya”.
208. La existencia del castigo a Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez mediante la negativa de venta se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras diarias. Al respecto, Materiales de Construcción Pérez realizó compras cada 5 días, en promedio, entre marzo y octubre de 2007. Sin embargo, Materiales de Construcción Pérez dejó de comprar a A. Berio desde el 17 hasta el 28 de noviembre de 2007, lo que guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución del castigo.
209. En efecto, de acuerdo a los correos, se puede apreciar que Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez compró cemento “Quisqueya” el 26 de noviembre de 2007. Asimismo, A. Berio afirmó que se estaba procediendo a castigar a este cliente el 26 de noviembre de 2007. Asimismo, el 28 de noviembre de 2007, se afirmó que se estaba procediendo a retirar la sanción. Por tanto, Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez, cuya última compra de cemento de Unacem, fue el 17 de noviembre de 2007, reanudó su compra el 28 de noviembre de 2007, por lo que es posible afirmar que se le castigó durante ese periodo.
210. En conclusión, en el caso de Distribuidora de Materiales de Construcción Pérez, se acredita que Unacem y A. Berio realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Arturo Gregorio Filleria Huamaní

211. Arturo Gregorio Fillería Huamaní (en adelante, Arturo Fillería) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Los Olivos¹²⁵.

¹²⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

212. Arturo Fillería compró a La Viga 1 728 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y febrero de 2008; y 400 bolsas, en julio de 2008¹²⁶.

213. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**¹²⁷, se señala:

Asunto: Información del día.

*De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:
(...)*

(iii) En la zona de San Martín los clientes que tiene quisqueya son: (...) Inversiones Mery (...) a quienes se les informó la medida a tomar de seguir comercializando dicho cemento.

214. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**¹²⁸, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del día (sic) martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga Quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

(...)

- Inversiones Mery, no tiene transporte

(...)

215. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **10 de setiembre de 2007**¹²⁹, se señala:

Asunto: Informe Semanal.

(...)

Inversiones y Represent. Mery tiene aprox.150 bls. de stock, ya conversé con el Sr. Arturo Fillería (propietario) por motivo de su

¹²⁵ Fuente: Sunat.

¹²⁶ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹²⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹²⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹²⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

cumpleaños y manifestó su deseo de seguir comercializando nuestro producto, dijo haber recibido Quisqueya por el tema de consignación y nosotros no advertimos sobre nuestra medida. Se le manifestó la misma y está de acuerdo.

(...)

Los otros clientes medianos y pequeños han aceptado nuestra medida y están siendo monitoreados para terminar con el saldo de stock que tenían.

216. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, desde el 7 de agosto de 2007, Arturo Fillería sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que se comunicó la medida dispuesta a Arturo Fillería, es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
217. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Arturo Fillería en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Arturo Fillería, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
218. En conclusión, en el caso de Arturo Fillería, se acredita que Unacem y La Viga realizaron amenazas contra dicho cliente, consistentes en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Inversiones R. B. C. S.A.C.

219. Inversiones R.B.C. S.A.C. (en adelante, Inversiones R.B.C.) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Los Olivos¹³⁰.
220. Inversiones R.B.C. compró a La Viga 870 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008¹³¹.
221. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Venta 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**¹³², se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:

(...)

¹³⁰ Fuente: Sunat.

¹³¹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹³² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

(iii) En la zona de San Martín los clientes que tiene quisqueya son: (...) e Inversiones RBC a quienes se les informó la medida a tomar de seguir comercializando dicho cemento.

222. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**¹³³, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del día (sic) martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la última (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

(...)

- Inversiones RBC, recogen de piso del deposito

(...)

223. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 7 de agosto de 2007, Inversiones R.B.C. sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que se comunicó la medida dispuesta a Inversiones R.B.C., es decir, que se le negaría la venta de cemento de Unacem si continuaba comercializando cemento “Quisqueya”.
224. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Inversiones R.B.C. en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Inversiones R.B.C., circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
225. En conclusión, en el caso de Inversiones R.B.C., se acredita que Unacem y La Viga realizaron amenazas contra dicha empresa, consistentes en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Distribuidora Santa Patricia S.R.L.

226. Distribuidora Santa Patricia S.R.L. (en adelante, Distribuidora Santa Patricia) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Santiago de Surco¹³⁴.

¹³³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹³⁴ Fuente: Sunat.

227. Distribuidora Santa Patricia compró a A.Berio 25 215 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero de 2007 y diciembre de 2008¹³⁵.

228. En el archivo adjunto del correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **24 de setiembre de 2007**¹³⁶, se señala:

Asunto: Informe de los lunes 24/09/07.

El Informe de los Lunes.

(...)

Informe de la Semana 24/09/2007 [archivo adjunto de agosto de 2007]:

(...)

Estimado de Ventas de Quisqueya

Al cliente Santa Patricia ubicado en Av. Tomas Marsano 4320 Surco, se le visitó con el Señor Álvaro Morales [Gerente Financiero de Unacem], esta vez se pactó la reunión con el señor Percy Moreano, propietario del negocio. Al momento de la visita este cliente tenía en su local aproximadamente unas 780 bolsas de Quisqueya. Se acordó que se iba a trabajar con Cementos Lima [Unacem], y ya no con Quisqueya. Se va a chequear a través de los vendedores de A.Berio el stock de Quisqueya.

(...)

229. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 24 de setiembre de 2007, Distribuidora Santa Patricia sufrió una amenaza de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que, realizada la conversación entre Unacem y Distribuidora Santa Patricia, se acordó que, Distribuidora Santa Patricia no continuaría con la comercialización de “Quisqueya”. Asimismo, se señala que, los vendedores de A. Berio supervisarían las cantidades de cemento “Quisqueya” con las que contaba Distribuidora Santa Patricia.

230. De otro lado, la amenaza de negativa de venta en setiembre de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Distribuidora Santa Patricia en dicho mes. Es decir, la amenaza guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Distribuidora Santa Patricia, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Vega, A. Berio y Macisa.

231. En conclusión, en el caso de Distribuidora Santa Patricia, se acredita que Unacem y La Vega realizaron una amenaza contra dicha empresa, consistente

¹³⁵ Escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011.

¹³⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Materiales de Construcción El Milenium E.I.R.L.

232. Materiales de Construcción El Milenium E.I.R.L. (en adelante, Milenium) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Puente Piedra¹³⁷.

233. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Vega al Supervisor de Venta 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**¹³⁸, se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:

(ii) El vendedor de la zona de Puente Piedra encontró en su recorrido que los siguientes clientes tenían en stock cemento quisqueya: Milenium, (...) a los cuales se les informó que de seguir comercializando ya no se les vendería cemento Sol.

