



DETERMINACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE EN BOLIVIA: UN ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS RESOLUCIONES DE LA AUTORIDAD DE FISCALIZACIÓN DE EMPRESAS (AEMP)

Emil Jung

Determinación del Mercado Relevante en Bolivia: un análisis crítico de las resoluciones de la Autoridad de Fiscalización de Empresas (AEMP)*

Agosto 2025



Emil Jung

Abogado graduado de la Universidad Privada Boliviana. Cuenta con un título de Maestría LLM (Master of Laws) en Análisis Económico del Derecho, emitido de manera conjunta por la Universidad Erasmo de Rotterdam y la Universidad de Hamburgo; además, posee otro título de Maestría MA (Master of Arts) sobre el mismo tema, otorgado por la Universidad de Viena. Actualmente, es Asociado Senior en el estudio Dentons Guevara & Gutiérrez. Su práctica se enfoca principalmente en defensa de la competencia.

Resumen: Este artículo examina el enfoque metodológico de la Autoridad de Fiscalización de Empresas (AEMP) para la determinación del mercado relevante en investigaciones sobre conductas anticompetitivas relativas en Bolivia. A partir del análisis de once resoluciones administrativas emitidas entre 2011 y 2021, se identifica una aplicación parcial e inconsistente de los criterios establecidos en el artículo 12 de la Resolución Ministerial N.º 190. Si bien en varios casos se recurre al examen SSNIP, el resto de los elementos normativos (e.g. los costos de distribución, las restricciones normativas y el acceso a mercados alternativos) son frecuentemente ignorados o abordados de forma superficial. Destaca particularmente el caso RA/AEMP/DTDCDN/Nº040/2021, donde, pese a reconocerse la existencia de un mercado de dos lados, no se empleó ninguna herramienta econométrica para analizar la sustituibilidad desde la perspectiva de cada lado de la demanda. El estudio concluye que, si bien existen avances cualitativos en algunas resoluciones, la falta de rigor técnico y la ausencia de herramientas econométricas como los exámenes SSNIP o *Elzinga-Hogarty limitan* la solidez del análisis de la AEMP, comprometiendo la coherencia y legitimidad del régimen boliviano de competencia.

Abstract: This article examines the methodological approach adopted by Bolivia's Competition Authority (AEMP) for defining the relevant market in investigations concerning relative anticompetitive practices. Based on an analysis of eleven administrative resolutions issued between 2011 and 2021, the study reveals a partial and inconsistent application of the criteria set forth in Article 12 of Ministerial Resolution No. 190. While the SSNIP test is employed in several cases, other legally mandated elements (e.g. distribution costs, regulatory restrictions, and access to alternative markets) are often overlooked or superficially addressed. Notably, in case RA/AEMP/DTDCDN/Nº040/2021, despite recognizing the existence of a two-sided market, no econometric tools were applied to assess substitutability from either side of demand. The analysis concludes that, although certain qualitative improvements are evident, the absence of rigorous technical tools such as the SSNIP and the *Elzinga-Hogarty* test undermines the robustness of AEMP's market definitions, ultimately affecting the consistency and legitimacy of Bolivia's competition enforcement regime.

* Dentons, empleador de Emil Jung, ha participado en los casos asociados a las Resoluciones Administrativas RA/AEMP/DTDCDN/Nº116/2011, RA/AEMP/Nº094/2015, RA/AEMP/DTDCDN/Nº0118/2015, RA/AEMP/DTDCDN/Nº049/2016 y RA/AEMP/DTDCDN/Nº94/2018, que se mencionan en el artículo

I. INTRODUCCIÓN

En líneas generales, las normas antimonopolio aplicables al mercado boliviano pueden encontrarse en la Ley del Sistema de Regulación Sectorial No. 1.600 y el Decreto Supremo No. 29.519 (i.e. DS 29.519). Específicamente, la Ley No. 1.600 contiene regulaciones propias al *sector regulado* (i.e. empresas asociadas al rubro de telecomunicaciones, intermediación financiera, transportes o hidrocarburos), mientras que las previsiones del DS 29.519 están orientadas al *sector no regulado* (i.e. todas las demás empresas, que no son parte del *sector regulado*).

