



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

23 MAYO 2013

RESOLUCIÓN NÚMERO ( 30640 ) DE 2013

*Por la cual se aprueba una operación de integración*

Rad. 13001126

**VERSION PÚBLICA****EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

en ejercicio de sus facultades legales, en especial las previstas en la Ley 155 de 1959, la Ley 1340 de 2009 y el numeral 11 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, y

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que el artículo 9 de la Ley 1340 del 24 de julio de 2009 prevé que:

*"ARTÍCULO 9. CONTROL DE INTEGRACIONES EMPRESARIALES. El artículo 4º de la Ley 155 de 1959 quedará así: Las empresas que se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor y que cumplan con las siguientes condiciones, estarán obligadas a informar a esta Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada.*

*"1. Cuando, en conjunto o individualmente consideradas, hayan tenido durante el año fiscal anterior a la operación proyectada ingresos operacionales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio o;*

*2. Cuando al finalizar el año fiscal anterior a la operación proyectada tuviesen, en conjunto o individualmente consideradas, activos totales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio.*

*En los eventos en que los interesados cumplan con algunas de las dos condiciones anteriores pero en conjunto cuenten con menos del 20% del mercado relevante, se entenderá autorizada la operación. Para este último caso se deberá únicamente notificar a la Superintendencia de Industria y Comercio de esta operación (...)"*

**SEGUNDO:** Que de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, el día 3 de enero de 2013 mediante comunicación radicada con el número 13001126, las sociedades DIACO S.A. y CYRGO S.A., informaron a esta Entidad la realización de una operación consistente en una compraventa de acciones entre dichas sociedades en los siguientes términos:

RESOLUCIÓN NUMERO 30640 DE 2013 Hoja N° 2

*Por la cual se aprueba una operación de integración*

VERSION PÚBLICA

Rad. No. 13001126

*“DIACO adquirirá directamente de los actuales accionistas de CYRGO, el 100% de las acciones representativas del capital social de CYRGO mediante la suscripción de contratos de compraventa de acciones”<sup>1</sup>.*

**TERCERO:** Que en virtud de lo previsto en el artículo 156 del Decreto Ley No. 19 de 2012, y en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, el 4 de enero de 2013 se publicó en la página web de esta Entidad el inicio del procedimiento de autorización de la operación presentada.

**CUARTO:** Que dentro de los 10 días hábiles siguientes a la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación en la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio, los terceros no presentaron ante esta Entidad información con el fin de aportar elementos para el análisis de la operación, de conformidad con el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009.

**QUINTO:** Que esta Superintendencia dentro de los 30 días a que se refiere el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, consideró procedente continuar con el procedimiento y, para ello, mediante comunicación radicada con el número 131126-3 del 13 de febrero de 2013, solicitó a las empresas intervinientes que allegaran la información señalada en el Anexo No. 2, Guía de Estudio de Fondo de Integraciones Empresariales.

**SEXTO:** Que esta Entidad, con el fin de complementar y ampliar la información allegada al expediente, el 4 de marzo de 2013 formuló un requerimiento de información sobre el sector objeto de la operación a los principales competidores<sup>2</sup> de la sociedad CYRGO, con el fin de obtener información suficiente para analizar el nivel de competencia en la comercialización de productos de acero y materiales para la construcción<sup>3</sup>.

**SÉPTIMO:** Que mediante escrito radicado con el número 13001126-25 de fecha 7 de marzo de 2013, las empresas solicitantes atendieron al requerimiento de información de la Fase II, formulado por esta Entidad.

**OCTAVO:** Que una vez realizadas las anteriores consideraciones y estando dentro del término previsto en el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, este Despacho procede a pronunciarse respecto de la operación de integración informada, en los siguientes términos:

<sup>1</sup> Información aportada por las intervinientes, folio 8.

<sup>2</sup> El requerimiento se formuló a las siguientes empresas: FAJOBE S.A., METAZA S.A., METALCENTER S.A., LOS FIERROS S.A., FERRASA S.A., GYJ FERRETERÍAS S.A., SODIMAC COLOMBIA S.A., FERRETERÍA IMPERIAL LTDA., AGOFER, ALAMBRES Y MALLAS S.A., HIERROS AN TOMAR LTDA., FERRETERÍA LA CAMPANA, FERRETERIA TAMA S.A., CENTRO ACEROS S.A., DEPÓSITO SAN PIO, DISTRIBUCIONES COLOMBIA, MATERIALES Y METALES BUCARAMANGA, FERRETERÍA ARGENTINA, CENTRO ACEROS DEL CARIBE LTDA.

<sup>3</sup> Barras Corrugadas, Rollos Corrugados, Alambrón Trefilable, Perfiles Industriales, Malla Electrosoldada, Alambre Negro y Grafil.

Rad. No. 13001126

## 8.1 Intervinientes

### 8.1.1 DIACO S.A. (En adelante DIACO)

Es una sociedad anónima constituida mediante Escritura Pública No. 1840 del 12 de mayo de 1961, en la Notaría 7 de Bogotá, cuyo domicilio principal se encuentra en esta misma ciudad.

Su objeto social principal es:

*"La producción, transformación, comercialización y venta de hierro, acero, bronce, aluminio, y cualquier otra alineación a partir de chatarra o minerales que le permitan obtener estos productos"<sup>4</sup>.*

A continuación se muestra la composición accionaria de DIACO:

**Tabla No. 1  
Composición Accionaria de DIACO**

| ACCIONISTA   | %            |
|--------------|--------------|
| [REDACTED]   | [REDACTED]   |
| <b>TOTAL</b> | <b>100 %</b> |

Fuente: Información aportada por las intervinientes en documento de solicitud. Folio 12.

La información de las principales cuentas financieras de DIACO se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla No. 2  
Principales cuentas financieras de DIACO al 31 de diciembre de 2011**

| CUENTA                 | VALOR EN PESOS    |
|------------------------|-------------------|
| ACTIVOS                | 1.150.504.000.000 |
| PASIVOS                | 577.799.000.000   |
| PATRIMONIO             | 572.705.000.000   |
| INGRESOS OPERACIONALES | 936.713.000.000   |

Fuente: Información aportada por las intervinientes en documento de solicitud. Anexo 7.

La chatarra se transforma en productos comerciales que son vendidos directamente a constructores, ferreterías, distribuidores de acero e industrias.

<sup>4</sup> Información aportada por las intervinientes, a folio 65.

Rad. No. 13001126

Así mismo, DIACO importa perfiles pesados que no son producidos en Colombia. Los códigos CIU de estas actividades son 2410, 3830 y 4663.

DIACO es una sociedad controlada por GERDAU S.A., domiciliada en Brasil. Esta sociedad controla igualmente a SIDERÚRGICA DEL PACÍFICO S.A. – SIDELPA, de la cual informan las intervinientes que se encuentra en proceso de liquidación<sup>5</sup>. De otra parte, debe señalarse que DIACO controla a las sociedades FERRER INDUSTRIAL CORPORATION y LAMINADOS ANDINOS S.A. La primera de estas sociedades corresponde a un holding conformado en las Islas Vírgenes Británicas, por lo que no ejerce ninguna actividad en el mercado colombiano. La segunda sociedad se encuentra en liquidación y dicho procedimiento fue informado a la Cámara de Comercio el día 25 de agosto de 2005<sup>6</sup>.

### 8.1.2 CYRGO S.A. (en adelante CYRGO)

Es una sociedad anónima constituida mediante Escritura Pública No. 2587 del 1 de junio de 1965 en la Notaría 2 de Cali, cuyo domicilio principal es la ciudad de Bogotá.

Su objeto social principal es:

*“El comercio de la ferretería en general. La compra, venta o permutación de hierro, plástico, acero, cobre, materiales de construcción, láminas, soldaduras, herramientas, máquinas industriales y comerciales”<sup>7</sup>.*

A continuación se muestra la composición accionaria de CYRGO.

