



ACUERDOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE POLLO

PRÁCTICA
MONOPÓLICA
ABSOLUTA



¿CÓMO SE LIMITABA LA COMPETENCIA?

Algunas empresas avícolas intercambiaron información y participaron en acuerdos para fijar, concertar y manipular el precio de los productos derivados del pollo en el Distrito Federal.

Los competidores publicaron desplegados y comunicados publicitarios con supuestas ofertas, pero en realidad establecían un piso para el precio del pollo.

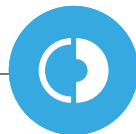
Las empresas se coordinaban a través de la Unión Nacional de Avicultores (UNA), quien a su vez se encargó de difundir las publicaciones con los acuerdos.



EL MERCADO

Los precios en el mercado de producción, distribución y comercialización de productos avícolas responden a tendencias estacionales, por lo que son más bajos en algunas épocas del año que en otras (Semana Santa, por ejemplo).

El pollo generalmente se vende sin empaques o distintivos de marca. Por eso, es un producto similar ante los ojos de los consumidores, quienes se basan en las diferencias en el precio para decidir cuál comprar.



¿QUÉ HIZO LA COMISIÓN?

En 2009 inició una investigación por supuestas prácticas monopólicas absolutas.

Resolvió que los competidores acordaron ilegalmente fijar el precio del pollo para evitar que disminuyera en ciertos periodos del año. La práctica se llevó a cabo durante 44 días entre 2008 y 2009 en el Distrito Federal.¹

Concluyó que la conducta obligó a los consumidores de pollo a pagar precios más elevados durante el periodo en el que el acuerdo estaba vigente.²

El 3 de octubre de 2013 la COFECE impuso una **multa de 132 millones de pesos** a la UNA y a las empresas y personas involucradas. Adicionalmente, ordenó detener la práctica.³

Cada uno de los agentes económicos interpuso amparos, mismos que siguen en revisión.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La principal fuente de proteína para los mexicanos es el pollo, por ser la alternativa a la carne más asequible.

El pollo representó casi el 50% de consumo cárnico de todo el país en 2013.⁴

Durante 2014, el gasto promedio que una familia mexicana destinó al pollo, respecto de todo su gasto en alimentos, fue de 7.3%.⁵

Se calcula que el sobreprecio pagado por los consumidores del D.F. debido a la fijación de precios fue de 32.4%.⁶

El daño a los consumidores causado por el cártel fue de al menos 107 millones de pesos.⁷



/cofece



@cofecemx



www.cofece.mx

1. Del 22 al 31 de agosto y del 1 al 14 de septiembre de 2008. Del 9 al 18 de octubre y del 29 de octubre al 7 de noviembre de 2009. Específicamente en algunas delegaciones del D.F. y los siguientes municipios del Estado de México: Atizapán, Cuautitlán Izcalli, Ecatepec, Huixquilucan, Naucalpan, Nezahualcóyotl, Tepotzotlán, Tlalnepantla y Tultitlán.
2. Resolución del caso [IO-005-2009-III](#), pág. 828.
3. Se multó a: Industrias Bachoco, Avícola Pilgrims Pride de México, Tyson Operaciones, Grupo Pecuario San Antonio, Unión Nacional de Avicultores, Pollo de Querétaro y algunas personas físicas. Resolución del caso [IO-005-2009-III](#).
4. INEGI. Boletín de información oportuna del sector alimentario. Número 347, octubre, 2014.
5. COFECE con información de INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), 2014.
6. Peña, Pablo A. "Evaluación ex-post de prácticas monopólicas absolutas en el mercado de distribución de pollo", agosto 2015.
7. Evaluación ex-post, op.cit.