

# **Prácticas Monopólicas Relativas**



---

COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA  
MÉXICO



## LA POLÍTICA DE COMPETENCIA ECONÓMICA

La competencia económica significa rivalidad entre empresas que participan en un mercado aplicando sus mejores estrategias de manera que puedan minimizar sus costos, maximizar sus ganancias y así mantenerse activas e innovadoras frente a otras empresas rivales.

La política de competencia tiene como propósito promover al máximo la rivalidad entre empresas. Con ello busca que los agentes económicos se esfuercen por mejorar el uso de recursos para producir bienes y servicios, y de perfeccionar e innovar en la calidad y variedad de éstos, con la finalidad de que reditúe en mejoras en competitividad y más beneficios para los consumidores. Todo esto, para lograr un mayor crecimiento económico y bienestar para la sociedad.

Por ello, **la política de competencia protege al proceso de competencia y no a los participantes en este proceso**, es decir, la autoridad encargada de velar por la competencia vigilará y se asegurará que la batalla entre empresas rivales sea limpia y se lleve a cabo dentro de las reglas establecidas por la ley.

La Comisión Federal de Competencia (CFC o Comisión), es la autoridad encargada de aplicar la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE o ley).

### Aviso Importante

La CFC fue creada en 1993, tiene como misión proteger el proceso de competencia y libre competencia al prevenir y eliminar prácticas monopólicas y restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

## PRÁCTICAS MONOPÓLICAS RELATIVAS O CONDUCTAS UNILATERALES

En un mercado libre, la actividad empresarial se realiza dentro de un proceso competitivo. Sin embargo, en ocasiones las empresas pueden estar tentadas a evitar esta competencia mediante conductas que les permitan establecer sus propias reglas, ya sea acordando de antemano términos que debiera resolver el mercado, como son precios, cantidades, clientes o los resultados de subastas (por ejemplo, en el caso de los carteles), o a través de acciones que realizan empresas dominantes, encaminadas a desplazar indebidamente u obstaculizar la entrada al mercado de otros agentes económicos. Son estas últimas prácticas las que la LFCE denomina prácticas monopólicas relativas.

**E**n las prácticas monopólicas relativas, es importante considerar no sólo el tipo de acciones que lleva a cabo una empresa, sino sus efectos en el mercado puesto que en ocasiones pueden resultar de una intensa rivalidad o no dañar el proceso de competencia y libre concurrencia. La siguiente sección se aboca a aclarar cuáles conductas constituyen prácticas monopólicas relativas, cómo y cuándo se pudieran realizar, y describe la manera en la que la CFC analiza y evalúa este tipo de conductas para determinar si son o no violatorias de la ley.

### ***¿Qué conductas identifica la ley como prácticas monopólicas relativas?***

**A**ntes que nada, las conductas que la ley describe sólo pueden considerarse violatorias si el agente que las comete tiene **poder sustancial en un mercado relevante**.

**E**n el proceso de competencia, es natural que algunas empresas sean más eficientes que otras y que las menos eficientes deban de salir del mercado al no constituir un negocio costeable, es decir, por no cubrir todos sus costos de producción. En muchas ocasiones las empresas que dominan un determinado mercado son el resultado de un proceso histórico en el que simplemente resultaron más eficientes para ofrecer un determinado producto o servicio.

**C**uando una empresa tiene una presencia importante frente a sus competidores, es posible que ocupe una posición dominante en el mercado, es decir, que cuente con lo que la ley denomina poder sustancial en un mercado relevante.

#### **Definiciones importantes**

- **Mercado relevante**

Se determina un mercado relevante cuando se identifica qué productos o servicios compiten entre sí (cuáles son sustitutos) y en dónde se lleva a cabo la competencia entre éstos (la dimensión geográfica de este mercado).

- **Poder sustancial**

Se determina que un agente económico tiene poder sustancial cuando tiene la posibilidad de imponer precios o restringir el abasto. Este poder se hace evidente cuando existen impedimentos a la entrada, salida o expansión de otros competidores que pudieran contrarrestarlo.