**Tabla No. 3**  
**Composición Accionaria de CYRGO**

| ACCIONISTA   | %            |
|--------------|--------------|
| [REDACTED]   | [REDACTED]   |
| <b>TOTAL</b> | <b>100 %</b> |

Fuente: Información aportada por las intervinientes en documento de solicitud. Folio 12.

<sup>5</sup> Información corroborada mediante el Certificado de Existencia y Representación Legal, en el cual se indica que mediante Escritura Pública no 1112 del 26 de junio de 2009 la sociedad se declaró disuelta y en proceso de liquidación.

<sup>6</sup> Información aportada por las Intervinientes. Radicado 13-1126. Folio 15.

<sup>7</sup> Información aportada por las intervinientes, a folio 65

Rad. No. 13001126

La información de las principales cuentas financieras de CYRGO se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla No. 4**  
**Estados Financieros de COMBUSTIBLES al 31 de diciembre de 2011**

| CUENTA                 | VALOR EN PESOS  |
|------------------------|-----------------|
| ACTIVOS                | 71.910.162.000  |
| PASIVOS                | 28.660.381.000  |
| PATRIMONIO             | 43.249.781.000  |
| INGRESOS OPERACIONALES | 142.293.879.000 |

Fuente: Información aportada por las intervinientes en documento de solicitud. Anexo 13.

Según información aportada por las intervinientes, CYRGO no posee inversiones permanentes en otras empresas ni pertenece a grupo empresarial alguno.

## 8.2 Descripción de la operación proyectada

La operación proyectada fue informada por las intervinientes en los siguientes términos:

*"DIACO adquirirá directamente de los actuales accionistas de CYRGO, el 100% de las acciones representativas del capital social de CYRGO mediante la suscripción de contratos de compraventa de acciones"<sup>8</sup>.*

Según las intervinientes, dicha compraventa no configura ni implica compra de establecimiento de comercio alguno.

### 8.2.1 Supuestos de información

De acuerdo con lo previsto en la Resolución No. 79228 del 21 de diciembre de 2012, vigente al momento de informarse la integración, la operación presentada se encuentra sometida al trámite de pre-evaluación previsto en el artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, por cuanto el monto de los activos y de los ingresos operacionales de las intervinientes en el año fiscal inmediatamente anterior, supera los cien mil (100.000) SMMLV.

## 8.3. Análisis del mercado relevante

Para la determinación del mercado relevante se debe hacer mención a dos conceptos diferenciados: el primero es el mercado de producto y el segundo es el mercado geográfico.

<sup>8</sup>Información aportada por las intervinientes, folio 8.

Rad. No. 13001126

### 8.3.1 Mercado de producto

El punto de partida está constituido por aquellos mercados en los que participan simultáneamente las empresas involucradas en la integración, siendo éstos en los cuales se anularía la competencia entre las partes como resultado de la misma.

Así las cosas, y de acuerdo con la información allegada por las intervinientes, los mercados en los que participan en Colombia dichas sociedades corresponden, de un lado, al mercado del acero, donde participa DIACO, y de otro lado, el de la comercialización de productos para la construcción, por parte de CYRGO. Así, la operación proyectada generará efectos de tipo vertical dado que las intervinientes se encuentran en etapas productivas diferentes pero dentro de la misma cadena de valor.

Como se expone a continuación, DIACO elabora productos que son comercializados posteriormente por CYRGO.

#### 8.3.1.1 Productos afectados en la operación

A continuación se relacionan los productos que fabrica DIACO y que son comercializados por CYRGO:

##### 8.3.1.1.1 Barras corrugadas y rollos corrugados



Las barras corrugadas son barras de acero con núcleo de sección circular y longitud continua (rectas) obtenidas por laminación en caliente en cuya superficie existen salientes denominadas corrugas.

Disponen de un alto límite de fluencia<sup>9</sup> con muy buena ductilidad (altos valores de alargamiento), alta soldabilidad y excelente adherencia al concreto.



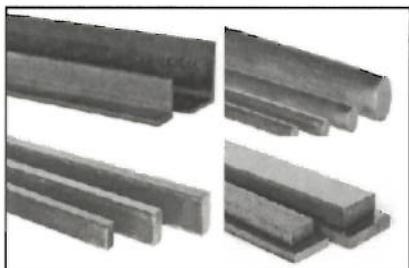
El rollo corrugado es esencialmente una barra corrugada de mayor longitud y que se presenta bajo la forma de rollos, con el fin de facilitar su transporte y manejo.

Los rollos corrugados, al igual que las barras corrugadas, se emplean para brindar refuerzo sismorresistente a las estructuras de concreto.

<sup>9</sup> El límite de fluencia (o resistencia límite de fluencia) de un material se define como la tensión existente en la sección de una probeta normalizada de dicho material, sometida a un ensayo de tracción o a un ensayo de compresión, en el instante en que se inicia la fluencia o deformación plástica del mismo.

Rad. No. 13001126

#### 8.3.1.1.2 Perfiles industriales



Son barras de acero con superficie lisa y secciones transversales diferentes, según tipo de producto: cuadradas, redondas, platinas, en ángulos, en canal U, en perfil T, en vigas W (comercializadas). Estas secciones son generadas de la laminación de planchales. Estos productos se utilizan por ornamentadores, herrajeros, carroceros, fabricantes de estructuras metálicas, etc.

La perfilería suele tener una división más general en el mercado, dependiendo del tipo de construcción utilizada: perfiles para construcción pesada y perfiles para construcción liviana. Los primeros se destinan a obras de gran envergadura, tales como puentes, galpones industriales o viviendas en altura. Los segundos son perfiles utilizados para aligerar el peso de la construcción y normalmente se utilizan en la construcción de vivienda de pocos pisos.

Los siguientes, son los tipos de perfiles producidos y comercializados por las intervinientes:

- a) Ángulos: producto de sección transversal formada por dos alas en ángulo recto, que se obtiene por laminado en caliente. Se emplean en estructuras metálicas de todo tipo: carrocerías, torres de alta tensión, elementos estructurales en uso arquitectónico y cubiertas (como protección de filos de columnas y andenes). También es utilizado para la construcción de puertas, soportes, muebles, sillas, mesas, entre otros.
- b) Barras cuadradas<sup>10</sup>: barras con sección transversal cuadrada laminadas en caliente y con bajos contenidos de carbono, lo que garantizan su ductilidad y soldabilidad. Se utilizan en la industria de la ornamentación para fabricar rejas, marcos de puertas, etc.
- c) Barras redondas lisas<sup>11</sup>: son barras con sección transversal circular laminadas en caliente. Son utilizadas en estructuras metálicas de todo tipo, como en construcción de portones, puertas, marcos de ventanas, tuercas, ejes, etc.
- d) Platinas: barras de sección transversal rectangular. Se emplean en todo tipo de estructuras metálicas tales como construcción de portones, puertas, muebles, mesas.
- e) Canal U: producto laminado en caliente de sección en U. Se emplean en la fabricación de carrocerías y estructuras metálicas tales como viguetas, vigas, etc.

<sup>10</sup> Norma de Fabricación: NTC 422; SAE 1015.

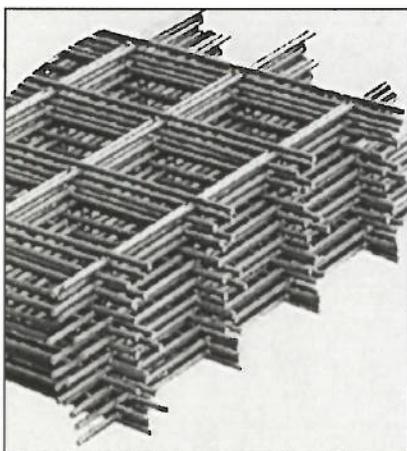
<sup>11</sup> Norma de Fabricación: NTC 161. Longitud: 6 metros.

Rad. No. 13001126

f) Perfil T<sup>12</sup>: barras de sección transversal en forma de T. Es producido en acero de bajo carbono y laminado en caliente. Es utilizado en la industria de la ornamentación para fabricar marcos de ventanas, soportes metálicos, camas, etc.

g) Vigas W (comercializadas): barras de perfiles estructurales en sección I o H en acero de alta resistencia. Se emplean en la construcción como elemento estructural tipo columnas, vigas, soporte de cubiertas y placas prefabricadas.

