

## **“Más allá de la aplicación de la ley: el rol de la COFECE en la promoción de la competencia”**

21 de Mayo 2015

---

- Agradezco enormemente la presencia de mis colegas Edith Ramírez, William Baer y John Pecman – con quienes es un honor y privilegio compartir este espacio.
- Quiero reiterar a ellos y a ustedes, el compromiso que tiene la Comisión con promover una región plena en competencia económica. La COFECE está absolutamente comprometida de trabajar de cerca con nuestros pares norteamericanos en beneficio de los consumidores de la región.
- Mis colegas nos han esbozado un panorama con respecto a qué instrumentos legales y penales, tanto formales como informales, se tiene en sus países para hacer frente a las prácticas anticompetitivas.
- Ahora, como todos sabemos, la falta de competencia no siempre se debe a prácticas anticompetitivas de

empresas, a veces, (o en muchas ocasiones), también se debe a problemas estructurales de los mercados, muchos relacionados con las mismas regulaciones o políticas que desde el propio gobierno se establecen.

- La falta de competencia nos afecta a todos, empresas y consumidores, y desgraciadamente afecta más a los grupos más desfavorecidos de la población.
- Como autoridades de Competencia, un parte importante de nuestra labor es dar a conocer nuestro trabajo y su impacto tanto en el bolsillo de los consumidores, como en el presupuesto que las empresas dedican a sus actividades productivas.
- Un ejemplo concreto de impacto real de las decisiones de la autoridad de competencia en el bolsillo de los mexicanos...

En 2012 Nestlé anunció su intención de comprar el negocio global de Pfizer incluyendo el segmento de fórmulas lácteas.

Cabe señalar que las fórmulas lácteas tienen tal grado de importancia para la salud y desarrollo de un bebé,

que las percepciones de seguridad y calidad prevalecen sobre consideraciones de precios, es decir, el consumidor, los padres de familia, están dispuestos a hacer enormes sacrificios por comprar la fórmula láctea que le receta el médico

En el análisis de la concentración, la Comisión detectó que con esta operación los precios de fórmulas lácteas hubiesen podido aumentar 11.5%.

Dado este contexto, la Comisión decidió no autorizar la operación sino hasta que Nestlé se comprometió a desincorporar el negocio de Pfizer en México a favor de un tercer jugador en el mercado.

- Nuestro mandato es garantizar la libre competencia y concurrencia en los mercados y para lograrlo, nuestra obligación es cumplir y hacer cumplir la ley, y en este sentido investigamos las prácticas monopólicas y buscamos la eliminación de las barreras a la competencia. Asimismo, a través del análisis de concentraciones, prevenimos que no se generen concentraciones indebidas en los mercados.

- Por otra parte, tenemos una función de Ombudsman de la Competencia. Nuestra labor es difundir la importancia de la competencia, sus beneficios y porqué con competencia nuestro México es más fuerte.
- Para prevenir que se cometan las prácticas anticompetitivas, para prevenir regulaciones y políticas que inhiban la competencia, y para mejorar las reglas actuales del juego que definen la dinámica económica, es necesario trabajar de la mano de la sociedad, de las empresas, del gobierno y de otros actores de la vida económica del país.

### Con el gobierno, por ejemplo:

- La autoridad de competencia debe intervenir con toda determinación al momento de detectar políticas públicas, regulaciones, medidas e intervenciones del gobierno que tengan el potencial de afectar la competencia.
- Uno de los retos es comunicar los beneficios de la competencia, sobre todo, porque la política de competencia en ocasiones se contrapone con otros objetivos de política que, en ocasiones, son de más corto plazo.

- Por ejemplo, construir infraestructura de manera expedita como mecanismo para incentivar el gasto público versus diseñar un concurso competido para ejercer el recurso en las mejores condiciones para el Estado. Ambas cosas se pueden conciliar, por supuesto.
  
- Asimismo, la promoción de la competencia con el gobierno puede ayudar a prevenir estructuras de mercado dañinas para todos.
  
- Por ejemplo, tenemos el caso del sector energético en nuestro país:
  - En este proceso de apertura es muy importante velar por que los monopolios estatales no abusen de su posición dominante y se adapten a la nueva dinámica. Para lograr esto, hay que cuidar el desarrollo del mercado, incentivar la entrada de nuevos actores, acompañar el proceso de apertura, fomentar la transparencia y generar certidumbre, crear regulaciones pro-competitivas y, en general, detectar riesgos a la competencia y tomar medidas correctivas de manera oportuna.