(...)

234. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Vega y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**¹³⁹, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del dia (sic) martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Vega], toda ferretería que hoy tenga quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

En Puente Piedra:

· Milenium (continúa vendiendo, ya se le comunicó que no vamos a seguir atendéndolo con nuestros productos. No tiene transporte)

235. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**¹⁴⁰, se señala:

¹³⁷ Fuente: Sunat.

¹³⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹³⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁴⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: Informe 11-08-07

(...)

- Milenium continúa (sic) con quisqueya y ya no se le atiende con sol, pero tiene stock en su local, parece que Kanashiro le esta (sic) vendiendo.(...)

236. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **10 de setiembre de 2007**¹⁴¹, se señala:

Asunto: Informe Semanal.

(...)

En la zona norte Ferret. Milenium continúa con la distribución de quisqueya y está moviendo alrededor de 750 bls. semanales pero recibe puesto en su local por que no tiene camiones.

(...)

237. En el archivo adjunto del correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, al Asistente de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **14 de setiembre de 2007**¹⁴², se señala:

Asunto: Informe Zona Norte 08

(...)

Informe de la Zona Norte [agosto de 2007]:

(...)

Competencia:

- En esta zona los principales clientes: (...), Distrib. Milenium y (...) han dejado de ser atendidos por continuar con la comercialización de quisqueya.

238. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, desde el 7 de agosto de 2007, Milenium sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando "Quisqueya". Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Milenium se encontraba vendiendo cemento "Quisqueya" fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem. Adicionalmente, los correos del 11 de agosto y 14 de setiembre de 2007 confirman que Milenium se encontraba sancionada por comercializar cemento "Quisqueya".
239. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento "Quisqueya" por parte de Milenium en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento "Quisqueya" por parte de Milenium,

¹⁴¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁴² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.

240. En conclusión, en el caso de Milenium, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Malva S.A.C.

241. Malva S.A.C. (en adelante, Malva) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Callao¹⁴³.
242. Malva compró a La Viga 310 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre setiembre de 2007 y enero de 2008¹⁴⁴.
243. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **21 de enero de 2008**¹⁴⁵, se señala:

Asunto: Clientes Zona Norte.

(...)

Uno de los que han entrado a distribuir por esta zona es el transportista Malva. Algo por resaltar es que el vendedor de esta zona no está informando al respecto. Para todos estos casos no les debemos reconocer el bono x (sic) volumen de ventas ya que esta (sic) entendido que es también por fidelidad a la marca.

(...)

244. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **21 de enero de 2008**¹⁴⁶, se señala:

Asunto: RE: Clientes Zona Norte.

Creo que al transportista [Malva] hay que cortar el ingreso a planta y nuevamente aplicar una política dura contra los que compran Quisqueya.

¹⁴³ Fuente: Sunat.

¹⁴⁴ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁴⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁴⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

245. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte al Supervisor de Ventas 1 de Unacem y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **28 de enero de 2008**¹⁴⁷, se señala:

Asunto: Consulta.

Tengo unas consultas por hacerte, en el caso de Malva si bien es cierto a ellos ya no se le vende sabemos también que tienen relación con Maria Huaman como vamos a hacer con ella con respecto a la nueva medida?

(...)

246. Asimismo, en denuncia presentada ante la Secretaría Técnica, el 18 de febrero de 2008, el señor Luis Arriaran Sierralta, representante de Malva, afirmó que La Viga se negó a venderle cemento “Sol” por comercializar cemento “Quisqueya”. Asimismo, presentó una relación de 18 clientes, afirmando que eran sus clientes y que distribuían cemento “Quisqueya”. Sin embargo, estos clientes le comunicaron su decisión de no continuar comercializando cemento “Quisqueya”, debido a la amenaza de la que habían sido objeto por parte de La Viga.
247. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, desde el 21 de enero de 2008, Malva sufrió una negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Malva se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya”, fue castigada prohibiéndosele el ingreso a la planta de Unacem y negándosele la venta de cemento de Unacem. Adicionalmente, el correo del 28 de enero de 2008 confirma que Malva se encontraba sancionada por comercializar cemento “Quisqueya”.
248. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en enero de 2008 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Malva en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Malva, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
249. En conclusión, en el caso de Malva, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Promotora, Inmobiliaria e Inversiones GG & PP Sociedad Anónima Cerrada - GG & PP S.A.C.

250. Promotora, Inmobiliaria e Inversiones GG & PP S.A.C. - GG & PP S.A.C. (en adelante, GG & PP) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Puente Piedra¹⁴⁸.

¹⁴⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

251. GG & PP compró a La Viga 2 540 y 2 060 bolsas de cemento de Unacem, en julio y agosto de 2007, respectivamente¹⁴⁹.

252. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Venta 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**¹⁵⁰, se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:

(iii) El vendedor de la zona de Puente Piedra encontró en su recorrido que los siguientes clientes tenían en stock cemento quisqueya: (...) GG & PP a los cuales se les informó que de seguir comercializando ya no se les vendería cemento Sol.

(...)

253. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**¹⁵¹, se señala:

Asunto: RV: linformación (sic) del día (sic) martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

En Puente Piedra:

· GG & PP, se le comunicó la medida. No tiene transporte para recojo de planta. A veces recoge con carro chico del deposito (sic) (en descuento)

254. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**¹⁵², se señala:

Asunto: Informe 11-08-07

(...)

- GG & PP tiene Quisqueya (no tiene camión).

¹⁴⁸ Fuente: Sunat.

¹⁴⁹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁵⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁵¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁵² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

255. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem; y al Gerente General, al Director y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**¹⁵³, se señala:

Asunto: Cemento Quisqueya.

Buenos días, informo que el día de ayer se encontró al cliente GG & PP S.A.C. llevando mercadería para su local en su mismo transporte (cono norte).

(...)

256. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**¹⁵⁴, se señala:

Asunto: RV: Cemento Quisqueya.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], GG & PP es reincidente, hay que comunicarle que ya no le vamos a seguir atendiendo hasta que deje de vender ese producto.

(...)

257. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, hacia el 22 de agosto de 2007, GG & PP sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que GG & PP se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem.
258. La existencia del castigo a GG & PP mediante la negativa de venta se puede apreciar además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, en agosto de 2007 las compras de GG & PP de cemento de Unacem a La Viga se redujeron 18.90% respecto de julio del mismo año.
259. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de GG & PP en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de GG & PP, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
260. En conclusión, en el caso de GG & PP, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

¹⁵³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁵⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Distribuidora de Materiales de Construcción L & M S.R.L.