#### 8.3.1.1.3 Malla Electrosoldada<sup>13</sup>



Son estructuras de acero planas en forma de panel, compuestas por barras de acero lisas o corrugadas que se encuentran entrelazadas entre cuadrículas y electrosoldadas en todos los puntos de encuentro.

Proporcionan refuerzo para las placas de concreto, con el fin de garantizar que la retracción en el fraguado no genere fisuras ni grietas en la superficie. En algunos casos se utiliza la malla para reforzar muros y entrepisos, pero este uso requiere tamaños específicos según el requerimiento del constructor.

#### 8.3.1.1.4 Alambrán Trefilable



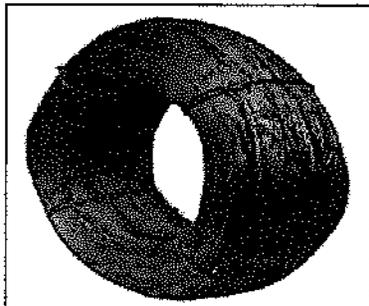
Son barras de acero con núcleo de sección circular, longitud continua y superficie lisa, obtenida por laminación en caliente de palanquillas. Este producto se destina a ser trefilado o transformado en frío. Más concretamente, también puede ser empleado para la fabricación de electrodos para soldadura, alambres finos, alambres con destino a grapas, puntillas, clavos, cables de bajas exigencias, alambres de resistencia media o elementos de fijación, entre otros.

<sup>12</sup> Norma de fabricación: NTC 1920 (ASTM A36).

<sup>13</sup> Norma de fabricación: NTC 5806 (ASTM A1064); (NTC 2310).

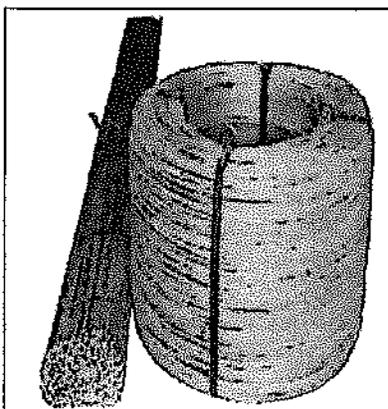
Rad. No. 13001126

#### 8.3.1.1.5 Alambre negro<sup>14</sup>



Alambre de acero obtenido por trefilación y con tratamiento térmico posterior de recocido para otorgarle la debida ductilidad para su utilización posterior. Se utiliza en la industria de la construcción para el amarre en el armado del acero de refuerzo. Se conoce como alambre negro (por su apariencia superficial) o alambre dulce (por su alta ductilidad).

#### 8.3.1.1.6 Grafil<sup>15</sup>



Barras de sección circular y longitud estándar, obtenida por trefilación de alambón liso de acero de bajo carbono. Posee ensambles en bajo relieve garantizando mayor adherencia al concreto. Presenta baja resistencia a la oxidación cuando es expuesto a la intemperie y baja maleabilidad o ductilidad.

El grafil es usado en la construcción para la fabricación de losas, tubos de concreto, losas de estructura y premoldeados de bajo espesor, esto es, elementos en concreto que en general no están destinados a resistir cargas sísmicas.

Los códigos CIU de las actividades relacionadas anteriormente se identifican con los números 5141, 5142 y 4663.

### 8.3.1.2 Proceso de producción

#### 8.3.1.2.1 DIACO:

El proceso de producción siderúrgico (mercado en el que participa DIACO), se inicia con la fundición de chatarra, arrabio<sup>16</sup> o, en algunos casos, el mineral de hierro. DIACO en particular solamente funde chatarra ferrosa debido a que el suyo es un proceso siderúrgico semi-integrado.

Ese material se funde a temperaturas superiores a los 1.500°C y, una vez en estado líquido, es transportado a un horno cuchara en el cual se añaden otros ingredientes a

<sup>14</sup> Norma de fabricación: NTC 115.

<sup>15</sup> Norma de fabricación: NTC 5806 (ASTM A1064); (NTC 1907).

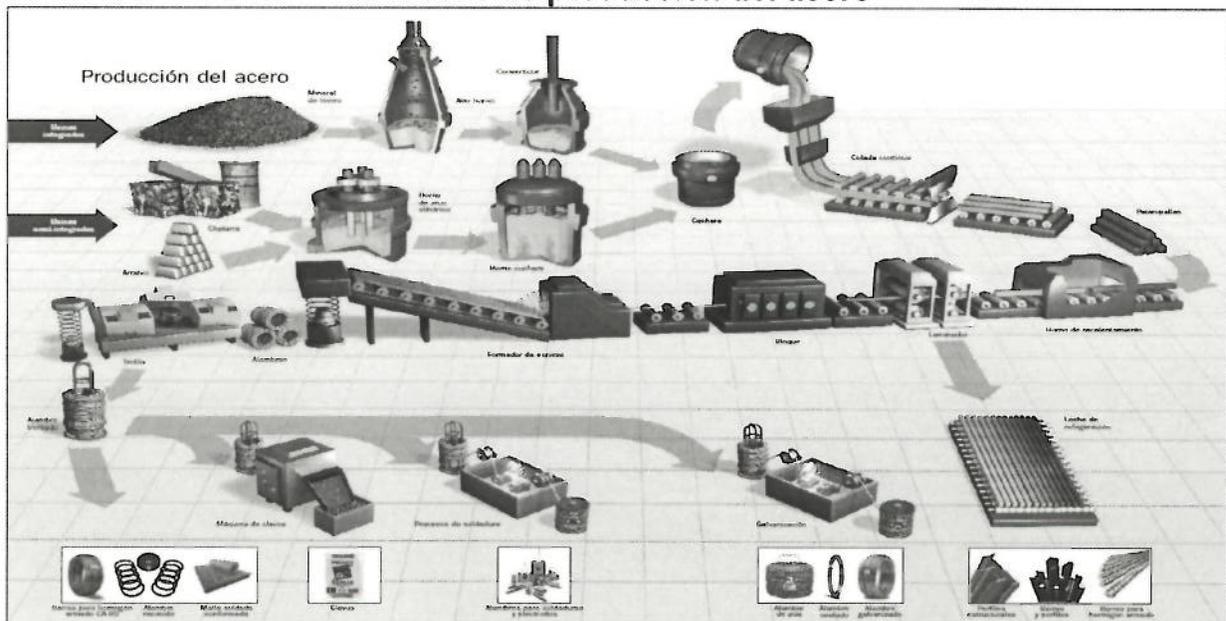
<sup>16</sup> El arrabio es el hierro metálico que se obtiene del alto horno tras la combinación de los óxidos de hierro, presentes en el mineral de hierro, con el monóxido de carbono resultado de la combustión del coque y la caliza. Consultado en la página web. <http://www.infoacero.cl/acero/parrabio.htm> con fecha 23 de enero de 2013

Rad. No. 13001126

la mezcla, generando así las aleaciones de acero deseadas. Este proceso es denominado "refino secundario" y su cometido es lograr la homogenización térmica y química. Seguidamente, el acero es transportado a la colada continua donde éste se solidifica, dando como resultado la palanquilla de acero.

La palanquilla de acero entra en un horno de recalentamiento en el cual se eleva su temperatura, permitiendo el proceso de laminación de largos. De este formato se pueden obtener perfiles estructurales, barras lisas o barras corrugadas. También se puede utilizar el producto de la laminación para el proceso de trefilado, en el cual se reduce el diámetro inicial para otro tipo de productos comerciales. A continuación se ilustra el proceso descrito:

Gráfica No. 1  
Proceso de producción del acero



Fuente: [http://www.gerdau.com/produtos-e-servicos/PRODUTOS\\_SERVICOS\\_IMAGE/5.file.axd](http://www.gerdau.com/produtos-e-servicos/PRODUTOS_SERVICOS_IMAGE/5.file.axd)

### 8.3.1.2.2 CYRGO:

Es esencialmente comercializador de materiales para la construcción y la metalmecánica, no fabrica ningún tipo de material. No obstante, sí adelanta procesos internos de transformación de algunos materiales, entre los que se encuentran:

- Proceso de corte: mediante el cual se cambia la longitud inicial del producto.
- Proceso de enderezado: Consiste en cambiar la presentación del material pasando de rollos a varillas.
- Procesos de trefilación: consiste en disminuir el diámetro de los rollos y posteriormente colocarlos en procesos de enderezado para poder comercializarlo en varillas.

