

Pérez-Llorca

Pérez-Llorca

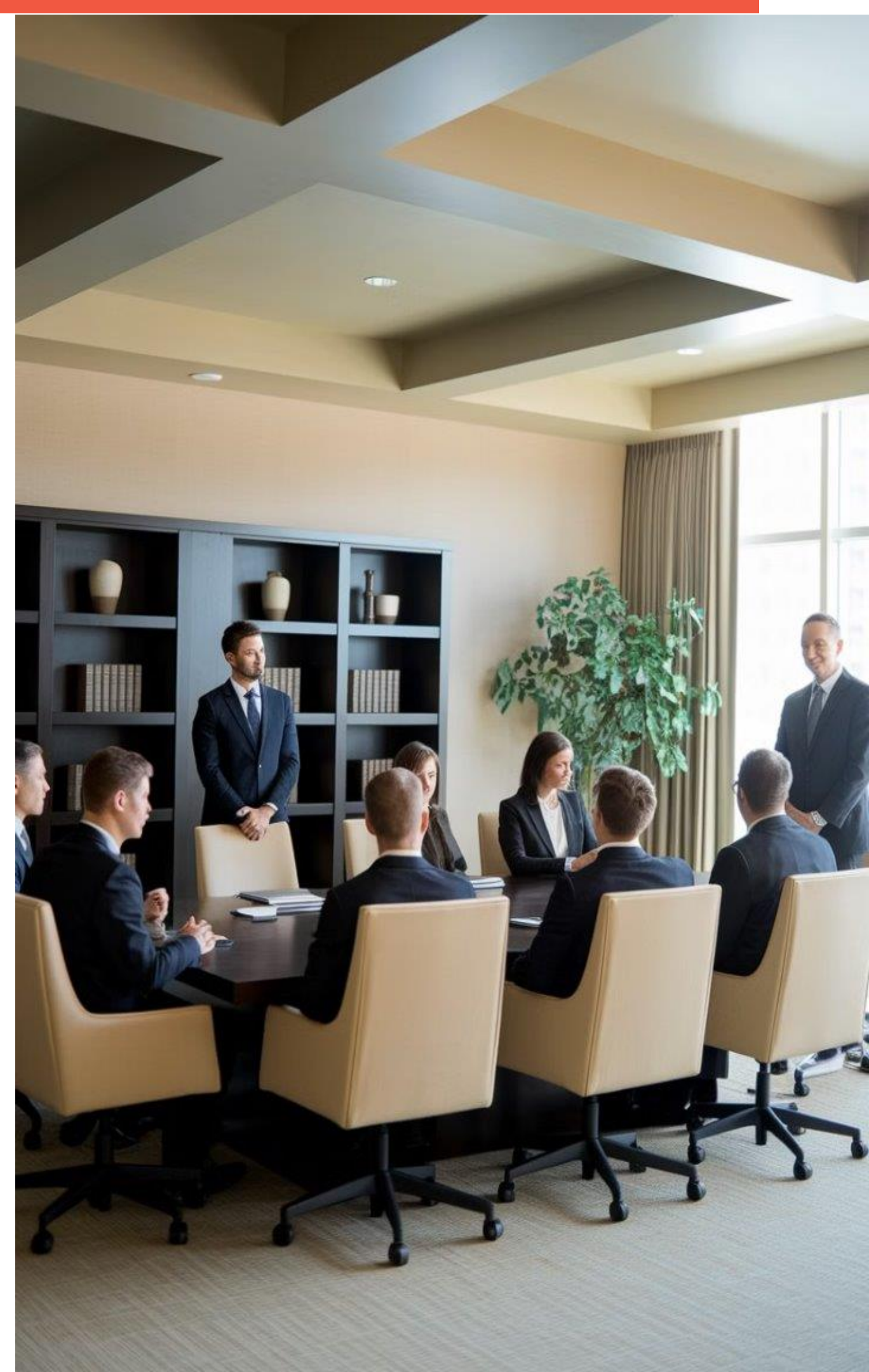
Marzo 2025

Masterclass en Competencia Económica

“Capacitación AMID”

perezllorca.com

BCN | BRU | CDMX | LIS | LON | MAD | MTY | NYC | SGP



Agenda

1. ¿Qué es la competencia económica?
2. Principios básicos y principios violaciones
3. Cártels y Abuso de poder de mercado
4. Casos prácticos
5. Intercambio de información con competidores
6. Recomendaciones
7. Q&A

Competencia Económica

¿Qué es la Competencia Económica?