261. Distribuidora de Materiales de Construcción L & M S.R.L. (en adelante, L & M) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su oficina en el distrito de San Juan de Lurigancho¹⁵⁵.
262. L & M compró a La Viga 1 560 y 780 bolsas de cemento de Unacem, en julio y agosto de 2007, respectivamente¹⁵⁶.
263. En el archivo adjunto del correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, al Asistente de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **14 de setiembre de 2007**¹⁵⁷, se señala:

Asunto: Informe Zona Norte 08

(...)

Informe de la Zona Norte [agosto de 2007]:

(...)

Competencia:

- En esta zona los principales clientes: (...) y Herco – L & M han dejado de ser atendidos por continuar con la comercialización de quisqueya.

(...)

264. En el archivo adjunto al correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas, a la Secretaria, a los Supervisores de Ventas 2 y 3 y al Asistente de Ventas de Unacem, del **13 de febrero de 2008**¹⁵⁸, se señala:

Asunto: Informe Zona Norte 01 2008.

(...)

Informe de la zona norte

(Enero 2008)

(...)

En la zona norte, los ferreteros que distribuyen Quisqueya:

(...)

- Herco - L&M en S.J.L.

(...)

265. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 14 de setiembre de 2007, L & M sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando “Quisqueya”. Así lo acreditan las

¹⁵⁵ Fuente: Sunat.

¹⁵⁶ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁵⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁵⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que L & M se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem.

266. La existencia del castigo a L & M mediante la negativa de venta se puede apreciar además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, en agosto de 2007 las compras de L & M de cemento de Unacem a La Viga se redujeron 50% respecto de julio del mismo año.
267. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de L & M en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de L & M, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
268. En conclusión, en el caso de L & M, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Alejandro Najarro Ortega

269. Alejandro Najarro Ortega (en adelante, Alejandro Najarro) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de San Miguel¹⁵⁹.
270. Alejandro Najarro compró a La Viga 1 050 y 980 bolsas de cemento de Unacem, en julio y agosto de 2007, respectivamente¹⁶⁰.
271. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **7 de agosto de 2007**¹⁶¹, se señala:

Asunto: Información del día.

De acuerdo al recorrido de hoy Martes 07 se ha encontrado lo siguiente:
(...)

(ii) En la zona del callao se le encontró cemento Quisqueya al cliente (...) y Alejandro Najarro, incluso con afiches de publicidad (...)

272. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga y al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **8 de agosto de 2007**¹⁶², se señala:

¹⁵⁹ Fuente: Sunat.

¹⁶⁰ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁶¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: RV: linformación (sic) del día (sic) martes 07-08-07.

Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga], toda ferretería que hoy tenga Quisqueya deberá ser dejada de atender con nuestros productos de acuerdo a lo coordinado en la ultima (sic) reunión de distribuidores. Verificar con vendedores la relación adjunta y proceder con lo dispuesto.

(...)

En el Callao:

- Alejandro Najarro, manifestó su descontento con la medida, tiene incluso afiches de publicidad.

(...)

273. En el correo electrónico remitido por la Administradora de Sucursal Cono Norte de La Viga al Jefe de Operaciones, al Gerente General y al Director de La Viga, del **9 de agosto de 2007**¹⁶³, se señala:

Asunto: Informe.

De acuerdo al recorrido de los vendedores les informo lo siguiente:

(...)

En la zona del Callao se encontró que el cliente Alejandro Najarro tiene publicidad de dicho cemento, haciéndole de conocimiento las disposiciones, (...)

274. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **10 de setiembre de 2007**¹⁶⁴, se señala:

Asunto: Informe Semanal.

(...)

Alejandro Najarro continua con quisqueya aunque nos ha vuelto a pedir Sol pero se le ha manifestado nuestra medida y todavía no se le atiende porque el manifiesta que el mercado es libre y sigue vendiendo quisqueya. Tiene un stock de 400 bls. aprox.

275. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 10 de setiembre de 2007, Alejandro Najarro sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Alejandro Najarro se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigado negándosele la venta de cemento de Unacem.

¹⁶² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁶³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Gerente General de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁶⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

276. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Alejandro Najarro en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Alejandro Najarro, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Vega, A. Berio y Macisa.
277. En conclusión, en el caso de Alejandro Najarro, se acredita que Unacem y La Vega realizaron un castigo contra dicho cliente, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Distribuidora San Hilarion E.I.R.L.

278. Distribuidora San Hilarion E.I.R.L. (en adelante, San Hilarion) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Ate Vitarte¹⁶⁵.
279. San Hilarion compró a Macisa 7 876 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero y julio de 2007; y 2 950 bolsas, en agosto de 2007¹⁶⁶.
280. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 2 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 3 de Unacem, del **27 de agosto de 2007**¹⁶⁷, se señala:

Asunto: 27 de Agosto del 2007.doc

Informe de la semana 27 de Agosto Supervisión Zona Este:

Conforme lo requerido, a continuación la posición de cemento Quisqueya en el mercado de la zona este:

(...)

- En el distrito de Lurigancho la ferreteria san Hilarion de Aldo Calicin mantiene aun la venta de Quisqueya en su local con un stock de 300 bolsas, (...)

- Totalizando la presencia de cemento Quisqueya en la zona este es de aproximadamente 900 bolsas, cabe recalcar que las medidas de restricción se han aplicado a las mencionadas ferreterías, las cuales esperan terminar con el stock existente de Quisqueya para volver a comercializar nuestro cemento.

(...)

281. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 27 de agosto de 2007, San Hilarion sufrió del castigo de negativa de venta de

¹⁶⁵ Fuente: Sunat.

¹⁶⁶ Escrito de Macisa del 2 de noviembre de 2011.

¹⁶⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Ejecutivo de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que, debido a que San Hilarion se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem.

282. La existencia del castigo a San Hilarion mediante la negativa de venta se puede apreciar además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, en agosto de 2007 las compras de San Hilarion de cemento de Unacem a Macisa se redujeron en 52.7% respecto del promedio de compras entre enero y julio de 2007. Dicha disminución de las compras de San Hilarion guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución de castigos en su contra durante agosto de 2007.
283. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de San Hilarion en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de San Hilarion, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
284. En conclusión, en el caso de San Hilarion, se acredita que Unacem y Macisa realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Libia Antonia Vilca Sivirichi

285. Libia Antonia Vilca Sivirichi (en adelante, Libia Vilca) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Villa El Salvador¹⁶⁸.
286. Libia Vilca compró a A.Berio 2 171 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero y julio de 2007¹⁶⁹.
287. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **6 de agosto de 2007**¹⁷⁰, se señala:

Asunto: Informe 03 y 04 de agosto 2007.