Rad. No. 13001126

- Proceso de laminación: consiste en el aplastamiento del material en caliente aplanando y enderezando rollos para obtener un producto final llamado platina.

### 8.3.2 Mercado geográfico

Las intervinientes indican que DIACO ha tenido presencia en el último año, en 318 municipios ubicados en 22 departamentos del país. Sin embargo, su capacidad de distribución no se limita a éstos, sino que su alcance puede llegar a ser nacional gracias a su amplia red de distribuidores tanto propios como de ferreteros o constructores en Colombia<sup>17</sup>.

Ahora bien, CYRGO señala que su área de influencia se encuentra limitada de acuerdo a la ubicación de cada una de sus agencias, desde las que despacha a una distancia no mayor a 70 kilómetros. En total, CYRGO cuenta con 20 agencias distribuidas de la siguiente manera:

**Tabla No. 5**  
**Ubicación geográfica de las agencias de ventas de CYRGO**

| Ciudad / Municipio | No. de agencias |
|--------------------|-----------------|
| BOGOTÁ             | 3               |
| NEIVA              | 2               |
| PASTO              | 2               |
| GIRARDOT           | 2               |
| BUCARAMANGA        | 1               |
| CALI               | 1               |
| FUSAGASUGA         | 1               |
| IBAGUE             | 1               |
| MELGAR             | 1               |
| MEDELLÍN           | 1               |
| VILLAVICENCIO      | 1               |
| ZIQUAIRÁ           | 1               |
| BUGA               | 1               |
| IPIALES            | 1               |
| TUQUERRES          | 1               |

Fuente: Información aportada por las Intervinientes, folio 37.

La distribución de las agencias de venta proporciona a CYRGO presencia en las principales ciudades de Colombia, y mediante la venta a depósitos y ferreterías, puede tener acceso a la totalidad del mercado nacional, tal como se indica en su página web: [www.cyrgo.com.co](http://www.cyrgo.com.co).

<sup>17</sup> Ver: <http://www.diaco.com.co/PRODUCTOSYSERVICIOS/VentasenColombia.aspx>. Consultado el 11 de febrero de 2013

Rad. No. 13001126

En razón a lo anterior y teniendo en cuenta la información aportada por las intervinientes, según la cual las condiciones de precio, de oferta, comerciales, etc., son homogéneas en el territorio colombiano, el mercado geográfico es el territorio nacional.

#### 8.4 Conclusión del Mercado Relevante

De acuerdo con lo expuesto previamente, la integración generaría efectos verticales en los mercados de producción y comercialización de los siguientes productos en Colombia.

- Barras corrugadas y rollos corrugados.
- Perfiles industriales
- Malla electrosoldada
- Alambón trefilable
- Alambre negro
- Grafil

#### 8.5 ESTRUCTURA DEL MERCADO

Como se ha señalado previamente, las dos intervinientes participan en niveles diferentes de la cadena de valor. En razón a lo anterior, para efectuar el análisis de las participaciones se tendrá en cuenta independientemente el mercado de la producción y de la comercialización de los productos ya definidos.

##### 8.5.1 Mercado de Producción de los segmentos analizados

Con base en la información aportada por las intervinientes, basada en datos de FEDEMETAL y la DIAN, la participación en producción de DIACO frente a sus competidores en los diferentes segmentos se ilustra a continuación:

##### 8.5.1.1 Productos corrugados

Con base en la información que reposa en el expediente, la participación en producción de DIACO en el mercado de barras y rollos corrugados es la siguiente:

**Tabla No. 6**  
**Participaciones en el mercado de productos corrugados**  
**(Incluye barras y rollos)**

| EMPRESA   | 2008 |   | 2009 |   | 2010 |   | 2011 |   | 2012* |   |
|-----------|------|---|------|---|------|---|------|---|-------|---|
| DIACO     | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■     | ■ |
| APDR      | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■     | ■ |
| SIDENAL   | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■     | ■ |
| TERNIUM   | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■     | ■ |
| SIDOC     | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■     | ■ |
| SIDUNOR   | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■     | ■ |
| IMPORTADO | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ | ■     | ■ |

Rad. No. 13001126

| EMPRESA             | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012* |
|---------------------|------|------|------|------|-------|
| <b>IMPORTADORES</b> |      |      |      |      |       |
| IMP FERRASA         | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| IMP GYC             | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| IMP OTROS           | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| <b>TOTAL</b>        | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |

Fuente: Intervinientes, información de FEDEMETAL y la DIAN. \*: 2012 incluye datos hasta el mes de julio. CD anexo a folio 74

Como se puede observar, DIACO cuenta con el ■% de cuota de mercado en el año 2012. No obstante, en el período comprendido entre 2008 y 2012, DIACO ha perdido aproximadamente un ■ del mercado. Así mismo, se observa el importante crecimiento que han experimentado las importaciones, en particular las realizadas por FERRASA y GYC. Estas dos sociedades importadoras también son clientes de DIACO. De hecho, por sus volúmenes de compras, estas compañías son el primer y tercer comprador más importante de DIACO.

Por lo expuesto, en este mercado se encuentra oferta proveniente de productores locales diferentes a DIACO, como SIDENAL, APDR, SIDOC y TERNIUM. Además, existen importadores con presencia significativa en el mercado que, como ya se ha indicado, son clientes de DIACO. Así las cosas, como consecuencia de la operación proyectada, no se puede detectar una restricción en la fabricación de productos corrugados o en la aplicación de condiciones comerciales discriminatorias por parte de DIACO a los comercializadores de estos productos diferentes de CYRGO.

#### 8.5.1.2 Perfiles industriales

La información para este mercado se segmenta en perfiles livianos y perfiles pesados, tal como se muestra a continuación:

**Tabla No. 7**  
**Participaciones en el mercado de perfiles livianos**

| EMPRESA             | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012* |
|---------------------|------|------|------|------|-------|
| DIACO               | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| APDR                | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| SIDENAL             | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| TERNIUM             | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| SIDOC               | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| SIDUNOR             | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| ACEROS BOYACA       | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| METALORIENTE        | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| IMPORTADO           | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| <b>IMPORTADORES</b> |      |      |      |      |       |
| IMP FERRASA         | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| IMP GYC             | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| IMP OTROS           | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |
| <b>TOTAL</b>        | ■    | ■    | ■    | ■    | ■     |

Fuente: Intervinientes, información de FEDEMETAL y la DIAN. \*: 2012 incluye datos hasta julio de 2012. CD anexo. A folio 74

Rad. No. 13001126

En este mercado se puede observar que en el año 2012 DIACO es el líder con el [REDACTED]. Asimismo, es importante la presencia de competidores como TERNIUM, que cuenta con una cuota de mercado del [REDACTED]% en este periodo y las importaciones representan [REDACTED]% del mercado. Para este mercado aplica lo manifestado en cuanto a productos corrugados debido a que no hay probabilidad de una indebida restricción de la competencia como consecuencia de la integración.

A continuación se observan las cuotas de participación en el segmento de perfiles pesados.

**Tabla No. 8**  
**Participaciones en el mercado de perfiles pesados**

| EMPRESA             | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       | 2012*      |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| DIACO               | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| APDR                | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| SIDENAL             | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| TERNIUM             | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| SIDOC               | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| SIDUNOR             | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| ACEROS BOYACA       | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| METALORIENTE        | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| IMPORTADO           | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| <b>IMPORTADORES</b> |            |            |            |            |            |
| IMP FERRASA         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| IMP GYC             | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| IMP OTROS           | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| <b>TOTAL</b>        | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |

Fuente: Intervinientes, información de FEDEMETAL y la DIAN. \*: 2012 incluye datos al mes de julio. CD anexo. A folio 74

El mercado de perfiles pesados presenta una estructura significativamente distinta a los mercados anteriores. DIACO cuenta con una participación marginal del [REDACTED]%, mientras que las importaciones representan [REDACTED] del mercado. Lo anterior refleja un entorno competitivo del cual no se puede prever una indebida restricción de la libre competencia como consecuencia de la operación planteada.