El DS 29.519, propio al *sector no regulado*, distingue entre conductas anticompetitivas absolutas y relativas (artículos 10 y 11 del Decreto). Las primeras son aquellas asociadas a la cartelización de empresas (e.g. fijación de precios, segmentación de mercados, etc.) y en Bolivia están prohibidas *per se*. En otras palabras, las autoridades no aceptan justificación alguna de los agentes que hayan incurrido en ellas (e.g. eficiencias, beneficios al consumidor, etc.).

Por su parte, las conductas anticompetitivas relativas son aquellas que están asociadas al abuso de posición dominante en el mercado. Específicamente, el artículo 11 del DS 29.519 señala que son conductas anticompetitivas relativas: (i) los acuerdos de exclusividad, (ii) la fijación de precios de reventa, (iii) la venta o compra condicionada, (iv) el rehusarse a vender, (v) el boicot, (vi) los precios predatorios, (vii) los incentivos condicionados, (viii) los subsidios cruzados, (ix) la discriminación de precios y (x) incrementar los costos de los competidores, obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda de los competidores. Debe notarse que las conductas anticompetitivas relativas solo pueden ser calificadas como tales cuando su “[...] objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso, establecer ventajas exclusivas a favor de una o varias personas” (DS 29.519, Art. 11).

Además, según el artículo 11 de la Resolución Ministerial No. 190 (Ministerio de Producción y Microempresa, 2008), las conductas anticompetitivas relativas son sancionables solo cuando:

- El presunto responsable tiene poder sustancial en el **mercado relevante**; y
- La conducta fue realizada con respecto a bienes o servicios que corresponden a **dicho mercado**.

Tomando en cuenta lo anterior y en vistas a que la Autoridad de Fiscalización de Empresas (AEMP) es la encargada de investigar y sancionar las conductas anti-competitivas relativas en Bolivia, surge la siguiente pregunta: ¿Qué criterios determinan el mercado relevante, a ojos de la AEMP?

En miras a resolver esta cuestión, a continuación encontrarán el análisis de todas y cada una de Resoluciones Administrativas emitidas por la AEMP en el marco de sus investigaciones sobre conductas anticompetitivas, en las cuales esta autoridad determinó el mercado relevante para casos específicos, por primera vez, en el marco de cada proceso.

1. Análisis

Antes de adentrarnos en cada una de la Resoluciones Administrativas que corresponden al caso que nos ocupa, es necesario comenzar señalando que, según el artículo 12 de la Resolución Ministerial No. 190, la AEMP debe considerar los siguientes criterios para determinar el mercado relevante:

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

2. Los costos de distribución del bien mismo; de sus insumos relevantes; de sus complementos y sustitutos desde otras regiones y del extranjero, teniendo en cuenta fletes, seguros, aranceles y restricciones no arancelarias, las restricciones impuestas por los agentes económicos o por sus asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones;
3. Los costos y probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados; y
4. Las restricciones normativas de carácter local, departamental, nacional o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos.

Dicho esto, a continuación, se analizan las Resoluciones Administrativas emitidas por la AEMP en el marco de sus investigaciones sobre conductas anticompetitivas, en las cuales esta autoridad determinó el mercado relevante para casos específicos, por primera vez, en el marco de cada proceso.

2.1. RA/AEMP/DTDCDN/N°116/2011

El 1 de diciembre de 2011, la AEMP emitió la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°116/2011, que marcaba el inicio de las investigaciones de esta autoridad en contra de una empresa que ofrecía oxígeno en el mercado local, por haber, supuestamente, incurrido en discriminación de precios, entre otros cargos (AEMP, 2011).

En esta ocasión, la AEMP se limitó a determinar el mercado relevante en base a:

- El examen SSNIP (AEMP, 2011, págs. 8 - 9);
- Las funciones del producto que comercializaba el agente acusado que, a juicio de la AEMP, eran tan restringidas que hacían imposible la existencia de sustitutos (AEMP, 2011, págs. 22 - 23); y
- Las regiones en donde el acusado realizaba actividades de comercialización, así como los lugares en donde se encontraban sus plantas de producción, a título de evidenciar el mercado geográfico.