Hasta la fecha se ha confirmado que solo 2 clientes de la zona sur tienen Quisqueya en sus locales. Libia Vilca Sivirichi y (...). El día sábado hubo una reunión con la fuerza de ventas de A. Berio para tocar las acciones que han de tomarse con los clientes que vendan Quisqueya. (...)

¹⁶⁸ Fuente: Sunat.

¹⁶⁹ Escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011.

¹⁷⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

288. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **10 de agosto de 2007**¹⁷¹, se señala:

Asunto: Informe 09/08/07.

Se tuvo una reunión con la fuerza de ventas de A. Berio (...), así también que se iniciaba la medida de dejar de atender completamente a quien mantuviese stock de Quisqueya. En el sur se ha detectado a los clientes Libia Vilca Sivirichi y (...), están comercializando [Quisqueya].
(...)

289. En el archivo adjunto del correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 3 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 2 de Unacem, del **24 de setiembre de 2007**¹⁷², se señala:

Asunto: Informe de los lunes 24/09/07.

El Informe de los Lunes.

(...)

Informe de la Semana 24/09/2007 [archivo adjunto del 24 de setiembre de 2007]:

(...)

Estimado de Ventas de Quisqueya

(...)

Cementos Quisqueya tiene un nuevo “depósito” al igual que Libia Vilca y (...) en la esquina de la avenida Pastor Sevilla con la avenida Velasco Alvarado en el distrito de Villa El Salvador. Aún no se ha visto movimiento en dicho local, están descargando bolsas para su almacenamiento.

(...)

290. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, desde el 10 de agosto de 2007, Libia Vilca sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem, por estar comercializando “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Libia Vilca se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem.
291. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Libia Vilca. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Libia Vilca,

¹⁷¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁷² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.

292. En conclusión, en el caso de Libia Vilca, se acredita que Unacem y A.Berio realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Juan Jose Mendez - Ventas y Servicios Juan Jose E.I.R.L.

293. Ventas y Servicios Juan Jose E.I.R.L. (en adelante, Ventas y Servicios Juan Jose) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Ica, Ica¹⁷³. Asimismo, se encuentra representada por su Gerente, el señor Juan Jose Méndez Fernández¹⁷⁴.
294. Ventas y Servicios Juan Jose compró a A.Berio 20 023 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre enero de 2007 y agosto de 2008; y 500 bolsas en setiembre de 2008¹⁷⁵.
295. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Trade Marketing de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, del **26 de noviembre de 2008**¹⁷⁶, se señala:

Asunto: Reportaje contra Cementos Lima [Unacem] en canal abierto de Ica.

Nos han indicado, que el día de ayer, al mediodía, en el canal de línea abierta en ICA; se ha presentado un reportaje sobre la venta del Cemento:

1. "La prohibición de Cementos Lima [Unacem], para adquirirlos Cementos Sol y Atlas a los clientes pequeños que venden Quisqueya".

2. Han entrevistado al Ex sub distribuidor Juan Jose Mendez y él manifiesta sobre tal prohibición.

- Semanas antes a los clientes pequeños, que comercilizaban Quisqueya, han recibido la visita de personas desconocidas que le han realizando preguntas sobre, el porque habia dejado de vender Quisqueya. Su respuesta de los clientes fue que no tenia aceptación y se habia endurecido.

Han quedado en brindarles una copia de la entrevista, una vez obtenida te lo enviaré.

296. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, previamente al 26 de noviembre de 2008, Ventas y Servicios Juan Jose sufrió una negativa de venta

¹⁷³ Fuente: Sunat.

¹⁷⁴ Fuente: Sunat.

¹⁷⁵ Escrito de A. Berio del 14 de noviembre de 2011.

¹⁷⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que a su vez, considera lo señalado en la entrevista a que hace referencia el correo, que señala que, debido a que Ventas y Servicios Juan Jose se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta de cemento de Unacem.

297. La existencia del castigo a Ventas y Servicios Juan Jose mediante la negativa de venta se puede apreciar, además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, en setiembre de 2008 las compras de Ventas y Servicios Juan Jose de cemento de Unacem a A. Berio se redujeron en 98% respecto del promedio de compras entre noviembre de 2007 y agosto de 2008. Dicha disminución de las compras de Ventas y Servicios Juan Jose guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución de castigos que el señor Méndez, mencionó en la entrevista que le fue realizada en la ciudad de Ica.
298. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en setiembre, octubre y noviembre de 2008 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Ventas y Servicios Juan Jose. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Ventas y Servicios Juan Jose, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
299. En conclusión, en el caso de Ventas y Servicios Juan Jose, se acredita que Unacem y Macisa realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Codimax S.R.L.

300. Codimax S.R.L. (en adelante, Codimax) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de San Juan de Lurigancho¹⁷⁷. Asimismo, se encuentra representada por su Gerente General, la señora Giovanna Cahuascanco Usca¹⁷⁸.
301. Codimax compró a La Viga 14 760 y 13 880 bolsas de cemento de Unacem, en julio y agosto de 2007, respectivamente; y 12 097 bolsas, en promedio, entre noviembre de 2007 y junio de 2008¹⁷⁹.
302. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de

¹⁷⁷ Fuente: Sunat.

¹⁷⁸ Fuente: Sunat.

¹⁷⁹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**¹⁸⁰, se señala:

Asunto: Informe 11-08-07

(...)

- Cahuascanco tiene cemento y continúa con una impulsadota (sic). Ayer el Sr. De la Piedra [Gerente General de La Viga] no pudo entrevistarse con los propietarios. Hoy conversé con Cecilia (la encargada) porque no estaban los dueños y le comuniqué la medida de C.L. [Unacem] y me pidió una entrevista con la dueña el día lunes por que tenían algunas inquietudes. Todavía no se le ha cortado la atención. Hoy sacó un carro temprano.

(...)

303. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **14 de agosto de 2007**¹⁸¹, se señala:

Asunto: Informe día (sic) 13-08-07

En S.J.L. he conversado con Giovanna Cahuascanco (...) manifestó que no había sido advertida de las medidas que íbamos a tomar si vendía el otro cemento, le indiqué cómo estábamos procediendo con este tema y me dijo que ella recibió a consignación quisqueya hasta el jueves y luego iba a decidir.

Le manifesté que mientras tenga quisqueya no va poder ser atendida con Sol ya que es un tema de defender el producto peruano. Me dijo que los de Andino no le prohibieron nada. Hoy debe ir el Sr. De la Piedra [Gerente General de La Viga] para conversar con ella.

(...)

Se está cumpliendo con la medida dispuesta de no atender al que tenga quisqueya en su local.

304. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**¹⁸², se señala:

Asunto: RV: Cemento Quisqueya.