- Es el proceso mediante el cual las empresas interactúan en el mercado ofreciendo bienes y servicios a los consumidores bajo condiciones de libre competencia.
- Busca maximizar el bienestar de los consumidores promoviendo la eficiencia económica, la innovación y la calidad de los productos y servicios.
- Esfuerzos de personas y empresas para incrementar sus ventas, ofreciendo **más opciones de productos o servicios de mayor calidad y a mejores precios.**

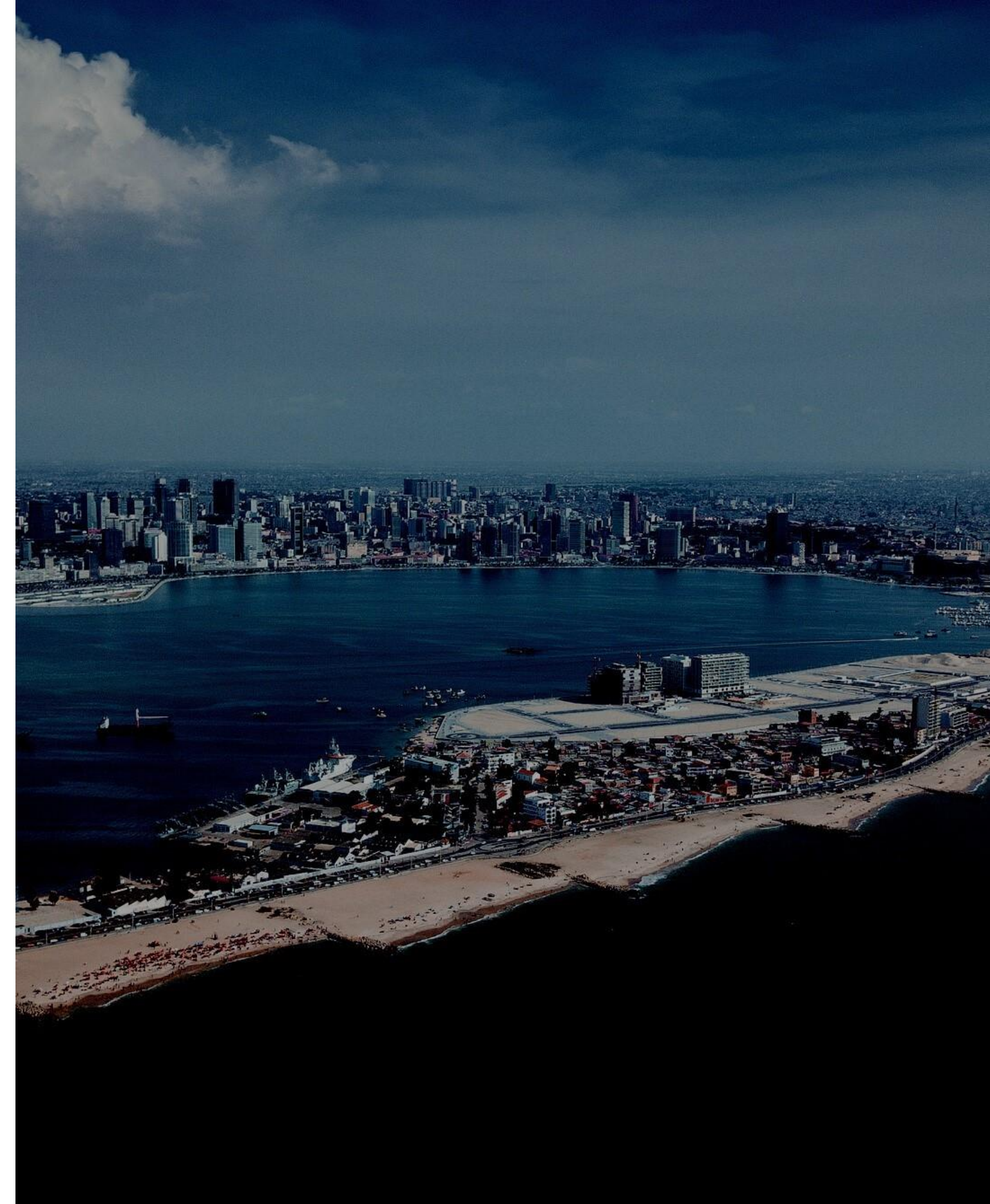
Círculo virtuoso de la competencia:



Principios de la Competencia

Principios de la Competencia Económica

- **Prohibición de prácticas anticompetitivas:** Evitar conductas que limiten, dañen o impidan la competencia.
- **Acceso al mercado:** Permitir la entrada de nuevos participantes en igualdad de condiciones.
- **Protección al proceso de competencia y libre concurrencia:** Garantizar condiciones equitativas para todos los participantes.



Principales Violaciones a la Competencia





Cartelización

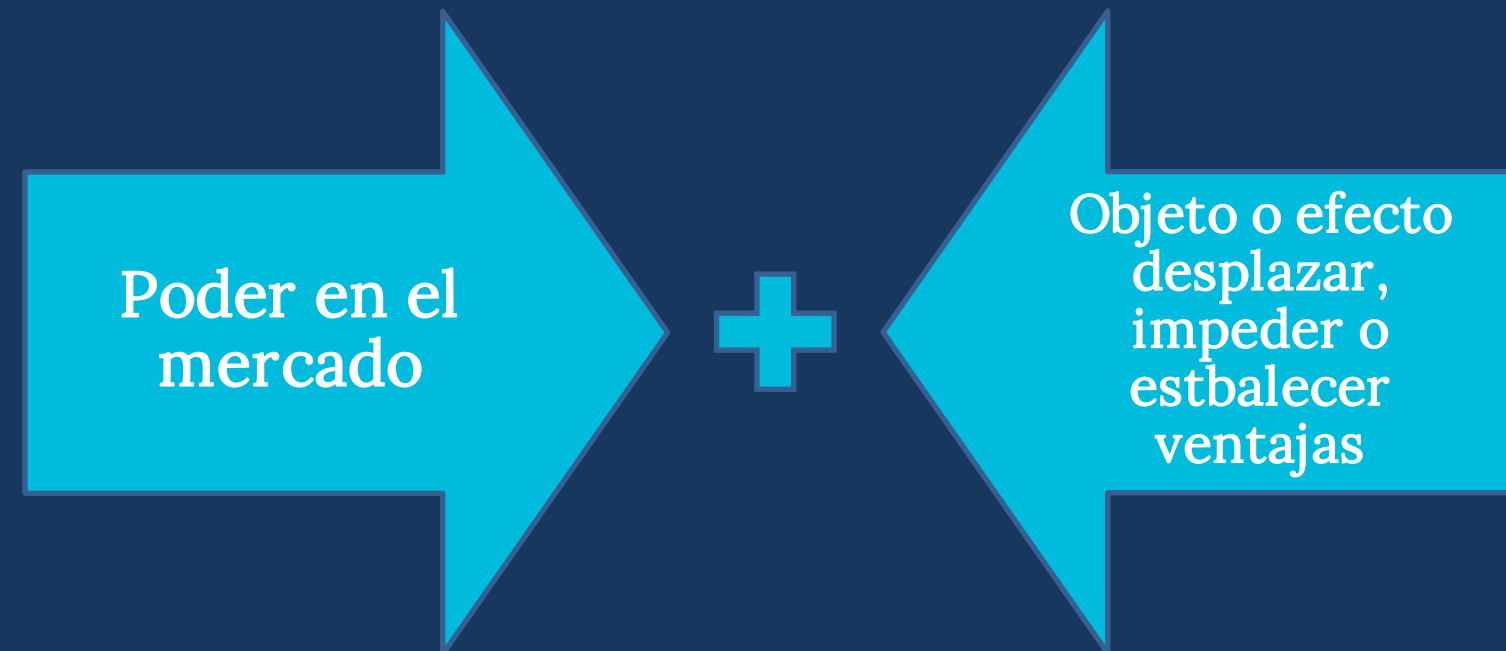
- Acuerdos entre **COMPETIDORES** = acuerdos colusorios
- Son ilegales *per se*, no importa el tamaño de las empresas involucradas, su participación en el mercado o las buenas intenciones de las empresas.
- No hay **defensa** que proceda si la autoridad en la materia puede probar el acuerdo.
- Que tiene por **OBJETO** u **EFECTO** cualquiera de las siguientes conductas:



Conductas colusorias prohibidas

Abuso de poder de mercado

Existen ciertas **prácticas comerciales** que son **legítimas** entre agentes económicos que no son competidores (proveedores o clientes) que se convierten en ilícitas cuando:



Las conductas anticompetitivas generan riesgos...

1

Reputacionales

Sanciones en materia de competencia afectan las ventas, valor y estabilidad de la empresa.

2

Multas

Hasta el 10% y el 8% de los ingresos del agente económico involucrado.

3

Sanciones penales

Prisión de **5 a 10 años** para quien participe en prácticas monopólicas absolutas (cárteles).

4

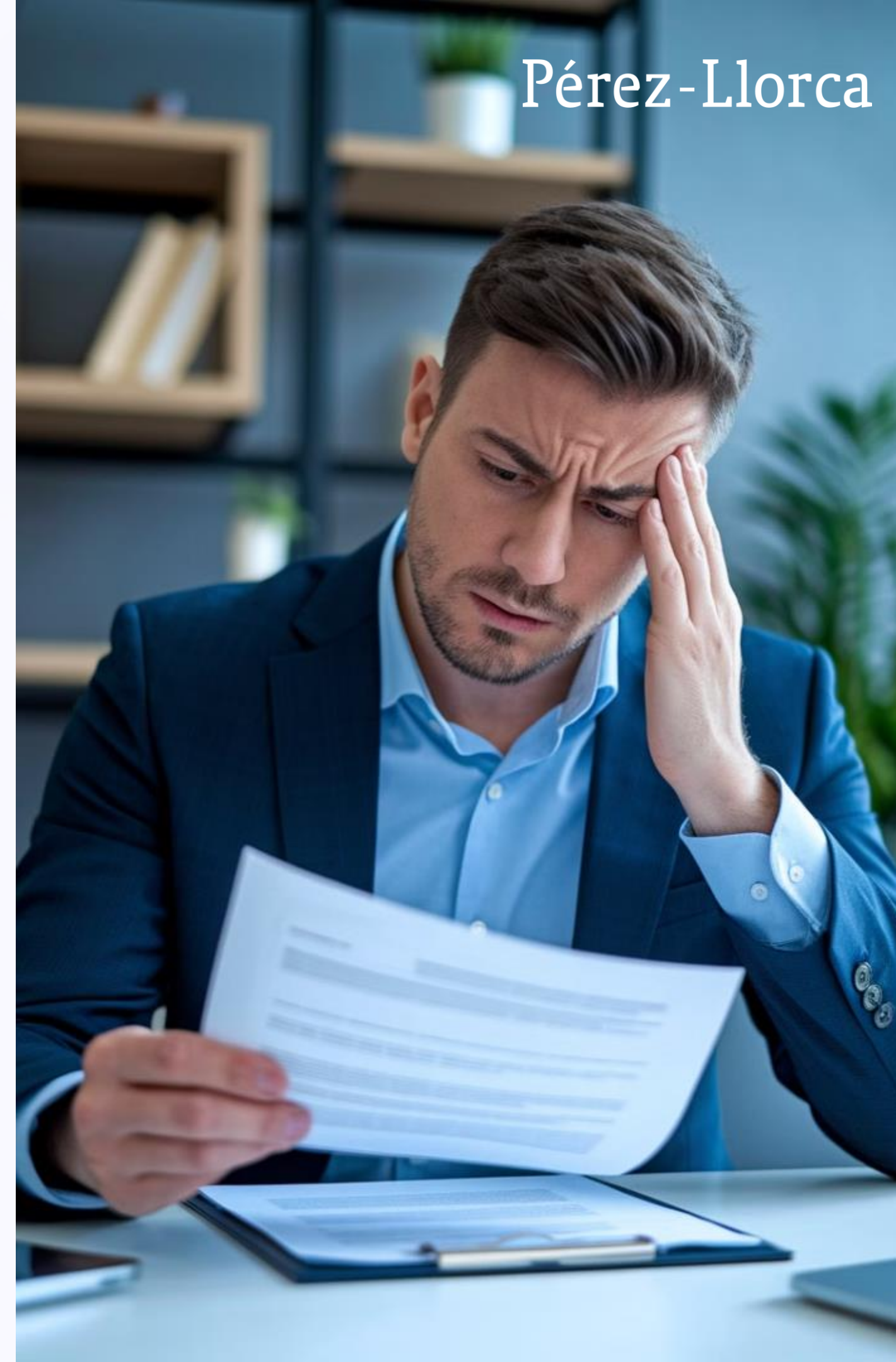
Inhabilitación empleados

Sanciones laborales a empleados, prohibición para contratarlos en la empresa.

5

Inhabilitación empresas

Inhabilitación para participar en procesos de compras públicas.



Casos prácticos



Escenario 1: Fijación de Precios, División de Mercados, Asignación de Clientes

Varias empresas distribuidoras de medicamentos acordaron coordinar precios y restringir la oferta de productos farmacéuticos en el mercado privado de México. Utilizaban comunicaciones indebidas para planificar aumentos simultáneos de precios y definir estrategias que limitaban la competencia.



Escenario 1: Fijación de Precios, División de Mercados, Asignación de Clientes



Principales riesgos

- **Fijación de precios:** Las empresas acordaron aumentar precios de forma coordinada.
- **Segmentación de mercado:** Se distribuyeron clientes o zonas para evitar competencia directa.
- **Restricción de la oferta:** Limitaron la disponibilidad de medicamentos en ciertos mercados. Además, determinaban de manera conjunta a quién dejaban de vender hasta que pagara su deuda.
- **Intercambio de información sensible:** Comunicaciones indebidas entre competidores para coordinar estrategias.



Aspectos clave

- Multa de \$903 millones de pesos.
- Inhabilitación personas físicas.