En este sentido, la AEMP consideró de cierta forma los sustitutos de los bienes ofrecidos por el agente investigado (i.e. a través del test SSNIP), cumpliendo así con lo dispuesto en el numeral 1 del artículo 12 de la Resolución Ministerial N.º 190. No obstante, los demás criterios establecidos en la normativa parecen no haber sido adecuadamente desarrollados en la resolución, ya sea parcial o completamente.

En efecto, la AEMP no examinó en ningún momento: (i) los costos de distribución del bien en cuestión, de sus insumos relevantes, de sus productos complementarios o sustitutos, tanto a nivel nacional como internacional; (ii) los costos y la viabilidad que enfrentan los consumidores o usuarios para acceder a otros mercados; ni (iii) las restricciones normativas que puedan limitar el acceso de los consumidores a fuentes de abastecimiento alternativas, o el de los proveedores a una clientela distinta.

Asimismo, resulta notorio que, al definir el mercado geográfico del producto —como parte del mercado relevante—, la AEMP se refirió de manera escueta a los lugares en donde el agente acusado realizaba su actividad comercial y donde se encontraban sus plantas de producción. Lo anterior parece inadecuado e insuficiente para respaldar las conclusiones de la AEMP, con respecto al mercado geográfico. Lo anterior, particularmente, en vistas a que hay herramientas econométricas específicas para tales fines (e.g. el test de *Elzinga-Hogarty*)

2.2. RA/AEMP/DTDCDN/N°104/2012

La AEMP inició investigaciones a una empresa que ofrecía leche en el mercado local, a través de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°104/2012, de 28 de septiembre de 2012, por haber incurrido, supuestamente, en discriminación de precios (AEMP, 2012).

Sorprendentemente, en esta ocasión la AEMP no consideró ninguno de los elementos previstos por el Art. 12 de RM 190. En efecto, la autoridad simple y llanamente determinó el Mercado Relevante (i.e. el mercado producto y el mercado geográfico), sin hacer referencia alguna a la evidencia, cualitativa o cuantitativa, que sustentó su determinación (AEMP, 2012, págs. 14 - 15)

2.3. RA/AEMP/N°118/2012

Con la Resolución Administrativa RA/AEMP/N°118/2012, de 30 de noviembre de 2012, AEMP sancionó a una empresa que comercializaba tabaco por haber incurrido, supuestamente, en acuerdos de exclusividad (AEMP, 2012). Si bien la AEMP afirma haber determinado el mercado relevante con la Resolución que dio inicio a las investigaciones en este caso (AEMP, 2012), es en extremo difícil identificar cuándo y cómo lo hizo, ya que no hay alusiones expresas al tema en dicha resolución¹.

Quizás, lo anterior explique por qué la determinación del mercado relevante fue un punto de debate ampliamente tratado en la Resolución donde se determinó la sanción del caso². En efecto, en dicha Resolución la AEMP esclareció que el mercado relevante fue determinado, para la ocasión, tomando en cuenta:

- Las regiones en donde el acusado realizaba actividades de comercialización y los precios homogéneos que aplicaba dichas regiones, a título de evidenciar el mercado geográfico (AEMP, 2012, págs. 28 - 29);
- Una suerte de examen de *Elzinga-Hogarty*, para confirmar lo anterior, que cotejaba el consumo de ciertos productos manufacturados dentro del país, en relación con otros importados. (AEMP, 2012, pág. 30);
- La supuesta ausencia de sustitutos para el producto que producía el agente acusado, en el entendido que incluía un ingrediente en particular (AEMP, 2012, págs. 30 - 32); y
- Un examen SSNIP para confirmar lo anterior (AEMP, 2012, pág. 30 - 31).

Al igual que en el apartado anterior, se observa que, si bien la AEMP aplicó parcialmente el test SSNIP para considerar sustitutos, no abordó adecuadamente los demás criterios exigidos por el artículo 12 de la Resolución Ministerial N.º 190 (e.g. los costos de distribución del bien objeto de la investigación).

2.4. RA/AEMP/DTDCDN/N°081/2015

Mediante la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°081/2015, de 8 de mayo de 2015, la AEMP inició investigaciones a cinco empresas locales que producían azúcar por haber, supuestamente, incurrido en discriminación de precios, entre otros cargos (AEMP, 2015).