**L**as empresas con poder sustancial deben cuidar sus acciones ya que pueden infringir la LFCE si sus conductas buscan desplazar indebidamente a otros participantes del

mercado, impiden que competidores accedan al mismo, o dan ventajas exclusivas.

Estas conductas, que pueden resultar violatorias de la ley, generalmente ocurren entre (i) compradores y proveedores (restricciones verticales tanto de precios como de otro tipo); (ii) agentes económicos, mediante acciones o acuerdos diseñados para eliminar a la competencia, incluyendo comportamientos estratégicos que buscan aumentar el costo de hacer negocios de un rival.

Las prácticas monopólicas relativas incluyen condiciones:

- Abusivas o injustificadas (precios o contratos de compra o venta);
- Encaminadas a expulsar a o dificultar la entrada a un mercado a otros;
- Que discriminan a clientes o proveedores, ya sea negándose a tratar u ofreciendo descuentos selectivos.

No obstante, algunos de estos actos pueden ser conductas válidas en un mercado competido y no necesariamente dañan el proceso de competencia ya que traen aparejadas ganancias en eficiencias.

#### Aviso importante

Ganancias en eficiencia se refiere a los beneficios directos para los consumidores que se producen cuando un agente económico realiza una determinada conducta. Dichos beneficios se comparan con los efectos de la práctica sobre el proceso de competencia y libre concurrencia, para así determinar si dicha práctica es sancionable.

### ***¿Si tengo poder sustancial en un mercado relevante, cuándo se puede decir que mis acciones son prácticas monopólicas relativas?***

La ley establece que están prohibidas las prácticas monopólicas que disminuyan, dañen o impidan la competencia y la libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios.



En el caso de las prácticas relativas, se considera que sólo habrá daño a la competencia cuando un agente económico que tenga poder sustancial en un mercado relevante lleve a

cabo actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser, **desplazar indebidamente a otros, impedirles sustancialmente su acceso, o establecer ventajas exclusivas que favorezcan a una o varias personas.**

**E**n este sentido los agentes económicos con poder sustancial deben ser muy cuidadosos de no realizar alguna de las conductas señaladas en las fracciones del artículo 10 de la Ley.

**E**n su último párrafo el artículo 10 de la ley establece los elementos que la CFC considera como eficiencias.

**L**a siguiente sección ofrece ejemplos de las conductas que el artículo 10 considera posibles prácticas monopólicas relativas.

## **EJEMPLOS DE PRÁCTICAS MONOPÓLICAS RELATIVAS**

**S**uponiendo que se cumplen los supuestos de los artículos 11, 12 y 13 de la LFCE (un agente con poder sustancial comprobado en un mercado relevante definido conforme a los criterios que establece la ley, que realice las prácticas respecto de bienes o servicios de ese mercado relevante), a continuación se describen las conductas anticompetitivas en que puede incurrir una empresa dominante, de acuerdo con el artículo 10 así como algunos ejemplos que buscan ilustrar situaciones en las que surgen este tipo de prácticas. En todos los casos se tendría que seguir el análisis que establecen los artículos 10 al 13 de la ley.

- Imponer o establecer restricciones verticales (a proveedores o distribuidores).
- Imponer o establecer precios de manera vertical (a proveedores o distribuidores).

### **Ejemplo**

**La empresa Gasolinas Puras determina que sus productos se venderán a concesionarios en territorios preestablecidos y estos deberán vender la gasolina al precio que ésta establezca. [Restricciones verticales, fracciones I y II, artículo 10, LFCE].**

- Vender bienes atados (condicionar la venta de un bien a la compra de otro).

### **Ejemplo**

**La empresa CableTV le informa a sus clientes que desde ahora tendrán que comprar un paquete de**

**Internet junto con su suscripción a sus canales restringidos. [Ventas atadas, fracción III, artículo 10, LFCE].**

- Imponer condiciones de exclusividad para vender o comprar.

#### **Ejemplo**

**La empresa Refrescos Famosos le dice a sus distribuidores que sólo venderá sus productos a quienes no ofrezcan productos de su competencia. [Tratos de exclusividad, fracción IV, artículo 10, LFCE]**

- Rehusarse a vender o comprar bienes que sí están disponibles para otros agentes económicos.



