



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

Los efectos de las concentraciones en la competencia
económica: El caso de México, 2012-2015

T E S I S

Que para obtener el título de
Licenciado en Economía

P R E S E N T A

Havoth Jair Moreno León

DIRECTORA DE TESIS

MAO. Rocío del Pilar Sánchez Madrid



Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria

A mis padres Alicia y Javier que me han apoyado a lo largo de este camino, por enseñarme a no caer ante los obstáculos, que la dedicación y perseverancia son fundamentales para lograr lo que uno se propone. Gracias por su apoyo incondicional en todo momento, los quiero mucho.

A mi abuelo Sidronio (Q.E.P.D) que siempre confío en mí y me motivo a ser una mejor persona con sus consejos y enseñanzas, siempre te llevo en mi pensamiento.

Agradecimientos

A Dios por darme salud, fuerza y perseverancia para vencer los obstáculos que se presentaron a lo largo de este camino.

A mi familia que en todo momento me apoyan con su cariño, consejos y enseñanzas.

A mi Directora de Tesis por su paciencia e interés en ayudarme a concluir esta etapa de la mejor manera.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por brindarme las herramientas esenciales para formarme como profesionista.

"Nunca desistas de un sueño. Sólo trata de ver las señales que te lleven a él". Paulo Coelho

Justificación de la investigación.....	5
Objetivo general	6
Objetivos particulares.....	6
Hipótesis	7
Metodología	7
Introducción.....	8
CAPÍTULO 1. ESTRUCTURAS DE MERCADO DEFINIDAS POR LA MICROECONOMÍA.....	9
1.1 Términos de oferta y demanda.....	9
1.2 Competencia perfecta, competencia imperfecta (monopolio, oligopolio y competencia monopolística).....	13
1.3 Propósito de la definición de mercado.....	17
1.4 Mercado Relevante.....	21
1.4.1 Definición.....	21
1.4.2 Evaluación.....	22
1.5 Poder de Mercado.....	23
1.5.1 Definición.....	23
1.5.2 Análisis.....	25
CAPITULO 2. COMPETENCIA ECONÓMICA EN MÉXICO	27
2.1 Definición de competencia económica.....	29
2.2 Política de competencia.....	30
2.2.1 ¿Qué es la Política de competencia?	30
2.2.2 Ley Federal de Competencia Económica (LFCE).....	35
2.3 Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE).....	37
2.3.1 Definición.....	37
2.3.2 Funciones.....	45
2.3.3 Comparativo internacional	47
CAPÍTULO 3. CONCENTRACIONES EN MÉXICO.....	50
3.1 Definición de concentraciones.....	55
3.2 Concentraciones ilícitas.....	58
3.3 Procedimiento para notificar una solicitud de autorización de concentración.....	62
3.4 ¿Qué hace la COFECE en caso de concentraciones?	64
3.5 Análisis económico en concentraciones.....	65

3.6 Concentraciones ocurridas en México, 2012-2015.....	68
3.6.1 Informe anual 2012.....	69
3.6.2 Informe anual 2013.....	72
3.6.3 Primer informe trimestral 2014 (enero-marzo)	76
3.6.4 Segundo informe trimestral 2014 (abril-junio)	79
3.6.5 Tercer informe trimestral 2014 (julio-septiembre).....	84
3.6.6 Cuarto informe trimestral 2014 (octubre-diciembre).....	86
3.6.7 Primer informe trimestral 2015 (enero-marzo)	91
3.6.8 Segundo informe trimestral 2015 (abril-junio)	95
3.6.9 Tercer informe trimestral 2015 (julio-septiembre).....	99
3.6.10 Cuarto informe trimestral 2015 (octubre-diciembre).....	102
Conclusiones	105
Recomendaciones	110
Anexo	111
Glosario	118
Fuentes de información	121

Justificación de la investigación

El presente trabajo, se realizó por el interés en los temas de competencia económica y concentraciones, ya que en la actualidad resulta fundamental favorecer el empleo y la competitividad, y con ello, la inclusión de todos los sectores de la economía a la productividad, tomando en cuenta que en cualquier mercado están presentes tanto la oferta como la demanda, por consiguiente, en el análisis del funcionamiento de una economía de mercado se contempla a oferentes y demandantes.

Consciente de la importancia de contar con un sistema de competencia económica eficaz y reconociendo que la economía mexicana se ha visto debilitada por prácticas y regulaciones anticompetitivas, se tiene la necesidad de transformar el sistema de competencia en uno más transparente, eficiente y eficaz. Así mismo, el entorno competitivo en México obliga a las empresas a buscar una mejor posición en el mercado, por tal motivo las concentraciones han adquirido gran importancia como planes estratégicos para tener mayor poder de mercado.

Lo anterior no puede entenderse si se dejan de lado los procesos de apertura económica en escala mundial, así como los cambios en las condiciones de competencia y en las relaciones comerciales internacionales. El funcionamiento de la economía y la operación de los mercados gira en torno a la manera en la que los empresarios enfrentan la incertidumbre, mientras que las regulaciones económicas se llevan a cabo con el objetivo de corregir los fallos en la competencia, mismos que no permiten la asignación eficiente de los recursos y restringen la libre competencia generando concentración de mercado.

Finalmente, los gobiernos con frecuencia intervienen en los mercados para regular la conducta de las empresas, aunado a eso realizan reformas en materia de competencia que permiten adoptar las mejores prácticas internacionales, mediante una política de competencia encaminada a establecer un entorno adecuado por medio de la prohibición o imposición de limitaciones a ciertos tipos de prácticas empresariales (concentraciones) y transacciones que restringen indebidamente la competencia. Por lo anterior, se analizarán los efectos que tienen las concentraciones en la competencia para el caso de México e identificar bajo que determinantes se condicionan o no se autorizan.

Objetivo general

Determinar los efectos de las concentraciones en la competencia económica en México durante 2012-2015 y en qué medida son una buena decisión estratégica de las empresas con el fin de adquirir mayor poder de mercado.

Objetivos particulares

- Analizar si las concentraciones que llevan a cabo las empresas, traen consigo mayor poder de mercado dentro del mercado relevante.
- Analizar en qué medida, las concentraciones perjudican el bienestar de los consumidores, disminuyendo la calidad de los productos y aumentando el precio de los mismos.
- Analizar en qué medida, las concentraciones afectan o favorecen el proceso de rivalidad entre las empresas.
- Identificar si existe una autoridad en materia de competencia que regule las concentraciones, bajo qué determinantes las condiciona o no las autoriza.

Hipótesis

Entre mayor sea la concentración llevada a cabo por las empresas en México, se presentarán con mayor frecuencia en la competencia económica los siguientes efectos dañinos: Ausencia de competencia, mayor poder de mercado o poder sustancial, precios altos y menor calidad en los productos.

Metodología

"Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos" (Sampieri, 2014, p. 2).

La investigación se define como "un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema" (Sampieri, 2014, p. 4).

"Los análisis cuantitativos se interpretan a luz de las predicciones iniciales (hipótesis) y de estudios previos (teoría). La interpretación constituye una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente" (Creswell, 2013a, citado por Sampieri, 2014, p. 6).

Por lo anterior y a raíz de que el enfoque cuantitativo se ha empleado en disciplinas humanísticas como la Sociología, en la Presente investigación se desarrolló el tema de los efectos de las concentraciones en la competencia económica para el caso de México con base en dicho enfoque, a fin dar a conocerlo, describirlo y que sea comprendido .Se expusieron las razones (el para qué del estudio o por qué debe efectuarse), con el propósito de justificar la realización de la investigación, posteriormente se estableció que se pretende, es decir, cuáles son los objetivos con la finalidad de aportar elementos sustanciales, extrayendo y recopilando información de materiales escritos (libros, artículos y tesis). Finalmente se estableció la hipótesis a fin de guiar la investigación e indicar lo que se trata de probar, mediante una explicación tentativa enunciada como afirmación.

Introducción

La teoría económica refiere que los mercados funcionan mediante la interacción de los flujos de oferta y demanda, dichos flujos determinan los precios de mercado de los bienes y/o servicios y las cantidades que se intercambian. El origen de las grandes empresas que caracterizan al mundo contemporáneo proviene de un proceso de crecimiento que las transformo a lo largo del tiempo, pasando por dominar su mercado regional, nacional e internacional.

En México se lleva a cabo un proceso constante de concentraciones en torno a determinados agentes económicos, muchos de los actuales grupos económicos nacionales se crearon y lograron parte de su expansión y consolidación mediante concentraciones. Se tiene un panorama de la economía mexicana en el que, no hay sector de la economía que no haya registrado procesos significativos de concentraciones.

Las concentraciones se han convertido, en planes estratégicos que tienen como propósito mejorar y aumentar la capacidad competitiva de las empresas, ya que a través de dicho proceso logran mayor competitividad y expansión dentro del mercado. Este proceso no se entendería si se dejan de lado los cambios en las condiciones de competencia y en las relaciones comerciales.

En materia de concentraciones, la política de competencia en México y la Ley Federal de Competencia Económica son parte fundamental en la protección del proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención de monopolios y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

Así mismo, por lo mencionado anteriormente, el capítulo uno, abordará las diferentes estructuras de mercado definidas por el teórico Joseph Stiglitz, las definiciones de oferta y demanda, definidas por Mankiw, así como la definición de mercado relevante y la definición de poder de mercado, con la finalidad de dar a entender el funcionamiento del mercado.

Por otra parte, el capítulo dos, abordará la definición de competencia económica, qué es la política de competencia y cuándo se adoptó en México, el marco normativo en materia de competencia económica y la autoridad que regula las concentraciones. En el tercer capítulo se abordará, la definición de concentraciones y las concentraciones ocurridas en México durante 2012-2015, con el objetivo de analizar si afectan considerablemente el proceso de competencia y libre concurrencia y bajo qué determinantes son condicionadas o no autorizadas, por último, las conclusiones de la investigación que aporten elementos sustanciales a favor de la investigación y por ende a la hipótesis planteada.

CAPÍTULO 1. ESTRUCTURAS DE MERCADO DEFINIDAS POR LA MICROECONOMÍA.

La economía de mercado gira en torno al intercambio entre los individuos que compran bienes y servicios a las empresas, el mercado en el que las empresas venden sus productos recibe el nombre de mercado de productos. Un mercado es *"un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio en particular. Los compradores son el grupo que determinan la demanda del producto y los vendedores son el grupo que determinan la oferta de dicho producto"* ¹, es de suma importancia tener presente que los mercados adoptan diversas formas, algunas veces pueden estar muy organizados, es decir, los compradores y vendedores se encuentran a una hora determinada en un lugar específico. En general, es frecuente que los mercados no estén tan organizados.

1.1 Términos de oferta y demanda.

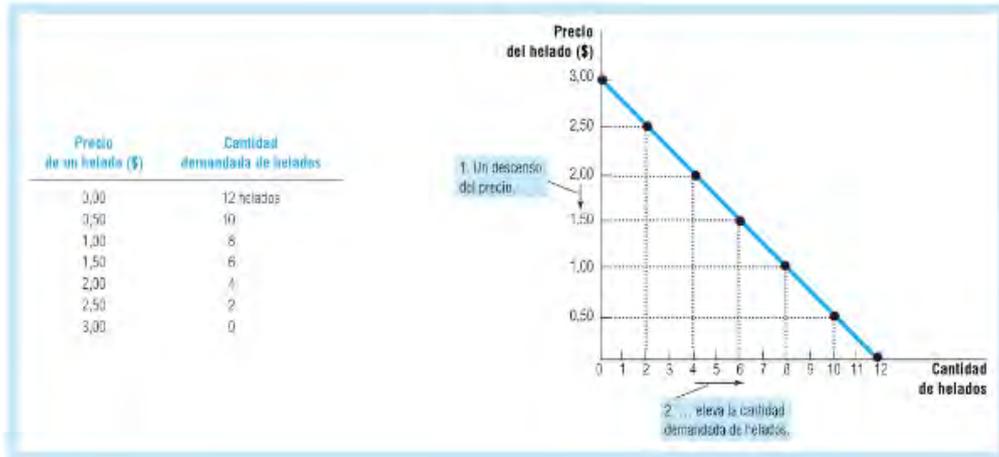
Los términos de oferta y demanda hacen referencia al comportamiento de las personas al momento de interactuar unas con otras en un mercado competitivo, un mercado competitivo es *"un mercado en el que hay muchos compradores y vendedores, por lo que cada uno tiene un impacto insignificante en el precio de mercado"* ². El concepto de demanda se utiliza para describir la cantidad de un bien o de un servicio que el comprador decide adquirir a un determinado precio, al analizar la demanda se plantea cómo varía la cantidad de un bien adquirida por un individuo a medida que aumenta o disminuye el precio, con el fin de analizar cómo funciona el mercado, es de suma importancia determinar la demanda de mercado, es decir, la suma de las demandas individuales que existen de un bien o servicio.

¹ Mankiw N. Gregory, (2012), "Principios de Economía", 6ta. Edición, Pág. 66.

² *idem*.

La curva de demanda que se muestra en la gráfica No. 1, ilustra como la cantidad demandada de un bien cambia al variar el precio. Debido a que un precio menor incrementa la cantidad demanda, la curva de la demanda tiene pendiente negativa.

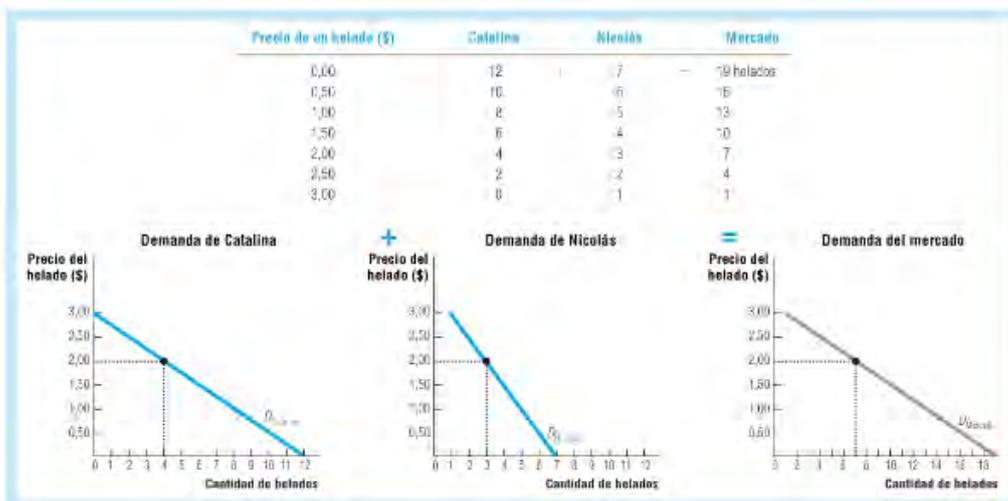
Gráfica No. 1 Demanda Individual



Fuente: Mankiw N. Gregory, (2012), "Principios de Economía", 6ta. Edición, Pág. 68.

La demanda de mercado, se calcula sumando horizontalmente las distintas curvas de las demandas individuales, dicho cálculo se muestra en la gráfica No. 2.

Gráfica No. 2 Demanda de Mercado

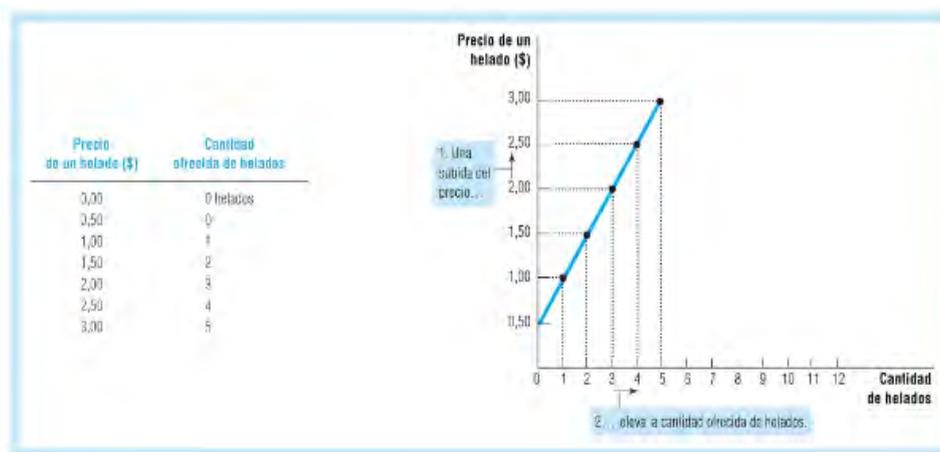


Fuente: Mankiw N. Gregory, (2012), "Principios de Economía", 6ta. Edición, Pág. 69.

El concepto de oferta se utiliza para describir la cantidad de un bien o servicio que a una empresa le gustaría vender a un determinado precio, al analizar la oferta se plantea que cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad que se ofrece de dicho bien también aumenta y cuando el precio de un bien disminuye, la cantidad que se ofrece de dicho bien también disminuye. Así como la demanda de mercado es la suma de todos los compradores, la oferta de mercado es la suma de todo lo ofrecido por los vendedores.

La gráfica No. 3, muestra como la cantidad ofrecida del bien cambia cuando varía el precio. Debido a que un mayor precio incrementa la cantidad ofrecida, la curva de la oferta tiene pendiente positiva.

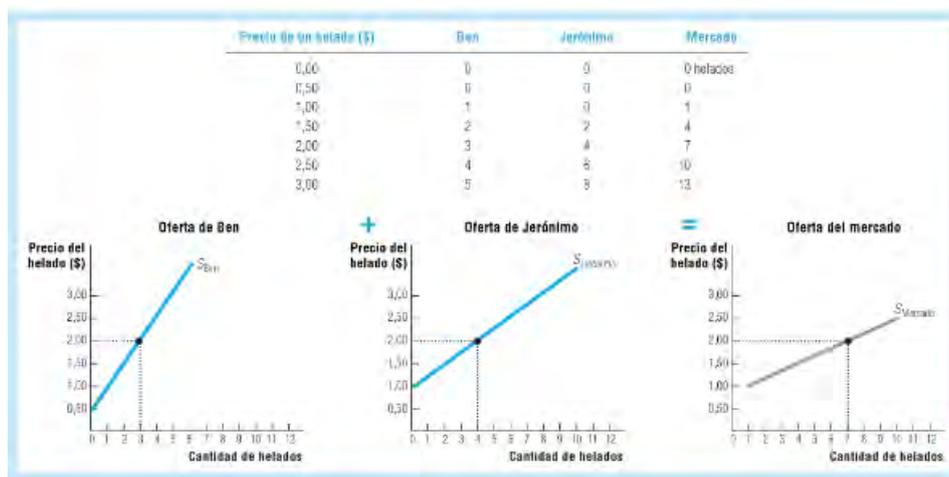
Gráfica No. 3 Oferta Individual



Fuente: Mankiw N. Gregory, (2012), "Principios de Economía", 6ta. Edición, Pág. 74.

La curva de la oferta de mercado, se calcula sumando horizontalmente las distintas curvas de las ofertas individuales, dicho cálculo se muestra en la gráfica No. 4.

Gráfica No. 4 Oferta de Mercado

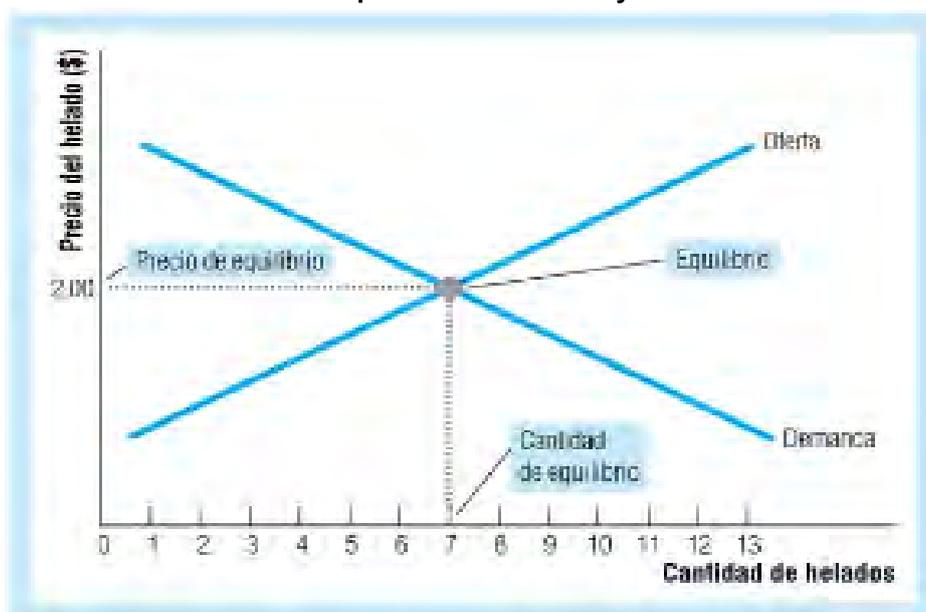


Fuente: Mankiw N. Gregory, (2012), "Principios de Economía", 6ta. Edición, Pág. 75.