(...)

Lakassa ya lo tiene desde el sábado pasado [cemento Quisqueya], ya se esta (sic) procediendo a bloquear la entrada de sus carros a planta de acuerdo a lo dispuesto por Raúl Pinto [Jefe del Departamento de Ventas de Unacem].

¹⁸⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁸¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁸² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Además se esta (sic) haciendo lo mismo con (...) Cahuascanco y (...)
(...)

305. En el correo electrónico remitido por el Jefe de Operaciones de La Viga al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **6 de noviembre de 2007**¹⁸³, se señala:

Asunto: Solicitud.

(...)

Teniendo en cuenta el grado de introducción de Quisqueya lo que yo creo es que a perderlos totalmente, lo mas inteligente es la de compartirlos y a partir de allí comenzar a trabajar en la fidelidad, como por ejemplo no premiar con el bono por llegar a la meta u otros bonos que ustedes mas adelante puedan crear, como se ha hecho con el cliente Prokasa, cliente que sabemos comercializa Quisqueya y que acertadamente a pesar de haber logrado su meta no se le ha dado su bono, esa es una medida que debemos aplicar también con Cahuascanco. Es mejor compartirlos a perderlos totalmente. Por favor te solicito reconsideren la propuesta.

306. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **28 de noviembre de 2007**¹⁸⁴, se señala:

Asunto: Informe sobre Competencia.

(...)

Esta semana recibí la llamada de Giovana Cahuascanco (S.J.L.) referente a que quiere conversar por que quiere que el distribuidor le vuelva a atender con nuestros productos. Espero autorización de ello ya que se trata de un cliente importante por que movía alrededor de 15,000 bls. mensuales.

He coordinado con la Fuerza de Vtas. de La Viga para incidir en los clientes que han estado comercializando Quisqueya respecto al desabastecimiento actual indicándoles que esta marca no esta (sic) garantizando abastecimiento adecuado y que nosotros estamos llanos a atenderlos siempre que muestren adecuada fidelidad a nuestros productos.

307. En el correo electrónico remitido por el Jefe de Operaciones de La Viga, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1 y 3 de Unacem, del **7 de junio de 2008**¹⁸⁵, se señala:

¹⁸³ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁸⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁸⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: Información

(...)

Tambien (sic) les informo que la ferretería Cahuascanco sigue vendiendo cemento Quisqueya, yo mismo escuche cuando mi vendedor sin identificarse le ofrecieron a un precio de S/ 17.00 puesto en obra, ustedes mismos lo pueden comprobar sin ir hasta su local solo llamando por teléfono y lo comprobaran, Telf. 459-5180.

308. En el correo electrónico remitido por el Gerente de Marketing de Unacem al Gerente General de La Viga; y al Ejecutivo de Ventas, al Jefe del Departamento de Ventas y al Supervisor de Ventas 1 de Unacem, del **11 de junio de 2008**¹⁸⁶, se señala

Asunto: RV: Información.

Sí hemos hablado con Giovanna y varias veces. La última conversación la tuvo Fernando la semana pasada y le dijo que se le terminaría el stock de Quisqueya el sábado. Al parecer no se le ha terminado o ha comprado más. En todo caso, Fernando le va a caer en este momento se sorprende para conversar y evaluar. Si quiere salir que salga pero perderá todos los beneficios.

Es más, yo diría que Lalo [Jefe de Operaciones de La Viga] mande a sus “tigres” a chequearla y que pidan Quisqueya, pero exíjanle que sea fresco, recién llegado a ver qué dicen. Se te ocurre algo más?

309. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente de Marketing y al Ejecutivo de Ventas de Unacem; y al Gerente General de La Viga, del **31 de julio de 2008**¹⁸⁷, se señala:

Asunto: Caso Codimax - G. Cahuascanco.

Kurt [Gerente de Marketing de Unacem], estuve recordando por que no se bloqueó a los camiones de G. Cahuascanco (u otros sancionados) el ingreso a fábrica cuando se le aplicó la sanción.

El motivo es por que nosotros le deberíamos poder seguir atendiéndole pero sin otorgarle ningún beneficio, para que sienta todo lo que ha perdido.

Inclusive el distribuidor nos hizo todas las consultas y hasta se le indicó que para recoger de depósito debería el distrib. cobrarle el flete que C.L. [Unacem], ya había gastado trasladando el producto.

Al nosotros bloquearle el ingreso a planta creo que incurrimos en error de no vender el producto de manera libre a cualquier persona que quiera recoger de planta y creo que eso ahora esta (sic) tipificado como delito en Conductas anticompetitivas – Abuso de dominio.

(...)

¹⁸⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Gerente General de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁸⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Gerente de Marketing de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

310. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, desde el 11 de agosto de 2007, Codimax sufrió amenazas de negativa de venta de cemento de Unacem y que, desde el 22 de agosto de 2007, Codimax sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem, por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Codimax se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada prohibiéndosele el ingreso a la planta de Unacem y negándosele la venta de cemento de Unacem. Adicionalmente, el correo del 28 de noviembre de 2007, confirma que, Codimax se encontraba sancionada por comercializar cemento “Quisqueya”.
311. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Codimax en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Codimax, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
312. Asimismo, de acuerdo a la evolución de las compras de cemento de Codimax a La Viga, se identifica la ejecución del castigo a través de la negativa de venta de cemento de Unacem por parte de La Viga, desde el 22 de agosto hasta el 28 de noviembre de 2007.
313. En conclusión, en el caso de Codimax, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Distribuidora Ferretera Diego S.R.L.

314. Distribuidora Ferretera Diego S.R.L. (en adelante, Ferretera Diego) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de San Juan de Lurigancho¹⁸⁸.
315. Ferretera Diego compró a La Viga 15 000, 12 290 y 12 000 bolsas de cemento de Unacem, en julio, agosto y setiembre de 2007, respectivamente. Asimismo, compró 14 488 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre octubre de 2007 y julio de 2008.
316. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **11 de agosto de 2007**¹⁸⁹, se señala:

Asunto: Informe 11-08-07

¹⁸⁸ Fuente: Sunat.

¹⁸⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

*- En la zona de S.J.L. Ferret. Com. Diego ha sido comunicado por el Sr. De la Piedra [Gerente General de La Viga] de la medida de CL [Unacem] y ha decidido no vender Quisqueya. En su local principal tiene Sol y Andino. En su local adjunto tiene aprox. 10 bls. de Quisqueya y manifestó que las va sacar.
(...)*

317. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**¹⁹⁰, se señala:

*Asunto: RV: Cemento Quisqueya.
(...)*

Lakassa ya lo tiene desde el sábado pasado [cemento Quisqueya], ya se esta procediendo a bloquear la entrada de sus carros a planta de acuerdo a lo dispuesto por Raúl Pinto [Jefe del departamento de Ventas de Unacem].