Rad. No. 13001126

8.5.1.3 Malla electrosoldada

**Tabla No. 9**  
**Participaciones en el mercado de malla electrosoldada**

| EMPRESA                | 2009       | 2010       | 2011       |
|------------------------|------------|------------|------------|
| DIACO                  | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| G&J                    | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| FERRASA                | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| TERMICON               | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| ARMALCO                | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| CODIACERO              | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| PROACEROS DE OCCIDENTE | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| FERRETERIA ALDIA       | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| PROALCO                | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| TREFIACEROS            | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| GRAFILES Y MALLAS      | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| FERREMETALICAS         | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| DISHIERROS             | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| SIDENAL                | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| MALLASAN               | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| ALFREDO STECKERL       | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| TREFIALPES             | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| TREFIMALLAS            | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| DISTRIMALLAS           | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| HIERROS DE OCCIDENTE   | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| MALLAS Y TREFILADOS    | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| FIGUMALLAS             | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| FIGUANDES              | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| FIGURADOS Y HIERROS    | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| MULTIALAMBRES          | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| IMPROMALLAS            | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| COLMALLAS              | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| ARMACERO               | ██████████ | ██████████ | ██████████ |
| <b>TOTAL</b>           | ██████████ | ██████████ | ██████████ |

Fuente: Intervinientes, Estudio de mercados GERDAU. Mercado de Mallas 2009-2011. CD anexo. A folio 74

Se observa en este mercado que DIACO cuenta con el ██████% del mismo, siendo la empresa líder con un 10% más de cuota que su más inmediato competidor, G&J. No obstante, existe oferta de malla electrosoldada proveniente de competidores como G&J, FERRASA, TERMICÓN, ARMALCO y CODIACERO, de forma que las empresas comercializadoras diferentes a CYRGO encuentran disponibilidad de producto para comercializarlo posteriormente.

Rad. No. 13001126

8.5.1.4 Alambión Trefilable

El mercado colombiano de alambión trefilable se encuentra liderado por ACERÍAS PAZ DEL RÍO (en adelante APDR), quien en 2010 obtuvo más del 50% de participación y, en 2012, contó con el █% del mercado. DIACO se encuentra en tercera posición con una cuota del █%. Sobresale en este mercado la presencia de producto importado, que representó en el año 2012 el █% del mismo. Por lo anterior, no se infiere una indebida restricción de la competencia como consecuencia de la operación que se analiza.

En la tabla siguiente se observan las cuotas de mercado para el alambión trefilable.

**Tabla No. 10**  
**Participaciones en el mercado de alambión trefilable**

| EMPRESA             | 2010 | 2011 | 2012 | 2010 | 2011 | 2012 | 2010 | 2011 | 2012 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| DIACO               | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |
| APDR                | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |
| SIDENAL             | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |
| IMPORTADO           | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |
| <b>IMPORTADORES</b> |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| IMP FERRASA         | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |
| IMP GYC             | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |
| IMP OTROS           | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |
| <b>TOTAL</b>        | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    | █    |

Fuente: Intervinientes, información de FEDEMETAL y la DIAN. \*: 2012 incluye datos al mes de julio.  
CD anexo. A folio 74.

8.5.1.5 Alambre negro

En este mercado DIACO mantuvo durante los periodos de 2010 y 2012 una participación █ en promedio, compitiendo con otras empresas del sector con importantes cuotas de participación como es el caso de ALMASA y PROALCO, que con el █% y el █% en el año 2012, lideran el mercado de alambre negro, y otras empresas que con menores cuotas, hacen presión competitiva en este mercado, por lo que se puede indicar que en este mercado también se encuentra oferta alternativa y disponible para empresas competidoras de CYRGO.

**Tabla No. 11**  
**Participaciones en el mercado de alambre negro – toneladas año**

| EMPRESA           | 2010 |   | 2011 |   | 2012 |   |
|-------------------|------|---|------|---|------|---|
| ALMASA            | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| PROALCO           | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| COACES            | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| POSTELECTRA       | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| DIACO             | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| PROALAMBRES       | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| INDUSTRIAS CORSAN | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| ARMALCO           | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| PROACEROS         | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| PROSA             | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| GRAPAS EL CABALLO | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| FERRASA MEDELLIN  | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| SIDENAL           | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| MULTIALAMBRES     | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| TAP               | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| IMPORTACIONES     | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| <b>TOTAL</b>      | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |

Fuente: Intervinientes, información de FEDEMETAL y la DIAN. \*: 2012 incluye datos al mes de julio. CD anexo. A folio 74.

8.5.1.6 Grafil

En el mercado de Grafil se ■ competidores para 2011, y de acuerdo con las cuotas de participación en este periodo, DIACO se ubica en el sexto puesto en producción, con una participación del ■%, y donde los primeros agentes del mercado son ALMASA quien ostenta el ■%, FERRASA con el ■%, PROACEROS DE OCCIDENTE con el ■% PROALCO con el ■%, y CENTRAL DE HIERROS con el ■% y otras empresas con cuotas menores, por lo cual conlleva a señalar que este también es un mercado muy competitivo.

**Tabla No. 12**  
**Participaciones en el mercado de Grafil – toneladas año**

| EMPRESA                | 2009 |   | 2010 |   | 2011 |   |
|------------------------|------|---|------|---|------|---|
| ALMASA                 | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| FERRASA                | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| PROACEROS DE OCCIDENTE | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| PROALCO                | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| CENTRAL DE HIERROS     | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| DIACO                  | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| STECKERL               | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| ARMALCO                | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| TUBOLAMINAS            | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |

<sup>18</sup> Información aportada por las intervinientes, basada en datos de FEDEMETAL, a folio 42.

Rad. No. 13001126

| EMPRESA       | 2009 |   | 2010 |   | 2011 |   |
|---------------|------|---|------|---|------|---|
| COACES        | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| PEDRO LUZARDO | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| OTROS (8)     | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |
| <b>TOTAL</b>  | ■    | ■ | ■    | ■ | ■    | ■ |

Fuente: Intervinientes, información de FEDEMETAL y la DIAN. CD anexo. A folio 74.

### 8.5.2 Mercado de Comercialización de los segmentos analizados

CYRGO, la otra sociedad interviniente en la operación, se encuentra en el mercado de la comercialización efectuada a través de ferreterías y distribuidores de material de construcción. Teniendo en cuenta el alto número de empresas actuando en este mercado, y que la actividad de comercialización tiene relativamente pocas barreras a la entrada, no es posible de primera medida determinar una participación exacta de CYRGO en el sector.

No obstante, con el ánimo de obtener una aproximación a la participación real del mercado en la actividad de comercialización de cada uno de los segmentos referidos anteriormente, se formuló un requerimiento de información a algunos de los principales competidores de CYRGO en la comercialización de cada producto, y de acuerdo a las respuestas recibidas se ilustra lo siguiente:

#### 8.5.2.1 Mercado de barras corrugadas

**Tabla No. 13**  
**Participación ventas a diciembre de los años 2011 y 2012**

| EMPRESA           | VENTAS AÑO 2011 | % AÑO 2011 | VENTAS AÑO 2012 | % AÑO 2012 |
|-------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| SODIMAC COL.      | ■               | ■          | ■               | ■          |
| AGOFER            | ■               | ■          | ■               | ■          |
| <b>CYRGO S.A.</b> | ■               | ■          | ■               | ■          |
| HIERR. AN TOMAR   | ■               | ■          | ■               | ■          |
| METALCENTER       | ■               | ■          | ■               | ■          |
| FER. LOS FIERROS  | ■               | ■          | ■               | ■          |
| FERR. ARGENTINA   | ■               | ■          | ■               | ■          |
| GYJ FERRETERÍAS   | ■               | ■          | ■               | ■          |
| <b>TOTAL</b>      | ■               | ■          | ■               | ■          |

Fuente: Información aportada por la intervinientes y por los competidores en respuesta a requerimiento de información, obrante a folios 117 a 306.