- En este sentido, la COFECE ha opinado sobre diversas disposiciones regulatorias que en estas materias se han emitido, y ha tenido contacto con los reguladores del sector para intercambiar ideas sobre cómo ir cuidando la apertura del sector para que logremos tener el mercado competido que todos deseamos.

¿Por qué como autoridades de competencia debemos procurar una relación con la academia y los medios de comunicación?

- Para crear una cultura de la competencia, es necesario: (1) generar mayor conocimiento del tema y (2) difundirlo a través de los medios que tienen mayor alcance entre la población.
- Por un lado, son las instituciones académicas y centros de investigación quienes concentran una proporción importante del conocimiento técnico en la materia.

- Son ellos quienes forman a los jóvenes que habrán de convertirse en profesionales que fortalecerán los cuadros de las autoridades públicas y el sector privado.
- Por el otro, la mayor parte de la información que reciben los consumidores y las empresas es procesada y distribuida por periodistas y comunicadores. Son socios indispensables para poder posicionar a la competencia económica en la agenda pública.
- Ellos pueden transmitirle a los mexicanos qué hacemos y cómo lo hacemos. Además, nos ayudan a traducir temas complejos en lenguaje cotidiano.

*Nuestra relación con el sector empresarial:*

- El empresariado es claramente otro de nuestros interlocutores más importantes. No sólo porque son los agentes económicos que están sujetos a la Ley, sino también porque son los motores del propio proceso de competencia, en su rol de productores y también de consumidores de insumos.

- Aunque nuestra relación tiende, en ocasiones, a ser más cercana en el contexto de las investigaciones y del análisis de concentraciones, creo que tenemos una gran oportunidad de colaboración en la promoción y el cumplimiento de la Ley.
- No está en el interés de las empresas ser investigadas y, en su caso, sancionadas por prácticas monopólicas.
- En la Comisión preferimos ser muy eficientes en nuestras labores de prevención para no tener que llegar a la investigación y a la multa. Al final del día, nuestro mandato es promover y proteger el proceso de competencia y ésta es una muy buena manera de hacerlo.
- Por esta razón, la COFECE está actualmente desarrollando varios instrumentos para el mejor conocimiento y correcto cumplimiento de la Ley, que estoy segura, serán de gran interés para el sector privado:

- Primero, estamos elaborando una Guía de cumplimiento (“Compliance”). Entre más información existe sobre el cumplimiento de la Ley, es más probable que disminuyan las prácticas anticompetitivas. Mediante la aplicación de buenas prácticas corporativas las empresas mucho pueden hacer para detectar riesgos y evitar actos ilícitos.
  
- Segundo, dado que las PYMES son un eslabón fundamental para el crecimiento de México, nos parece sumamente importante que conozcan cómo la Ley Federal de Competencia Económica puede protegerlas ante posibles conductas anticompetitivas. Próximamente difundiremos una Guía que explique esta relación entre las PYMES y la competencia.
  
- Tercero, la nueva Ley Federal de Competencia Económica contempla que los intercambios de información que tengan por objeto u efecto la coordinación entre competidores para la manipulación de los mercados, son también prácticas monopólicas absolutas. Ante ello, el sector privado nos ha manifestado su preocupación sobre los alcances de esta disposición.

- Atendiendo esta preocupación, en la COFECE estamos elaborando una “Guía sobre intercambios de información”.
  
- Esta Guía orientará a las empresas para que puedan identificar los tipos de intercambios de información que son más sensibles y tienen el potencial de configurar una práctica prohibida, respecto de otros intercambios que son normales y legítimos.
  
- Quiero señalar que para la elaboración de estos documentos, diversos equipos de la COFECE están involucrados, tanto de la Autoridad Investigadora como de las áreas dedicadas a la promoción de la competencia.
  
- Esto me lleva a un siguiente punto que me interesa comentar, y es la relación que tienen la promoción de la competencia y las actividades de aplicación de la ley, y cómo una necesita de la otra para potenciarse mutuamente.