Además se esta haciendo lo mismo con (...) Diego (...)

318. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **28 de agosto de 2007**¹⁹¹, se señala:

Asunto: Informe 27-08-07.

En la zona de S.J.L. los clientes que se comprometieron a tapar o esconder el saldo de Quisqueya como son:

(...)

- Com. Ferret. Diego, tiene 20 bls. en la puerta de su local (no lo ha escondido).

(...).

Espero indicación de medidas a tomar, se estará permanentemente manifestándoles respecto al acuerdo adoptado con nosotros.

319. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, desde el 22 de agosto de 2007, Ferretera Diego sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, debido a que Ferretera Diego se encontraba comercializando cemento “Quisqueya” fue castigada negándosele la venta y bloqueándose la entrada de sus carros a la planta de Unacem.
320. Las compras de cemento de Unacem de Ferretera Diego a La Viga fueron cada dos días, en promedio, en julio de 2007. Sin embargo, Ferretera Diego dejó de comprar a La Viga desde 17 hasta el 24 de agosto de 2007, lo que guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución de los castigos.

¹⁹⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁹¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

321. La existencia del castigo a Ferretera Diego mediante la negativa de venta se puede apreciar, además, a través del análisis de sus volúmenes de compras mensuales. En efecto, en agosto y setiembre de 2007 las compras de Ferretera Diego de cemento de Unacem a La Viga se redujeron en 18,07% y 20,00% respecto de sus compras de julio del mismo año, respectivamente.
322. Dicha disminución de las compras de Ferretera Diego guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución de castigos en su contra durante agosto de 2007, por lo que es posible afirmar que dichos castigos se mantuvieron también en setiembre de 2007.
323. De otro lado, la ejecución de los castigos a través de la negativa de venta en agosto y setiembre de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Ferretera Diego. Es decir, los castigos guardan correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Ferretera Diego, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
324. En conclusión, en el caso de Ferretera Diego, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Prhokassa Home S.A.C.

325. Prhokassa Home S.A.C. (en adelante, Prhokassa Home) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de San Juan de Lurigancho¹⁹².
326. Prhokassa Home compró a La Viga 17 535 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008¹⁹³.
327. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Jefe de Operaciones de La Viga, del **22 de agosto de 2007**¹⁹⁴, se señala:

Asunto: RV: Cemento Quisqueya.

(...)

Lakassa ya lo tiene desde el sábado pasado [cemento Quisqueya], ya se esta (sic) procediendo a bloquear la entrada de sus carros a planta de acuerdo a lo dispuesto por Raúl Pinto [Jefe del Departamento de Ventas de Unacem].

Además se esta (sic) haciendo lo mismo con Prokassa, (...)

(...)

¹⁹² Fuente: Sunat.

¹⁹³ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁹⁴ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe del Departamento de Ventas de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

328. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem, del **28 de agosto de 2007**¹⁹⁵, se señala:

Asunto: Informe 27-08-07.

En la zona de S.J.L. los clientes que se comprometieron a tapar o esconder el saldo de Quisqueya como son:

- Prokasa, tiene 150 bls. en la puerta (no lo ha escondido).

(...)

Espero indicación de medidas a tomar, se estará permanentemente manifestándoles respecto del acuerdo adoptado con nosotros.

(...)

329. En el correo electrónico remitido por el Jefe de Operaciones de La Viga al Ejecutivo de Ventas de Unacem, del **6 de noviembre de 2007**¹⁹⁶, se señala:

Asunto: Solicitud.

(...)

Teniendo en cuenta el grado de introducción de Quisqueya lo que yo creo es que a perderlos totalmente, lo mas inteligente es la de compartirlos y a partir de allí comenzar a trabajar en la fidelidad, como por ejemplo no premiar con el bono por llegar a la meta u otros bonos que ustedes mas adelante puedan crear, como se ha hecho con el cliente Prokasa, cliente que sabemos comercializa Quisqueya y que acertadamente a pesar de haber logrado su meta no se le ha dado su bono, esa es una medida que debemos aplicar también con Cahuascano. Es mejor compartirlos a perderlos totalmente.

Por favor te solicito reconsideren la propuesta.

330. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, el 22 de agosto de 2007, Prhokassa Home sufrió del castigo de negativa de venta de cemento de Unacem por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acredita la afirmación del correo citado, que señala que, debido a que Prhokassa Home se encontraba vendiendo cemento “Quisqueya” fue castigada prohibiéndosele el ingreso a la planta de Unacem y negándosele la venta de cemento de Unacem.
331. La existencia del castigo a Prhokassa Home mediante la negativa de venta se puede apreciar a través del análisis de sus volúmenes de compras diarias. Así, a excepción de los primeros días de julio, las compras de cemento de Unacem de Prhokassa Home a La Viga fueron cada dos días, en promedio, en julio de 2007. Sin embargo, Prhokassa Home dejó de comprar a La Viga desde el 14 hasta el 24 de agosto de 2007, lo que guarda directa relación con las afirmaciones de la ejecución del castigo.

¹⁹⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Jefe de Operaciones de La Viga, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

¹⁹⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

332. En efecto, de acuerdo a los correos, se aprecia que, Prhokassa Home compró cemento “Quisqueya” previamente al 22 de agosto de 2007. Por su parte, Unacem afirmó que se estaba procediendo a castigar a este cliente el 22 de agosto de 2007. Así, Prhokassa Home, cuya última compra de cemento de Unacem fue el 14 de agosto de 2007, reanudó su compra el 24 de agosto de 2007, por lo que es posible afirmar que se le castigó durante ese periodo.
333. De otro lado, la ejecución de un castigo a través de la negativa de venta en agosto de 2007 es coincidente con la compra de cemento “Quisqueya” por parte de Prhokassa Home en dicho mes. Es decir, el castigo guarda correspondencia con la comercialización de cemento “Quisqueya” por parte de Prhokassa Home, circunstancia que confirma la ejecución de la política anticompetitiva diseñada por Unacem, La Viga, A. Berio y Macisa.
334. En conclusión, en el caso de Prhokassa Home, se acredita que Unacem y La Viga realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en negarle la venta de cemento de Unacem debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Comercial S.V. Chavín E.I.R.L.

335. Comercial S.V. Chavin E.I.R.L. (en adelante, Comercial S.V. Chavín) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Comas¹⁹⁷.
336. Comercial S.V. Chavín compró a La Viga 2 200 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008¹⁹⁸.
337. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**¹⁹⁹, se señala:

Asunto: Bono para clientes.