De acuerdo con los resultados de la tabla 11, se puede observar que la participación en el mercado de comercialización de barras corrugadas por parte de CYRGO en 2011 es del ■%, convirtiéndolo para esa época en el líder del mismo, seguido de AGOFER con el ■% y SODIMAC con el ■%

Para 2012, se observan algunos cambios en la estructura del mercado, donde SODIMAC incrementa su cuota de mercado en cerca del ■%, pasando a ser el líder del mismo, y AGOFER, disminuyendo su cuota en un punto porcentual, queda en

Rad. No. 13001126

segundo puesto. Por su parte, CYRGO con un decrecimiento del █% en sus ventas, disminuye su cuota de participación al █%, ubicándose en el tercer lugar. Los demás competidores participan en el mercado de manera muy similar en los dos años referidos.

Por lo anterior, es importante destacar que en este segmento como consecuencia de la operación proyectada, no se vislumbran efectos restrictivos de la competencia.

8.5.2.2 Mercado de rollos corrugados

**Tabla No. 14**  
**Participación ventas a diciembre de los años 2011 y 2012**

| EMPRESA          | VENTAS AÑO 2011 | % AÑO 2011 | VENTAS AÑO 2012 | % AÑO 2012 |
|------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| GYJ FERRETERÍAS  | █               | █          | █               | █          |
| CYRGO S.A.       | █               | █          | █               | █          |
| AGOFER           | █               | █          | █               | █          |
| SODIMAC COL.     | █               | █          | █               | █          |
| HIERR. ANOMAR    | █               | █          | █               | █          |
| FERR. ARGENTINA  | █               | █          | █               | █          |
| FER. LOS FIERROS | █               | █          | █               | █          |
| METALCENTER      | █               | █          | █               | █          |
| <b>TOTAL</b>     | █               | █          | █               | █          |

Fuente: Información aportada por la intervinientes y por los competidores en respuesta a requerimiento de información obrante a folio 177 a 306.

El mercado de rollos corrugados presentó entre 2011 y 2012 un decrecimiento en sus ventas █%. Sin embargo, se evidencia que en ambos periodos la empresa GYJ FERRETERÍAS ha venido participando con la mayor cuota de mercado, con el █% y el █% respectivamente.

Por su parte, CYRGO, con cuotas de mercado del █% en el año 2011 y █% en 2012, actúa como el segundo agente comercializador, seguido por AGOFER quien llegó al █% en 2012. Los demás participantes muestran cuotas de mercado inferior, pero con suficiente nivel competitivo, haciendo de éste un mercado dinámico y lo suficientemente competitivo, por lo que la integración proyectada no incide de manera negativa en términos de competencia.

Rad. No. 13001126

8.5.2.3 Mercado de alambón trefilable

**Tabla No. 15**  
**Participación ventas a diciembre de los años 2011 y 2012**

| EMPRESA          | VENTAS AÑO 2011 | % AÑO 2011 | VENTAS AÑO 2012 | % AÑO 2012 |
|------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| GYJ FERRETERÍAS  | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| AGOFER           | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| FER. LOS FIERROS | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| FAJOBE           | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| CYRGO S.A.       | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| <b>TOTAL</b>     | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |

Fuente: Información aportada por la intervinientes y por los competidores en respuesta a requerimiento de información obrante a folio 177 a 306.

En el mercado de alambón trefilable se observa una situación a destacar, y es la relacionada con la alta participación de GYJ FERRETERÍAS, empresa que alcanzó en 2011 ventas del ██████%, e incrementó las mismas a ██████% en 2012.

Por su parte, CYRGO, que en 2011 no registra ventas, sí lo hace en 2012, donde apenas llegó al ██████% del total, y donde además hay otro competidor como AGOFER, que con el ██████% de las ventas en el último periodo, se convierte en una opción importante para los consumidores del producto. Por lo anterior, se puede concluir que la operación proyectada no generará alteraciones de ninguna forma que puedan influir en el desarrollo normal del mercado.

8.5.2.4 Mercado de perfiles industriales

**Tabla No. 16**  
**Participación ventas a diciembre de los años 2011 y 2012**

| EMPRESA          | VENTAS AÑO 2011 | % AÑO 2011 | VENTAS AÑO 2012 | % AÑO 2012 |
|------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| HIERR. ANOMAR    | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| GYJ FERRETERÍAS  | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| SODIMAC COL.     | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| CYRGO S.A.       | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| AGOFER           | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| FAJOBE           | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| FER. LOS FIERROS | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| FER. TAMA S.A.   | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| METALCENTER      | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| METAZA           | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| FERR. IMPERIAL   | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| FER. ARGENTINA   | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |
| <b>TOTAL</b>     | ██████████      | ██████████ | ██████████      | ██████████ |

Fuente: Información aportada por la intervinientes y por los competidores en respuesta a requerimiento de información, obrante a folios 177 a 306

Rad. No. 13001126

El mercado de perfiles industriales se caracteriza por el alto número de agentes comercializadores, que han venido actuando de una manera muy uniforme, pero donde se detectan algunas modificaciones en sus cuotas de participación, no incidentes en la estructura del mismo.

La compañía HIERROS ANTOMAR viene ubicándose como líder del mercado en los dos últimos años, seguido de JYG FERRETERÍAS, que aunque perdió un 3% de ventas en el año 2012, continúa como segundo, y SODIMAC, que logró un crecimiento del █% en éste último año, sigue ubicado como el tercer agente del mercado.

Por su parte, CYRGO, al pasar del █% al █% en el año 2012, queda en el cuarto puesto, seguido de varios competidores que conforman un mercado altamente atomizado y contestable, con empresas lo suficientemente fuertes que compiten de manera efectiva, contrarrestando cualquier acción que pudiera tomar CYRGO después de la operación.

Por tanto, no hay evidencia de una posible modificación en el mercado que conlleve a una indebida restricción de la libre competencia en la comercialización de perfiles industriales.

8.5.2.5 Mercado de malla electrosoldada

**Tabla No. 17**  
**Participación ventas a diciembre de los años 2011 y 2012**

| EMPRESA          | VENTAS AÑO 2011 | % AÑO 2011 | VENTAS AÑO 2012 | % AÑO 2012 |
|------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| JYG FERRETERÍAS  | █               | █          | █               | █          |
| SODIMAC COL.     | █               | █          | █               | █          |
| CYRGO S.A.       | █               | █          | █               | █          |
| AGOFER           | █               | █          | █               | █          |
| HIERR. ANTOMAR   | █               | █          | █               | █          |
| DEPOS. SAN PIO   | █               | █          | █               | █          |
| FER. TAMA S.A.   | █               | █          | █               | █          |
| FER. LOS FIERROS | █               | █          | █               | █          |
| METALCENTER      | █               | █          | █               | █          |
| FER. ARGENTINA   | █               | █          | █               | █          |
| METAZA           | █               | █          | █               | █          |
| <b>TOTAL</b>     | █               | █          | █               | █          |

Fuente: Información aportada por la intervinientes y por los competidores en respuesta a requerimiento de información, obrante a folios 177 a 306.

En este segmento se observa que la empresa JYG FERRETERÍAS, con ventas del █% en 2011 y del █ en 2012, se consolida como el líder del mercado, seguido lejanamente por SODIMAC, CYRGO. Existen otros competidores que con sus cuotas de participación tienen la capacidad de ejercer competencia efectiva en el mercado, por lo que se puede indicar que en este segmento no se vislumbran

Rad. No. 13001126

situaciones que atenten contra la libre competencia en el mercado como consecuencia de la operación.