- Las intervenciones de la COFECE en el sector han sido consistentes.

Escenario 1: Fijación de Precios, División de Mercados, Asignación de Clientes

Recomendaciones



Asegurarse de que todos los empleados comprendan que cualquier conversación con competidores sobre fijación de precios o división de mercado está prohibida.



Establecer mecanismos claros de reporte para identificar y reportar posibles violaciones a las leyes de competencia económica.



Revisión del equipo legal revise cualquier discusión o acuerdo que involucre asignación de mercados o estrategias de fijación de precios.

Escenario 2: Coordinación de posturas en licitaciones e intercambio de información

Varias empresas distribuidoras de condones y sondas acordaron manipular los precios a través de las investigaciones de mercado, realizadas por el Sector Salud. Además, se coordinaron para la presentación de posturas en distintas licitaciones del IMSS e ISSSTE con el objeto de mantener sus participaciones de mercado.



Escenario 2: Coordinación de posturas en licitaciones e intercambio de información



Principales riesgos

- **Manipulación de ofertas (licitación colusoria):** Los proveedores acordaron presentar propuestas coordinadas.
- **Segmentación de mercado:** Repartieron las licitaciones en las que participaban.
- **Fijación de precios:** Coordinación para presentar ofertas de los precios de referencia para incrementar los precios de las bases de licitación.
- **Intercambio de información.**



Aspectos clave

- Multa de \$35 millones de pesos.
- Inhabilitación de empresas para participar en compras públicas.
- Las intervenciones de la COFECE en el sector han sido consistentes.

Escenario 3: Exclusividades

Una cadena de supermercados fue sancionada por abusar de su poder de mercado al imponer condiciones a sus proveedores, principalmente mediante cláusulas de exclusividad que restringían su capacidad para vender productos a otros minoristas.

