

2015 OCT -8 PM 1:18
México, D.F., a 8 de octubre de 2015.
ANPACT/MHEL/COFECE/485/2015.

DE
PARTES

Roberto Ismael Villarreal Gonda
Secretario Técnico de la Comisión
Federal de Competencia Económica
P r e s e n t e

Asunto: Comentarios al Anteproyecto de la Guía
para el Intercambio de Información entre
Agentes Económicos.

En representación de la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones A.C., hago referencia a la consulta pública sobre el Anteproyecto de la Guía para el Intercambio de Información entre Agentes Económicos (en adelante la "Guía") realizada por esa Comisión Federal de Competencia Económica (en adelante la "COFECE"), con fundamento en los artículos 28, párrafo décimo cuarto, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 12, fracción XXII, último párrafo, inciso g) y 138, fracción I de la Ley Federal de Competencia Económica ("LFCE") a efecto de que cualquier interesado presente opiniones a la COFECE sobre la Guía, contando para ello con un periodo de treinta días hábiles contados a partir del 28 de agosto del presente año, fecha en que fue publicado el extracto de la citada Guía.

Al respecto, con todo respeto, me permito realizar las siguientes consideraciones relacionadas con la "Guía", al tenor de lo siguiente:

1. El Anteproyecto de la "Guía" indica riesgos y otorga recomendaciones para el intercambio de cifras, pero, en general, sus directrices siguen siendo ambiguas y subjetivas, y no es posible definir lo que es y no es correcto de hacer. Es necesario que exista mas certeza en las reglas que otorguen seguridad jurídica a los agentes económicos.

2. Al ser el riesgo a tratar, el de una posible realización de una práctica monopólica absoluta, que la LFCE sanciona *per se*, la fracción V debe de interpretarse de manera estricta. Esto es, para poder sancionar el intercambio de información entre competidores la COFECE debe demostrar, de manera indubitable, que el intercambio de información

tuvo como objeto o efecto cualquiera de los cuatro supuestos enunciados en los párrafos I a IV del artículo 53 que son, a saber: la fijación de precios, restricciones a la oferta, división de mercado o manipular posturas en licitaciones públicas. De esta forma, la Comisión no puede simplemente presumir que cualquier intercambio de información entre competidores actualiza los supuestos del artículo 53, pues queda en la autoridad la carga de probar que el intercambio de información se realizó con el objeto y efecto de actualizar las conductas contenidas en las fracciones I a IV del artículo 53.

Por lo anterior, es importante mencionar que la "Guía", no puede ir por encima de lo que dispone la Ley, creando "presunciones" sobre conductas que no han sido realmente probadas como una práctica monopólica de acuerdo a lo que establece la Ley.

3. La COFECE debe de considerar que existen un sinnúmero de intercambios de información que se pueden dar entre competidores y que son legítimos, inclusive algunos de estos intercambios son auspiciados por diversas disposiciones legales. Tal es el caso, sólo para citar algunos ejemplos relevantes, de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, la Ley de Comercio Exterior y La Ley de Metrología y Normalización y la Ley del Mercado de Valores. En particular, las asociaciones empresariales cumplen una función de representación de sus agremiados, ante diversas autoridades y entidades, por lo que requieren recabar información de sus asociados para cumplir eficazmente su misión y dotar de transparencia al mercado.

4. Las empresas y ramas industriales realizan grandes esfuerzos para evolucionar tanto en su innovación como en su producción y para eso necesitan datos del mercado en el que participan, pero no pueden vivir en riesgo de incumplimiento de regulación de competencia. ¿Que propone la Comisión como mecanismo o autorregulación que sea válida para la Comisión y otorgue certeza de cumplimiento?. La "Guía" no tiene fuerza legal, sólo son recomendaciones, pero que, a la fecha presente, inhiben el intercambio de información necesario para las industrias.

5. También es procedente destacar que la transparencia ha sido consagrada en diversas legislaciones como un instrumento para promover la competencia, y proteger los intereses de los consumidores. Destaca, en este particular, la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros, la cual busca, a través de transparentar la

información disponible a los usuarios de servicios financieros promover la competencia entre intermediarios y propiciar que los usuarios obtengan la información adecuada que les permita seleccionar los servicios financieros en las mejores condiciones tanto de calidad como de precio. Por virtud de esta legislación se obliga a las instituciones a que publiquen el CAT (Costo Anual Total) de los financiamientos que ofrecen así como la GAT (Ganancia Anual Total) que se obtiene sobre los recursos que los usuarios depositan en las entidades financieras. En virtud de esta disposición jurídica, las autoridades financieras publican periódicamente información sobre los distintos productos financieros de manera comparativa, de tal forma que los usuarios puedan seleccionar el que mejor se ajusta a sus necesidades y posibilidades.