#### **Ejemplo**

**La empresa Insumo que acaba de concentrarse con uno de sus clientes, determina que sólo venderá su producto a su nueva filial. [Negativa de trato, fracción V, artículo 10, LFCE].**

- Ofrecer descuentos por lealtad.
- Discriminar en precios (establecer precios o condiciones de venta distintas a agentes en situación igual).

### Ejemplo

Alternativamente la empresa Insumo pudiera decidir que hará descuentos en sus productos a sus clientes consentidos. *[Discriminación, fracción X y/o Ofrecer descuentos por lealtad, fracción VIII, artículo 10, LFCE].*

- Boicot (ejercer presión entre varios competidores contra otro agente económico).
- Depredar en precios.
- Utilizar subsidios cruzados.

### Ejemplo

La empresa Aerolínea Tradicional decide reducir sus precios en un 50% en la ruta México-Acapulco luego de la entrada de un competidor nuevo, ABC. ABC no puede cubrir sus costos a esos precios por lo que decide abandonar la ruta. Aerolínea Tradicional aumenta sus precios una vez que ABC sale del mercado. *[Depredación de precios, fracción VII, y posiblemente subsidios cruzados, fracción IX, artículo 10, LFCE].*

- Incrementar los costos de hacer negocios para rivales u obstaculizar la entrada a nuevos competidores.

## EL ANÁLISIS ECONÓMICO EN LAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS RELATIVAS

Un mercado relevante establece qué productos compiten (cuáles son sustitutos) y en dónde se lleva a cabo la competencia (la dimensión geográfica de este mercado). El artículo 12 de la ley y 9 del reglamento dan lineamientos adicionales sobre el análisis que deberá realizarse para determinar el mercado relevante.

**S**in embargo, determinar el mercado relevante es solamente un paso intermedio en el análisis económico que realiza la CFC. El objetivo principal es determinar si la empresa investigada tiene **poder sustancial en el mercado relevante**.

**M**ientras más alternativas de consumo existan para un comprador, menos poder de mercado tendrá una empresa que ofrece un producto o servicio determinado. Aunque existan empresas muy bien posicionadas en un determinado pro-

ducto o servicio, éstas pueden no tener poder de mercado si existen suficientes alternativas de consumo. Al contrario, cuando existen pocas alternativas de consumo se debe cuestionar si el agente económico tiene poder de mercado en el mercado relevante.

**E**l poder de mercado se puede manifestar de diversas formas tales como precios altos, oferta reducida, pocas opciones y baja calidad, o escasa innovación tecnológica. Cualquier agente económico puede decidir aumentar sus precios, pero son pocos los que pueden hacerlo sin incurrir en pérdidas, ya sea porque los consumidores dejan de comprar su producto y optan por otro, o porque sus competidores mantienen sus precios bajos y los consumidores deciden adquirir el producto con estos otros proveedores más baratos. En el concepto del poder de mercado está implícita cierta pérdida en el bienestar, pues algunos consumidores no pueden obtener el producto o servicio a ese precio “alto”, a pesar de estar dispuestos a pagar un precio mayor de lo que le cuesta a la empresa producirlo.

**C**abe resaltar que la CFC no considera que tener poder de mercado (poder sustancial) sea una conducta anticompetitiva en sí misma. Una empresa dominante puede haber surgido de un proceso histórico en el cual la eficiencia comercial, tecnológica y productiva de la empresa la haya llevado a ser líder en el producto o servicio que ofrece. Sin embargo, si ésta utiliza su poder en el mercado para llevar a cabo una conducta que pretenda desplazar indebidamente a un rival, impedir que entre al mercado, o lleve a cabo acciones para situarse en una posición que le dé una ventaja exclusiva, y todo esto perjudica al consumidor, entonces su poder y comportamiento deben ser evaluados y en dado caso sancionados. El artículo 13 de la ley y los artículos 10 al 14 del reglamento dan lineamientos para realizar este análisis.

## **¿CUÁLES SON LAS SANCIONES QUE PUEDE IMPONER LA CFC POR COMETER UNA PRÁCTICA MONOPÓLICA RELATIVA?**

Hay dos tipos de sanciones que pueden imponerse:

- Multas de carácter administrativo; y/o
- La orden de suprimir una conducta por ser una práctica monopólica.