Al combinar la curva de oferta y la curva de demanda hay un punto donde dichas curvas se intersecan, ese punto se llama equilibrio del mercado. El precio en esa intersección se conoce como el precio de equilibrio y la cantidad se llama cantidad de equilibrio. El equilibrio *"describe una situación en la que no hay ninguna fuerza (ninguna razón) para que se produzca un cambio. Nadie tiene ningún incentivo para alterar el resultado, es decir, el precio o la cantidad consumida o producida en el caso de la oferta y la demanda"* ³.

En el precio de equilibrio, *"la cantidad del bien que los compradores están dispuestos y son capaces de comprar equivale exactamente a la cantidad que los vendedores están dispuestos y son capaces de vender"* ⁴, compradores y vendedores llevan a cabo acciones que mueven naturalmente al mercado hacia el equilibrio. La gráfica No. 5, muestra que el equilibrio se encuentra en el punto en el cual las curvas de la oferta y la demanda se intersecan, al precio de equilibrio, la cantidad ofrecida es igual a la cantidad demandada.

Gráfica No. 5 Equilibrio de la Oferta y la Demanda



Fuente: Mankiw N. Gregory, (2012), "Principios de Economía", 6ta. Edición, Pág. 77.

³ E. Stiglitz Joseph., (2009) "Microeconomía", 4ta. Edición, Pág. 93.

⁴ Mankiw N. Gregory, (2012), "Principios de Economía", 6ta. Edición, Pág. 77.

Se debe tener presente que cuando el mercado es perfectamente competitivo, los consumidores y las empresas cuentan con información perfecta, es decir, los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones del mercado, por consiguiente, los resultados son eficientes. Cuando las condiciones para que el mercado sea perfectamente competitivo no se cumplen, los mercados son ineficientes y puede haber margen para la intervención de políticas gubernamentales para alcanzar resultados más eficientes. *"Aunque describe un mundo excesivamente simplificado, el modelo competitivo básico proporciona interpretaciones importantes y potentes. Por esta razón, la mayoría de los economistas utilizan el modelo básico como punto de partida para construir un modelo más rico"* ⁵.

1.2 Competencia perfecta, competencia imperfecta (monopolio, oligopolio y competencia monopolística).

Al examinar los mercados, primeramente, se debe observar la estructura de mercado, es decir, cómo están organizados. El modelo competitivo básico forma parte de la estructura de mercado llamada competencia perfecta, sin embargo, la competencia dentro de los mercados no es perfecta, los economistas agrupan en tres grandes estructuras a los mercados en los que la competencia es limitada. En la primera estructura no hay competencia, es decir, una única empresa abastece todo el mercado, a esta estructura se le conoce como monopolio.

Un monopolista no tiene rivales, por lo que únicamente considera si las ofertas especiales le benefician o le perjudican y una empresa que se enfrenta a la competencia perfecta puede vender tanto como desee al precio de mercado sin tener que recurrir a ofertas especiales. En la segunda estructura, se encuentran varias empresas que abastecen al mercado, por lo que hay cierta competencia, a esta estructura se le conoce como oligopolio. La característica que define a los oligopolios es que el reducido número de empresas obliga a cada una a preocuparse por la reacción que presentaran sus rivales a cualquier acción que emprenda cada una.

⁵ E. Stiglitz Joseph, (2009), "Microeconomía", 4ta. Edición, Pág. 271.

En la tercera estructura, hay más empresas que en el oligopolio, pero no las suficientes para que haya competencia perfecta, a esta estructura se le conoce como competencia monopolística. Se debe tener en cuenta que el grado de competencia que existe en la competencia monopolística es mayor que en el oligopolio, esto se debe a que en competencia monopolística hay un número de empresas suficientes para que cada una pueda ignorar las reacciones de cualquiera de sus rivales, tanto en el oligopolio como en la competencia monopolística hay una cierta competencia, pero es más limitada que en condiciones de competencia perfecta.

Cuadro No. 1 Estructuras de Mercado

<p>Competencia Perfecta</p>	<p>Muchas empresas, cada una de ellas cree que nada de lo que haga afectará el precio de mercado.</p>
<p>Competencia Imperfecta</p> <p>Varias empresas, cada una de ellas es consciente de que sus ventas dependen del precio y de otras actividades que realice.</p>	<p>Monopolio: Una Empresa.</p> <p>Oligopolio: Número de empresas suficientemente pequeño como para que cada una se preocupe por la respuesta de sus rivales a cualquier acción que emprenda.</p> <p>Competencia monopolística: Número de empresas suficientemente grande como para que cada una de ellas crea que sus rivales no alteran el precio.</p>

Fuente: Elaboración Propia, basado en los datos del libro "Microeconomía", 4ta. Edición, E. Stiglitz Joseph., (2009).

En el modelo básico de competencia perfecta, cada empresa acepta que está dado el precio de mercado, es precio-aceptante, si una empresa subiera el precio, aunque sólo fuera un poco, perdería a todos sus clientes. Si la competencia es imperfecta, una empresa que tenga un precio elevado perderá algunos de sus consumidores, pero no a todos, en condiciones de competencia imperfecta las empresas no se limitan a aceptar el precio que les dicta el mercado, sino que deciden el precio, es decir, son precio-decisoras.

Se debe considerar que tanto una empresa precio-aceptante como una precio-decisora, tratará siempre de maximizar sus beneficios. Al determinar la producción, la empresa comparará el ingreso adicional, o ingreso marginal, que percibirá por producir una unidad extra de un bien, con el costo adicional, o costo marginal, de producir esa unidad extra, en el caso que el ingreso marginal supere al costo marginal, la empresa podrá aumentar la producción. Y a la inversa, si el ingreso marginal es menor que el costo marginal, tendrá que reducir la producción, si la empresa se encuentra en un mercado de competencia perfecta o imperfecta, mantendrá el nivel de producción en el que los ingresos marginales sean iguales a los costos marginales.

"La diferencia esencial entre una empresa que afronta una competencia perfecta y aquella que afronta una competencia imperfecta estriba en la relación entre ingreso marginal y precio. Para una empresa competitiva, el ingreso marginal es exactamente igual al precio. Pero bajo competencia imperfecta, la empresa sabe que no puede vender todo lo que quiera al precio actual" ⁶. En el caso del monopolio, la empresa controla todo el mercado, de manera que, si aumenta su producción, estará aumentando la producción total del mercado, lo que tendrá un efecto significativo en el precio.

Las empresas, para maximizar sus beneficios igualarán el costo marginal con el ingreso marginal. Cuando la competencia es imperfecta, el ingreso marginal es menor que el precio, en consecuencia, el nivel de producción de la empresa que aspira a maximizar sus beneficios se situará en un punto en el que el costo marginal también será menor que el precio. El precio de mercado será demasiado alto, ya que superará el costo de producir la última unidad vendida.

⁶ E. Stiglitz Joseph., (2009), "Microeconomía", 4ta. Edición, Pág. 272-273.

Debido a que la competencia imperfecta produce resultados de ineficiencia en los mercados, ya que se produce poco a un precio elevado, en muchos países el Estado desempeña un papel activo a la hora de promover la competencia y de limitar los abusos del poder de mercado. Un ejemplo es la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos que vela por la protección al consumidor y por el cumplimiento de las leyes antimonopolio, a la vez asegura que los mercados funcionen de manera competitiva.

"Las leyes antimonopolio están destinadas a romper los monopolios, a evitar que éstos se formen y a impedir que las empresas realicen prácticas que limiten la competencia" ⁷. En muchos países Antes de que se concentren dos grandes empresas de un mismo mercado, deben contar con la aprobación del gobierno, que tratará de determinar si la concentración reducirá la competencia de una manera significativa, en algunos casos el Estado puede decidir no disolver una empresa, aunque sea un monopolio, es posible que crea que es más eficiente que una única empresa proporcione el bien en cuestión. En ese caso se hace referencia al monopolio natural, normalmente el Estado establece un organismo regulador que supervise dicho monopolio, las empresas que se encuentran en situación de monopolio regulados deben tener la aprobación del organismo regulador para poder subir los precios.

Las ineficiencias del mercado que resultan de la información imperfecta pueden adoptar una serie de forma distintas, la preocupación del Estado por la consecuencia de que los consumidores estén mal informados dio origen en distintos países a diversas leyes de protección al consumidor. *"Los precios y los mercados constituyen la base del sistema de incentivos del a economía"* ⁸, existen algunos problemas de información que los mercados no resuelven o a los que no da soluciones satisfactorias.

Los consumidores y las empresas constantemente deben afrontar decisiones basadas en información imperfecta, las políticas gubernamentales están diseñadas para mejorar la información sobre las que los consumidores basen sus decisiones. *"Aunque exista competencia e información perfectas, el mercado puede producir demasiado de algunos bienes y demasiado poco de otros"* ⁹, esto se debe a la presencia de externalidades, las cuales surgen siempre que un individuo o una empresa pueden realizar una actividad que afecte directamente a otros, cuando estas se presentan, las empresas y los individuos no afrontan las consecuencias de sus actos.

⁷ E. Stiglitz Joseph., (2009), *"Microeconomía"*, 4ta. Edición, Pág. 274.

⁸ *Ibidem*. Pág. 278.

⁹ *Ibidem*. Pág. 280.

Cuando hay externalidades, la asignación de los bienes basada en el mercado será ineficiente, se debe a que el productor no tiene en cuenta los costos sociales cuando decide qué cantidad va a producir. Dado que las externalidades producen ineficiencias en el mercado, pueden justificar el papel de la intervención del Estado en el mercado. El Estado puede impedir la superproducción de bienes con externalidades negativas, mediante la regulación o imposición de multas, cuando la producción de un bien produce externalidades positivas, el nivel de producción del mercado resulta demasiado bajo, y el Estado puede tratar de aumentar la oferta.

1.3 Propósito de la definición de mercado.

Es de suma importancia tener en cuenta que debe existir un entendimiento general en cuanto a la definición de mercado, ya que es un proceso de mucha utilidad para evaluar prácticas comerciales que puedan perjudicar a los consumidores o al proceso de competencia o si las concentraciones implican riesgo en el mismo sentido. La definición de mercado tiene el propósito de identificar puntualmente las presiones competitivas sobre el proveedor del producto, así como las fuerzas de mercado que reducen la rentabilidad de subir precios por encima de niveles competitivos o reducir la calidad de un producto.

Generalmente *"la fuerza de la restricción competitiva determina si las prácticas en las que incurre el proveedor del producto, o la combinación de 2 o más proveedores, pueden dañar a la competencia o a los consumidores"*¹⁰, es poco probable que si se lleva a cabo la concentración de dos empresas pueda dañar a la competencia si los consumidores pueden recurrir a una gran variedad de alternativas, es decir, comparar los productos disponibles en el mercado.

¹⁰ Howard H. Chang, David S. Evans, and Richard Schmalensee, "Análisis de la definición de mercado en asuntos de competencia"; "Definición de Mercado", CFC, 2011, Pág. 4.

La definición de mercado en la competencia económica se relaciona con la evaluación del poder de mercado, *"el poder de mercado se refiere a la capacidad de un proveedor de cobrar precios que son más altos que los que existirían en competencia perfecta, es decir, competencia muy intensa"* ¹¹.

Dentro del mercado la mayoría de las empresas cuentan con poder de mercado, al contar con una participación significativa dentro del mercado pueden llevar a cabo prácticas anticompetitivas. Al concretarse la concentración de dos empresas pertenecientes al mismo mercado puede tener como consecuencia precios altos debido a que se obtiene un mayor poder de mercado que el que cada empresa tenía por sí sola.

Se debe tener en cuenta que la definición de mercado es el primer paso para evaluar el poder de mercado de una empresa dentro del mercado, así como identificar las presiones competitivas que determinan el grado de participación en el mercado de un proveedor o una combinación de proveedores. Cabe destacar que, si la presión competitiva que una empresa enfrenta dentro del mercado es baja, mayor será su poder de mercado, la definición de mercado es sólo útil si contribuye de manera efectiva a la evaluación de las presiones competitivas

Los conceptos claves que existen para evaluar la definición de un mercado son:

1. **Producto y Mercados Geográficos:** Las restricciones o presiones competitivas son el conjunto de fuerzas de mercado que tienden a hacer que los oferentes mantengan sus precios cerca de los niveles competitivos y, por lo tanto, mantener sus ganancias lo suficientemente altas. El mercado de producto se refiere al conjunto de productos que sirven para restringir el comportamiento del oferente del producto, el mercado geográfico se refiere a la ubicación de los oferentes de los productos.

¹¹ Howard H. Chang, David S. Evans, and Richard Schmalensee, "Análisis de la definición de mercado en asuntos de competencia"; "Definición de Mercado", CFC, 2011, Pág. 4.

2. **Sustitución de la demanda y la oferta:** La forma más directa en la que se restringe el comportamiento de los precios es con la sustitución por el lado de la demanda: la capacidad de los consumidores de recurrir a otros productos si el oferente del producto incrementa sus precios. Entre más alternativas buenas tengan los consumidores, más difícil será que el oferente del producto eleve sus precios por encima de niveles competitivos.

3. **Diferenciación del producto:** Rara vez los productores ofrecen productos que son sustitutos entre sí, sus productos están generalmente diferenciados. Los productos pueden tener diferentes características o atributos, la mayoría de las dificultades prácticas de la definición de mercado se deriva del hecho de que se tiene que valorar si los consumidores ven los productos como sustitutos.

4. **Prueba del monopolista hipotético:** La prueba del monopolista hipotético sirve como un marco conceptual que las autoridades de competencia utilizan para evaluar el mercado relevante. Esta prueba delimita el mercado de tal forma que un monopolista hipotético de todos los productores en el mercado pueda incrementar sus ganancias a través de un pequeño incremento en el precio. La idea es que, si un monopolista no puede subir los precios por encima de un determinado conjunto de productos es porque hay sustitutos que no han sido incluidos entre esos productos.

El conjunto de productos debe de ser ampliado para incluir todos los sustitutos pertinentes, una vez que el conjunto de productos alcance el punto en el cual el monopolista pueda aumentar sus ganancias al incrementar el precio de manera pequeña, pero significativa, los productos fuera del mercado no presentan una restricción importante y pueden, por lo tanto, ser ignorados. La prueba sólo suele considerar incrementos en la producción de empresas ya presentes en el mercado, y en algunos casos, a las que pueden entrar rápidamente, por lo tanto, no debe ser la única herramienta utilizada para el análisis del mercado relevante.

5. **Costos de errores:** El análisis de la competencia puede resultar en decisiones que equivocadamente permitan prácticas que dañen a la competencia y a los consumidores, también pueden resultar en decisiones que equivocadamente castiguen prácticas que benefician a los consumidores y a la competencia.

La evaluación del mercado relevante puede establecer erróneamente límites demasiado amplios, que hagan parecer que existe una competencia intensa cuando no hay tal, puede existir una tendencia a prohibir prácticas de mercado que puedan resultar en eficiencias que beneficiarían a los consumidores. La definición de mercado es solo una de varias herramientas disponibles para las autoridades de competencia y los tribunales que son útiles para evaluar impactos en la competencia y en los consumidores, en una concentración lo que definitivamente es importante es si la consolidación de la concentración daña a los consumidores.

Comúnmente las autoridades de competencia utilizan la definición de mercado como herramienta de detección que les permite concentrar sus recursos a investigaciones que plantean preocupaciones importantes de competencia dentro del mercado relevante. Después de definir correctamente al mercado relevante, la autoridad puede concluir que la concentración entre dos empresas no presenta riesgo alguno para la competencia, y, por lo tanto, no seguir analizando la concentración, por otra parte, la autoridad pudiera determinar que la oferta de productos puede dañar a la competencia. Del mismo modo, la evaluación del mercado relevante determina, si la autoridad de competencia procederá a una investigación más específica de la realización de una concentración.

1.4 Mercado Relevante.

1.4.1 Definición.

Se debe tener en cuenta que el mercado relevante se compone de todos los productos que son razonablemente intercambiables o sustituibles, según los fines para los que fueron hechos, considerando las características de precio, uso y calidad. En forma más simple, el mercado relevante es *"el espacio geográfico en que se ofrecen o demandan productos o servicios similares, lo que le otorga una doble dimensión: De productos o servicios y geográfica o territorial"* ¹², cabe destacar que para que exista el mercado relevante es primordial que un conjunto de bienes o servicios iguales o similares estén al alcance del consumidor en un territorio lo suficientemente extenso para que el consumidor esté dispuesto a obtener la mercancía o servicio en algún punto de ese espacio geográfico, para satisfacer su necesidad.

El mercado relevante se delimita de tres formas: objetiva, geográfica y temporal, dicha delimitación adquiere importancia si se considera que en dicho mercado existe el riesgo de que los agentes económicos incurran en prácticas anticompetitivas que distorsionan la concurrencia al mercado. La definición de mercado relevante se convierte en un medio para determinar la presencia o ausencia de poder de mercado; no obstante, para evaluar si dicho poder existe, es indispensable identificarlo, las condiciones básicas para definir el mercado relevante son:

- Posibilidad de sustituir un bien por otro, lo que requiere una prueba de sustituibilidad de bienes o servicios ante la oferta y demanda.
- Costos de distribución del bien y de sus insumos.
- Posibilidad de los consumidores para obtener el bien en otro mercado.
- Restricciones normativas que limitan el acceso del consumidor a otras fuentes de abasto alternativas.

¹² Tribunales Colegiados de Circuito, Novena Época, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Tomo XXVIII, octubre de 2008, Pág. 2225.

1.4.2 Evaluación.

La evaluación del mercado relevante comienza con los productos de los oferentes que son foco de la investigación. En prácticas competitivas se involucra a los productos de la empresa o empresas que pueden estar involucradas en dichas prácticas, el mercado relevante por el lado de la demanda consiste en todos los productos que pudieran restringir la capacidad de los oferentes de causar daño a los consumidores.

Los oferentes pueden causar daño en diversas dimensiones a la competencia al aumentar precios, reducir la calidad de los productos, bajar la calidad de sus servicios, del mismo modo los consumidores pueden recurrir a otros productos por cualquiera de las razones anteriores.

A menudo es conveniente en el análisis de mercado relevante actuar como si la única dimensión relevante para la competencia fuera el precio, entonces se vería a que otros productos recurrirían los consumidores si los oferentes incrementaran sus precios en una cantidad significativa. Dos productos son sustitutos cuando un incremento en el precio de uno de los productos resulta en que el consumidor o los consumidores cambien su demanda hacia el otro producto.

Generalmente, la capacidad de las empresas de incrementar el precio de sus productos es menor cuando existen mejores sustitutos a los que los consumidores pueden recurrir, *"el grado de sustitución que enfrenta una empresa se refleja en la elasticidad precio de la demanda"* ¹³. La elasticidad de la demanda se encarga de medir el porcentaje de reducción en la demanda que resultaría de un incremento del 1% en el precio.

El grado de sustitución entre dos productos se mide mediante la elasticidad precio cruzada de la demanda, la elasticidad precio cruzada de la demanda del producto A con respecto al precio del producto B mide el porcentaje de incremento en las compras del producto A como resultado de un incremento del 1% en el precio del producto B.

¹³ Howard H. Chang, David S. Evans, and Richard Schmalensee, "Análisis de la definición de mercado en asuntos de competencia", "Definición de Mercado", CFC, 2011, Pág. 9.

La elasticidad precio de la demanda de cualquier producto depende de las elasticidades cruzadas de la demanda respecto al precio de los productos que los consumidores considerarían, la importancia de la evaluación del mercado relevante es saber si suficientes consumidores cambiarían a productos sustitutos como respuesta al incremento del precio por parte de un oferente, los consumidores más propensos a cambiar son consumidores marginales quienes ya estaban predispuestos a considerar otros productos por ser buenos sustitutos.

La evaluación del mercado relevante puede dar lugar a errores significativos si se ignoran las presiones competitivas, esto podría llevar a una falsa conclusión de que las concentraciones son perjudiciales para la competencia o son legales, *"casi nunca existe una frontera clara entre productos que compiten entre sí y productos que no"* ¹⁴, en la mayoría de los mercados los productos se encuentran diferenciados, es necesario decidir si productos adicionales compiten lo suficiente para ser considerados dentro del mercado relevante, aunque es claro que compitan hasta cierto punto.

1.5 Poder de Mercado.

1.5.1 Definición.

Poder de mercado se define comúnmente como: *"La capacidad de una empresa o grupo de empresas de elevar los precios significativamente por encima del nivel de competencia perfecta"* ¹⁵, casi todas las empresas cuentan con cierto grado de poder de mercado, pero es inusual que tengan poder sustancial de mercado. En los estados unidos, la corte suprema ha definido poder monopólico como: *"el poder para controlar precios y excluir competidores"*, el termino poder monopólico es el término estándar utilizado en los Estados Unidos para hacer referencia al nivel de poder de mercado por debajo del cual una empresa no estaría sujeta a una investigación por posibles conductas anticompetitivas.