Cmdte Trelles [Gerente Administrativo de Unacem], en estos últimos días se esta (sic) notando en mi zona que algunos clientes están adoptando la libertad de comercializar todas las marcas de cemento del mercado. Seria (sic) conveniente analizar estos casos ya que cuando se le cuestiona a alguno manifiesta que el otro también lo esta (sic) haciendo a escondidas o en otro local y están manifestando estas justificaciones. Creo que es necesario actuar rápidamente definiendo que (sic) medidas aplicaremos con ellos. Al ser la mayoría de ellos

¹⁹⁷ Fuente: Sunat.

¹⁹⁸ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

¹⁹⁹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

clientes que siempre llegan a la meta del bono, sugiero que la primera medida sea la de no otorgarles el bono (mes de noviembre y diciembre) aduciendo su incumplimiento de fidelidad. Luego se podrían ver otras medidas.

Estos clientes son: (...) Comercial SV Chavin, (...) A la espera de su confirmación

338. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**²⁰⁰, se señala:

Asunto: RE: Bono para clientes.

Estoy de acuerdo, la primera medida será no darles el bono por alcanzar la meta y, posteriormente, cortales (sic) la oferta.

339. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 8 de enero de 2008, Comercial S.V. Chavín sufrió del castigo del retiro de beneficios consistente en el no pago del bono por cumplimiento de metas, por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, a partir de esa fecha se sancionaría a Comercial S.V. Chavín con el retiro de tal beneficio.
340. La existencia del castigo a Comercial S.V. Chavín mediante el retiro del bono por cumplimiento de metas, se puede apreciar a través del análisis de sus metas cumplidas y del pago del bono correspondiente. Respecto al pago del bono por cumplimiento de metas, cabe señalar que, una vez cumplida la meta, el pago del bono correspondiente se efectuaba de dos a tres meses después²⁰¹.
341. Al respecto, La Viga, a través de notas de crédito, efectuó en junio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a marzo y abril de 2008, después de tres y dos meses, respectivamente. Por otro lado, La Viga, a través de facturas, efectuó en octubre y en noviembre de 2007 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a setiembre y octubre de 2007, respectivamente, un mes después en cada caso; y efectuó en julio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a noviembre de 2007, después de ocho meses²⁰².
342. De acuerdo a lo anterior, se puede apreciar que Comercial S.V. Chavín debió haber recibido el pago del bono por cumplimiento de metas de diciembre de 2007; y de enero y febrero de 2008. Sin embargo, La Viga no efectuó dichos pagos o por lo menos no los realizó durante el periodo en que le correspondía realizarlos.

²⁰⁰ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unicem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

²⁰¹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²⁰² Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

343. En conclusión, en el caso de Comercial S.V. Chavín, se acredita que La Viga y Unacem realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en retirarle el beneficio del bono por cumplimiento de metas por la compra de cemento de Unacem, debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Inversiones y Representaciones Miguelito S.A.C.

344. Inversiones y Representaciones Miguelito S.A.C. (en adelante, Inversiones y Representaciones Miguelito) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Carabayllo²⁰³.
345. Inversiones y Representaciones Miguelito compró a La Viga 3 140 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008²⁰⁴.
346. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**²⁰⁵, se señala:

Asunto: Bono para clientes.

Cmdte Trelles [Gerente Administrativo de Unacem], en estos últimos días se esta (sic) notando en mi zona que algunos clientes están adoptando la libertad de comercializar todas las marcas de cemento del mercado. Seria (sic) conveniente analizar estos casos ya que cuando se le cuestiona a alguno manifiesta que el otro también lo está haciendo a escondidas o en otro local y están manifestando estas justificaciones. Creo que es necesario actuar rápidamente definiendo que (sic) medidas aplicaremos con ellos. Al ser la mayoría de ellos clientes que siempre llegan a la meta del bono, sugiero que la primera medida sea la de no otorgarles el bono (mes de noviembre y diciembre) aduciendo su incumplimiento de fidelidad. Luego se podrían ver otras medidas.

Estos clientes son: (...) Inversiones y Representaciones Miguelito, (...) A la espera de su confirmación

347. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**²⁰⁶, se señala:

²⁰³ Fuente: Sunat.

²⁰⁴ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²⁰⁵ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

²⁰⁶ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Asunto: RE: Bono para clientes.

Estoy de acuerdo, la primera medida será no darles el bono por alcanzar la meta y, posteriormente, cortales (sic) la oferta.

348. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 8 de enero de 2008, Inversiones y Representaciones Miguelito sufrió del castigo del retiro de beneficios consistente en el no pago del bono por cumplimiento de metas, por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, a partir de esa fecha se sancionaría a Inversiones y Representaciones Miguelito con el retiro de tal beneficio.
349. La existencia del castigo a Inversiones y Representaciones Miguelito mediante el retiro del bono por cumplimiento de metas, se puede apreciar a través del análisis de sus metas cumplidas y del pago del bono correspondiente. Respecto al pago del bono por cumplimiento de metas, cabe señalar que, una vez cumplida la meta, el pago del bono correspondiente se efectuaba de dos a tres meses después²⁰⁷.
350. Al respecto, La Viga, a través de notas de crédito, efectuó en abril de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a febrero de 2008, después de dos meses. Asimismo, efectuó en junio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a marzo y abril de 2008, después de tres y dos meses, respectivamente. Finalmente, efectuó en julio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a mayo de 2008, después de dos meses²⁰⁸.
351. De acuerdo a lo anterior, se puede apreciar que Inversiones y Representaciones Miguelito debió haber recibido el pago del bono por cumplimiento de metas de octubre, noviembre y diciembre de 2007; y de enero de 2008. Sin embargo, La Viga no efectuó dichos pagos o por lo menos no los realizó durante el periodo que le correspondía realizarlos.
352. En conclusión, en el caso de Inversiones y Representaciones Miguelito, se acredita que La Viga y Unacem realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en retirarle el beneficio del bono por cumplimiento de metas por la compra de cemento de Unacem, debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Enrique Franklin Guevara Monteagudo

353. Enrique Franklin Guevara Monteagudo (en adelante, Enrique Guevara) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Bellavista²⁰⁹.

²⁰⁷ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²⁰⁸ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²⁰⁹ Fuente: Sunat.

354. Enrique Guevara compró a La Viga 1 095 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008²¹⁰.
355. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**²¹¹, se señala:

Asunto: Bono para clientes.