8.5.2.6 Mercado de alambre negro

**Tabla No. 18**  
**Participación ventas a diciembre de los años 2011 y 2012**

| EMPRESA          | VENTAS AÑO 2011 | % AÑO 2011 | VENTAS AÑO 2012 | % AÑO 2012 |
|------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| GYJ FERRETERÍAS  |                 |            |                 |            |
| HIERR. AN TOMAR  |                 |            |                 |            |
| CYRGO S.A.       |                 |            |                 |            |
| FAJOBÉ           |                 |            |                 |            |
| AGOFER           |                 |            |                 |            |
| SODIMAC COL.     |                 |            |                 |            |
| FER. TAMA S.A.   |                 |            |                 |            |
| FER. ARGENTINA   |                 |            |                 |            |
| FER. LOS FIERROS |                 |            |                 |            |
| METALCENTER      |                 |            |                 |            |
| <b>TOTAL</b>     |                 |            |                 |            |

Fuente: Información aportada por la intervinientes y por los competidores en respuesta a requerimiento de información, obrante a folios 17 a 306

El mercado de alambre negro ha mostrado algunos movimientos en su estructura en los dos últimos años. Se observa que la empresa GYJ FERRETERÍAS viene de participar en el año 2011 con una cuota [REDACTED]%, pasando a una cuota del [REDACTED]% en el año 2012, consolidándose como líder del mercado. Por otra parte, la empresa HIERROS AN TOMAR, experimenta un gran crecimiento, al pasar del [REDACTED]% al [REDACTED]% entre año y año. CYRGO se mantuvo muy similar en ambos periodos, mientras que los demás competidores, sufrieron pequeños decrecimientos en sus ventas, lo que podría explicar el aumento de HIERROS AN TOMAR.

En general, se deduce que este mercado muestra un nivel de competencia efectivo, y la resultante de la operación impondría condiciones negativas en el mercado de comercialización de este producto, por lo que ha de entenderse que no hay preocupación en términos de competencia.

8.5.2.7 Mercado de grafil

**Tabla No. 19**  
**Participación ventas a diciembre de los años 2011 y 2012**

| EMPRESA | VENTAS AÑO 2011 | % AÑO 2011 | VENTAS AÑO 2012 | % AÑO 2012 |
|---------|-----------------|------------|-----------------|------------|
|         |                 |            |                 |            |
|         |                 |            |                 |            |
|         |                 |            |                 |            |
|         |                 |            |                 |            |

*Por la cual se aprueba una operación de integración*

VERSION PÚBLICA

Rad. No. 13001126

|                  |  |  |  |  |
|------------------|--|--|--|--|
| FER. LOS FIERROS |  |  |  |  |
| METALCENTER      |  |  |  |  |
| SODIMAC COL.     |  |  |  |  |
| FER. ARGENTINA   |  |  |  |  |
| <b>TOTAL</b>     |  |  |  |  |

Fuente: Información aportada por la intervinientes y por los competidores en respuesta a requerimiento de información, obrante a folios 177 a 306.

Como se observa en la Tabla 19, en el segmento de comercialización de grafil en los dos últimos años, GYJ FERRETERÍAS se ha consolidado como la principal empresa en el mercado, toda vez que en 2011 alcanzó ventas correspondientes al █% del total, y en 2012 incrementó su cuota al █%. Por su parte, AGOFER perdió mercado en 2012, al disminuir sus ventas en █ aproximadamente, contrario a lo ocurrido por AN TOMAR, al aumentar █ entre periodo y periodo.

Respecto de CYRGO debe indicarse que se ubica entre los puestos intermedios con una cuota del 13,5% en 2012, también muestra una caída del 3% frente al año anterior.

En general, este es un mercado donde se observa un número importante de competidores que conllevan a propender por una mayor competencia en la comercialización, y donde no hay probabilidad que CYRGO, interviniente en la operación, pueda entrar a imponer alguna condición restrictiva en el mercado.

**8.5.3 Índices de concentración HHI**

Del análisis del HHI respecto de la comercialización en cada uno de los mercados analizados, se describe lo siguiente, de acuerdo a la tabla No. 20.

**Tabla No. 20**  
**Índices de concentración HHI**

| MERCADO               | HHI 2012 |
|-----------------------|----------|
| BARRAS CORRUGADAS     |          |
| ROLLOS CORRUGADOS     |          |
| ALAMBRON TREFILABLE   |          |
| PERFILES INDUSTRIALES |          |
| MALLA ELECTROSOLDADA  |          |
| ALAMBRE NEGRO         |          |
| GRAFIL                |          |

Fuente: Información de ventas aportado por los competidores e intervinientes en respuesta a requerimiento de información. Cálculos SIC

La mayoría de los segmentos se desarrollan de manera competitiva en el mercado. Dado que ésta es una operación donde no hay modificaciones estructurales como consecuencia de la misma, el nivel de concentración HHI antes y después de la integración no varía. No obstante, es importante destacar que en mercado de ALAMBRÓN TREFILABLE se detecta un nivel muy alto de concentración, el cual está dado por la alta participación, █%, de GYJ FERRTERÍAS, y otros segmentos

Rad. No. 13001126

como ROLLOS CORRUGADOS y MALLA ELECTROSOLDADA, donde ocurre algo similar. Sin embargo, esto no afecta la operación, puesto que CYRGO ostenta participaciones muy competitivas frente a sus competidores.

A excepción del mercado de PERFILES INDUSTRIALES, los mercados analizados se caracterizan por ser altamente concentrados.

### 8.6 Relación de Ventas de DIACO frente a lo comercializado por CYRGO

Del total de ventas efectuadas por DIACO a todos los grandes distribuidores mayoristas durante los últimos dos años, una parte de ellas fueron comercializadas por CYRGO. A continuación se ilustra la relación Productor-Comercializador.

Tabla No. 21  
Ventas de DIACO al año 2012

| MERCADO               | VENTAS DIACO AÑO 2012 | COMERCIALIZADO CYRGO 2012 | % DE CYRGO |
|-----------------------|-----------------------|---------------------------|------------|
| BARRAS CORRUGADAS     |                       |                           |            |
| ROLLOS CORRUGADOS     |                       |                           |            |
| ALAMBRE TREFILABLE    |                       |                           |            |
| PERFILES INDUSTRIALES |                       |                           |            |
| MALLA ELECTROSOLDADA  |                       |                           |            |
| ALAMBRE NEGRO         |                       |                           |            |
| GRAFIL                |                       |                           |            |

Fuente: Información de DIACO en respuesta a requerimiento de información, Cálculos SIC.

Como se aprecia en la tabla 21, la empresa CYRGO como comercializador de los productos objeto de la operación que produce y vende DIACO, no tiene un poder fortalecido en el mercado, a excepción de los productos de ALAMBRE NEGRO y GRAFIL. En el primero comercializa % del total que provee DIACO al mercado nacional, y del segundo el %.

Es importante aclarar que del mercado de ALAMBRE NEGRO, las ventas de DIACO fueron sólo de 1.000 toneladas, dado que por información de esta empresa, no son productores de este tipo de materiales, el cual es comprado a PROALCO.

#### 8.6.1 Análisis sobre los competidores de DIACO

Algunos de los mayores competidores de DIACO son las empresas FERRASA y ALMASA, dedicadas en gran parte a la producción e importación de los productos referidos en la operación, varios de los cuales son distribuidos también a CYRGO y a sus principales competidores para su posterior comercialización en Colombia, tal como se ilustra a continuación:

Rad. No. 13001126

**8.6.1.1 FERRASA**

FERRASA es una de las empresas líderes de acero en Colombia y actúa en todas las etapas de la cadena del acero, como siderúrgicos, transformadores y comercializadores.

Algunos de los principales productos que fabrica y comercializa la empresa son: alambre negro, alambres, alambrón, ángulos, barras corrugadas, barras cuadradas, barras grafiladas, barras lisas, canales, chipa, flejes, hierro figurado, lámina alfajor, lámina caliente o "hot rolled", lámina colaborante, lámina fría o "cold rolled", lámina galvanizada, malla eslabonada, malla electrosoldada, perfiles, perlines, platinas, teja de zinc, tubería cerramiento, tubería conduit, tubería estructural, tubería galvanizada, tubería mecánica, tubería negra, vigas, antisísmicas, puertas de seguridad, metalmecánica, cerramientos y cercas.