- Sin duda, para que seamos escuchados de manera más efectiva en nuestra labor de Ombudsman, la COFECE debe lograr demostrar su eficacia y eficiencia en la aplicación de la ley.
- A manera de ejemplo de esto, me gustaría comentar el caso de la participación de la COFECE en el diseño de concursos y licitaciones en procesos de contratación pública de alto impacto.
- Como algunos de ustedes ya saben, en 2010 la Comisión sancionó a diversos laboratorios farmacéuticos por coludirse para coordinar posturas en licitaciones públicas del IMSS.
- El inicio de esta investigación estuvo acompañada a su vez por una revisión integral al procedimiento de compras públicas del IMSS.
- Desde entonces, ha existido una colaboración fluida entre la Comisión y el IMSS. Cada año damos

recomendaciones con respecto a su proceso anual de compra pública.

- A partir de este caso y esta cooperación, hemos llamado la atención de otras dependencias de gobierno que han visto las ganancias de contar con procesos de contratación pública más abiertos y competidos.
- Por ejemplo, la Secretaría de Educación Pública, para su licitación reciente en la compra de 900 mil tabletas electrónicas, solicitó a la COFECE su opinión en la elaboración de las bases.
- Otro ejemplo: como uno de los primeros pasos en la implementación de la reforma energética, México está licitando áreas contractuales para la exploración y extracción de hidrocarburos en diversas zonas del país; la Comisión ya ha opinado sobre los proyectos de bases de las tres convocatorias de la Ronda 1 con el ánimo de fomentar la participación de más empresas.
- Uno más: En enero pasado, la COFECE emitió 23 recomendaciones a la Secretaría de Comunicaciones y

Transportes (SCT) sobre sus pre bases de licitación para la construcción del tren México-Querétaro. Después de analizar nuestras recomendaciones, la SCT declaró que haría caso a 21 de estas 23 recomendaciones. Finalmente, como todos sabemos, por cuestiones presupuestales el proyecto fue suspendido.

- Ya para terminar, rápidamente les comento sobre el documento en el que hemos estado trabajando en el último año y que plasma la agenda de abogacía de la Comisión. Se llama "Juntos por una cultura de la competencia".
- Entendiendo “cultura de la competencia” cuando las personas, comercios y empresas entienden y adoptan la competencia económica como parte de su forma de vida, impulsando con ello sus capacidades productivas e innovadoras y participando en la actividad económica de forma responsable.
- A partir de este documento, hemos detallado acciones concretas que estamos o estaremos llevando a cabo de la mano con: Universidades; Medios de comunicación nacionales e internacionales; Consumidores y sus

agrupaciones; Empresarios, directivos de empresas y sus asociaciones; Profesionistas, de manera individual u organizada; Poder Judicial; Servidores públicos y legisladores federales y locales; Autoridades de competencia y funcionarios de organismos internacionales de otros países.

- Por ejemplo, algunas acciones que ya se han emprendido son:
  - Se diseñaron materiales didácticos sobre la ley para públicos objetivo.
  - Estamos por lanzar una campaña mediática para el público en general con anuncios de radio.
  - Lanzamos el Premio COFECE de Investigación en Competencia Económica dirigido a alumnos de licenciatura.
  - Igualmente, lanzamos el Premio de Periodismo sobre Competencia Económica.

- Estamos analizando legislaciones federales y estatales para detectar las barreras a la competencia en esos ámbitos de gobierno.
- Reconociendo que múltiples actores interesados en los mercados mexicanos no necesariamente provienen de México, estos esfuerzos también son internacionales. Por ello:
  - Se lanzó el portal electrónico de la COFECE en inglés;
  - Se inició la traducción de los comunicados de la Comisión en inglés, al igual que su difusión entre medios especializados e internacionales;

Se llevó a cabo la traducción de la Ley Federal de Competencia Económica, la cual está actualmente en revisión por parte de reconocidos practicantes.

- También en la arena internacional creamos el Primer programa de pasantías COFECE para la educación continua en materia de competencia económica. Con este programa, servidores públicos de agencias de competencia de América Latina y el Caribe podrán realizar pasantías en la COFECE.

- Esta iniciativa nace, hay que decirlo, de las experiencias de entrenamiento y formación en los que los mismos funcionarios de la COFECE han participado, algunas de ellas en Estados Unidos y Canadá.
- Me gustaría cerrar mi intervención agradeciendo nuevamente a mis colegas del FTC, DOJ, Canadian Competition Bureau, y por supuesto a todos ustedes, por estar presentes hoy.
- Estoy convencida que con el trabajo de todos, y me refiero a la academia, el gobierno, los medios, los practicantes, el sector empresarial, la sociedad en general y nuestras agencias pares, podremos crear mercados más competidos.
- Como siempre decimos en la Comisión, “un México mejor es competencia de todos”.
- Muchas gracias.