¹⁴ Howard H. Chang, David S. Evans, and Richard Schmalensee, "Análisis de la definición de mercado en asuntos de competencia", "Definición de Mercado", CFC, 2011, Pág. 27.

¹⁵ Howard H. Chang, David S. Evans, and Richard Schmalensee, "Análisis del poder de mercado en asuntos de competencia", "Poder de Mercado", CFC, 2011, Pág. 6.

En Europa, se utiliza el término posición de dominio para hacer referencia al poder de mercado para llevar a cabo las investigaciones de conductas anticompetitivas, lo definen como: *"una posición de poder económico de una empresa que le permite obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de referencia, al darle la posibilidad de actuar en buena medida independientemente de sus competidores, de sus clientes y en definitiva de los consumidores"*, dicha definición incluye el poder fijar los precios independientemente de la competencia así como, de igual forma que en los Estados Unidos, la capacidad de utilizar el poder de mercado en otras áreas además de los precios, se puede aplicar imponiendo condiciones contractuales o degradando la calidad de un producto o servicio.

Para definir el poder de mercado, es de suma importancia reconocer que la mayoría de las empresas tienen cierto nivel de poder de mercado sobre el precio, pocos mercados en el mundo consisten en empresas que asumen un precio y vende productos perfectamente intercambiables con los de sus múltiples y pequeños competidores.

En Estados Unidos, Europa y otras regiones del mundo existe el requisito de que el poder de mercado debe ser sustancial y superar un determinado umbral para que sea necesaria una evaluación completa de los efectos de la concentración de dos empresas pertenecientes al mismo mercado, existen tres métodos para evaluar puntualmente el nivel de poder de mercado de una empresa, primero y el más común, las autoridades de competencia han confiado en la cuota de participación de una empresa en el mercado relevante, habiéndose determinado esta participación mediante una profunda investigación, si la empresa cuenta con una pequeña participación en el mercado relevante, es improbable que tenga poder sustancial de mercado.

El segundo método se lleva a cabo mediante métodos cuantitativos como los márgenes precio-costos o la rentabilidad de la empresa durante un periodo de tiempo con el objetivo de determinar el poder de la misma para imponer precios, si una empresa no es capaz de mantener los precios significativamente por encima de los costos, es improbable que tenga poder de mercado. Por último, se analizan varios tipos de pruebas sobre las posibles acciones de la empresa bajo investigación, sus competidores y clientes, en particular si la entrada al mercado es relativamente fácil, es improbable que una empresa tenga poder sustancial de mercado.

1.5.2 Análisis.

Cabe destacar que el análisis del poder de mercado es un elemento importante en la investigación de conductas anticompetitivas o en el análisis de concentraciones, para las prácticas comerciales que pueden pero no siempre desplazan a otras empresas del mercado, impiden sustancialmente el acceso de otras al mercado, o establecen ventajas exclusivas a favor de ciertos agentes económicos, existe el requisito de demostrar que esa empresa bajo investigación tiene un poder sustancial de mercado en el mercado relevante.

Es poco probable que "las empresas sin poder sustancial de mercado puedan dañar la competencia, del mismo modo las concentraciones que no incrementen significativamente el poder de mercado no tendrán efectos dañinos para la competencia" ¹⁶. Las autoridades de competencia consideran que para que una concentración sea anticompetitiva, la entidad resultante debe tener la capacidad e incentivos para elevar los precios o dañar a los consumidores, el resultado de análisis que lleva a cabo la autoridad en materia de competencia dependerá mayormente del poder de mercado adquirido mediante la concentración.

En el análisis del poder de mercado es de suma importancia distinguir entre el nivel de poder de mercado que existente sin la concentración, y el incremento del poder de mercado como resultado de la concentración de la empresa, para llevar a cabo dicho análisis las autoridades en materia de competencia realizan el cálculo de la participación de mercado mediante los siguientes elementos:

1. *"Definición de mercado: El análisis del mercado relevante casi siempre requiere una evaluación, en muy pocas ocasiones existe un límite claro entre los productos que compiten entre sí y los que no. La mejor práctica es tener en mente que el análisis que se ha hecho del mercado relevante puede ser muy amplio o muy reducido. Es mejor elegir un mercado relevante y luego considerar si las conclusiones son sensibles a incluir o excluir competidores que fueron excluidos o vagamente incluidos" ¹⁷.*

¹⁶ Howard H. Chang, David S. Evans, and Richard Schmalensee, "Análisis del poder de mercado en asuntos de competencia, "Poder de Mercado", CFC, 2011, Pág. 5.

¹⁷ *Ibidem*. Pág. 18.

2. *"Espacio temporal: Las participaciones de mercado se calculan generalmente con base en datos históricos. Observar las participaciones de mercado a lo largo del tiempo es importante ya que los cambios en las participaciones pueden reflejar ciertas características de la industria. A demás, si ha habido cambios sustanciales en el mercado en el pasado reciente o en el presente, el impacto de esos cambios debería también considerarse, las cuotas o participaciones del mercado se calculan normalmente cada año" ¹⁸.*

3. *"Medición de las participaciones: Para productos diferenciados, las cuotas de mercado basadas en los ingresos se consideran más relevantes que las cuotas basadas en unidades, dado que los ingresos reflejan el gusto de los consumidores por los productos. Para los productos homogéneos, el grado de competitividad de las empresas depende de su capacidad para cubrir incrementos en la demanda, en cuyo caso las participaciones basadas en la capacidad disponible o que podría estar disponible de manera rentable puede ser más relevante que las participaciones basadas en las ventas existentes" ¹⁹.*

Las autoridades de competencia reconocen la complejidad de usar las participaciones de mercado como medida del poder de mercado, medir las participaciones de mercado no es un fin en sí mismo, pero es útil dado que ilustra los efectos competitivos que pueda tener la concentración. El análisis del poder de mercado puede llegar a ser un ejercicio complicado, existe un acuerdo en la descripción general del poder de mercado, aún existe un gran debate sobre la metodología para llevar a cabo el análisis del poder de mercado y definir apropiadamente el nivel competitivo de las empresas en el mercado.

¹⁸ Howard H. Chang, David S. Evans, and Richard Schmalensee, *Análisis del poder de mercado en asuntos de competencia*, Poder de Mercado, CFC, 2011, Pág. 19.

¹⁹ Ídem.

CAPITULO 2. COMPETENCIA ECONÓMICA EN MÉXICO.

En 1998 la OCDE realizó una evaluación de las políticas y de la Ley de Competencia Económica en México, en dicha evaluación se llegó a la conclusión de que *"la Ley de Competencia en México representaba una síntesis bien concebida de principios económicos, y que la Comisión Federal de Competencia (CFC) de México tenía amplios poderes en materia de aplicación de la ley y autoridad para influir en la regulación directa por parte de otros organismos"* ²⁰.

La competencia en los mercados estimula una mayor oferta y mayor diversidad de productos a menores precios y con mayor calidad, incrementa el bienestar de los consumidores e incentiva a las empresas a innovar y ser más productivas. El éxito de cada empresa está determinado por su capacidad de conquistar la preferencia del consumidor mediante la oferta de más y mejores opciones de consumo, lo que significa mayor calidad y variedad de productos a mejores precios, de esta forma las empresas se esfuerzan constantemente por satisfacer a sus clientes reinventando, invirtiendo e innovando.

Si no existe competencia económica las empresas se olvidan de los consumidores y maximizan sus ganancias cuando de la mano de sus competidores manipulan el precio o la oferta, cuando abusan indebidamente de su posición dominante para desplazar o bloquear a otras empresas. En esta situación todos pierden, los consumidores pagan más por menos, las empresas enfrentan costos de operación más elevados, dejan de surgir nuevas empresas y dejan de crecer las existentes, en consecuencia, el país pierde oportunidades de crecimiento.

²⁰ "Políticas y Ley de competencia económica en México-Examen inter pares de la OCDE", Pág. 3.

La competencia económica es uno de los motores para el crecimiento de los países, ya que fomenta la inversión por doble vía: abre camino a las nuevas empresas que quieran participar en la actividad económica y hace que las existentes sean más productivas. Por otra parte, el consumidor tiene la oportunidad de escoger entre una mayor diversidad de productos a mejor precio y de mayor calidad, lo que en automático le genera una satisfacción.

Infografía No.1 Beneficios de la competencia



Fuente: COFECE, "Juntos por una cultura de la competencia", disponible en: [https://www.cofece.mx/cofece/images/Promocion/DocumentoJuntos\(paginas\).pdf](https://www.cofece.mx/cofece/images/Promocion/DocumentoJuntos(paginas).pdf) [Fecha de acceso: 16 de enero de 2017].

2.1 Definición de competencia económica.

La competencia económica es vista como un proceso de rivalidad entre las empresas que permite el aumento de la oferta, reducción de precios y mejora de la calidad en la producción de los bienes a ofrecer en el mercado, se debe tener presente que la competencia sufre un deterioro cuando se reduce la rivalidad entre los competidores que existen en el mercado. La infografía No. 2, explica que es la competencia y la importancia de la misma.

Infografía No. 2 ¿Qué es la competencia?



Fuente: COFECE, "Qué es la competencia", disponible en:
< <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/12/queeslacompetencia.jpg> >
[Fecha de acceso: 16 de enero de 2017].

Se debe tener en cuenta que la competencia económica presiona a las empresas para que satisfagan ampliamente las necesidades del consumidor a un precio bajo. *"En términos económicos, la competencia maximiza el bienestar del consumidor al aumentar tanto la eficiencia asignativa (haciendo lo que los consumidores quieren, lo cual es manifestado en su disposición a pagar) como la eficiencia productiva (produciendo bienes o servicios al costo más bajo, por ende, utilizando los menos recursos posibles), y promoviendo la innovación"* ²¹.

2.2 Política de competencia.

2.2.1 ¿Qué es la Política de competencia?

La Política de Competencia consiste en una serie de instrumentos que utiliza el gobierno para proteger y promover la eficiencia de los mercados en beneficio del consumidor y de la economía en general.

A mediados de los ochenta, *"México optó por reorientar su política económica hacia el libre mercado. Algunas de las medidas más importantes fueron los procesos de desincorporación de entidades paraestatales, la apertura al comercio exterior y la inversión extranjera, y el abandono del uso indiscriminado de los controles de precio"* ²², un elemento crucial para la aplicación de la nueva política fue la creación de la Ley Federal de Competencia Económica, misma que entró en vigor a partir de junio de 1993, así como la creación de la Comisión Federal de Competencia. Por lo anterior no es *"concebible el adecuado funcionamiento de una economía de libre mercado sin la existencia de un marco jurídico e institucional que garantice la prevención y sanción de concentraciones nocivas y prácticas anticompetitivas"*²³.

²¹ Gellhorn Ernest, (2008), "Derecho y Economía de la Competencia", **Capítulo 3**, Pág. 68.

²² Comisión Federal de Competencia, "La política de la competencia en el umbral de la consolidación", Pág. 175.

²³ *Idem*.

La Política de Competencia tiene como eje rector el libre mercado y que el Estado debe intervenir sólo cuando sea necesario corregir sus fallas, las cuales pueden derivar de las características propias de determinadas empresas o del propio comportamiento de los agentes económicos. El Gobierno *"puso fin a la mayoría de los controles de precios en el mercado interno y redujo los obstáculos al libre ingreso en el mercado"* ²⁴, no siempre los mercados por sí solos garantizan resultados óptimos, ya que las empresas en lugar de competir podrían realizar prácticas anticompetitivas, o pueden presentarse condiciones que no permitan un ambiente de competencia.

Las reformas en materia de competencia económica promulgadas el 11 de junio de 2013 completaron y mejoraron las realizadas en 2006, dotando a la Comisión Federal de Competencia de más y mejores herramientas para lograr el objetivo de proteger y promover la competencia en los mercados, de esta forma se fortalecieron de manera considerable, las herramientas de la Política de Competencia relacionada con la conducta de los agentes económicos, también tienen como objetivo crear el incentivos en los agentes económicos para evitar o suprimir prácticas contrarias a la legislación de competencia. La Comisión ha realizado importantes esfuerzos por incluir los principios de competencia en las políticas públicas y el marco regulatorio que influyen en el desempeño de los mercados.

A partir de abril del 2014, el Banco de México, con el objetivo de evaluar las condiciones de competencia económica en los mercados nacionales, comenzó a consultar a especialistas en economía, directivos en finanzas de empresas no financieras, directivos empresariales y a representantes de empresas de los sectores manufacturero y no manufacturero sobre tres aspectos fundamentales de la competencia económica en México. Los temas sobre los que el Banco de México realizó la consulta fueron:

- La percepción sobre la intensidad de la competencia en los mercados nacionales de productos e insumos.
- Las consecuencias económicas de la falta de competencia en los mercados.
- La percepción que tienen sobre la efectividad de la política antimonopolios en el país.

²⁴ "Políticas y Ley de competencia económica en México- Examen inter pares de la OCDE", pág. 11.

Los especialistas en economía consideraron que la intensidad de la competencia en el mercado interno es baja, por otro lado, los directivos de finanzas de empresas no financieras y los representantes de las empresas manufactureras y no manufactureras la percibieron más elevada, estos últimos señalaron que el nivel de competencia en el mercado de insumos es moderado, mientras que la competencia que enfrentan en el mercado de su principal producto o servicio es intensa, lo antes mencionado se muestra en la gráfica No. 6.

Gráfica No. 6 Intensidad de la Competencia en el Mercado Interno



Fuente: *Banco de México, "Informe Trimestral, abril-junio 2014", Pág. 58.*

Los directivos empresariales que fueron entrevistados por el Banco de México, señalaron que la principal consecuencia de la falta de competencia es el precio elevado de los bienes y servicios. Otras repercusiones de la ausencia de competencia son la falta de opciones y la baja calidad de los bienes y servicios que se encuentran en el mercado, lo antes mencionado se muestra en la gráfica No. 7.

Gráfica No. 7 Consecuencias de la Falta de Competencia



Fuente: Banco de México, "Informe Trimestral, abril-junio 2014", Pág. 58.

En cuanto a los obstáculos para el crecimiento económico, los especialistas y directivos de finanzas opinaron que la existencia de empresas dominantes, o la falta de competencia, son limitantes dentro del mercado, lo antes mencionado se refleja en el cuadro No. 2.

Cuadro No.2 Obstáculos para el Crecimiento Económico

Distribución Porcentual de Respuestas	Especialistas	Directivos de Finanzas
Corrupción	30.9	23.7
Burocracia	17.5	17.8
Acceso a Financiamiento	12.4	3.1
Crímenes	9.3	12.9
Dominancia de las Empresas Existentes / Falta de Competencia	8.2	3.7
Estado de Derecho	6.2	4.1
Impuestos	6.2	22.1
Otros	9.3	12.7

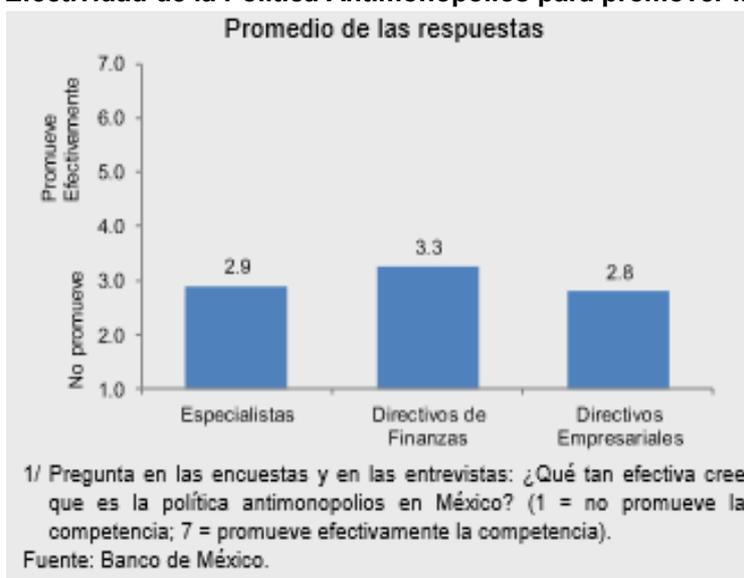
1/ Distribución con respecto al total de respuestas de los encuestados, quienes pueden mencionar hasta tres factores que obstaculizan los negocios. Pregunta en la encuesta: ¿Cuáles considera usted que son los principales obstáculos a los que se enfrentan los empresarios al hacer negocios en México?

Fuente: Banco de México.

Fuente: Banco de México, "Informe Trimestral, abril-junio 2014", Pág. 59.

De acuerdo a las encuestas realizadas por el Banco de México, la efectividad de la política antimonopolios para promover la competencia es baja, los resultados obtenidos se muestran en la gráfica No. 8. Existe un consenso amplio respecto a los beneficios de la política de competencia y su relevancia para el país, esto derivó en las reformas constitucionales en materia económica, que consolidaron e impulsaron los cimientos institucionales de esta política.

Gráfica No. 8 Efectividad de la Política Antimonopolios para promover la competencia



Fuente: *Banco de México, "Informe Trimestral, abril-junio 2014", Pág. 59.*

A pesar del entorno que ha enfrentado la Política de Competencia, ha tenido avances importantes y ha sentado las bases para un crecimiento basado en una economía de mercado. México cuenta con una institución de competencia cada vez más consolidada, el diseño institucional y el desempeño de la Comisión Federal de Competencia ha ganado reputación a nivel internacional, las reformas a la Ley federal de Competencia Económica (LFCE) la han llevado a ser un instrumento efectivo en materia de competencia aunado a la conciencia pública de la importancia de la competencia para el bienestar social.

2.2.2 Ley Federal de Competencia Económica (LFCE).

México Adoptó en 1993 la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE, dicha Ley aplica un análisis económico recurriendo al análisis del poder de mercado, su clara conceptualización revela que su elaboración es fruto de la competencia de expertos en materia de competencia económica. Sus objetivos en materia de política de competencia económica son: "*proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios*" ²⁵.

La ley forma parte de un programa destinado a desarrollar una economía orientada al mercado, está basada en el supuesto de que el incremento de la competencia se traducirá en mayor crecimiento, es reglamentaria de las disposiciones anti monopólicas que figuran en el Artículo 28 de la constitución Mexicana, por lo que toda exposición sobre la misma debe comenzar haciendo referencia al texto constitucional, "*refleja y delimita en mayor detalle los límites de las exenciones constitucionales*" ²⁶. Se aplica a todos los agentes económicos, lo que incluye explícitamente las dependencias de la administración pública, y a todas las áreas de la actividad económica.

Encomienda a la Comisión Federal de Competencia la gestión ante otras autoridades para la adopción de medidas de fomento a la competencia, tanto en la emisión de sus actos como en la elaboración de proyectos de normas legales y reglamentarias, así como la prevención y sanción de concentraciones indebidas y prácticas monopólicas, también prevé sanciones administrativas, pudiendo ordenar medidas correctivas e imponer multas en caso de violaciones de prácticas monopólicas. El Artículo 63 de la LFCE prohíbe las concentraciones cuyo objeto o efecto sea disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia.

Con la Ley Federal de Competencia Económica aprobada el 29 de abril de 2014 por el H. Congreso de la Unión, se dieron cambios que impactan de manera significativa a la competencia económica en México, representó un cambio radical en la política antimonopolios, dicha Ley se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 23 de mayo de 2014. La entrada de una nueva ley representa la consolidación de la política de apertura de los mercados.

²⁵ " Políticas y Ley de competencia económica en México- Examen inter pares de la OCDE", Pág. 13.

²⁶ *Ibidem*. Pág. 17.

La infografía No. 3, muestra los cambios relevantes que ha sufrido la Ley Federal de Competencia Económica.

Infografía No. 3 Eventos relevantes de la Ley Federal de Competencia Económica



Fuente: COFECE (2014) "Política de competencia en México: El paso a la madurez", disponible en: < <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/politica-de-competencia-banamex-febrero-2014-final.pdf> > [Fecha de acceso: 16 de enero de 2017].

La infografía No. 4, explica ampliamente el nuevo marco legal de la competencia económica, basado en las mejores prácticas internacionales.

Infografía No. 4 Nuevo marco legal de competencia



Fuente: COFECE, " El nuevo marco legal de competencia", disponible en: < https://www.cofece.mx/cofece/images/cofece/slider/aRT_CARRUSEL/infografia.pdf > [Fecha de acceso: 16 de enero de 2017].

2.3 Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE).

2.3.1 Definición.

La Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), es un órgano autónomo creado a partir de la reforma al artículo 28 constitucional de junio de 2013, encargado de vigilar, promover y garantizar la competencia y libre concurrencia en los mercados. Esta Comisión es el resultado institucional de un esfuerzo del Estado mexicano por hacer de la competencia un instrumento para el crecimiento del país. Su labor contribuye a desarrollar el empleo, potenciar el crecimiento de la economía, así como el bienestar de millones de consumidores.

Misión

"Garantizar la competencia y libre concurrencia, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones prohibidas, regular los insumos esenciales y las barreras a la competencia, así como las demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, en los términos que establecen la Constitución, tratados y las leyes.