En esta ocasión, la AEMP determinó el Mercado Relevante haciendo alusión a:

- La elasticidad precio de la demanda del producto objeto de la investigación, determinada por estudios asociados a países extranjeros (AEMP, 2015, pág. 8);

¹ Al respecto, véase la Resolución Administrativa RA/AEMP/N°102/2012, de 18 de septiembre de 2012.

² Por ejemplo, véase las páginas 6 a 12 y 28 a 32 de la Resolución Administrativa RA/AEMP/N°118/2012, de 30 de noviembre de 2012.

- La amplia diferencia de precios entre el producto ofertado por el acusado, y sus potenciales sustitutos (AEMP, 2015, pág. 9);
- Un test SSNIP para confirmar la ausencia de sustitutos en el mercado (AEMP, 2015, págs. 9 - 11);
- El comportamiento histórico de empresas que podrían considerarse como potenciales competidores, debido a que operan en un mercado aledaños (AEMP, 2015, págs. 12 - 13); y
- Una suerte de examen de Elzinga-Hogarty y un test de correlación de precios, a título de determinar el mercado geográfico del caso (AEMP, 2015, págs. 13 - 14).

Tomando en cuenta lo anterior, se repite en este caso el hecho de que la AEMP abordó de cierta forma los sustitutos de los bienes ofrecidos por el agente investigado y, sin embargo, dejó de lado todos los demás criterios establecidos por el artículo 12 de la Resolución Ministerial N.º 190 (e.g. los costos de distribución del bien objeto de la investigación).

2.5. RA/AEMP/DTDCDN/Nº094/2015

Mediante la Resolución Administrativa RA/AEMP/Nº094/2015, de 25 de mayo de 2015, la AEMP concluyó sus investigaciones contra una empresa que comercializaba bebidas en el mercado local, por haber incurrido, supuestamente, en acuerdos de exclusividad y venta condicionada, entre otros cargos (AEMP, 2015).

En su momento, la AEMP determinó el mercado relevante del caso haciendo referencia a:

- El examen SSNIP, basado en incrementos superiores al 5% sobre el precio (AEMP, 2015, págs. 16 - 18);
- Cierta análisis de correlación de precios de distintos productos (AEMP, 2015, págs. 19 - 20); y
- Una descripción sucinta de los canales de distribución del agente acusado, basado en información proporcionada por este último (AEMP, 2015, págs. 20 - 21).

En ese sentido, resulta evidente que la AEMP sopesó los sustitutos de bienes ofertados por el agente acusado (i.e. a través del examen SSNIP), cumpliendo así con el numeral 1 del artículo 12 de la Resolución Ministerial No. 190. Sin embargo, todos los demás criterios previstos por ley parecen no haber sido desarrollados apropiadamente en esta resolución, de una forma u otra.

Asimismo, salta a la vista que, al momento de definir el mercado geográfico del producto, como elemento del mercado relevante, la AEMP hizo referencia nuevamente al examen SSNIP, obviando recurrir a otras herramientas econométricas que bien podrían servir también para este fin (e.g. el examen de *Elzinga-Hogarty*).

2.6. RA/AEMP/DTDCDN/Nº0118/2015

La Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/Nº0118/2015, de 14 de julio de 2015, dio lugar al inicio investigaciones contra una empresa que comercializaba bebidas en el mercado local. En este caso, la investigación sucedía porque dicha empresa habría incurrido, supuestamente, en (i) precios predatorios, (ii) discriminación de precios y (iii) reducir la demanda de los competidores (AEMP, 2015).

En esta ocasión, la AEMP determinó el Mercado Relevante haciendo referencia a:

- Estudios realizados en el extranjero que, supuestamente, confirman que la inelasticidad del bien que producía la empresa bajo investigación (AEMP, 2015, pág. 9);

- La diferencia entre los precios del bien que producía el acusado y otros que, a ojos de la AEMP, podrían considerarse como sustitutos (AEMP, 2015, pág. 10 - 11);
- Ciertos estudios realizados que pretendían demostrar que era improbable que otras empresas entren al mercado del agente acusado, ante un incremento del 81% en los precios del mercado. Esto, a fin de demostrar que había pocas probabilidades de sustitución del lado de la oferta (AEMP, 2015, pág. 12 - 13); y
- Una descripción sucinta acerca de los lugares donde el acusado realizaba sus actividades, a título de evidenciar el mercado geográfico (AEMP, 2015, pág. 13 - 14).