Como se observa en la tabla 21, FERRASA fabrica y comercializa al por mayor, y distribuye a diversas de las grandes ferreterías y comercializadores los mismos productos de DIACO, por lo que es evidente que los competidores de CYRGO cuenten con más opciones para adquirir sus productos, en caso que, de consolidarse la operación analizada, DIACO quisiera entrar a imponer algunas condiciones en la comercialización.

FERRASA se convierte en una gran opción para que los competidores de CYRGO en el mercado de la comercialización de cada uno de los segmentos analizados objeto de la operación, puedan obtener de manera factible los productos en caso que DIACO quisiera entrar a imponer condiciones en su mercado de comercialización.

**Tabla No. 22**  
**Ventas y Clientes principales de FERRASA – Año 2012**

| MERCADO           | VENTAS \$ FERRASA AÑO 2012 | EMPRESA COMERCIALIZADORA | PROMEDIO COMPRA/MES (TONELADAS) |
|-------------------|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| BARRAS CORRUGADAS | [REDACTED]                 | [REDACTED]               | [REDACTED]                      |
|                   |                            | TOTAL                    | [REDACTED]                      |
| ROLLOS CORRUGADOS | [REDACTED]                 | [REDACTED]               | [REDACTED]                      |
|                   |                            | TOTAL                    | [REDACTED]                      |

Rad. No. 13001126

|                       |            |            |            |
|-----------------------|------------|------------|------------|
| ALAMBRON TREFILABLE   | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
|                       |            | TOTAL      | [REDACTED] |
| PERFILES INDUSTRIALES | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
|                       |            | TOTAL      | [REDACTED] |
| MALLA ELECTROSOLDADA  | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
|                       |            | TOTAL      | [REDACTED] |
| ALAMBRE NEGRO         | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
|                       |            | TOTAL      | [REDACTED] |
| GRAFIL                | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
|                       |            | TOTAL      | [REDACTED] |

Fuente: Información aportada por FERRASA en respuesta a requerimiento, Cálculos SIC, obrante a folios 255 a 264.

#### 8.6.1.2 ALAMBRES Y MALLAS S.A. (ALMASA)

ALMASA está integrada por tres centros de producción ubicados en Bogotá y Barranquilla, donde viene participando en el mercado local y regional por espacio de 47 años. Desarrolla actividades de laminación, figuración y trefilación<sup>19</sup>.

En la tabla 23 se ilustra la participación por valor en compras de algunos de los principales comercializadores de los productos de ALMASA, que a su vez muestra que esta empresa se convierte en uno de los más importantes competidores de DIACO, puesto que distribuye también a CYRGO y a sus principales competidores y

<sup>19</sup> <http://www.almasa.com.co/index.php?optio>

Rad. No. 13001126

a otras empresas, ya sea para su posterior comercialización o consumo directo, como es el caso de algunas grandes constructoras.

Así las cosas, los competidores de CYRGO cuentan con variedad de opciones donde adquirir el producto en caso de que la resultante de la operación quisiera entrar a imponer condiciones en la comercialización de los productos objeto de la operación en el mercado analizado.

**Tabla No. 23**  
**Ventas y Clientes principales de ALMASA – Año 2012**

| MERCADO              | VENTAS \$<br>ALMASA<br>AÑO 2012 | EMPRESA<br>COMERCIALIZADORA | PROMEDIO<br>COMPRA/MES<br>(KILOS) |
|----------------------|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| BARRAS CORRUGADAS    | [REDACTED]                      | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | TOTAL                       | [REDACTED]                        |
| ROLLOS CORRUGADOS    | [REDACTED]                      | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | TOTAL                       | [REDACTED]                        |
| ALAMBRON TREFILABLE  | [REDACTED]                      | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | TOTAL                       | [REDACTED]                        |
| MALLA ELECTROSOLDADA | [REDACTED]                      | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | TOTAL                       | [REDACTED]                        |
| ALAMBRE NEGRO        | [REDACTED]                      | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | TOTAL                       | [REDACTED]                        |
| GRAFIL               | [REDACTED]                      | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | [REDACTED]                  | [REDACTED]                        |
|                      |                                 | TOTAL                       | [REDACTED]                        |

Fuente: Información aportada por FERRASA en respuesta a requerimiento, Cálculos SIC, obrante a folios 303 a 306.

Rad. No. 13001126

Existen otras grandes productoras de los productos analizados, como es el caso de SIDENAL, consolidada como una de las principales y más modernas empresas productoras de acero del país, quien suministra productos de acero sismo-resistente al sector de la construcción y la industria metalmecánica con altos niveles de calidad. Cuenta con una capacidad de producción anual [REDACTED] toneladas, una mano de obra de [REDACTED] empleados y un área de terreno de [REDACTED] metros cuadrados, de los cuales [REDACTED] metros cuadrados son área construida. Adicionalmente, la empresa cuenta con una planta automatizada para figuración y corte de acero, cuya capacidad instalada es de [REDACTED] toneladas al año<sup>20</sup>, donde se encuentra que participa de manera importante en el mercado de barras corrugadas, mallas electrosoldadas, entre otras.

**NOVENO:** Evaluada la información relevante respecto de la operación objeto del presente estudio, este Despacho puede concluir que:

- La operación informada daría lugar a una integración de tipo vertical en el mercado de producción y comercialización de materiales de construcción de acero que no cambia significativamente las condiciones de participación en el mercado de ninguna de las empresas.
- No se espera que la estructura del mercado, tanto en la producción de acero y de los productos referidos en el estudio, como en su comercialización, sufra algún tipo de modificación ya que, en ambos mercados, existen competidores que podrían contrarrestar intentos por parte de las intervinientes de restringir la oferta o aplicar condiciones discriminatorias a empresas que no hacen parte de la integración proyectada.
- En cuanto a DIACO, si bien tiene participaciones importantes en algunos mercados, en todos ellos encuentra contestabilidad por parte de otros agentes, dado que existen productores alternativos como FERRASA, SIDENAL y otros agentes importantes en el sector, que tienen la suficiente capacidad para atender la demanda de producción actual y potencial.
- Sobre la comercialización de los productos, se detectó que es un mercado altamente atomizado, con la participación de un alto número de agentes que compiten de manera efectiva ante CYRGO, interviniente en la operación, lo cual permite concluir que esta empresa no tendría posibilidad alguna de imponer condiciones en el mercado donde los consumidores tienen variedad de opciones donde demandar los productos.
- A partir del análisis de la integración, tal y como está proyectada y de las condiciones actuales de este mercado, esta Superintendencia concluye que no existe evidencia de efectos restrictivos a la competencia en los mercados donde participan las intervinientes.

<sup>20</sup> [http://www.sidenal.com.co/kawazu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=91&Itemid=](http://www.sidenal.com.co/kawazu/index.php?option=com_content&view=article&id=91&Itemid=)

Rad. No. 13001126

En mérito de lo expuesto en este documento, este Despacho:

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO:** No objetar ni someter a condicionamientos la integración empresarial proyectada entre las empresas **DIACO S.A.** y **CYRGO S.A.**

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar personalmente el contenido de la presente Resolución a **DIACO S.A.** y a **CYRGO S.A.**, entregándoles copia de la misma e informándole que contra el presente acto procede recurso de reposición, el cual deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

**NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.**

Dada en Bogotá, D.C., a los **23** MAYO 2013

El Superintendente de Industria y Comercio,

  
**PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO**

Notificación:

Doctor

**ANDRES JARAMILLO HOYOS**

C.C. 7.562.626

Apoderado Especial

DIACO S.A. Nit 891800111-5

SYRGO S.A. Nit 860009694-2

Calle 72 N° 6 - 30 P 12

Fax: 3104715

Elaboró: Martín Segura.

Revisó: Melba Castro, Carolina Liévano, Miguel de Quinto.

Aprobó: Germán Bacca, Felipe Serrano