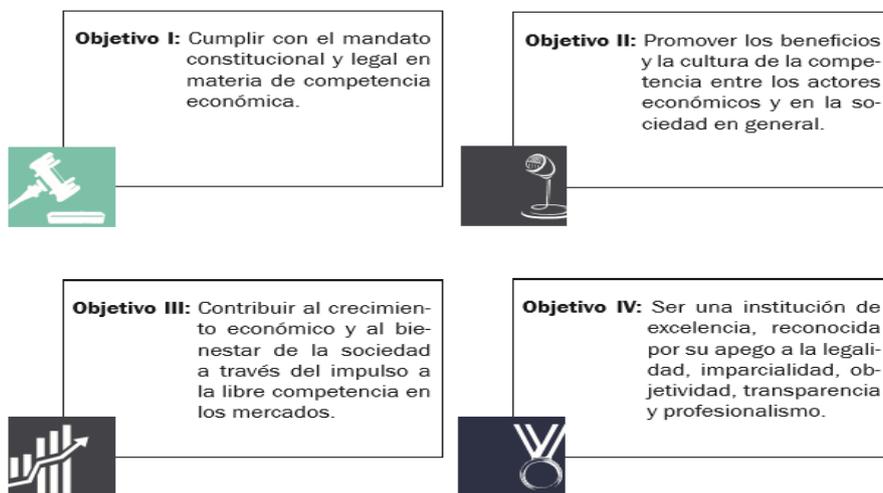
Visión

Ser una autoridad de prestigio nacional e internacional, que impulsa eficazmente la competencia en los mercados, cuyas opiniones, estudios y resoluciones contribuyen al crecimiento económico y al bienestar de los mexicanos, y que es referente obligado en las decisiones de política pública por su apego a los valores de legalidad, imparcialidad, objetividad, transparencia y excelencia" ²⁷.

²⁷ Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Plan Estratégico 2014-2017", Pág. 15.

Para llevar a cabo de manera correcta su Misión y Visión, la Comisión Federal de Competencia Económica planteó cuatro objetivos principales, la infografía No. 5, muestra dichos objetivos.

Infografía No. 5 Objetivos de la Comisión Federal de Competencia Económica



COFECE, " Plan Estratégico 2014-2017", Pág. 16.

La Comisión federal de Competencia Económica definió cinco valores institucionales como ejes rectores de su funcionamiento interno y que guían su relación con los agentes económicos y la sociedad en general.

Legalidad: Que los actos de la Comisión se realicen con estricto apego a la Constitución y a las leyes, para garantizar la seguridad jurídica de los agentes económicos.

- I. **Imparcialidad:** Que las decisiones de la Comisión se tomen sin sesgo, prejuicios, intereses o tratos diferenciados hacia las partes involucradas.
- II. **Objetividad:** Que las resoluciones de la Comisión se sujeten a las circunstancias reales de los acontecimientos y estén basadas en criterios, evidencia y procedimientos analíticos económica y jurídicamente sólidos y no en interpretaciones subjetivas.
- III. **Transparencia:** Que los procedimientos de la Comisión sean claros y la información que genere sea accesible a toda la población, protegiendo la información clasificada como confidencial o reservada en términos de la ley.

- IV. Excelencia:** Que la Comisión sea una institución de vanguardia cuya estructura, empresa y operación impulse el desarrollo personal y el trabajo en equipo, y que logre los más altos estándares de eficiencia, eficacia y calidad.

En consideración a sus objetivos, la COFECE planteó las siguientes líneas estratégicas para guiar su trabajo:

Objetivo I: Cumplir con el mandato constitucional y legal en materia de competencia económica.

- *"Emitir instrumentos para el cumplimiento de las atribuciones legales y el desarrollo de los procesos sustantivos, a efecto de guiar las actividades de la Comisión y otorgar certeza jurídica a los agentes económicos, considerando los resultados de las consultas públicas que se realicen para tales efectos.*
- *Promover, facilitar y democratizar el acceso de los particulares a los procedimientos de denuncia de problemas de competencia económica ante la Comisión.*
- *Facilitar la detección y el combate a las conductas anticompetitivas mediante el fortalecimiento de las actividades de inteligencia.*
- *Mejorar el análisis económico y jurídico mediante el estudio y discusión de casos emblemáticos resueltos.*
- *Sustentar debidamente los procedimientos de la Comisión mediante mecanismos de control y seguimiento que garanticen la solidez de la evidencia y su análisis.*
- *Emitir resoluciones e imponer sanciones oportunas y contundentes en los casos en que se viole la legislación de competencia.*
- *Defender las resoluciones emitidas por la Comisión ante los tribunales jurisdiccionales correspondientes"* ²⁸.

²⁸ Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Plan Estratégico 2014-2017", Pág. 18.

Objetivo II: Promover los beneficios y la cultura de la competencia entre los actores económicos y la sociedad en general.

- *"Emitir opiniones dirigidas a los legisladores y autoridades de manera oportuna durante los procesos de discusión para la creación o modificación de leyes, reglamentos y otras normas que puedan afectar la competencia económica.*
- *Fomentar la aplicación de los principios de la competencia económica en mercados regulados mediante la creación de espacios de discusión con los reguladores sectoriales.*
- *Impulsar la eliminación de barreras indebidas a la competencia previstas en la normativa correspondiente a los ámbitos federal y local.*
- *Promover los principios y ventajas de la competencia económica entre la iniciativa privada, a través del diálogo con los organismos empresariales, así como con la difusión de estudios de competencia, resoluciones y guías.*
- *Fortalecer la vinculación de la Comisión con la comunidad involucrada en la materia de competencia económica, incluyendo las barras de abogados, las empresas de economistas, las empresas de consumidores, los centros de investigación, los académicos y los practicantes*
- *Proponer acciones de educación en materia de competencia económica, en colaboración con instituciones educativas, la sociedad civil y los tres niveles de gobierno.*
- *Desarrollar una estrategia de comunicación para difundir los beneficios de la competencia económica al igual que el trabajo de la Comisión entre la población.*
- *Promover el intercambio de mejores prácticas, colaboración y ayuda mutua mediante la participación activa en foros nacionales e internacionales, así como en las redes que agrupen autoridades de competencia y regulación de otros países.*

- *Fortalecer el intercambio de mejores prácticas e información con autoridades de competencia de otros países mediante la celebración y ampliación de acuerdos de cooperación" ²⁹.*

Objetivo III: Contribuir al crecimiento económico y al bienestar de la sociedad a través del impulso a la libre competencia en los mercados.

- *"Priorizar el trabajo de la Comisión hacia los sectores y subsectores económicos que tienen mayor incidencia sobre el crecimiento económico, los bienes de consumo generalizado, el gasto del segmento poblacional de bajos ingresos, los que tienen impacto transversal hacia otros sectores y los que presentan intervenciones o regulaciones restrictivas.*
- *Fortalecer la supervisión de las condiciones de competencia en los mercados mediante actividades de monitoreo y análisis de la evolución de los sectores económicos.*
- *Detectar problemas de competencia a través de estudios sectoriales, e identificar las acciones más eficientes para solucionarlos o mitigarlos.*
- *Impulsar la revisión de los efectos de la regulación sobre la competencia económica, en coordinación con las autoridades competentes.*
- *Evaluar el impacto de las principales resoluciones de la Comisión en el bienestar de los consumidores, en la eficiencia de los mercados y en el proceso de competencia y libre concurrencia" ³⁰.*

²⁹ Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Plan Estratégico 2014-2017", Pág. 19.

³⁰ *Ibidem*. Pág. 20.

Objetivo IV: Ser una institución de excelencia, reconocida por su apego a la legalidad, imparcialidad, objetividad, transparencia y profesionalismo.

- *"Establecer un modelo integral de gestión del talento humano, que prevea los mecanismos para el reclutamiento, capacitación, estímulos, promoción, desarrollo continuo y evaluación del desempeño del personal.*
- *Promover y garantizar el desempeño ético, apegado a los valores institucionales por parte del personal de la Comisión.*
- *Asegurar que el personal de las áreas operativas de la Comisión cuente con las capacidades necesarias para cumplir sus responsabilidades mediante un esquema integral de capacitación y especialización.*
- *Desarrollar y socializar una estrategia global de máxima transparencia, al igual que de rendición de cuentas, aplicable a todas las actividades de la Comisión, observando las obligaciones legales en la materia.*
- *Implementar un sistema de gestión de calidad en los procesos sustantivos de la Comisión, para analizar, estandarizar y establecer su mejora continua.*
- *Eliminar cargas regulatorias innecesarias a los agentes económicos, a través de la simplificación de los trámites y procedimientos de la Comisión.*
- *Fortalecer la seguridad de los datos, mejorar la eficiencia operativa y facilitar las gestiones de los agentes económicos ante la Comisión, a través del uso de tecnologías de la información y comunicación.*
- *Desarrollar los procesos adjetivos de la Comisión bajo un enfoque de mejora continua" ³¹.*

³¹ Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), " Plan Estratégico 2014-2017", Pág. 21.

La comisión cuenta con un Código de ética y conducta, el cual fue elaborado tomando en cuenta el cuarto objetivo del Plan Estratégico 2014-2017, dicho objetivo es: Ser una institución de excelencia, reconocida por su apego a la legalidad, imparcial, objetiva, transparencia y profesionalismo. El código incluye los pilares institucionales, los principios éticos y las normas de conducta que guiarán las actuaciones de los servidores públicos de la Comisión.

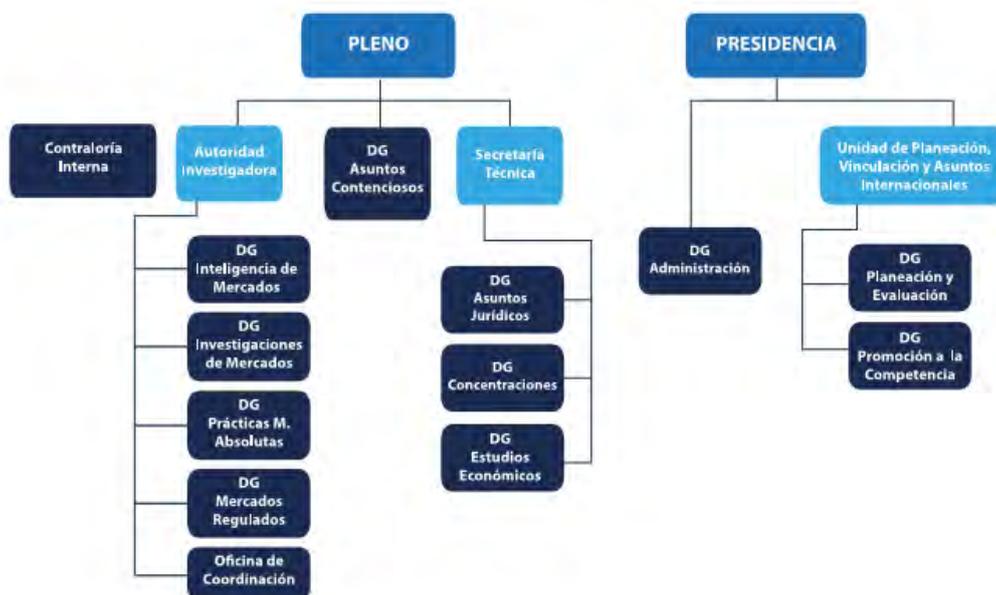
El artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que el Pleno de la Comisión es el órgano supremo de decisión. Está integrado por siete comisionados, uno de los cuales es el Comisionado Presidente, el Pleno delibera en forma colegiada y decide los casos por mayoría de votos, la Comisión cuenta con tres unidades para la realización de sus actividades en el ámbito de la competencia económica, esas unidades son:

- I. **Autoridad Investigadora:** Órgano encargado de desahogar la etapa de investigación y es parte en el procedimiento seguido en forma de juicio, la autoridad investigadora está dotada de autonomía técnica y de gestión para decidir sobre su funcionamiento y resoluciones.
- II. **Secretaría Técnica:** Es asesor técnico del pleno y tiene a su cargo la realización de estudios económicos.
- III. **Unidad de Planeación, vinculación y Asuntos internacionales:** Tiene a su cargo las actividades de promoción de la competencia, vinculación institucional, planeación estratégica, evaluación y asuntos internacionales de la comisión.

La dirección de asuntos contenciosos se encarga de la defensa jurídica de las resoluciones y determinaciones de la comisión ante el Poder Judicial de la Federación, las actividades de gestión de los recursos humanos, materiales, financieros e informáticos recaen en la Dirección General de Administración. Por otra parte, la Contraloría Interna tiene a su cargo la fiscalización de los ingresos y egresos de la comisión, así como aplicar el régimen de responsabilidades de los servidores públicos.

La estructura de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) queda reflejada en la infografía No. 6.

Infografía No. 6 Estructura de la Comisión Federal de Competencia Económica



Fuente: COFECE, "Herramientas de competencia económica", Pág. 8.

Dentro de la COFECE, se encuentra la Dirección General de Concentraciones, es la encargada de analizar las notificaciones de concentraciones para evaluar sus efectos en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados. Asimismo, puede proponer condiciones con el objeto de eliminar posibles riesgos que pueda presentar alguna concentración, los procedimientos que lleva a cabo esta dirección constituyen el objetivo de prevención de la comisión. Esta área tiene como política atender las consultas que le sean planteadas y aclarar dudas que los particulares puedan tener en relación al tema de concentraciones.

2.3.2 Funciones.

La COFECE, tiene la función de aplicar la Ley Federal de Competencia Económica mediante acciones como las siguientes:

- I. Prevenir estructuras de mercado que impliquen riesgos a la competencia mediante el análisis de concentraciones.
- II. Investigar y sancionar prácticas monopólicas.
- III. Determinar la existencia de insumos esenciales o barreras a la competencia.

Promover la cultura de la competencia a través de:

- I. Establecer canales de comunicación con autoridades de los Poderes de la Unión y de los tres órdenes de gobierno, así como difundir conocimiento y mejores prácticas internacionales a la sociedad en general sobre los beneficios de adoptar prácticas competitivas.

La infografía No. 7 muestra a detalle las funciones que lleva a cabo la Comisión.

Infografía No. 7 COFECE y PROFECO protegen a los consumidores



Fuente: COFECE, "COFECE y PROFECO protegen a los consumidores", disponible en: <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/12/COFECE-PROFECO.png> [Fecha de acceso: 16 de enero de 2017].

Con el objeto de promover la cultura de la competencia en los distintos ámbitos económicos, políticos y sociales, la Comisión emite opiniones sobre el impacto que tienen los ordenamientos jurídicos en la competencia de los mercados; establece canales de comunicación con los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial en los tres niveles de gobierno; celebra reuniones de trabajo y foros de discusión con agrupaciones de empresarios, asociaciones de profesionistas e instituciones académicas; y desarrolla una estrategia de comunicación dirigida a la sociedad en general. La infografía No. 8, muestra a detalle la promoción de la cultura de la competencia entre la COFECE y los empresarios.

Infografía No. 8 ¿Cómo promover una cultura de competencia?

¿QUÉ ES COMPETENCIA?

El esfuerzo que realizan dos o más personas, comercios o empresas, para ofrecer más opciones de productos y servicios de mayor calidad y a mejores precios.

La Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) es la institución encargada de asegurar que exista **competencia y libre concurrencia en los mercados.**

¿QUÉ PUEDES HACER?

- ▶ Incrementar el conocimiento y entendimiento de la normativa en materia de competencia en tu empresa.
- ▶ Ser una empresa comprometida con la competencia y el cumplimiento de la normativa.

BENEFICIOS

- Mejores precios
- Mayor variedad y calidad
- Más inversión y productividad
- Más innovación
- Más y mejores empleos
- Mayor crecimiento y bienestar

Sin embargo, para obtener los **beneficios** de la competencia, se requiere la participación de **todos**.

La COFECE te invita a ti

EMPRESARIO

a promover una **cultura de la competencia.**

ACCIONES

- 1 Conoce y difunde en tu empresa el material de apoyo para el cumplimiento de la normativa en materia de competencia económica.
- 2 Crea un programa de cumplimiento de la normativa para tu empresa.
- 3 Entérate sobre los acuerdos de colaboración de la COFECE con cámaras empresariales.
- 4 Infórmate sobre las facultades de la Comisión, los derechos que te otorga la Ley y los beneficios que puedes obtener.

¿QUÉ ES 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.

Fuente: COFECE, "Juntos por una cultura de competencia", disponible en: < <https://www.cofece.mx/cofece/images/Promocion/OnePagerEmpresarios.pdf%20> > [Fecha de acceso: 16 de enero de 2017].

2.3.3 Comparativo internacional.

Tomando en cuenta que a nivel internacional existen diferentes agencias regulatorias, se presenta un comparativo respecto a la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) y su homólogo de Estados Unidos la Comisión Federal de Comercio (FTC por sus siglas en inglés).

En 1914 en Estados Unidos se creó la Comisión Federal de Comercio (FTC por sus siglas en inglés) con la entrada en vigor de la Ley de la Comisión Federal de Comercio, dicha Comisión se encarga de vigilar la competencia económica, tiene la facultad de realizar investigaciones y demandar empresas que violen la Ley. Tiene dos objetivos principales, ambos enfocados a los consumidores:

- Proteger a los consumidores mediante la detección y detención de prácticas de mercado injustas, engañosas o fraudulentas.
- Promover la competencia mediante la sanción a prácticas anticompetitivas que puedan dañar a los competidores y el monitoreo de las prácticas empresariales.

La FTC, cuenta con un Programa de Indulgencias Civil, el cual minimiza las sanciones a las pequeñas empresas cuando estas incumplen con alguna regla o estatuto de la Comisión. Dicho programa contiene condiciones específicas para poder considerar a una pequeña empresa como candidato, entre las que destacan:

- La pequeña empresa deberá corregir la violación o falta a la Ley en un periodo razonable.
- El programa no aplicará cuando las violaciones sean descubiertas a través de un programa de auditoría operado por las autoridades.
- La pequeña empresa tendrá que haber reportado la violación a la Comisión poco después de haberla detectado.
- Se excluirán a las pequeñas empresas que hayan sido sujeto de varias violaciones anteriormente.
- Se excluirán tajantemente aquellas violaciones que involucren conductas criminales.

- Se excluirán tajantemente todas las violaciones que representen un riesgo a la salud, seguridad o medio ambiente.
- Con su comportamiento, las pequeñas empresas deberán demostrar una buena voluntad para cumplir con la Ley.

También considera factores como el tamaño, la experiencia, el tiempo de operación de la compañía, y su capacidad para cumplir con una sanción. Asimismo, cuenta con una Política de Asistencia para las Pequeñas Empresas, bajo la cual promueve el pleno entendimiento de la legislación y las obligaciones impuestas por la FTC, fomentando su pleno apego a la ley.

La existencia del Buró de Economía dentro de la estructura orgánica de la FTC es de suma importancia, ya que es la encargada de evaluar y analizar el impacto económico de todas las decisiones emitidas por la FTC, principalmente aquellas relacionadas con regulación sobre la competencia, mediante el análisis de los costos e impactos económicos de las Acciones de la FTC se incrementa la certidumbre y transparencia, al mismo tiempo que se promueve la adopción de decisiones más eficientes.

En México, la Ley Federal de Competencia Económica establece en el artículo 103 que los agentes económicos que incurran en una práctica monopólica absoluta podrán reconocerla ante la COFECE y acogerse al beneficio de la reducción de sanciones. En contraste con la FTC de los Estados Unidos, la COFECE no cuenta con un programa de indulgencias civil enfocado a las pequeñas empresas, en similitud se cuenta con una Dirección General de Estudios Económicos encargada de realizar análisis económico, dicha dirección elabora estudios sectoriales sobre condiciones de mercado que pudieran influir en las conductas de competencia económica. Es de suma importancia tener presente que las leyes de competencia y las instituciones que las instrumentan son fundamentales para asegurar que los beneficios económicos puedan capitalizarse.

El Reporte global de competitividad publicado por el Foro Económico mundial, presenta el índice de competitividad global que es una herramienta que permite identificar a los países identificar sus fortalezas y debilidades para estimular el crecimiento económico. En muchos casos ha ayudado a la elaboración de nuevas políticas públicas que promueven un ambiente de inversión más propicio para dicho crecimiento.

Durante **2012- 2013**, dentro del Reporte Global de Competitividad, México se ubicó en la posición **53** de un total de **144** países considerados en el índice de competitividad. En lo que respecta al indicador de efectividad de la Política Antimonopolio, se ubicó en el lugar **115**. Para **2013-2014**, se ubicó en la posición **55** de un total **148** países considerados en el índice de competitividad, dentro del indicador de efectividad de la Política Antimonopolio, se ubicó en el lugar **114**.

En **2014-2015**, México **retrocedió 6** lugares respecto a **2013-2014**, al ubicarse en la posición **61** de un total de **144** países considerados en el índice de competitividad, asimismo, **ascendió 10** lugares dentro del indicador de efectividad de la Política Antimonopolio, ubicándose en el lugar **104**. Para **2015-2016**, se ubicó en el lugar **57** de 140 países considerados en el índice de competitividad, lo que nos indica que **ascendió 4** lugares respecto de **2014-2015**, en lo que respecta al indicador de efectividad de la Política Antimonopolio, se ubicó en el lugar **67**, **ascendiendo 37** lugares. La tabla No. 1, muestra lo antes referido.