Cmdte Trelles [Gerente Administrativo de Unacem], en estos últimos días se esta (sic) notando en mi zona que algunos clientes están adoptando la libertad de comercializar todas las marcas de cemento del mercado. Seria (sic) conveniente analizar estos casos ya que cuando se le cuestiona a alguno manifiesta que el otro también lo está haciendo a escondidas o en otro local y están manifestando estas justificaciones. Creo que es necesario actuar rápidamente definiendo que (sic) medidas aplicaremos con ellos. Al ser la mayoría de ellos clientes que siempre llegan a la meta del bono, sugiero que la primera medida sea la de no otorgarles el bono (mes de noviembre y diciembre) aduciendo su incumplimiento de fidelidad. Luego se podrían ver otras medidas.

Estos clientes son: (...) Guevara Monteagudo Enrique, (...)

A la espera de su confirmación

356. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**²¹², se señala:

Asunto: RE: Bono para clientes.

Estoy de acuerdo, la primera medida será no darles el bono por alcanzar la meta y, posteriormente, cortales (sic) la oferta.

357. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 8 de enero de 2008, Enrique Guevara sufrió del castigo del retiro de beneficios consistente en el no pago del bono por cumplimiento de metas, por estar comercializando cemento "Quisqueya". Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, a partir de esa fecha se sancionaría a Enrique Guevara con el retiro de tal beneficio.
358. La existencia del castigo a Enrique Guevara mediante el retiro del bono por cumplimiento de metas, se puede apreciar a través del análisis de sus metas

²¹⁰ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²¹¹ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

²¹² Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

cumplidas y del pago del bono correspondiente. Respecto al pago del bono por cumplimiento de metas, cabe señalar que, una vez cumplida la meta, el pago del bono correspondiente se efectuaba de dos a tres meses después²¹³.

359. Al respecto, La Viga, a través de notas de crédito, efectuó en mayo de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a febrero de 2008, después de tres meses. Asimismo, efectuó en junio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a marzo y abril de 2008, después de tres y dos meses, respectivamente. Finalmente, efectuó en julio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a mayo de 2008, después de dos meses. Por otro lado, La Viga, a través de facturas, efectuó en enero de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a noviembre de 2007, después de dos meses²¹⁴.
360. De acuerdo a lo anterior, se puede apreciar que Enrique Guevara debió haber recibido el pago del bono por cumplimiento de metas de diciembre de 2007 y de enero de 2008. Sin embargo, La Viga no efectuó dichos pagos o por lo menos no los realizó durante el periodo que le correspondía realizarlos.
361. En conclusión, en el caso de Enrique Guevara, se acredita que La Viga y Unacem realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en retirarle el beneficio del bono por cumplimiento de metas por la compra de cemento de Unacem, debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.

Distribuidora Demaja E.I.R.L.

362. Distribuidora Demaja E.I.R.L. (en adelante, Distribuidora Demaja) tuvo, entre enero de 2007 y diciembre de 2008, su local comercial en el distrito de Comas²¹⁵.
363. Distribuidora Demaja compró a La Viga 3 589 bolsas mensuales de cemento de Unacem, en promedio, entre julio de 2007 y julio de 2008²¹⁶.
364. En el correo electrónico remitido por el Supervisor de Ventas 1 de Unacem al Gerente Administrativo, al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**²¹⁷, se señala:

Asunto: Bono para clientes.

²¹³ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²¹⁴ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²¹⁵ Fuente: Sunat.

²¹⁶ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²¹⁷ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

Cmdte Trelles [Gerente Administrativo de Unacem], en estos últimos días se esta (sic) notando en mi zona que algunos clientes están adoptando la libertad de comercializar todas las marcas de cemento del mercado. Seria (sic) conveniente analizar estos casos ya que cuando se le cuestiona a alguno manifiesta que el otro también lo está haciendo a escondidas o en otro local y están manifestando estas justificaciones. Creo que es necesario actuar rápidamente definiendo que (sic) medidas aplicaremos con ellos. Al ser la mayoría de ellos clientes que siempre llegan a la meta del bono, sugiero que la primera medida sea la de no otorgarles el bono (mes de noviembre y diciembre) aduciendo su incumplimiento de fidelidad. Luego se podrían ver otras medidas. Estos clientes son: (...) Demaja. A la espera de su confirmación

365. En el correo electrónico remitido por el Gerente Administrativo de Unacem al Jefe del Departamento de Ventas, al Ejecutivo de Ventas y a los Supervisores de Ventas 1, 2 y 3 de Unacem; y al Gerente General y al Jefe de Operaciones de La Viga, del **8 de enero de 2008**²¹⁸, se señala:

*Asunto: RE: Bono para clientes.
Estoy de acuerdo, la primera medida será no darles el bono por alcanzar la meta y, posteriormente, cortales (sic) la oferta.*

366. De acuerdo a la evidencia disponible, se aprecia que, a partir del 8 de enero de 2008, Distribuidora Demaja sufrió del castigo del retiro de beneficios consistente en el no pago del bono por cumplimiento de metas, por estar comercializando cemento “Quisqueya”. Así lo acreditan las afirmaciones de los correos citados, que señalan que, a partir de esa fecha se sancionaría a Distribuidora Demaja con el retiro de tal beneficio.
367. La existencia del castigo a Distribuidora Demaja mediante el retiro del bono por cumplimiento de metas, se puede apreciar a través del análisis de sus metas cumplidas y del pago del bono correspondiente. Respecto al pago del bono por cumplimiento de metas, cabe señalar que, una vez cumplida la meta, el pago del bono correspondiente se efectuaba de dos a tres meses después²¹⁹.
368. Al respecto, La Viga, a través de notas de crédito, efectuó en junio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a abril de 2008, después de dos meses. Por otro lado, La Viga, a través de facturas, efectuó en noviembre de 2007 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a octubre de 2007, después de un mes. Asimismo, efectuó en julio de 2008 el pago del bono por cumplimiento de metas, correspondiente a noviembre de 2007, después de ocho meses²²⁰.

²¹⁸ Documento correspondiente a los correos electrónicos del Supervisor de Ventas 1 de Unacem, entregados durante la visita inspectiva realizada el 7 de enero de 2009.

²¹⁹ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

²²⁰ Escrito de La Viga del 7 de junio de 2010.

369. De acuerdo a lo anterior, se puede apreciar que Distribuidora Demaja debió haber recibido el pago del bono por cumplimiento de metas de diciembre de 2007, y de enero, febrero y marzo de 2008. Sin embargo, La Viga no efectuó dichos pagos o por lo menos no los realizó durante el periodo que le correspondía realizarlos.
370. En conclusión, en el caso de Distribuidora Demaja, se acredita que La Viga y Unacem realizaron un castigo contra dicha empresa, consistente en retirarle el beneficio del bono por cumplimiento de metas por la compra de cemento de Unacem, debido a que comercializaba cemento “Quisqueya”.