La empresa contaba con un sistema que le permitía imponer descuentos discrecionales para forzar a sus proveedores a no dar mejores precios y condiciones a otras tiendas de autoservicio, afectándolos gravemente, en especial a los pequeños y medianos.



Escenario 3: Exclusividades



Medidas correctivas por 10 años

Prohibición para:

- Tomar represalias contra sus proveedores (como sancionar o rescindir contratos).
- Exigir o imponer a sus proveedores precios.
- Requerir a sus proveedores información sobre los precios o condiciones que ofrecen a otros comercios.
- Aplicar descuentos en los precios a los que adquiere los productos sin consentimiento previo y expreso del proveedor.



Aspectos clave

- Multa de \$93 millones de pesos.
- Medidas correctivas por 10 años.
- Daño reputacional a la empresa.

Escenario 3: Exclusividades

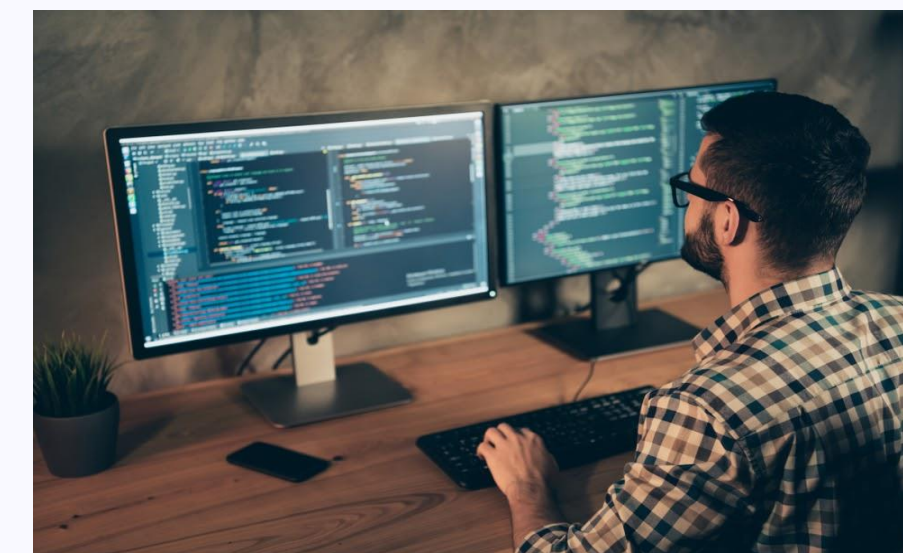
Recomendaciones



Limitar la Duración de las Cláusulas de Exclusividad: Preferir contratos de corto plazo, con posibilidad de revisión periódica



Evitar Exclusividades Amplias: No imponer exclusividades que cubran amplias regiones o múltiples puntos de venta



Monitoriar y permitir Alternativas: Asegurar que existan alternativas competitivas disponibles para otros competidores y consumidores finales.

Escenario 4: Ventas atadas

Una empresa miembro condiciona a sus clientes (hospitales y clínicas) a adquirir ciertos servicios de mantenimiento o actualización tecnológica proporcionados exclusivamente por la misma empresa para poder acceder a precios preferenciales en la compra de dispositivos médicos innovadores.



Escenario 4: Ventas atadas



Riesgos

- Obligar al consumidor a adquirir un servicio adicional (ventas atadas) para poder acceder al servicio principal puede considerarse una práctica anticompetitiva si no existen alternativas reales que ofrezcan ambos servicios por separado



Aspectos Clave

- Transparencia en las condiciones de contratación de los diferentes servicios.
- Analizar si la oferta conjunta impide que los clientes comparen y elijan proveedores de servicios.
- No impedir la posibilidad de que otras empresas ofrezcan el servicio de manera independiente y competitiva.

Escenario 4: Ventas atadas

Recomendaciones



Asegurarse de que cualquier oferta de servicios empaquetados proporcione un beneficio claro a los clientes sin restringir su capacidad de elegir proveedores alternativos.