Tabla No. 1 Reporte Global de Competitividad (Foro Económico Mundial)

Periodo	Índice de competitividad	Efectividad de la Política Antimonopolio
2012-2013	53 de 144	115 de 144
2013-2014	55 de 148	114 de 148
2014-2015	61 de 144	104 de 144
2015-2016	57 de 140	67 de 140

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Reporte del Foro Económico Mundial sobre Competitividad.

Lo anterior muestra que la reforma constitucional con la finalidad de dotar de más facultades a la COFECE, representó para México un importante avance en el fortalecimiento de la Política de Competencia.

CAPÍTULO 3. CONCENTRACIONES EN MÉXICO.

Para entender el proceso de concentraciones en México, se debe tener en cuenta que existen una gran cantidad de motivos económicos por los que lo llevan a cabo las empresas, por lo anterior, *"las empresas tienen que ser competitivas, si quieren sobrevivir y continuar a tendiendo a todas las partes involucradas"* ³², toda decisión empresarial debe tender a aumentar el valor económico de la empresa respetando la legislación vigente y normas éticas elementales.

Es importante considerar que *" el fenómeno de fusiones y adquisiciones tiene un carácter marcadamente cíclico: no se trata de un movimiento continuo, sino irregular, que refleja el intento de cambiar las estrategias de las empresas mediante este procedimiento y que surge en periodos muy diferenciados, mientras que en otros momentos apenas tiene importancia"* ³³, se utilizan para adaptarse a las fuerzas del cambio económico. Grandes y pequeñas empresas buscan fusionarse para adquirir mayor tamaño y fuerza, alcanzar un mejor equilibrio en sus operaciones y una mejor cobertura de mercado.

Es de suma importancia tener en cuenta que la mayor parte de la actividad económica está canalizada por medio de empresas, *"la naturaleza misma de la economía está definida hasta cierto punto, por la clase de empresas que intervienen, por su dimensión, su estructura y forma de crecimiento, sus métodos de hacer negocios y las relaciones entre ellas existentes"* ³⁴. Las empresas de cualquier dimensión pueden tener ventajas de crecimiento, el crecimiento de una empresa de cualquier tamaño puede ser un empleo eficiente de los recursos tanto del punto de vista de la empresa como de la economía en general.

Una empresa es algo más que una unidad administrativa, es también un conjunto de recursos productivos, cuya distribución entre los diferentes usos y en el curso del tiempo, se determinan por decisiones administrativas. Sus actividades se distinguen, además, por su relación con el empleo de recursos económicos con el fin de producir y vender bienes y/o servicios.

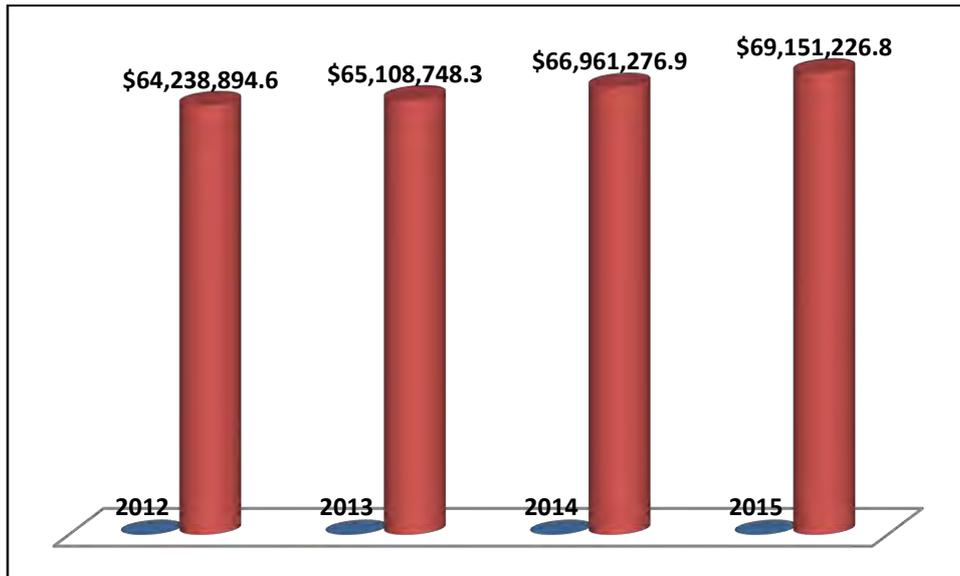
³² Mascareñas Pérez Iñigo Juan, "Fusiones y adquisiciones de empresas", Pág. 2.

³³ Ballarín Eduard, "Fusiones y adquisiciones de empresas: un enfoque integrador", Pág. 19.

³⁴ Penrose Edith Tilton, "Teoría del crecimiento de la empresa", Pág. 11.

Durante el periodo 2012-2015, la economía mexicana tuvo un ritmo de expansión favorable, ya que, en 2012, el PIB presentó un valor de \$64,238,894.6, en 2013 un valor de \$65,108,748.3, durante 2014 un valor de \$66,961,276.9, en 2015 un valor de \$69,151,226.8. La gráfica No. 9, presenta los valores del PIB de México durante el periodo 2012-2015.

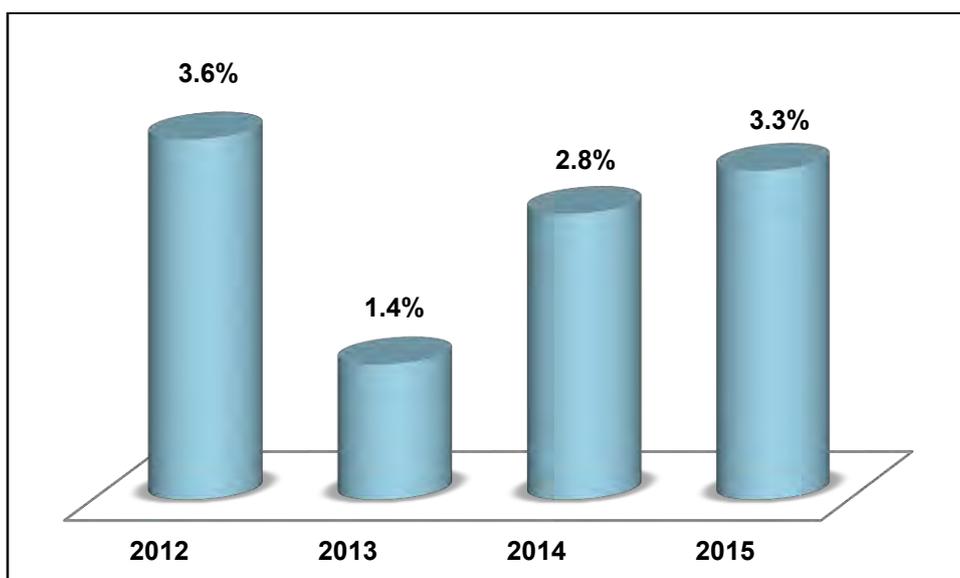
Gráfica No. 9 PIB de México (2012-2015)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Información Económica- INEGI.

La tasa de crecimiento de 2012 respecto de 2011 fue de 3.6%, el año siguiente se presentó una tasa del 1.4% lo que muestra una desaceleración económica, posteriormente se presentó un crecimiento con una tasa del 2.8%, tomando como referencia los valores de 2014 respecto de 2013, para el año 2015 se tuvo una tasa de crecimiento del 3.3%, lo anterior, nos muestra una recuperación de la economía mexicana. La gráfica No. 10, muestra la tasa de crecimiento del PIB de México durante el periodo 2012-2015.

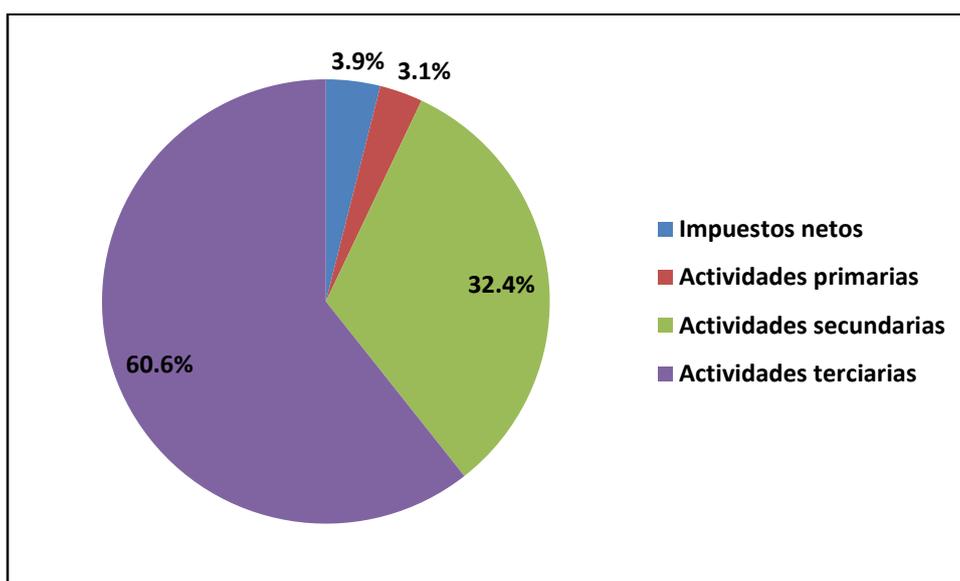
Gráfica No. 10 Tasa de Crecimiento del PIB de México (2012-2015)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Información Económica- INEGI.

Durante el año 2012, las actividades que más aportaron al PIB en México son las terciarias con el 60.6% del total, le siguen las secundarias con el 32.4%, y al final las primarias con el 3.1%, mientras que los impuestos netos tiene un peso dentro del PIB del 3.9%. La gráfica No.11, muestra la estructura porcentual del PIB en México durante el año 2012.

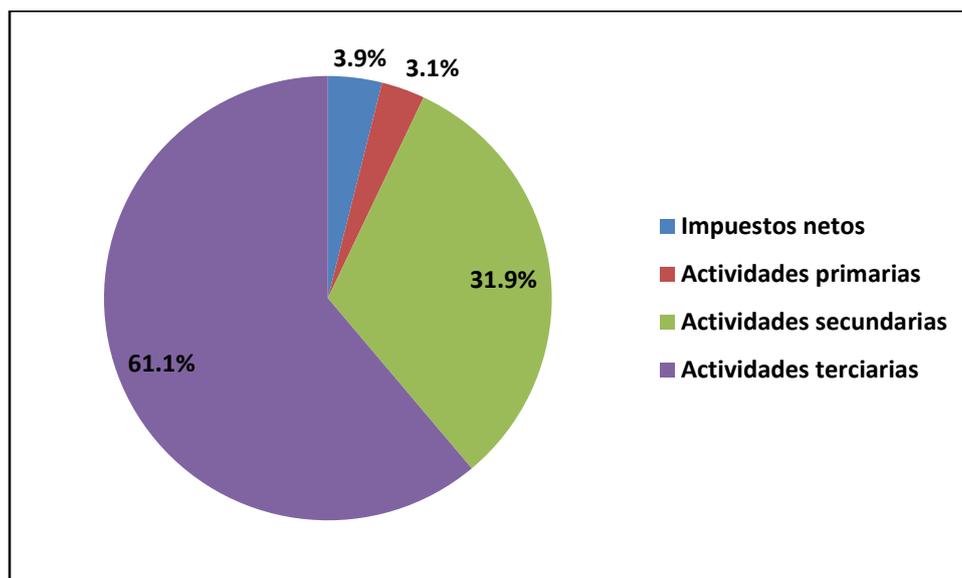
Gráfica No. 11 Estructura porcentual del PIB de México (2012)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Información Económica- INEGI.

El año 2012, las actividades que más aportaron al PIB en México son las terciarias con el 61.1% del total, le siguen las secundarias con el 31.9%, y al final las primarias con el 3.1%, mientras que los impuestos netos tiene un peso dentro del PIB del 3.9%. La gráfica No. 12, muestra la estructura porcentual del PIB en México durante el año 2013.

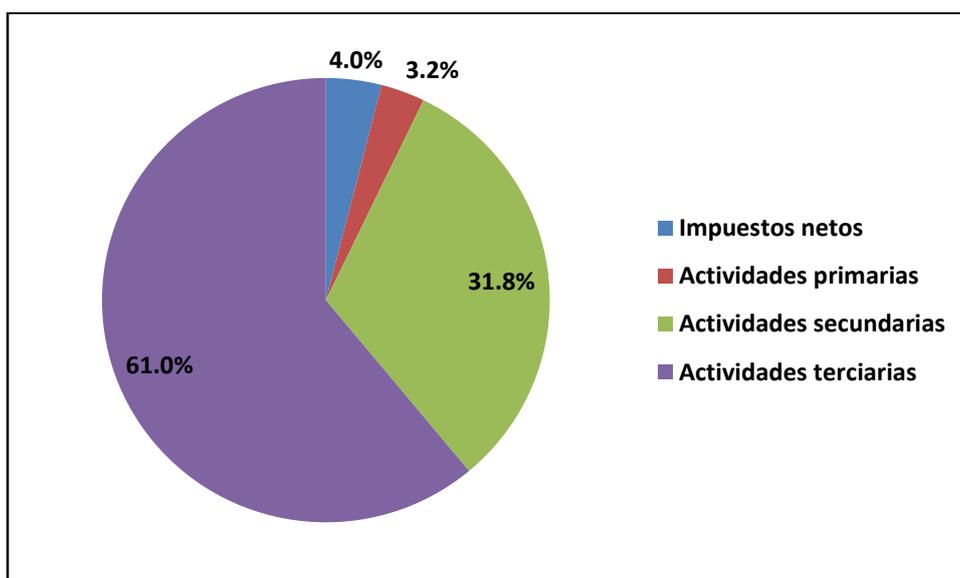
Gráfica No. 12 Estructura porcentual del PIB de México (2013)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Información Económica- INEGI.

Durante el año 2014, las actividades que más aportaron al PIB en México son las terciarias con el 61.0% del total, le siguen las secundarias con el 31.8%, y al final las primarias con el 3.2%, mientras que los impuestos netos tiene un peso dentro del PIB del 4.0%. La gráfica No. 13, muestra la estructura porcentual del PIB en México durante el año 2014.

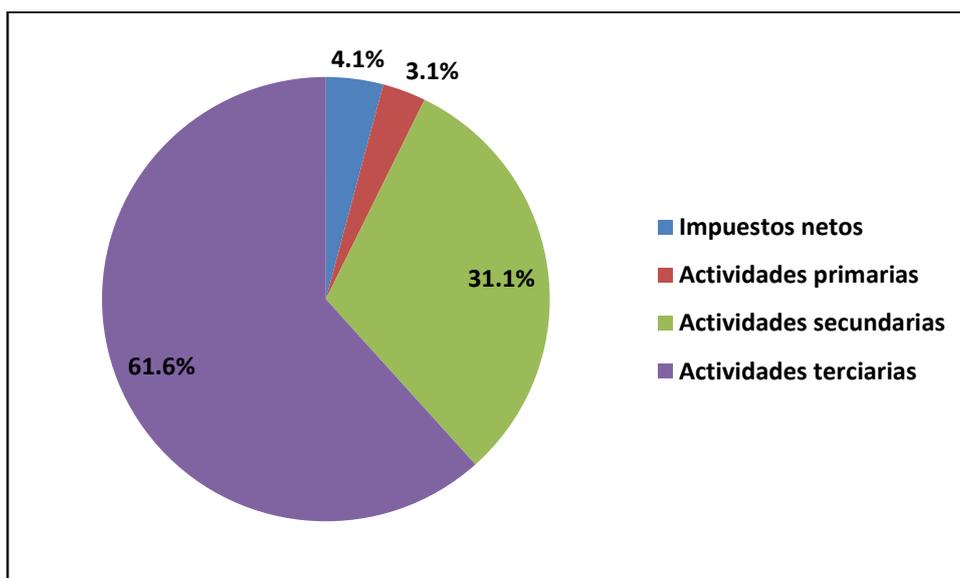
Gráfica No. 13 Estructura porcentual del PIB de México (2014)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Información Económica- INEGI.

En el año 2015, las actividades que más aportaron al PIB en México son las terciarias con el 61.6% del total, le siguen las secundarias con el 31.1%, y al final las primarias con el 3.1%, mientras que los impuestos netos tiene un peso dentro del PIB del 4.1%. La gráfica No. 14, muestra la estructura porcentual del PIB en México durante el año 2015.

Gráfica No. 14 Estructura porcentual del PIB de México (2015)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco de Información Económica- INEGI.

La actividad económica en México durante el periodo 2012-2015, muestra una tendencia ascendente, la evidencia estadística muestra que dicho comportamiento fue positivo, lo anterior, tomando en cuenta tanto factores internos como externos, básicamente la actividad económica de Estados Unidos, por la estrecha relación que existe entre las dos economías, además de ser nuestro principal socio comercial.

3.1 Definición de concentraciones.

Existen un sin número de formas para la optimización de los recursos por parte de las empresas, una de esas formas es la concentración de las mismas. Una concentración es *“la fusión, adquisición del control o cualquier acto por virtud del cual se unan sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realice entre competidores, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos”* ³⁵. La infografía No. 9, muestra que es una concentración.

Infografía No. 9 ¿Qué es una concentración?



Fuente: COFECE, "¿Qué es una concentración?", infografía No. 1, disponible en: <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/12/Vertical-SIN-Leyenda.jpg> [Fecha de acceso: 18 de enero de 2017].

³⁵ Art. 61, "Ley Federal de Competencia Económica".

Cuando las empresas se concentran, podrían limitar del número de proveedores lo que generaría un riesgo de creación de poder de mercado y reducción de la rivalidad competitiva. La reducción resultante en la rivalidad puede reducir los incentivos de satisfacer la demanda del consumidor con eficacia y puede reducir la eficiencia económica a largo plazo, el poder de mercado resultante de la concentración llevaría a mayores precios, menor calidad y menos innovación.

Por lo anterior, La COFECE analiza exhaustivamente y resuelve las concentraciones que le son notificadas con el fin de evitar que se generen estructuras de mercado que restrinjan la oferta y por consiguiente se incrementen los precios, los artículos 61 al 65 y 86 al 93 de la Ley Federal de Competencia Económica explican a detalle el análisis que lleva a cabo la COFECE en materia de concentraciones. La infografía No. 10, muestra como beneficia el análisis que lleva a cabo la COFECE.

Infografía No. 10 ¿Cómo beneficia esto a los consumidores?

¿CÓMO BENEFICIA ESTO A LOS CONSUMIDORES?

Se evita la creación de empresas que dañen la competencia y generen:



Fuente: COFECE, ¿Qué es una concentración?", infografía No. 4, disponible en: <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/12/Vertical-SIN-Leyenda.jpg> [Fecha de acceso: 18 de enero de 2017].

Las concentraciones se clasifican en

Horizontales: *"Se llevan a cabo entre agentes que participan en un mismo mercado relevante por esto tienen claros efectos en la competencia, ya que cuando intervienen uno o más agentes con participaciones sustanciales de mercado o se efectúan entre empresas que enfrentan a grandes competidores, el impacto inmediato es una mayor participación de mercado del agente resultante de las concentraciones y una reducción en el número de competidores. Empero, solo las concentraciones horizontales integradas por empresas de gran tamaño suelen implicar riesgos a la competencia. En cambio, las concentraciones de este tipo realizadas entre empresas menores que enfrentan grandes competidores son generalmente precompetitivas"* ³⁶.

Verticales: *"Son realizadas cuando se unen empresas, que forman parte de diversas etapas de producción, por ejemplo, desde la extracción de la materia prima hasta la venta al consumidor. En este tipo de concentrados, las empresas solo se ocupan de alguna de estas etapas más no de todas. Y los resultados que implicarían con su realización debe analizarse para determinar sus efectos en el mercado donde se llevarán a cabo"* ³⁷.

Conglomerados: *"Son el resultado de las uniones de agentes económicos que participan en mercados relevantes distintos, sin que exista relación alguna entre las actividades relacionadas en la cadena de producción o distribución"* ³⁸.

Es de suma importancia analizar las concentraciones que se llevan a cabo en el mercado, ya que las empresas optan por realizar la concentración para tener un resultado óptimo en las ganancias. En algunos casos tienden a la realización de prácticas monopólicas, dichas prácticas afectan considerablemente el proceso de competencia y libre competencia.

³⁶ Tesis "Las Concentraciones Económicas...", **presenta** Martha Susana Guadarrama Morales; asesor: Jorge Alberto Witker Velasquez, UNAM, 2003, Pág. 29-30.

³⁷ Tesis "Las Concentraciones Económicas...", **presenta** Martha Susana Guadarrama Morales; asesor: Jorge Alberto Witker Velasquez, UNAM, 2003, Pág. 30.