Al respecto, vale la pena mencionar que los estudios que confirman la inelasticidad del bien parecen ser irrelevantes al caso, dado que no están relacionados intrínsecamente al mercado boliviano y a sus consumidores. Por lo tanto, resulta difícil argumentar que estos sean pertinentes para confirmar el mercado relevante, en este caso.

De manera similar, no parece razonable que la AEMP haya determinado que ciertos productos no son sustitutos al bien ofrecido por el agente acusado en base a la diferencia de precios de estos. Particularmente, dado que no es posible generalizar el comportamiento de los consumidores en base a ese hecho, simplemente. En líneas generales, quizás hubiese sido recomendable que la autoridad recurriera a alguna herramienta econométrica para determinar la sustituibilidad entre productos, como ser el examen SSNIP.

Por otro lado, determinar el mercado geográfico en base a una simple descripción de las localizaciones donde realiza su actividad el agente acusado parece un sinsentido. Esto último, especialmente, si tomamos en cuenta que existen herramientas diseñadas para este fin, como el examen de *Elzinga-Hogarty*.

Por todo lo expuesto anteriormente, es posible concluir que la autoridad no presentó argumentos suficientes con el objetivo de cumplir con lo previsto por el Art. 12, numeral "1." de la RM 190 (i.e. existencia de sustitutos al bien ofrecido por el agente acusado). Más aún, la autoridad parece no haber desarrollado, en forma alguna, lo previsto por los demás numerales de aquel artículo.

2.7. RA/AEMP/N°127/2015

En virtud de la Resolución Administrativa RA/AEMP/N°127/2015, de 3 de agosto de 2015, la AEMP inició investigaciones a una empresa que vendía productos farmacéuticos en el mercado local, por haber incurrido, supuestamente, en discriminación de precios (AEMP, 2015).

En aquel entonces, la AEMP determinó el Mercado Relevante haciendo referencia a:

- La clasificación de ciertos medicamentos, según su función terapéutica o uso final (AEMP, 2015, pág. 9 - 11); y
- Los mecanismos de distribución de medicamentos en Bolivia, así como las restricciones legales y sanitarias que impactan a la cadena de distribución de medicamentos en Bolivia, a título de evidenciar el mercado geográfico (AEMP, 2015, pág. 11 - 12).

En ese entendido, es posible concluir que, si bien la autoridad presenta varios argumentos cualitativos que, en cierta medida, desarrollan lo previsto por los numerales "2.", "3." y "4." del artículo 12 de RM 190, en este dictamen no se hizo un adecuado análisis acerca de la posibilidad de sustituir los bienes provisionados por el agente acusado.

Particularmente, en vistas a que la autoridad se limitó a afirmar que, en base a la clasificación propuesta de los bienes según sus fines terapéuticos, es posible concluir que un monopolista hipotético podría elevar rentablemente sus precios. Tal extremo, resulta ser un sinsentido. En efecto sin realizar un examen SSNIP, en sí, es imposible arribar a esta conclusión.

Asimismo, corresponde resaltar nuevamente la ausencia de uso de herramientas diseñadas para la determinación adecuada del mercado geográfico (e.g. el examen de *Elzinga-Hogarty*).

2.8. RA/AEMP/DTDCDN/N°049/2016

El 29 de junio de 2016, la AEMP emitió la RA/AEMP/DTDCDN/N°049/2016, que marcaba el inicio de las investigaciones de esta autoridad a una empresa que comercializaba bebidas en el mercado local, por haber incurrido, supuestamente, en discriminación de precios (AEMP, 2016).

En esta oportunidad, la AEMP determinó el mercado relevante considerando:

- La elasticidad precio de la demanda del producto objeto de la investigación, determinada por estudios extranjeros (AEMP, 2016, págs. 6 - 7);
- La amplia diferencia de precios entre el producto ofertado por el acusado, y sus potenciales sustitutos (AEMP, 2016, págs. 7 - 8);
- El comportamiento histórico de empresas que podrían considerarse como potenciales competidores (AEMP, 2016, págs. 8 - 9); y
- Una descripción sucinta acerca de los canales de distribución del agente acusado, a título de evidenciar el mercado geográfico (AEMP, 2016, págs. 9 - 10).