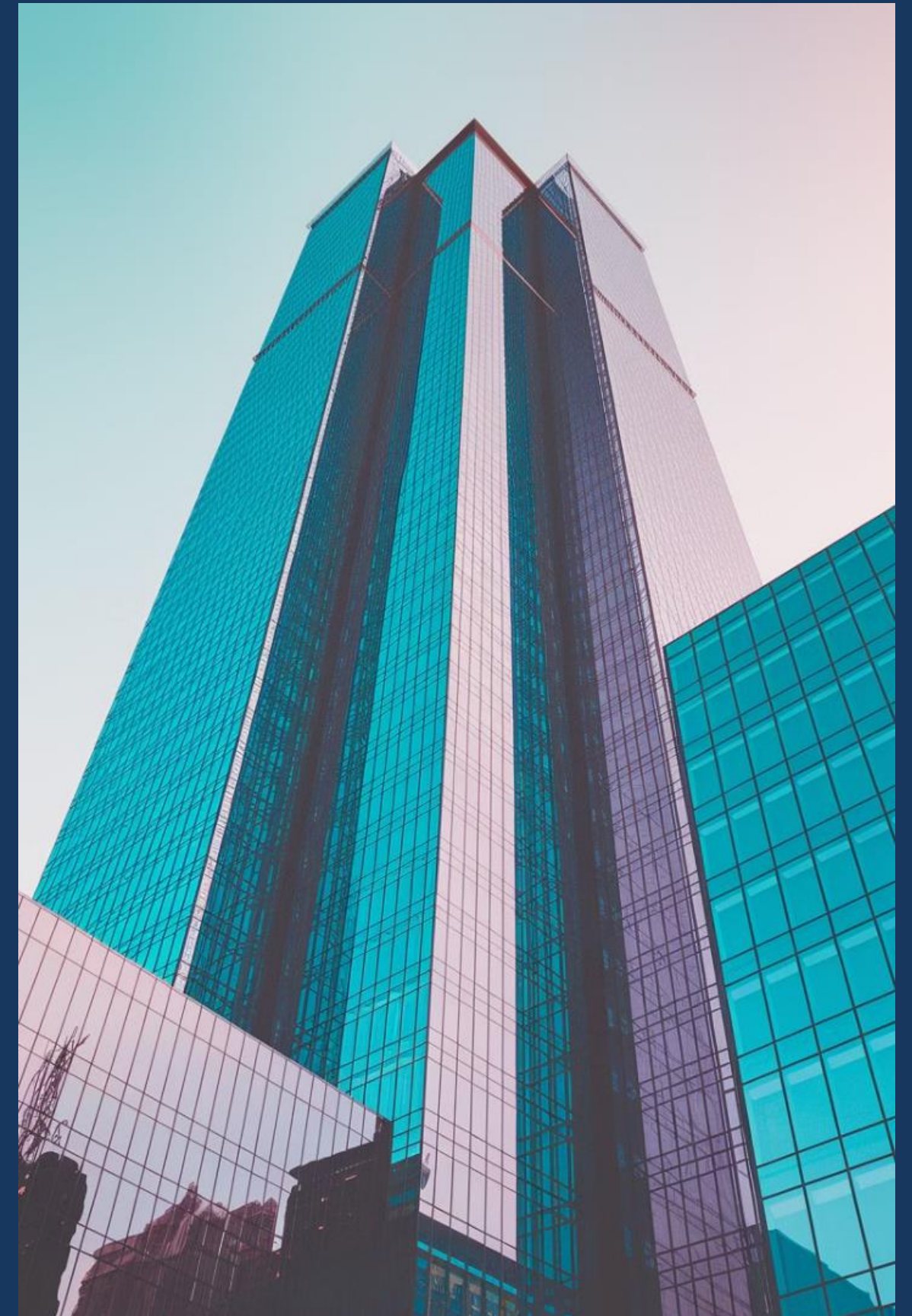


Mantener transparencia en los precios y en los términos contractuales para que los clientes comprendan sus opciones.



Consultar con los equipos legales y de cumplimiento para asegurarse de que las prácticas de ventas atadas cumplan con las leyes de competencia económica.