³⁸ Ídem.

3.2 Concentraciones ilícitas.

“Las prácticas monopólicas y concentraciones ilícitas son aquellas conductas que realizan los Agentes Económicos (individuos o empresas) para obtener beneficios indebidos, a costa de dañar o impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios”³⁹.

El Artículo 62 de la Ley Federal de Competencia Económica considera ilícitas aquellas concentraciones que tengan por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre concurrencia o a la competencia económica.

Infografía No. 11 ¿Qué es una concentración ilícita?

¿Qué es una concentración ilícita?

Son **operaciones** -fusiones, adquisiciones, alianzas y otras- que al realizarse pueden tener un **efecto negativo para la competencia** en los mercados.³⁹ Por ejemplo:

- Otorgan **poder** a una empresa **para imponer precios,**
- **Desplazar a sus competidores,** o
- Facilitar **conductas monopólicas** que **dañen a los consumidores.**



Fuente: COFECE, "Cosas que debes saber", disponible en:
< https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/05/COSAS_QUE_DEBES_SABER_14_aprob.png >
[Fecha de acceso: 18 de enero de 2017].

Para poder sancionar las concentraciones ilícitas, la Comisión Federal de Competencia Económica lleva a cabo un procedimiento, dicho procedimiento consta de dos etapas. La primera etapa es la de investigación que es llevada a cabo por la autoridad investigadora, la segunda etapa es conocida como procedimiento en forma de juicio y se tramita ante la Secretaría Técnica.

³⁹ COFECE, "Herramientas de competencia económica", pág. 18.

De acuerdo con el artículo 127 de la Ley Federal de Competencia Económica, la Comisión puede sancionar las concentraciones ilícitas mediante las siguientes acciones:

I. Ordenar la corrección o supresión de la práctica monopólica o concentración ilícita de que se trate;

II. Ordenar la desconcentración parcial o total de una concentración ilícita en términos de esta Ley, la terminación del control o la supresión de los actos, según corresponda, sin perjuicio de la multa que en su caso proceda;

III. Multa hasta por el equivalente a ciento setenta y cinco mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal, por haber declarado falsamente o entregado información falsa a la Comisión, con independencia de la responsabilidad penal en que se incurra;

IV. Multa hasta por el equivalente al diez por ciento de los ingresos del Agente Económico, por haber incurrido en una práctica monopólica absoluta, con independencia de la responsabilidad civil y penal en que se incurra;

V. Multa hasta por el equivalente al ocho por ciento de los ingresos del Agente Económico, por haber incurrido en una práctica monopólica relativa, con independencia de la responsabilidad civil en que se incurra;

VI. Ordenar medidas para regular el acceso a los Insumos Esenciales bajo control de uno o varios Agentes Económicos, por haber incurrido en la práctica monopólica relativa prevista en el artículo 56, fracción XII de esta Ley;

VII. Multa hasta por el equivalente al ocho por ciento de los ingresos del Agente Económico, por haber incurrido en una concentración ilícita en términos de esta Ley, con independencia de la responsabilidad civil en que se incurra;

VIII. Multa de cinco mil salarios mínimos y hasta por el equivalente al cinco por ciento de los ingresos del Agente Económico, por no haber notificado la concentración cuando legalmente debió hacerse;

IX. Multa hasta por el equivalente al diez por ciento de los ingresos del Agente Económico, por haber incumplido con las condiciones fijadas en la resolución de una concentración, sin perjuicio de ordenar la desconcentración;

X. Inhabilitación para ejercer como consejero, administrador, director, gerente, directivo, ejecutivo, agente, representante o apoderado en una persona moral hasta por un plazo de cinco años y multas hasta por el equivalente a doscientas mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal, a quienes participen directa o indirectamente en prácticas monopólicas o concentraciones ilícitas, en representación o por cuenta y orden de personas morales;

XI. Multas hasta por el equivalente a ciento ochenta mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal, a quienes hayan coadyuvado, propiciado o inducido en la comisión de prácticas monopólicas, concentraciones ilícitas o demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados en términos de esta Ley;

XII. Multa hasta por el equivalente al ocho por ciento de los ingresos del Agente Económico, por haber incumplido la resolución emitida en términos del artículo 101 de esta Ley o en las fracciones I y II de este artículo. Lo anterior con independencia de la responsabilidad penal en que se incurra, para lo cual la Comisión deberá denunciar tal circunstancia al Ministerio Público;

XIII. Multas hasta por el equivalente a ciento ochenta mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal, a los fedatarios públicos que intervengan en los actos relativos a una concentración cuando no hubiera sido autorizada por la Comisión;

XIV. Multa hasta por el equivalente al diez por ciento de los ingresos del Agente Económico que controle un insumo esencial, por incumplir la regulación establecida con respecto al mismo y a quien no obedezca la orden de eliminar una barrera a la competencia, y

XV. Multa hasta por el equivalente al diez por ciento de los ingresos del Agente Económico, por incumplir la orden cautelar a la que se refiere esta Ley.

Los ingresos a los que se refieren las fracciones anteriores serán los acumulables para el Agente Económico involucrado en la conducta ilícita, excluyendo los obtenidos de una fuente de riqueza ubicada en el extranjero, así como los gravables si éstos se encuentran sujetos a un régimen fiscal preferente, para los efectos del Impuesto Sobre la Renta del último ejercicio fiscal en que se haya incurrido en la infracción respectiva. De no estar disponible, se utilizará la base de cálculo correspondiente al ejercicio fiscal anterior.

La Comisión podrá solicitar a los Agentes Económicos o a la autoridad competente la información fiscal necesaria para determinar el monto de las multas a que se refiere el párrafo anterior, pudiendo utilizar para el supuesto de que el requerido sea el Agente Económico, los medios de apremio que esta Ley establece.

En caso de reincidencia, se podrá imponer una multa hasta por el doble de la que se hubiera determinado por la Comisión.

Se considerará reincidente al que:

a) Habiendo incurrido en una infracción que haya sido sancionada, realice otra conducta prohibida por esta Ley, independientemente de su mismo tipo o naturaleza;

b) Al inicio del segundo o ulterior procedimiento exista resolución previa que haya causado estado, y

c) Que entre el inicio del procedimiento y la resolución que haya causado estado no hayan transcurrido más de diez años.

En el caso de violaciones a esta Ley por servidores públicos, la Comisión deberá enviar oficio debidamente fundado y motivado a la autoridad competente para que, de ser procedente, se inicie el procedimiento de responsabilidad administrativa a que hubiere lugar, sin perjuicio de la responsabilidad penal en que incurra el servidor público.

El Ejecutivo Federal ejecutará las multas previstas por este artículo, en ningún caso la Comisión administrará ni dispondrá de los fondos a que se refiere este artículo" ⁴⁰.

⁴⁰ Art. 127, "Ley Federal de Competencia Económica".

3.3 Procedimiento para notificar una solicitud de autorización de concentración.

Existen concentraciones que deben analizarse detalladamente, para llevar a cabo el análisis la COFECE sigue lo establecido en los artículos 63 y 64 de la LFCE y el capítulo III de las disposiciones regulatorias publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 10 de noviembre de 2014.

"Para determinar si la concentración no debe ser autorizada o debe ser sancionada en los términos de esta Ley, se considerarán los siguientes elementos:

- I. El mercado relevante, en los términos prescritos en esta Ley.*
- II. La identificación de los principales agentes económicos que abastecen el mercado de que se trate, el análisis de su poder en el mercado relevante, de acuerdo con esta Ley, el grado de concentración en dicho mercado.*
- III. Los efectos de la concentración en el mercado relevante con respecto a los demás competidores y demandantes del bien o servicio, así como en otros mercados y agentes económicos relacionados" ⁴¹.*

El procedimiento que lleva a cabo la COFECE es el siguiente:

- **Presentación del escrito:** El Agente Económico que va a notificar una concentración debe hacerlo mediante un escrito ante la COFECE. En el escrito deben constar, en otros, las características de las empresas participantes en la concentración y la descripción de la operación. Para la precisión del cumplimiento de los requisitos en la presentación del escrito se debe consultar y atender el artículo 89 de la Ley Federal de Competencia Económica, en las concentraciones en que la comisión considere que existe posible riesgo al proceso de competencia y libre concurrencia, ésta lo comunicará a los notificantes.

⁴¹ Art. 63, "Ley Federal de Competencia Económica".

- Solicitudes de información faltante o adicional de la Comisión: De considerarse necesario, la COFECE podrá solicitar datos o documentos faltantes o adicionales a los que fueron entregados inicialmente. Para hacer esta solicitud de información, la COFECE cuenta con 10 y 15 días hábiles, respectivamente, a partir de que tenga por recibida la notificación.
- Resolución: Para emitir su resolución, la Comisión cuenta con un plazo de 60 días hábiles, contados a partir de la recepción de la notificación o, en su caso, a partir de que se entregó la documentación adicional solicitada. Si la comisión no emite su resolución dentro del plazo señalado en la LFCE, se entenderá que la COFECE no tiene objeción alguna.

La resolución que emite la COFECE (infografía No. 12) respecto a la solicitud de concentraciones puede ser de tres formas distintas:

- Autorizar la concertación
- No autorizar la concentración
- Autorizar la concentración, sujetándola al cumplimiento de condiciones específicas.

Infografía No. 12 Resolución en materia de concentraciones



Fuente: COFECE, "¿Qué es una concentración?", infografía No. 3, disponible en: <<https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/12/Vertical-SIN-Leyenda.jpg>> [Fecha de acceso: 18 de enero de 2017].

La Comisión Federal de Competencia Económica puede aplicar sanciones, por haber notificado a destiempo, o haber presentado información falsa. La Comisión no podrá investigar las concentraciones que hayan obtenido una resolución favorable, sólo en aquellos casos en los que la resolución favorable se haya obtenido mediante el uso de información falsa, o hayan quedado sujetas a condiciones y éstas no se hubieren cumplido.

3.4 ¿Qué hace la COFECE en caso de concentraciones?

La Comisión Federal de Competencia Económica puede condicionar, autorizar o no autorizar una concentración, derivado de un análisis previo para determinar si genera riesgo al proceso de competencia.

El artículo 64 de la Ley Federal de Competencia Económica establece que una concentración podrá generar riesgo a la competencia cuando:

"I. Confiera o pueda conferir al fusionante, al adquirente o Agente Económico resultante de la concentración, poder sustancial en los términos de esta Ley, o incremente o pueda incrementar dicho poder sustancial, con lo cual se pueda obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre concurrencia y la competencia económica;

II. Tenga o pueda tener por objeto o efecto establecer barreras a la entrada, impedir a terceros el acceso al mercado relevante, a mercados relacionados o a insumos esenciales, o desplazar a otros Agentes Económicos, o

III. Tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente a los participantes en dicha concentración el ejercicio de conductas prohibidas por esta Ley, y particularmente, de las prácticas monopólicas" ⁴².

⁴² Art. 64, "Ley Federal de Competencia Económica".

3.5 Análisis económico en concentraciones.

Basándose en el Art. 63 de la Ley Federal de Competencia Económica, la COFECE determina si la concentración debe ser autorizada o sancionada, para llevar a cabo dicha determinación se consideran los siguientes elementos:

- Mercado relevante.
- Identificación de los principales Agentes Económicos que abastecen el mercado, el análisis de su poder en el mercado relevante, y el grado de concentración en dicho mercado.
- Los efectos de la concentración en el mercado relevante respecto a los demás competidores y demandantes del bien y/o servicio.
- Elementos que aporten los Agentes Económicos para acreditar la mayor eficiencia que se lograría en el mercado derivada de la concentración y que incidirá favorablemente en el proceso de competencia.
- Criterios e instrumentos analíticos que se establezcan en las disposiciones regulatorias y los criterios técnicos.

Haciendo referencia a las disposiciones regulatorias, el artículo 14 publicado en el Diario oficial de la federación considera que *“una concentración logrará una mayor eficiencia e incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia, cuando el Agente Económico demuestre que las ganancias en eficiencia del mercado que se derivan específicamente de la concentración superarán de forma continuada sus posibles efectos anticompetitivos en dicho mercado y resultarán en una mejora al bienestar del consumidor”*⁴³.

Se entenderán como ganancias en eficiencia las siguientes:

- *“La obtención de ahorros en recursos que permitan producir la misma cantidad del bien a menor costo o una mayor cantidad del bien al mismo costo, sin disminuir la calidad del bien.*

⁴³ Disposiciones regulatorias, Art. 14, "Capítulo III de las concentraciones", DOF: 10/11/2014.

- *La reducción de costos si se producen dos o más bienes o servicios de manera conjunta que separadamente.*
- *La transferencia o desarrollo de tecnología de producción.*
- *La disminución del costo de producción o comercialización derivada de la expansión de una red de infraestructura o distribución" ⁴⁴.*

Para que las ganancias en eficiencia sean tomadas en cuenta por la COFECE, los notificantes deben presentar análisis, estudios económicos, peritajes u otros documentos que muestren que dichas ganancias incrementarán el bienestar del consumidor.

Los criterios técnicos para el cálculo y aplicación de un índice cuantitativo para medir la Concentración del Mercado, explican el método que emplea la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) para medir el grado de concentración en el mercado relevante mediante el "*Índice Herfindahl Hirschman (IHH)*" ⁴⁵.

Para llevar a cabo el análisis económico en concentraciones, se debe determinar cuál es el mercado relevante conforme a los criterios establecidos en el artículo 58 de la Ley Federal de Competencia Económica, los cuales son:

I. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución;

II. Los costos de distribución del bien mismo; de sus insumos relevantes; de sus complementos y de sustitutos desde otras regiones y del extranjero, teniendo en cuenta fletes, seguros, aranceles y restricciones no arancelarias, las restricciones impuestas por los agentes económicos o por sus asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones;

III. Los costos y las probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados;

⁴⁴ Disposiciones regulatorias, Art. 14, "Capítulo III de las concentraciones", DOF: 10/11/2014.

⁴⁵ Consultar anexo "Criterios Técnicos para el Cálculo y Aplicación de un Índice Cuantitativo para medir la Concentración del Mercado".

IV. Las restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos;

V. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión" ⁴⁶.

Es de suma importancia la determinación del Mercado Relevante, ya que tiene como objetivo plantear un marco de análisis para resolver si las empresas que se concentran adquirirían o consolidarían poder sustancial en el mismo (infografía No. 13).

Infografía No. 13 ¿Qué es el poder sustancial de mercado?

¿QUÉ ES EL PODER SUSTANCIAL DE MERCADO?

Cuando una empresa tiene la capacidad de fijar precios y/o restringir la oferta de bienes y servicios sin que pueda haber una reacción competitiva de alguna otra empresa para contrarrestarlo.



El poder sustancial de mercado no es por sí mismo dañino, a menos que la empresa con poder sustancial abuse de su poder para desplazar a otras empresas del mercado.

Fuente: COFECE, "¿Qué es poder sustancial de mercado?" disponible en: < https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/12/Infografia_PoderSustancial_Vertical.jpg > [Fecha de acceso: 18 de enero de 2017].

⁴⁶ Art. 58, "Ley Federal de Competencia Económica".

Para determinar los posibles efectos que la concentración traerá al proceso de competencia, la COFECE, determina quienes son los competidores del nuevo agente que surgirá después de la concentración, significa que deberá determinar si los consumidores cuentan con productos alternativos que pudieran adquirir en el territorio o área geográfica relevante, es decir, determinar la existencia de sustitutos. Además, debe determinar qué tan concentrado está el mercado antes y después de la concentración, para ello analiza si las ventas o la capacidad de producción indican que uno o pocos Agentes Económicos son los principales oferentes en el mercado relevante.

3.6 Concentraciones ocurridas en México, 2012-2015.

Desde la creación de la Comisión Federal de Competencia Económica como órgano autónomo, dicha institución ha trabajado arduamente para lograr el cumplimiento de sus obligaciones en materia de competencia económica. Tiene como objetivo garantizar la libre competencia y concurrencia en los mercados del país en términos de lo que establece la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las leyes aplicables.

La Comisión Federal de Competencia Económica hace una división de su trabajo en dos grandes áreas:

- Área 1: Supervisa, investiga y establece medidas para sancionar y evitar diversas conductas y arreglos entre los participantes del mercado, así la Comisión combate prácticas que, de acuerdo con la Ley, impiden o restringen las condiciones de competencia y libre concurrencia que deben existir en los mercados.
- Área 2: Emite opiniones respecto al marco normativo, regulatorio y de procedimientos en el que interactúan los participantes del mercado. De esta manera, la Comisión protege y fomenta los principios de competencia y de libre concurrencia.

El artículo 28 constitucional, en su fracción VIII de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la Comisión Federal de Competencia Económica debe elaborar y presentar informes trimestrales de actividades a los Poderes Ejecutivo y Legislativo. Los informes trimestrales dan cuenta de las actividades que repercuten de manera positiva al crecimiento económico del país, así como el esfuerzo que lleva a cabo la COFECE para promover la cultura de la competencia.

“Los titulares de los órganos presentarán anualmente un programa de trabajo y trimestralmente un informe de actividades a los Poderes Ejecutivo y Legislativo de la Unión; comparecerán ante la Cámara de Senadores anualmente y ante las Cámaras del Congreso en términos del artículo 93 de esta Constitución. El Ejecutivo Federal podrá solicitar a cualquiera de las Cámaras la comparecencia de los titulares ante éstas”⁴⁷.

3.6.1 Informe anual 2012.

La Comisión Federal de Competencia protege el proceso de competencia y libre concurrencia mediante la prevención y eliminación de barreras al funcionamiento de los mercados de bienes y servicios, a través del análisis de las concentraciones. El objeto del análisis es determinar si la concentración representa o no un riesgo al proceso de competencia, cuando la operación no representa riesgo, la Comisión la autoriza. Si la Comisión detecta un riesgo puede condicionar la autorización de la concentración a que se cumplan mecanismos que garanticen la eliminación de dicho riesgo.

Cuando la concentración representa riesgo y no se identifican mecanismos para la eliminación del riesgo, la concentración no es autorizada. La tabla No. 2, muestra el número de asuntos que la Comisión Federal de Competencia atendió en 2012 en materia de concentraciones.

⁴⁷ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, "Art. 28 Fracción VIII".

Tabla No. 2 Informe Anual 2012
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución

ASUNTOS	SUMA	NOTIFICACIONES	AVISOS*
Pendientes de 2011	10	8	2
Recibidos	108	96	12
Concluidos	110	96	14
Autorizadas	86	86	0
Condicionadas	6	6	0
Objetadas	2	2	0
Procedentes*	14	0	14
Improcedentes*	0	0	0
Otros**	2	2	0
Pendientes para 2013	8	8	8

Fuente: COFECO, "Informa Anual 2012", Pág. 26.

Las concentraciones notificadas pueden clasificarse por el efecto que tienen sobre la estructura de los mercados. Entre las concentraciones con efectos estructurales se contemplan aquellas donde existe la transferencia de la propiedad de activos o acciones entre empresas:

- Competidoras (horizontales)
- Que participan en diferentes etapas de un mismo proceso productivo (verticales)
- Que coinciden en la dimensión del producto, pero no en la dimensión geográfica (diversificación por extensión de mercado) o viceversa (diversificación por línea de producto)

Las concentraciones sin efectos estructurales involucran transferencias de propiedad de activos o acciones:

- Entre accionista de una misma empresa o grupo económico.
- Entre agentes económicos que participan en mercados relevantes no relacionados (diversificación pura).

La tabla No. 3, muestra las notificaciones concluidas en 2012.

**Tabla No. 3 Informe Anual 2012
Notificaciones Concluidas**

TIPO DE CONCENTRACIÓN	SUMA
Total	94
Sin efectos en los mercados	24
Reestructuración corporativa	6
Aumento de participación accionaria	5
Diversificación pura	13
Con efectos en los mercados	70
Horizontal	44
Vertical	7
Diversificaciones	19
Por línea de producto	7
Por extensión geográfica de mercado	12

Fuente: COFECO, "Informa Anual 2012", Pág. 28.

Uno de los casos más representativos que la Comisión Federal de Competencia Económica resolvió en 2012 en materia de concentraciones fue:

Nestlé - Pfizer

"El 6 de junio de 2012 Nestlé, S.A. (Nestlé) y Pfizer, Inc. (Pfizer) notificaron su intención de realizar una concentración. La operación consistía en la adquisición de la totalidad de las acciones, activos y derechos sobre la línea de formulas lácteas infantiles de Pfizer en México, como parte de una operación internacional por la cual Nestlé planeaba adquirir el negocio global de la división de nutrición de Pfizer.

La Comisión Federal de Competencia Económica verificó que, a pesar que existen otras marcas que ofrecen sus propias formulas lácteas a precios mucho menores, los padres prefieren adquirir las marcas de los promoventes. Dado que la Regulación de la OMS para formulas de las etapas 1 y 2 impide la publicidad directa, los médicos juegan el papel fundamental en la elección de los padres, al recomendar alguna marca en particular. Además, los padres prefieren disminuir su gasto en otros bienes antes que abandonar una fórmula láctea de confianza.