### **Aviso Importante**

**La multa que puede imponer la CFC es de hasta 900,000 veces el SMGVDF.**

**Para calcular el monto de la multa la CFC deberá tomar en consideración los siguientes elementos:**

- Gravedad de la infracción
- Daño causado
- Intencionalidad
- Participación del infractor en el mercado
- Tamaño del mercado afectado
- Duración de la conducta que se sanciona
- Reincidencia
- Antecedentes del infractor
- Capacidad económica



#### **Aviso Importante**

**Si la infracción es cometida por quien ha sido sancionado dos veces o más, la CFC podrá desincorporar o enajenar los activos, derechos partes sociales o acciones del agente económico.**

**E**s importante señalar que el objetivo de esta Comisión no es sancionar a los agentes económicos, sino proteger el proceso de competencia y libre concurrencia. Por esta razón, la LFCE otorga el siguiente beneficio para los agentes económicos involucrados en una práctica monopólica relativa.

### **CORRECCIÓN DE LA PRÁCTICA**

**U**n agente económico que esté realizando una práctica monopólica relativa, puede acogerse al beneficio que le otorga la ley de presentar un escrito en el que se comprometa a suspender, suprimir, corregir o no realizar la conducta violatoria. Al hacerlo, puede obtener el beneficio de que la CFC le imponga una multa de "1" SMGVDF.

**P**ara obtener este beneficio, el interesado deberá presentar un escrito ante la CFC en el que proponga medidas y acredite que:

- El proceso de competencia y libre concurrencia se restablecerá al cesar los efectos de la práctica monopólica;

- Los medios propuestos son idóneos y económicamente viables para no llevar a cabo o dejar sin efectos la práctica monopólica, señalando plazos y términos para su comprobación.

**U**na vez recibido este escrito, el procedimiento que se sigue ante la CFC quedará suspendido hasta por 15 días, en tanto la CFC emite su resolución respecto de la procedencia e idoneidad del escrito.

**E**n caso de que la CFC acepte los términos del escrito propuesto, obtendrá el beneficio señalado, sin perjuicio de que los agentes económicos que se vieron afectados por la práctica puedan reclamar daños y perjuicios.

#### Aviso Importante

Debe solicitarse antes de que se emita resolución definitiva.

Además los agentes económicos sólo podrán acogerse a este beneficio, una vez cada 5 años.

## Procedimiento Administrativo Sancionador

### ¿CUÁL ES EL PROCEDIMIENTO PARA IMPONER UNA SANCIÓN?

**P**ara que la Comisión imponga una sanción, sea multa o sea alguna orden en específico, es necesario que se lleve a cabo un procedimiento.

**E**ste procedimiento consta de dos etapas. La primera, es la etapa de investigación y la segunda es conocida como la etapa seguida en forma de juicio.

**La etapa de investigación** tiene el objetivo de que la CFC analice si existe una conducta que pueda calificarse como práctica monopólica relativa y además identifica a las personas o empresas que puedan ser probables responsables de haber cometido dicha actividad.

**T**ambién en esta etapa, la Comisión determina el mercado relevante y señala si el agente económico involucrado tiene poder sustancial en dicho mercado.

**E**n caso de que la CFC concluya en su investigación que existe una probable práctica que actualiza alguna de las conductas especificadas en el artículo 10 de la LFCE, y haya identificado a los agentes económicos como probables responsables, procederá a la siguiente etapa.

**La etapa seguida en forma de juicio**, tiene dos objetivos.

**E**l primer objetivo es hacer del conocimiento de los probables responsables cuáles fueron los hechos en los que se basó la Comisión para concluir que realizaron una conducta prohibida por la ley.

**E**l segundo objetivo consiste en otorgarle a los probables responsables la posibilidad de defenderse de las acusaciones que le hace la Comisión.

**E**n el cuaderno de trabajo denominado Infracciones a la Ley Federal de Competencia y Procedimiento Administrativo Sancionador, se desarrollan de manera más detallada ambas etapas del procedimiento.