Contacto con competidores





Entonces... debemos tener contacto con nuestros competidores?

Sí, siempre que haya una razón legítima y el comportamiento sea independiente.

¿Por qué hay que ser cuidadosos al tener contacto con competidores?



Estos acuerdos pueden producirse con un apretón de manos, un mensaje de whatsapp, e incluso inferirse.

La mayoría de las comunicaciones entre competidores pueden ser objeto de investigación.

Pérez-Llorca

Comunicaciones riesgosas

- 1 Las autoridades de competencia examinan minuciosamente los documentos internos durante las investigaciones.
- 2 Un lenguaje descuidado en correos electrónicos y chats puede crear riesgos de responsabilidad, incluso si no ocurre una violación real pueden interpretarse erróneamente como conductas anticompetitivas.
- 3 Los mensajes de WhatsApp podrían utilizarse como evidencia (incluso tu cuenta personal de WhatsApp).
- 4 Las comunicaciones digitales nunca desaparecen por completo y pueden recuperarse años después durante investigaciones.
- 5 Las autoridades de competencia tienen programas de inmunidad que ofrecen reducciones de multas e inmunidad penal a cambio de ayudar a dismantelar cárteles. Los solicitantes ofrecen comunicaciones personales de WhatsApp como evidencia de apoyo para su solicitud de inmunidad.





Guia de comunicación

Do's

- Se claro y objetivo
- Usa lenguaje neutral
- Discute información pública
- Asume que todas las comunicaciones pueden ser revisadas
- En caso de duda busca ayuda legal

Dont's

- Discutas precios con competidores
- Uses lenguaje agresivo
- Compartas planes de negocio
- Uses lenguaje ambiguo
- Uses palabras clave para actividades ilícitas



Riesgos para los Tomadores de Decisiones



Riesgos para los tomadores de decisiones

Tienen más oportunidades de contacto con competidores y, por lo tanto, más riesgo de comportamientos colusivos.

Es importante reducir los riesgos en materia de competencia:

- No aceptar cualquier documento/comunicación que contenga información sensible de los competidores.
- No participar en reuniones con competidores que tengan como propósito revisar temas de “estrategias de mercado”, precios, intercambio de información, etc.



Recomendaciones



- Exigir que cualquier cliente deje de comprar productos de la competencia.
- Exigir a un proveedor que no suministre insumos a la competencia.
- Exigir volumen de compra mínimo para ingresar a un programa de mercado.
- Establecer ventas atadas injustificadas.
- Imponer a los clientes condiciones para las compras.
- Realizar descuentos que no hayan sido aprobados por el área de precios (revenue management).
- Condicionar descuentos a exclusividades.
- Discriminación injustificada a clientes en igualdad de condiciones.



- Política para establecer precios, descuentos y promociones de manera uniforme e igualitaria.
- Combinación de programas de mercado con prácticas comerciales.
- Todo programa/práctica de mercado debe ser previamente aprobado por Compliance.
- Implementación de programas de cumplimiento y capacitación en CE.
- Realizar periódicamente un análisis de detección de riesgos
- Implementar protocolos internos de denuncia y, en su caso, considerar beneficios de inmunidad.

Q&A

Pérez-Llorca

BCN | BRU | CDMX | LIS | LON | MAD | MTY | NYC | SGP

perezllorca.com →



Patricio Martínez Osorio

Head of Antitrust for Mexico

patricio.martinez@perezllorca.com

Montes Urales 632, Lomas de Chapultepec,

Miguel Hidalgo

11000 Ciudad de México



Gustavo A. González Del Castillo

Antitrust lawyer

gustavo.gonzalez@perezllorca.com

Montes Urales 632, Lomas de Chapultepec,

Miguel Hidalgo

11000 Ciudad de México

Pérez-Llorca

BCN | BRU | CDMX | LIS | LON | MAD | MTY | NYC | SGP

perezllorca.com →

¡Gracias!

Pérez-Llorca

BCN | BRU | CDMX | LIS | LON | MAD | MTY | NYC | SGP

perezllorca.com →