A la luz de lo anterior, resulta evidente que la AEMP consideró de cierta forma los sustitutos de los bienes ofrecidos por el agente investigado. Sin embargo, salta a la vista que no recurrió a un examen SSNIP, para respaldar sus conclusiones. Por su parte y como en casos anteriores, parece que la AEMP obvió considerar los demás criterios establecidos por el artículo 12 de la Resolución Ministerial N.º 190 (e.g. los costos de distribución del bien objeto de la investigación).

2.9. RA/AEMP/DTDCDN/N°84/2016

La AEMP inició investigaciones a una empresa que comercializaba leche en el mercado local, a través de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°84/2016, de 24 de octubre de 2016, por haber incurrido, supuestamente, en discriminación de precios (AEMP, 2016).

En esta ocasión, la AEMP determinó el mercado relevante del caso considerando:

- La naturaleza de las relaciones entre proveedores y distribuidores, que supuestamente marcaban el mercado (AEMP, 2016, pág. 5);
- Las características del producto en cuestión, aludiendo a que éstas hacían imposible la existencia de sustitutos (AEMP, 2016, págs. 5 - 6);
- Las supuestas barreras de entrada propias del mercado que, a juicio de la AEMP, están particularmente están asociadas a las características del producto en cuestión y a los costos de distribución y transporte (AEMP, 2016, págs. 6 - 8);

- El supuesto poder de negociación de los distribuidores en el mercado, que deriva de los puntos anteriores (AEMP, 2016, págs. 8 - 9); y
- Las regulaciones vigentes que pretenden controlar la calidad del producto en cuestión (AEMP, 2016, pág. 9).

Siguiendo lo anterior, resulta evidente que la AEMP considero de cierta forma los sustitutos de los bienes ofrecidos por el agente investigado. Sin embargo, salta a la vista que no recurrió a un examen SSNIP, para respaldar sus conclusiones. Asimismo, tampoco empleó un examen Elzinga-Hogarty, con el objetivo de confirmar el mercado geográfico del caso.

Por su parte, es digno de resaltar que la AEMP de cierta forma abordó las barreras de entrada propias al mercado, posiblemente en miras a cumplir con lo previsto por los numerales "2." y "3." del artículo 12 de RM 190. Además, también trato las regulaciones aplicables al mercado, cumpliendo así con el numeral "4." del artículo 12 de RM 190. En ese entendido, podría concluirse que todos los criterios establecidos por ley fueron considerados, aunque de manera escueta y/o insuficiente.

2.10. RA/AEMP/DTDCDN/N°94/2018

Mediante la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°94/2018, de 16 de agosto de 2018, la AEMP inició investigaciones a una empresa que comercializaba bebidas en el mercado local, por haber incurrido, supuestamente, en incentivos condicionados y discriminación de precios (AEMP, 2018).

En esta ocasión, la AEMP determinó el mercado relevante considerando:

- Las características inherentes el producto que ofrecía el agente acusado y los precios de estos con relación a otros similares, a título de determinar el mercado producto del caso (AEMP, 2018, págs. 9 - 17);
- Una descripción de las inversiones necesarias para fabricar el producto del agente acusado, con el objetivo de evaluar la posibilidad de sustitución por el lado de la oferta (AEMP, 2018, págs. 17 - 20);
- Una descripción sucinta de los canales de distribución propias al producto del agente acusado y los costos asociados a estos, en miras a determinar el mercado geográfico del caso (AEMP, 2018, págs. 20 - 27);
- Algunos que aspectos que, supuestamente, limitan el acceso de los distribuidores del agente acusado a otros mercados (AEMP, 2018, págs. 28 - 29);
- Las regulaciones vigentes que aplican al producto fabricado por el agente acusado (AEMP, 2018, págs. 29 - 30);

Teniendo en cuenta lo expuesto previamente, puede concluirse que la AEMP determinó el mercado relevante en este caso con base en lo establecido en el artículo 12 de la Resolución Ministerial 190, considerando, de una u otra forma, todos los numerales allí contenidos.