De igual forma, la Ley Federal de Protección al Consumidor, desde su inceptión ha considerado la difusión de la información como un instrumento poderoso de la política de protección anterior, por lo que una de las facultades importantes de la autoridad en la materia es la de¹ “recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.” De esta forma, la PROFECO pone a disposición de los consumidores información comparativa en materia de precios², la que permite a los consumidores realizar decisiones informadas sobre donde realizar sus compras.

De este modo y en razón de los párrafos anteriores que describen, prácticas y esfuerzos tanto del Gobierno como de la Iniciativa Privada en crear un mercado transparente, pareciera que el proyecto de “Guía” va poco alineado con estas prácticas, ya que de acuerdo a lo que se lee, deberían considerarse de “riesgo” la gran mayoría de ellas.

6. Por otra parte, la Comisión habla de en la “Guía” de un gran número de variantes que influyen a la hora del intercambio de la información, sin embargo no define específicamente que son mercados estables, dinámicos, pequeños, grandes, homogéneos o heterogéneos, o que es información compartida demasiado frecuentemente, histórica, etc.

Así pues, considerando que todas y cada una de estas variables implican la existencia de un riesgo mayor o menor en el intercambio de información, esto no puede ni debe dejarse

¹ Artículo 24 fracción IV de la LFPC.

² Ver PROFECO, Quien es Quien en los precios, http://www.profeco.gob.mx/precios/menu_qq1.asp.



abierto, ni indefinido, por lo que los agentes económicos necesitamos definiciones sobre lo mismo, y sobre todo una seguridad jurídica, de la cuál al momento presente, se carece.

En el mismo sentido de los párrafos anteriores, uno de los parámetros más relevantes en relación al intercambio de información es el nivel de agregación o desagregación de la información, el cuál permite ver a más detalle los mercados y poder realizar una debida planeación. Desafortunadamente, en este sentido, tampoco tenemos claridad al respecto, por lo que, al igual que en todas las variables que se establecen en la "Guía", nos es necesario tener un parámetro claro y cierto para la industria en el que se sepa que se entiende por cada concepto.

7. Hablando al respecto del caso de la industria automotriz amerita una mención especial. Este es un sector en el que las organizaciones empresariales siempre han tomado un papel muy activo en la recopilación y la difusión de la información sobre todo de carácter estadístico, para reflejar el avance de la industria³. La información que estas instituciones han recopilado a lo largo de los años y que publican oportunamente, sirve de base para el análisis de la industria, tanto por los propios integrantes de la industria en todos sus eslabones, esto es: autopartes, industria terminal y distribución; así como analistas tanto del gobierno como del sector financiero, y del sector académico. Esta información se ha publicado tradicionalmente desagregando por marca y por clase de vehículo. Hasta el momento, nunca se ha cuestionado la legitimidad de esta tarea ni de sus resultados, ni se han iniciado investigaciones por prácticas monopólicas como consecuencia de la publicación de esta información.

Considerando casos internacionales, la práctica de recopilar y publicar información estadística sobre el sector automotriz es algo que está ampliamente extendido entre las asociaciones de empresarios de esta industria a nivel internacional. Por ejemplo, la ACEA que es la asociación que agrupa a los productores automotrices en el continente europeo, recopila y publica periódicamente la información estadística de la industria, tanto por tipo de vehículo, por fabricante y por país⁴, además de que realiza pronósticos sobre el

³ AMIA publica mensualmente un boletín que tiene difusión generalizada, ver: <http://www.amia.com.mx/prodtot.html>. De igual forma AMDA da a conocer las estadísticas de la industria a sus asociados y al público en general, ver: <http://www.amda.mx/2015-04-21-21-33-40/2015-04-15-14-34-43/2015/resumenes/ligerosr>. Asimismo, ANPACT da a conocer su boletín estadístico: <http://anpact.com.mx/publicaciones/boletines/BOLETIN-SEPTIEMBRE-2015.pdf>.

⁴ Ver <http://www.acea.be/statistics/tag/category/economic-and-market-outlook>.

mercado automotriz en ese continente. De igual forma, la asociación canadiense de la industria automotriz CMVA publica estadísticas de la industria que pone a disposición de sus miembros, así como del público en general para quienes se aplica un cargo⁵. De igual forma, la asociación brasileña denominada ANFAVEA realiza este tipo de publicaciones de manera periódica⁶. Finalmente, en el caso de Estados Unidos, la Auto Alliance⁷ también difunde información estadística sobre ventas y producción aunque para la recopilación de alguna de esta información recurre a un tercero, concretamente Wardsauto⁸. Conviene resaltar, que en varias de estas instancias mencionadas la información se difunde por marca y por clase de vehículo, por lo que este tipo de intercambio no genera ni ha generado conflicto en países catalogados como “desarrollados”.