Se determino que la participación de Nestlé en volumen de ventas en los mercados relevantes, en caso de autorizarse la concentración, sería de: 70.6% en el mercado de fórmulas lácteas de etapa 1 y 2, de 88.2% para el mercado de etapa 3 y en el mercado de fórmulas de especialidad sería de 37%. En todos los casos se apreciaron barreras a la entrada tales como: 1) economías de escala de las que goza una empresa ya establecida, 2) los esquemas de promoción basados en las recomendaciones de los médicos y 3) la fidelidad a la marca consumida inmediatamente después del nacimiento.

El análisis realizado por la Comisión Federal de Competencia Económica estimó, que, de concretarse la operación, Nestlé podría incrementar entre 2.9 y 11.5% los precios de las fórmulas lácteas, dependiendo de la marca, y pasaría a ser propietaria de tres de las cuatro plantas que producen fórmulas lácteas infantiles en el país. Por estas razones, el 8 de noviembre de 2012 el pleno de la Comisión resolvió no autorizar la concentración entre Nestlé y Pfizer" ⁴⁸.

3.6.2 Informe anual 2013.

Con el fin de prevenir que las empresas que llevan a cabo una concentración abusen de su poder sustancial en el mercado, es decir, que tengan la capacidad de fijar precios o desplazar indebidamente a sus competidores, la Comisión Federal de Competencia Económica supervisa y controla las concentraciones. La tabla No. 4, muestra el número de concentraciones que la Comisión Federal de Competencia Económica concluyó en materia de concentraciones durante el periodo del 11 de septiembre al 31 de diciembre del 2013.

⁴⁸ Expediente CNT-035-2012, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V453/25/1722580.pdf>>, [Fecha de acceso: 25 de enero de 2017].

Tabla No. 4 Informe Anual 2013
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución

Asuntos	Suma	Notificaciones	Avisos ⁴⁹
Heredados de la CFC	14	14	0
Ingresados en el periodo	57	53	4
Concluidos	48	45	3
Autorizadas	44	44	0
Condicionadas	0	0	0
Objetadas	0	0	0
Procedentes [*]	3	0	3
Improcedentes [*]	0	0	0
Otros ^{**}	1	1	0
Pendientes para 2014	23	22	1

Fuente: COFECE, "Informa Anual 2013", Pág. 9.

La notificación de concentraciones es el procedimiento que más se presenta ante la Comisión Federal de Competencia Económica, de los 45 asuntos de mortificación de concentraciones analizados en 2013, cinco correspondieron a operaciones notificadas en términos del "artículo 21 bis de la ley Federal de Competencia Económica, cuarenta operaciones fueron notificadas en términos del procedimiento del artículo 21 de la Ley Federal de Competencia Económica" ⁴⁹.

La tabla No. 5, presenta las notificaciones concluidas por la Comisión Federal de Competencia Económica en 2013.

Tabla No. 5 Informe Anual 2013
Notificaciones Concluidas

Asuntos	Suma	Notificaciones	Avisos ⁴⁹
Heredados de la CFC	14	14	0
Ingresados en el periodo	57	53	4
Concluidos	48	45	3
Autorizadas	44	44	0
Condicionadas	0	0	0
Objetadas	0	0	0
Procedentes [*]	3	0	3
Improcedentes [*]	0	0	0
Otros ^{**}	1	1	0
Pendientes para 2014	23	22	1

Fuente: COFECE, "Informa Anual 2013", Pág. 11.

⁴⁹ Ley Abrogada DOF 23-05-2014.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en 2013 fueron los siguientes:

The Sherwin Williams Company – Comex, S.A. de C.V.

"El 19 de diciembre de 2012, The Sherwin Williams Company (SW) y Avisep, S.A. de C.V. (Avisep), en su calidad de controladora del Consorcio Comex, S.A. de C.V. (Comex), notificaron una concentración ante la extinta CFC.

SW es una sociedad estadounidense dedicada a la producción, distribución y venta de recubrimientos y productos relacionados para clientes profesionales, industriales y comerciales, principalmente en el Norte y Sur de América con operaciones adicionales en la región del Caribe, Europa y Asia. Por su parte, Comex es una sociedad mexicana controladora de acciones de empresas dedicadas a la producción, distribución y compraventa de todo lo relacionado con la industria de la pintura e impermeabilizantes.

La operación notificada consistía en la compra, por parte de SW, de las acciones representativas del 100% del capital social de Comex y sus subsidiarias. El 11 de julio de 2013 el Pleno de la extinta CFC negó la concentración, por considerar que ocasionaría una consolidación o incremento del poder de mercado que ostentaba Comex.

Inconformes con la resolución, SW y Avisep interpusieron un recurso de reconsideración el 8 de agosto de 2013, y presentaron diversos compromisos que, a su juicio, eliminaban cualquier riesgo que la operación pudiera representar al proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes. En consideración de lo anterior, y tras estimar que los compromisos no eran suficientes para eliminar la acumulación de poder de mercado, la COFECE decidió confirmar la resolución de la extinta CFECO el 22 de octubre de 2013 " ⁵⁰.

⁵⁰ Expediente CNT-095-2012, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V486/38/1760928.pdf>>, [Fecha de acceso: 25 de enero de 2017].

Grupo Cinemex, S.A. de C.V. – Cinemark Holdings, S. de R.L. de C.V.

"El 17 de julio de 2013 la extinta CFC resolvió objetar la concentración entre Cinemex y Cinemark. Ambas empresas se dedican a desarrollar y operar salas de cine en la República Mexicana, donde ofrecen servicios de exhibición de películas así como servicios complementarios de venta de golosinas y espacios publicitarios. Cinemex opera 195 complejos en 69 ciudades del país. Por su parte, Cinemark opera 31 complejos en 19 ciudades del país.

La resolución consideró que la concentración llevaría a la desaparición de uno de los tres jugadores que concentran el 95% del mercado de exhibición cinematográfica en México, en un contexto de altas barreras a la entrada. En consecuencia, se dedujo que los dos jugadores restantes tendrían mayores incentivos a coordinar sus actividades por medio de prácticas monopólicas, todo ello en perjuicio de los consumidores. Por ello, la extinta CFC decidió objetar la operación.

Inconformes, Cinemex y Cinemark presentaron el 20 de agosto de 2013 un recurso de reconsideración en el que señalaron que la resolución no determinó de forma suficiente cómo es que la reducción del número de competidores podría afectar el proceso de competencia y libre concurrencia.

Al analizar el recurso de reconsideración, el 29 de octubre de 2013, el Pleno de la COFECE resolvió revocar la resolución y autorizar la concentración. La decisión se tomó por mayoría de votos, con voto en contra del Comisionado Benjamín Contreras Astiazarán. A raíz de los argumentos presentados por las empresas en su recurso de reconsideración, el Pleno de la COFECE reconoció que no es suficiente basar la negativa de una concentración únicamente en la reducción del número de competidores, sino que también es necesario analizar diversos elementos que pueden facilitar o dificultar una conducta coordinada en caso de autorizarse la operación.

En consecuencia, el Pleno analizó los siguientes elementos: i) el papel actual de Cinemark en el mercado; ii) los incentivos de las empresas a coludirse y el desempeño del mercado; iii) la diferenciación de producto; y iv) la asimetría en las participaciones de mercado. El Pleno de la COFECE determinó que la presión competitiva que actualmente representa Cinemark es débil, ya que en los últimos cinco años no ha abierto nuevos complejos y su participación de mercado se ha reducido. De esta manera, las condiciones que facilitan la coordinación no son resultado de la presente operación.

Además, se encontró que, aún con la concentración, permanecería una marcada asimetría a nivel nacional entre Cinemex/Cinemark y Cinépolis, que es el operador con mayor participación de mercado a nivel nacional.

Este elemento restaría incentivos a estas empresas para coordinar su conducta en perjuicio de los consumidores. Asimismo, el mercado de exhibición de películas es un mercado en clara expansión y su oferta no es homogénea, lo que dificulta que las empresas se coordinen.

En consecuencia, el Pleno de la COFECE concluyó que la operación no generaría daño al proceso de competencia y libre concurrencia. Por el contrario, determinó que la sustitución de Cinemark por un competidor que ha sido más activo en invertir y crecer podría incluso incrementar la competencia en el mercado " 51.

3.6.3 Primer informe trimestral 2014 (enero-marzo).

De enero a marzo de 2014 la Comisión Federal de Competencia Económica Concluyó 35 asuntos en materia de concentraciones, 34 notificaciones y un aviso. De las notificaciones, 29 fueron autorizadas, 3 condicionadas, una se detuvo por no presentada y una no fue admitida a trámite, el aviso de concentración presentado ante la Comisión fue procedente. Finalmente, la Comisión traslado 17 asuntos para su atención al siguiente trimestre (tabla No. 6).

**Tabla No. 6 Primer trimestre de 2014
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución**

Asuntos	Suma
Pendientes del periodo anterior ^a	23
Ingresados en el periodo	29
Concluidos	35
Notificaciones	34
Autorizadas ^b	29
Condicionadas ^c	3
No autorizada ^d	0
Otras ^e	2
Avisos^f	1
Procedentes	1
Improcedentes	0
Pendientes para el siguiente periodo	17

Fuente: COFECE, "Primer informe trimestral 2014", Pág. 11.

⁵¹ Expediente CNT-010-2013, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V485/37/1758950.pdf>>, [Fecha de acceso: 25 de enero de 2017].

La Comisión Federal de Competencia económica lleva a cabo un esfuerzo importante para que el análisis de las concentraciones sea eficaz y transparente, dicho esfuerzo facilita que las empresas realicen operaciones que les permitan tener mayor eficiencia y por consiguiente mejorar su posición competitiva dentro del mercado. De esta manera la comisión favorece la competencia económica.

La comisión en su análisis de concentraciones distingue puntualmente aquellas que pueden afectar o no a los mercados, cuando identifica una concentración que afecta los mercados, el Pleno sólo autoriza operaciones en las que no prevé riesgos a la competencia. También sucede en las que el Pleno detecta problemas que pueden prevenirse a través de condiciones, durante el primer trimestre de 2014 la Comisión identificó 19 concentraciones en las que existían efectos en los mercados, ya sea por un traslape horizontal, la integración vertical o diversificación por línea de producto o por la extensión geográfica del mercado (tabla No. 7).

**Tabla No. 7 Primer trimestre 2014
Concentraciones, tipo de efecto**

Tipo de concentración	Suma
Total	32
Sin efectos en los mercados	13
Reestructuración corporativa	3
Aumento de participación accionaria	4
Diversificación pura	6
Con efectos en los mercados	19
Horizontal	12
Vertical	1
Diversificaciones	6
Por línea de producto	4
Por extensión geográfica de mercado	2

Fuente: COFEC, "Primer informe trimestral 2014", Pág. 13.

De enero a marzo , la Comisión federal de competencia Económica consideró que 13 concentraciones no tendrían efectos sobre los mercados por tratarse de reestructuraciones corporativas, aumento de participación accionaria y diversificación pura, y 19 concentraciones en las que existían efectos en los mercados, ya sea por un traslape horizontal, la integración vertical o diversificaciones por línea de producto o por la extensión geográfica del mercado, dichas operaciones fueron autorizadas dado que no se encontraron amenazas a la competencia.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el primer trimestre de 2014 fueron los siguientes:

Aalsea-Walmex

“El 23 de septiembre de 2013, Aalsea notificó su intención de adquirir el negocio de restaurantes de servicio completo de Walmex, que comprende los restaurantes VIPS, El Portón, Ragazzi y La Finca.

En esta transacción, el mercado relevante se determinó como el de restaurantes de servicio completo con más de 30 empleados en un radio de 5 kilómetros a la redonda, tomando como referencia los restaurantes de Walmex. Al respecto, se identificó que Aalsea y Walmex coincidían a nivel nacional en este mercado en 259 áreas geográficas distintas. Aunque, en general, la COFECE no encontró problemas de concentración en las áreas geográficas identificadas, se detectó que la apertura de nuevos restaurantes en años recientes se ha dado principalmente en centros comerciales y, en menor proporción en ubicaciones independientes. Se espera que esta tendencia se mantenga en el futuro cercano por lo que el Pleno consideró necesario imponer condiciones para autorizar la operación. En este caso, se actuó con el propósito de proteger el proceso de competencia en donde está ocurriendo el crecimiento en este mercado.

Por lo anterior, el 21 de febrero de 2014 el Pleno determinó condicionar la operación a que: i) se eliminaran las exclusividades existentes en los contratos de arrendamiento que tenía Walmex para sus restaurantes en centros comerciales y, ii) que Aalsea no imponga nuevas exclusividades en sus contratos de arrendamiento. Asimismo, el Pleno sujetó la subsistencia de la transacción a un conjunto de condiciones entre las cuales destaca que mientras exista la concentración y durante el plazo de diez años, ninguno de los accionistas de control, miembros del Consejo de Administración o

funcionarios relevantes de Alsea o de entidades relacionadas participen como miembro del Consejo de Administración o se desempeñen como funcionarios relevantes de agentes económicos dedicados al arrendamiento de espacios en centros comerciales”⁵².

Office Depot – Casa Marchand

“El 15 de noviembre de 2013, Office Depot notificó su intención de adquirir Casa Marchand, una comercializadora mayorista de artículos de papelería, oficina y similares.

En el análisis de la transacción se determinó que las partes coincidían en el mercado de comercialización de artículos de papelería fuera de sucursal con entrega a domicilio. A pesar de que en este mercado se rebasaban ligeramente los umbrales establecidos por la Comisión en términos del grado de concentración, se consideró que la concentración no representaba riesgos a la competencia. En efecto, la Comisión corroboró que no existen barreras significativas ni a la entrada ni a la salida, ya sea de origen económico o regulatorio y que los competidores actuales tienen la capacidad suficiente para mantener la presión competitiva en este mercado.

Con base en lo anterior, el 27 de marzo de 2014 el Pleno determinó autorizar la operación.”⁵³.

3.6.4 Segundo informe trimestral 2014 (abril-junio).

La COFECE, cuenta con elementos para impulsar de forma favorable las condiciones de libre competencia y competencia económica en los mercados del país.

⁵² Expediente CNT-095-2013, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V539/55/1797956.pdf>>, [Fecha de acceso: 26 de enero de 2017].

⁵³ Expediente CNT-127-2013, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V543/57/1801653.pdf>>, [Fecha de acceso: 26 de enero de 2017].

La Ley Federal de Competencia Económica presenta las siguientes disposiciones:

- **Barreras a la competencia:** La LFCE incorporó la necesidad de elaborar criterios para identificar y eliminar barreras a la competencia, así como para regular el acceso a insumos esenciales. Éstos se suman a la determinación de conceptos como mercado relevante y poder sustancial, con lo cual se provee lo necesario para cumplir con el mandato de la COFECE que incluye eliminar barreras a la libre competencia y la competencia económica.
- **Emisión de lineamientos, guías, directrices y criterios técnicos:** La COFECE emitirá lineamientos, guías, directrices y criterios técnicos en materia de competencia, previa consulta pública. Éstos se revisarán por lo menos cada cinco años.
- **Autorización de concentraciones:** Se establece un procedimiento por el cual los agentes económicos requieren la autorización previa de la Comisión para llevar a cabo las operaciones que rebasen los umbrales señalados en la Ley. De esta manera, sólo se podrán realizar concentraciones hasta que la Comisión emita la resolución aprobatoria correspondiente. Este procedimiento elimina la “orden de no ejecución” que la COFECE podía emitir al recibir la notificación de una concentración.
- **Dispensa y reducción del importe de multas:** Los agentes económicos que realicen prácticas anticompetitivas cuentan con la oportunidad de exponer su conducta voluntariamente ante la Comisión, a cambio de la dispensa o reducción de las multas que les correspondería pagar conforme a la Ley.
- **Modificaciones en materia de sanciones:** Conforme a las nuevas facultades constitucionales señaladas para la Comisión, se renueva el esquema del establecimiento de multas para sancionar violaciones a la legislación en la materia, desacatos, falsedad de declaraciones y comportamientos reincidentes.

Es de suma importancia tener en cuenta que la legislación en materia de competencia dota a la Comisión con atribuciones para intervenir de manera satisfactoria, ya que se encarga prevenir, investigar, perseguir y sancionar conductas de las empresas que impidan el correcto funcionamiento de los mercados. La Comisión cuenta con atribuciones para garantizar que las empresas que compiten en el mercado se conduzcan de manera eficiente y se proteja al consumidor.

En el periodo de abril a junio, la Comisión Federal De competencia Económica concluyó 28 asuntos en materia de concentraciones, de los cuales 27 fueron autorizados y uno fue no presentado, traslado 11 asuntos para su atención en el siguiente trimestre (tabla No. 8). La Comisión tiene la facultad de imponer condiciones, de no autorizar las concentraciones si considera que generan riesgo a la competencia en el mercado.

Tabla No. 8 Segundo trimestre de 2014
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución

Asuntos	Suma
Pendientes del periodo anterior	17
Ingresados en el periodo	22
Concluidos	28
Autorizadas ^a	27
Condicionadas ^b	0
No autorizada ^c	0
Otras ^d	1
Pendientes para el siguiente periodo	11

Fuente: COFECE, "Segundo informe trimestral 2014", Pág. 12.

La Comisión identificó 18 concentraciones en las que existían efectos en los mercados derivados de un traslape horizontal, la integración vertical de empresas o diversificaciones tanto por línea de producto como por la extensión geográfica del mercado, todas estas operaciones fueron autorizadas dado que no representaban amenazas a la competencia. (tabla No. 9).

**Tabla No. 9 Segundo trimestre 2014
Concentraciones, tipo de efecto**

Tipo de concentración	Suma
Total	27
Sin efectos en los mercados	9
Reestructuración corporativa	0
Aumento de participación accionaria	0
Diversificación pura	9
Con efectos en los mercados	18
Horizontal	9
Vertical	3
Diversificaciones	6
Por línea de producto	2
Por extensión geográfica de mercado	4

Fuente: COFECE, "Segundo informe trimestral 2014", Pág. 14.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el segundo trimestre de 2014 fueron los siguientes:

Genomma-Marzam

“El 13 de marzo de 2014, Genomma informó su intención de adquirir acciones de Marzam. Genomma participa en el desarrollo, venta y promoción de productos farmacéuticos que no requieren prescripción médica, así como medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal. Por su parte, Marzam y sus subsidiarias participan principalmente en la comercialización y distribución de productos farmacéuticos, para cuya venta se requiere receta médica, productos de libre venta y productos para el cuidado personal.

A pesar de que la operación implica una integración vertical, no se prevé que ésta tenga efectos negativos sobre la competencia en los mercados en que participan las partes, a partir de las consideraciones siguientes:

- *En caso de que Genomma negara a sus competidores el acceso a los servicios de distribución de Marzam, es baja la probabilidad de que los desplace del mercado debido a que existen otros distribuidores de mayor tamaño a los cuales recurrir.*

- *Es poco probable que Genomma desplace a los competidores de Marzam en el mercado de distribución, debido a que las compras que realizan los competidores para distribuir productos de Genomma representan un porcentaje poco significativo de sus compras totales.*

Con base en la información presentada, la comisión autorizó la concentración el 5 de junio de 2014”⁵⁴.

The Sherwin Williams Company–Comex, S.A. de C.V.

“El 19 de diciembre de 2012, SW notificó a la extinta Comisión Federal de Competencia (CFC) su intención de adquirir Avisep, empresa controladora del Consorcio Comex, S.A. de C.V. (Comex). El 11 de julio de 2013, el Pleno de la extinta CFC resolvió no autorizar la operación por considerar que ocasionaría daños a la competencia y libre concurrencia en diversos mercados relevantes.

El 8 de agosto de 2013, las partes interpusieron un recurso de reconsideración y presentaron compromisos para eliminar los riesgos previstos por la extinta CFC. Sin embargo, el 22 de octubre de 2013 la COFECE estimó que los compromisos no eran suficientes para eliminar estos riesgos y confirmó la resolución de la CFC.

El 24 de marzo de 2014, SW y Avisep notificaron de nueva cuenta una concentración ante la COFECE. La notificación presentaba información incompleta, por lo que la Comisión solicitó a los notificantes subsanarla conforme a lo que establece la Ley. SW y Comex no dieron respuesta al requerimiento de información en el plazo estipulado por la Ley, por lo que la COFECE tuvo por no presentada la notificación de concentración y consideró el asunto como concluido.

Al respecto, el 8 de abril de 2014, SW presentó un escrito en el que comunicó a la Comisión que no proseguiría con el proceso”⁵⁵.

⁵⁴ Expediente CNT-026-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V555/65/1819376.pdf>>, [Fecha de acceso: 27 de enero de 2017].

⁵⁵ Expedientes CNT-095-2012, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V486/38/1760928.pdf>>, y CNT-028-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V557/67/1821692.pdf>>, [Fecha de acceso: 27 de enero de 2017].