No obstante, es importante señalar que la autoridad no utilizó herramientas econométricas para identificar la existencia o ausencia de sustitutos a los servicios ofrecidos por el agente investigado (por ejemplo, el test SSNIP). Asimismo, habría sido recomendable que se aplicara el test *Elzinga-Hogarty*, dado que esta herramienta está especialmente diseñada para delimitar mercados geográficos.

2.11. RA/AEMP/DTDCDN/N°040/2021

La AEMP inició investigaciones a una empresa de reparto de comida a domicilio, a través de la Resolución

Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°040/2021 del 30 de julio de 2021, por haber incurrido, supuestamente, en acuerdos de exclusividad (AEMP, 2021).

En esta oportunidad, la AEMP determinó el mercado relevante del caso considerando:

- Las características de la demanda y de los consumidores, a título de evaluar la existencia de posibles sustitutos (AEMP, 2021, págs. 13 - 19);
- Los costos que conlleva la prestación de servicios similares a los ofrecidos por el entonces agente acusado, incluyendo aquellos asociados a la distribución (AEMP, 2021, págs. 19 - 20);
- Las restricciones fácticas que, supuestamente, impiden a los consumidores el acudir a otros mercados (AEMP, 2021, págs. 20 - 21); y
- Las regulaciones vigentes que tratan sobre los servicios que presta el agente acusado (AEMP, 2021, págs. 21 - 22).

Siguiendo lo anterior, es inevitable concluir que la AEMP determinó el mercado relevante (de dos lados) en este caso en base a lo previsto por el Art. 12 de la RM 190, tomando en cuenta todos y cada uno de sus numerales. Sin embargo, salta a la vista que al momento de evaluar los posibles sustitutos no analizó las posibilidades de sustitución por el lado de la oferta, como hizo en ocasiones anteriores (e.g. en la RA/AEMP/DTDCDN/N°0118/2015).

Además, vale la pena mencionar que la autoridad no empleó ninguna herramienta econométrica para determinar la existencia o ausencia de sustitutos a los servicios ofrecidos por el agente acusado (e.g. el examen SSNIP) desde la perspectiva de cada uno de los lados de la demanda. Por lo tanto, la afirmación de la autoridad con respecto a la ausencia de sustitutos a los servicios ofrecidos por el agente parece carecer de sustento pleno.

CONCLUSIONES

Del análisis efectuado, se evidencia que la AEMP ha aplicado de forma parcial e inconsistente los criterios previstos por el artículo 12 de la Resolución Ministerial No. 190, al momento de determinar el mercado relevante. Si bien en varios casos se recurrió al examen SSNIP, los demás elementos exigidos por norma (e.g. como los costos de distribución, las restricciones normativas y el acceso a mercados alternativos) fueron escasamente considerados.

Un caso particularmente ilustrativo es el de la Resolución Administrativa RA/AEMP/DTDCDN/N°040/2021, en el cual la AEMP reconoció la existencia de un mercado de dos lados. Sin embargo, no empleó herramientas econométricas adecuadas para determinar la existencia o ausencia de sustitutos desde la perspectiva de cada uno de los lados de la demanda. La omisión del examen SSNIP en ambos frentes debilita gravemente el sustento técnico de dicha resolución.

Lo anterior refleja una tendencia más amplia. A pesar de ciertos avances cualitativos como la incorporación de barreras normativas o estructurales del mercado, la AEMP aún no adopta de manera sistemática herramientas analíticas especializadas (e.g. el examen *Elzinga-Hogarty*). En ese entendido, es necesario que la autoridad fortalezca su enfoque metodológico. Solo así será posible asegurar mayor certeza, coherencia y legitimidad en la aplicación del régimen de defensa de la competencia en Bolivia.



Este documento se encuentra sujeto a los términos y condiciones de uso disponibles en nuestro sitio web:

<http://www.centrocompetencia.com/terminos-y-condiciones/>

Cómo citar este artículo:

Emil Jung, "Determinación del Mercado Relevante en Bolivia: un análisis crítico de las resoluciones de la Autoridad de Fiscalización de Empresas" (agosto, 2025),

<http://www.centrocompetencia.com/category/investigaciones>

Envíanos tus comentarios y sugerencias a info@centrocompetencia.com
CentroCompetencia UAI – Av. Presidente Errázuriz 3485, Las Condes, Santiago de Chile