También es necesario reconocer que la transparencia acarrea un conjunto de beneficios desde el punto de vista de la oferta, que implican mayor eficiencia productiva y propician la competencia. La industria automotriz tiene un carácter global, esto es las decisiones de producción y de inversión se toman en un entorno de competitividad a nivel mundial. Las empresas globales de este sector toman sus decisiones de donde localizar la producción y donde realizar sus inversiones en función a la información que poseen respecto a las ventajas que tiene producir en un país o una región respecto de otras. La competitividad y eficiencia de la industria mexicana así como la disponibilidad de la información oportuna y detallada ha permitido que México atraiga inversiones importantes en este sector que han permitido que la producción global se localice en México, quien es en la actualidad el séptimo productor y cuarto exportador de vehículos, así como sexto productor de vehículos pesados de carga y segundo exportador de tractocamiones en el mundo.

Debe además reconocerse que en el caso de la industria automotriz mexicana las decisiones de producción están totalmente desligadas de las que se relacionan con las ventas internas. En efecto, dada la necesidad de especializar la producción, las empresas mexicanas fabrican un determinado producto o conjunto de productos para el mercado mundial, por lo que la mayoría de la producción que se realiza en el país no se relaciona con las ventas de vehículos en el mercado nacional, muchos de los cuales provienen de la importación. De esta forma, no parece razonable suponer que al intercambiar datos sobre la producción de vehículos se corre el riesgo de entrar en una colusión entre competidores para restringir la oferta. Es además un hecho, que la difusión de información

⁵ <http://www.cvma.ca/eng/stats/keystats.asp>.

⁶ <http://www.anfavea.com.br/tabelas.html>.

⁷ Ver <http://www.autoalliance.org/auto-marketplace/sales-data>.

⁸ Ver <http://wardsauto.com/>.



de ventas por marca de vehículo es un verdadero acicate a la competencia pues permite a las empresas conocer oportunamente su posición relativa en el mercado y tomar las medidas correctivas que permitan recuperar la posición perdida si es que se observa un rezago.

De igual forma, la apertura que existe en el mercado automotriz mexicano dificulta la posibilidad de entrar en arreglos o concertaciones violatorias de la Ley. Se debe reconocer, que existe un flujo importante de vehículos que se importan y que constituyen una competencia directa en el mercado nacional. Este incluye tanto la importación de vehículos nuevos, pero sobre todo la de vehículos usados de desecho a través de amparos, que se ha convertido en el principal problema de competencia que enfrentan las empresas que comercializan seminuevos en el mercado nacional.

Por todo lo anteriormente expuesto, se solicita a la COFECE lo siguiente:

PRIMERO. Que la COFECE, en su carácter de autoridad en materia de Competencia Económica, dote de certeza jurídica a los Agentes Económicos, en lo referente a la valoración tanto de información como de conductas, en materia de intercambio de cifras relacionado con Competencia Económica, ya que lo que nos presenta la "Guía" es ambiguo y no nos otorga seguridad jurídica.

SEGUNDO. Que se logre establecer algún mecanismo o autorregulación para que las asociaciones, cámaras y/o confederaciones, puedan saber a ciencia cierta, con criterios previamente establecidos por la Comisión, que sus mecanismos, tanto de intercambio, como de publicación de información estadística, cumplen, sin riesgo jurídico, la Ley en la materia.

TERCERO. Que atendiendo a lo que estrictamente establece la LFCE, se investigue a los intercambios de información entre competidores cuando existan elementos objetivos que indiquen que este intercambio tiene como objeto o efecto el validar acuerdos colusivos entre competidores en lo que respecta a fijar precios, restringir la oferta, distribuirse el mercado o coordinar posturas en licitaciones públicas.



CUARTO. Que se permita a las cámaras y asociaciones empresariales continuar con la importante labor, que han venido desarrollando a lo largo de muchos años, de recabar y distribuir la información estadística relacionada con la industria o sector que representan.

QUINTO. Se solicita que las directrices de la autoridad en esta materia no se conviertan en un impedimento virtual para realizar estas tareas de intercambio y que se permita difundir la información con la oportunidad y desagregación necesarias para que la estadística cumpla su función y sea realmente de utilidad. En el caso de la industria automotriz es importante conocer el detalle de producción y ventas por marca y con retraso de un mes, pues esto permite darle seguimiento a la programación, además de que permite imprimir mayor competencia al mercado al conocer la posición relativa de cada uno de los participantes en el mercado.

Finalmente, se solicita que la autoridad actúe con equidad en la aplicación de estos criterios buscando que se consideren las peculiaridades de la industria automotriz, que a semejanza del sector financiero, para el que se da a conocer la información detallada por entidad y por tipo de producto, requiere de contar con la información suficientemente desagregada para poder ser de utilidad.

Así pues, y tomando en cuenta que esta guía fortalecerá el efectivo cumplimiento de las disposiciones contenidas en la LFCE, se solicita que las consideraciones vertidas en el presente, sean valoradas por esa Comisión previo a la emisión de la multicitada Guía.

A t e n t a m e n t e
Miguel H. Elizalde Lizarraga
Presidente Ejecutivo
ANPACT