3.6.5 Tercer informe trimestral 2014 (julio-septiembre).

A la Comisión Federal de Competencia Económica deben notificarse aquellas concentraciones cuyo monto no rebase lo determinado en el artículo 86 de la Ley Federal de Competencia Económica, la Comisión cuenta con atribuciones para imponer condiciones, no autorizar las concentraciones, cuando considera que existen riesgos a la competencia y por consiguiente los mercados serían afectados por la concentración.

En el periodo julio- septiembre, la Comisión concluyó 22 asuntos en materia de concentraciones. De los cuales 20 fueron autorizados, condicionaron uno y otro no fue presentado, la Comisión trasladó 25 asuntos para ser atendidos el siguiente trimestre (tabla No. 10).

**Tabla No. 10 Tercer trimestre de 2014
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución**

Asuntos	Total
Pendientes del periodo anterior	11
Ingresados en el periodo	36
Concluidos	22
Autorizadas ^a	20
Condicionadas ^b	1
No autorizada ^c	0
Otras ^d	1
Pendientes para el siguiente periodo	25

Fuente: COFECE, "Tercer informe trimestral 2014", Pág. 16.

Derivado del análisis que lleva a cabo la Comisión, identificó 17 concentraciones en las que existían efectos en los mercados derivados de un traslape horizontal o diversificación tanto por línea de producto como por la extensión geográfica del mercado, las operaciones antes mencionadas fueron autorizadas debido a que no representaban amenaza alguna al proceso de competencia (tabla No. 11).

**Tabla No. 11 Tercer trimestre 2014
Concentraciones, tipo de efecto**

Tipo de concentración	Total
Total	21
Sin efectos en los mercados	4
Reestructuración corporativa	2
Aumento de participación accionaria	2
Diversificación pura	0
Con efectos en los mercados	17
Horizontal	14
Vertical	0
Diversificaciones	3
Por línea de producto	1
Por extensión geográfica de mercado	2

Fuente: COFECE, "Tercer informe trimestral 2014", Pág. 18.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el tercer trimestre de 2014 fueron los siguientes:

Lenovo - IBM

"El 29 de mayo de 2014, Lenovo e IBM notificaron a la COFECE su intención de realizar una concentración. Ésta consistía en la adquisición del negocio de servidores x86, y activos relacionados de Lenovo, a nivel internacional, por parte de IBM.

Lenovo es una empresa de origen chino que desarrolla, fabrica y comercializa computadoras de escritorio, computadoras portátiles, servidores, unidades de almacenamiento, administradores de software y dispositivos móviles. IBM, por su parte, desarrolla, produce y comercializa software, servidores, sistemas de almacenamiento y electrodomésticos. Asimismo, IBM presta servicios de consultoría e infraestructura de tecnología de la información.

Una vez analizada la concentración, el Pleno de la Comisión determinó que la operación no tendría efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia en el mercado de servidores x86 a nivel internacional. Lo anterior, debido a que los índices de concentración se ubicaban dentro de los parámetros que la Comisión considera para determinar que una operación tiene pocos riesgos a la competencia y la libre concurrencia" ⁵⁶.

⁵⁶ Expediente CNT-044-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V506/46/1785246.pdf>>, [Fecha de acceso: 28 de enero de 2017].

Avifreight, Tampa Cargo y Aerounión

"El 19 de mayo de 2014, Avifreight, Tampa Cargo y Aerounión notificaron a la Comisión su intención de realizar una concentración. La operación consistía en la adquisición de las acciones de Aerounión por parte de Tampa Cargo y de Avifreight. Avifreight es una empresa mexicana controladora de acciones en la que participa Tampa Cargo como socio minoritario. Tampa Cargo es una sociedad colombiana, subsidiaria indirecta de Avianca Holdings S.A., dedicada al transporte aéreo de carga en rutas nacionales e internacionales.

Por su parte, Aerounión es una compañía mexicana dedicada a la prestación del servicio público de transporte aéreo de carga en México y algunos puntos a nivel internacional. En el análisis de la concentración, la COFECE determinó que en el servicio de transporte aéreo de carga en la modalidad de servicio regular no existía coincidencia entre las rutas de Aerounión y las de Tampa Cargo. Además, se observó que en la modalidad de fletamento los agentes económicos tienen una participación poco significativa, con lo que operación no cambia la estructura del mercado.

Por lo anterior se consideró que la concentración no representaba efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia y, el 14 de agosto de 2014, el Pleno determinó autorizar la operación" ⁵⁷.

3.6.6 Cuarto informe trimestral 2014 (octubre-diciembre).

Durante el periodo octubre-diciembre, la Comisión Federal de Competencia Económica continuó con su labor para posicionar la competencia económica en la agenda pública mediante la promoción de los beneficios de la competencia efectiva entre empresas, así como el impacto positivo en el crecimiento y en el desarrollo económico. La Comisión, promueve los beneficios de la competencia entre la población y da a conocer el trabajo que realiza para impulsar la eficiencia y la libre concurrencia en los mercados.

⁵⁷ Expediente CNT-042-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V519/56/1806921.pdf>>, [Fecha de acceso: 28 de enero de 2017].

La Comisión Federal de Competencia Económica, colabora con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, con la finalidad de analizar e identificar si los anteproyectos de regulación planteados por los distintos entes de gobierno podrían tener un impacto positivo o negativo en materia de competencia económica.

La Comisión promueve y difunde los principios y ventajas de la competencia económica, durante el último trimestre de 2014 trabajó sobre tres grandes propósitos:

- **Promover marcos regulatorios y políticas públicas en favor de la competencia:** Opinar en los anteproyectos de ordenamientos jurídicos, con el objetivo de corregir leyes, reglamentos o lineamientos que pudieran tener efectos contrarios a la competencia y la libre concurrencia.

- **Posicionar a la competencia económica en la agenda pública:** Organizar y participar en foros de discusión y difundir las acciones de la Comisión en medios de comunicación.

- **Impulsar el reconocimiento de la Comisión a nivel internacional:** Fortalecer e impulsar acuerdos entre la Comisión y otras agencias de competencia en el mundo.

La Comisión atendió 66 asuntos en materia de concentraciones, de estos, 25 eran pendientes del tercer trimestre y los 41 restantes ingresaron durante el último trimestre de 2014, durante dicho periodo concluyó 34 concentraciones de las cuales 30 fueron autorizadas, 2 fueron condicionadas, una fue desistida y otra no fue admitida a trámite. Finalmente 32 asuntos en materia de concentraciones quedaron pendientes para el primer trimestre de 2015 (tabla No 12).

Tabla No. 12 Cuarto trimestre de 2014
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución

Asuntos	Total
Pendientes del periodo anterior	25
Ingresados en el periodo	41
Concluidos	34
Autorizadas ^a	30
Condicionadas ^b	2
No autorizadas ^c	0
Otras ^d	2
Pendientes para el siguiente periodo	32

Fuente: COFECE, "Cuarto informe trimestral 2014", Pág. 18.

A raíz del análisis que la Comisión realiza en materia de concentraciones, consideró que, de las 32 concentraciones autorizadas, 11 no tenían efectos en los mercados. Asimismo, determinó que las 21 concentraciones restantes tendrían efectos derivados de fusiones horizontales y verticales, así como de diversificaciones por líneas de productos y por extensión geográfica, aunque ello no implica que esos efectos representen riesgos a la competencia y la libre concurrencia en los mercados (tabla No. 13).

Tabla No. 13 Cuarto trimestre 2014
Concentraciones, tipo de efecto

Tipo de concentración	Total
Total	32
Sin efectos en los mercados	11
Reestructuración corporativa	0
Aumento de participación accionaria	7
Diversificación pura	4
Con efectos en los mercados	21
Horizontal	18
Vertical	0
Diversificaciones	3
Por línea de producto	1
Por extensión geográfica de mercado	2

Fuente: COFECE, "Cuarto informe trimestral 2014", Pág. 19.

Cabe destacar que el Pleno de la Comisión sólo autoriza las concentraciones en las que no representen riesgos o amenazas a la competencia. Adicionalmente, y sólo en caso de que se identificaran elementos que debieran prevenirse, el Pleno impone condiciones a los agentes económicos antes de autorizar la concentración.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el último trimestre de 2014 fueron los siguientes:

Bayer - Merck

"El 5 de junio de 2014, Bayer y Merck notificaron a la COFECE su intención de realizar una concentración. Esta operación consistía en la adquisición, por parte de Bayer, del negocio de productos de venta libre y ciertos productos de prescripción médica de Merck, así como los activos relacionados con éstos.

Bayer es una sociedad pública alemana que participa en el desarrollo, producción y comercialización de productos farmacéuticos y para el cuidado de la salud, productos agrícolas y materiales especializados. Merck es una sociedad pública estadounidense que se dedica a la producción de medicamentos, vacunas, terapias biológicas y productos de atención a la salud humana y animal.

En el análisis de la concentración, la COFECE determinó que los productos en los que ambas empresas coincidían eran los antimicóticos dermatológicos para combatir el pie de atleta y los antigripales sin compuestos anti infecciosos. Aunado a ello, se determinó que la dimensión geográfica de los mercados era nacional, dada la regulación sanitaria que deben cumplir estos productos a nivel federal.

En estos mercados, los índices de concentración se ubicaron dentro de los umbrales para considerar que es poco probable que la operación afecte la competencia. Por tanto, el 16 de octubre de 2014, el Pleno de la COFECE determinó autorizar la operación" ⁵⁸.

⁵⁸ Expediente CNT-045-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcre resoluciones/docs/Concentraciones/V540/65/1840794.pdf>>, [Fecha de acceso: 29 de enero de 2017].

PPG – Comex

"PPG Industries notificó a la COFECE su intención de realizar una concentración. La operación consistía en la adquisición de Grupo Comex por parte de PPG Industries, a través de la compra de las acciones de Consorcio Comex y Conaxe.

PPG Industries es un proveedor global de pinturas, recubrimientos, productos ópticos, materiales especiales, vidrio y fibra de vidrio, con instalaciones y subsidiarias en más de 60 países alrededor del mundo. En México, PPG Industries se dedica a la fabricación de recubrimientos para automóviles para manufacturas originales, así como en polvo, industriales y para empaque. Además, PPG Industries comercializa recubrimientos para repintado de automóviles, de protección, aerosoles, recubrimientos marinos y solventes, que no produce en México.

Por su parte, Grupo Comex tiene como principal actividad la producción, importación, exportación y comercialización de recubrimientos. Es importante mencionar que PPG Industries no produce, distribuye o comercializa recubrimientos decorativos en México, donde Comex tiene una fuerte participación de mercado.

La COFECE identificó que las empresas involucradas en la operación coinciden en la fabricación, distribución y comercialización de recubrimientos para repintado de automóviles, de empaques, marinos, para protección y en polvo. En estos mercados existen empresas a nivel internacional que ejercen una fuerte presión competitiva. También se identificó que las partes coinciden en los mercados de solventes y aerosoles, en los que las participaciones de mercado de PPG Industries resultan marginales. En este sentido, se determinó que la concentración no cambiaría la estructura de mercado.

En su análisis, la Comisión tampoco encontró evidencia de que la operación pudiera tener algún efecto contrario a la competencia en otros mercados relacionados. Por un lado, las participaciones de los agentes en los mercados de materias primas son marginales; por otro lado, los canales de distribución de los productos de ambas empresas son diferentes en tipo, magnitud y estrategias de comercialización. En virtud de lo anterior, el Pleno de la COFECE autorizó la concentración el 23 de octubre de 2014" ⁵⁹.

⁵⁹ Expediente CNT-054-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V551/70/1853777.pdf>>, [Fecha de acceso: 29 de enero de 2017].

3.6.7 Primer informe trimestral 2015 (enero-marzo).

El esfuerzo que la Comisión Federal de Competencia Económica realizó durante el 2015 para elaborar guías, lineamientos y diversos procedimientos contemplados en la Ley Federal de Competencia Económica junto con el desarrollo de una campaña para incrementar el conocimiento de las empresas sobre sus derechos y obligaciones contemplados en la ley, tuvieron gran relevancia dentro de la política de competencia en México.

Durante el primer trimestre de 2015, la Comisión Federal de Competencia concluyó 48 asuntos en materia de concentraciones, 47 fueron autorizadas y una fue condicionada. La comisión traslado 20 asuntos para ser atendidos durante el segundo trimestre. (tabla No. 14).

Tabla No. 14 Primer trimestre 2015
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución

Asuntos	Total
Pendientes del periodo anterior	32
Ingresados en el periodo	36
Concluidos	48
Autorizadas ^a	47
Condicionadas ^b	1
No autorizadas ^c	0
Otras ^d	0
Pendientes para el siguiente periodo	20

Fuente: COFECE, "Primer informe trimestral 2015", Pág. 15.

Cuando las empresas participan en una concentración deben presentar información y elementos que permitan comprobar que la operación a realizar no tendrá como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica, pueden llevar a cabo el procedimiento de notificación presente en el artículo 92 de la Ley de Competencia Económica.

La Comisión lleva a cabo la clasificación de las concentraciones por el efecto que estas tienen en el mercado, durante el primer trimestre de 2015 consideró que nueve concentraciones no presentaban ningún riesgo, ya que fueron operaciones de reestructuración corporativa, aumento de participación accionaria o diversificaciones puras (tabla No.15). Las diversificaciones puras hacen referencia a las concentraciones entre empresas que participan en mercados relevantes distintos, no relacionados con las cadenas de distribución o producción.

**Tabla No. 15 Primer trimestre 2015
Concentraciones, tipo de efecto**

Tipo de concentración	Total
Total	48
Sin efectos en los mercados	9
Reestructuración corporativa	1
Aumento de participación accionaria	2
Diversificación pura	6
Con efectos en los mercados	39
Horizontal	26
Vertical	3
Diversificaciones	10
Por línea de producto	4
Por extensión geográfica de mercado	6

Fuente: COFECE, " Primer informe trimestral 2015", Pág. 19.

Artículo 92.

"Se considerará que es notorio que una concentración no tendrá por objeto o efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica, cuando el adquirente no participe en mercados relacionados con el mercado relevante en el que ocurra la concentración, ni sea competidor actual o potencial del adquirido y, además, concorra cualquiera de las circunstancias siguientes:

I. La transacción implique la participación del adquirente por primera vez en el mercado relevante. Para estos efectos, la estructura del mercado relevante no deberá modificarse y sólo deberá involucrar la sustitución total o parcial del Agente Económico adquirido por el adquirente;

II. Antes de la operación, el adquirente no tenga el control del Agente Económico adquirido y, con la transacción, aquél incremente su participación relativa en éste, sin que ello le otorgue mayor poder para influir en la operación, administración, estrategia y principales políticas de la sociedad, incluyendo la designación de miembros del consejo de administración, directivos o gerentes del propio adquirido;

III. El adquirente de acciones, partes sociales o unidades de participación tenga el control de una sociedad e incremente su participación relativa en el capital social de dicha sociedad, o

IV. En los casos que establezcan las Disposiciones Regulatorias" ⁶⁰.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el primer trimestre de 2015 fueron los siguientes:

Nissan – Daimler

"El 17 de octubre de 2014, Nissan y Daimler notificaron a la Comisión su intención de realizar una concentración en términos del artículo 90 de la LFCE. Ésta no incluía cláusula de no competencia. Previo análisis de la información proporcionada por los agentes económicos, la Comisión estimó que la concentración no tenía efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia, por lo que resolvió autorizar la concentración" ⁶¹.

⁶⁰ Art. 92, "Ley Federal de Competencia Económica".

⁶¹ Expediente CNT-099-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcre resoluciones/docs/Concentraciones/V619/113/2009655.pdf>> [Fecha de acceso: 30 de enero de 2017].

Crown Holdings – Grupo Heineken

"El 5 de septiembre de 2014, Crown Holdings y Crown Lux notificaron su intención de realizar una concentración. Ésta consistía en la adquisición por parte de Crown Holdings y Crown Lux de la división de latas, corcholatas y empaques de vidrio de Grupo Heineken en México.

Crown Holdings participa a nivel mundial en la manufactura y comercialización de empaques metálicos, a través de cuatro segmentos de negocio: productos de empaquetado de bebidas, productos para empaquetado de alimentos, empaques para productos de salud y belleza y empaques para productos domésticos e industriales. En México, Crown Holdings se dedica a la producción y distribución de empaques metálicos para alimentos, bebidas, aerosol, pinturas, insecticidas, catalizadores y solventes, entre otros productos.

Grupo Heineken es una empresa con presencia internacional que se dedica principalmente a la producción y distribución de cerveza. En México posee una división de producción de latas, corcholatas y empaques de vidrio. A través de su subsidiaria Famosa cuenta con dos fábricas de producción de cuerpos de latas de aluminio en Ensenada y Toluca, así como una planta para la producción de tapas de latas de aluminio en Monterrey.

Las partes coinciden en México en la producción y comercialización de cuerpos para latas de aluminio, así como en la comercialización de tapas para latas de aluminio. La dimensión geográfica del mercado es nacional.

Esto, dado que la importación de cuerpos de lata representa un bajo porcentaje del consumo nacional, por los costos elevados de transporte en relación con el precio final del producto. En el análisis de la operación se identificó que la operación implicaría una reducción en el número de competidores de cuatro a tres, en un mercado con altas barreras a la entrada, tales como el tiempo e inversión necesarios para instalar una nueva planta y la existencia de capacidad ociosa de Famosa. La operación incrementará la capacidad ociosa de Crown Holdings.

Sin embargo, existen factores tales como la ubicación de la planta de Famosa y los altos costos de transporte que hacen poco probable que esta capacidad ociosa le permita impedir la competencia o establecer barreras a la entrada. Además, existe evidencia de que la demanda de latas de aluminio rebasará la oferta a nivel nacional en los próximos cuatro años, lo que podría incentivar la entrada de nuevos competidores.

Por otra parte, se identificó que la mayoría de los clientes cuenta con un elevado poder de negociación, y aún después de la concentración seguirán contando con opciones para satisfacer sus necesidades de latas de aluminio. Por lo anterior, el Pleno de la COFECE determinó autorizar la concentración en su sesión del 5 de febrero de 2015 " ⁶².

3.6.8 Segundo informe trimestral 2015 (abril-junio).

Durante el segundo trimestre de 2015, hubo logros importantes en materia de aplicación de la Ley Federal de Competencia Económica y promoción de la competencia por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica. En lo que respecta a la promoción de la competencia económica, la Comisión impulsó actividades en tres rubros:

- Promoción de marcos regulatorios y políticas públicas favorables a la competencia.
- Posicionamiento de la competencia económica y libre concurrencia en las agendas públicas.
- Impulso del reconocimiento de la Comisión en el ámbito internacional.

Con el propósito de mejorar las condiciones de eficiencia de la economía mediante una cultura de la competencia, la Ley Federal de Competencia Económica otorga atribuciones a la Comisión Federal de Competencia Económica en dos rubros:

- Supervisar, Investigar y sancionar el comportamiento de los participantes en el mercado ante prácticas violatorias de la Ley.
- Opinar respecto del, arco normativo que regula la interacción de los participantes en los mercados, particularmente en mercados que por sus características requieren monitoreo continuo de la Comisión.

⁶² Expediente CNT-078-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V610/102/1970881.pdf>>, [Fecha de acceso: 30 de enero de 2017].

En el Periodo de abril-junio de 2015, la Comisión Federal de Competencia Económica concluyo el análisis de 34 concentraciones, 33 fueron autorizadas y una fue condicionada. La comisión traslado al tercer trimestre del año 20 asuntos en materia de concentraciones para continuar con su análisis (tabla No. 16).

**Tabla No. 16 Segundo trimestre 2015
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución**

Asuntos	Total
Pendientes del periodo anterior	20
Ingresados en el periodo	34
Concluidos	34
Autorizados ^a	33
Condicionados ^b	1 ^c
No autorizados ^c	0
Otros ^d	0
Pendientes para el siguiente periodo	20

Fuente: COFECE, "Segundo informe trimestral 2015", Pág. 16.

La Comisión Federal de Competencia Económica clasifica las concentraciones que no tienen efectos en los mercados en los siguientes rubros:

- Concentraciones de reestructuración corporativa.
- Aumentación de participación corporativa.
- Diversificaciones puras.

También la comisión, clasifica a las concentraciones de acuerdo al efecto que pueda causar en el mercado si se autoriza, dicha clasificación es la siguiente: Horizontales, es decir, fusión o adquisición de un competidor, verticales que suceden con la fusión o adquisición de un proveedor o distribuidor, y las relacionadas con la diversificación por línea d producto o extensión geográfica del mercado.

En el segundo trimestre de 2015, la Comisión Federal de Competencia Económica consideró que 10 concentraciones no tuvieron efectos en el mercado, de las que presentaban efectos en los mercados la comisión autorizó 11 Horizontales, 3 verticales, 5 por diversificación de producto 5 por diversificación geográfica (tabla 17).

**Tabla No. 17 Segundo trimestre 2015
Concentraciones, tipo de efecto**

Tipo de concentración	Total
Total	34
Sin efectos en los mercados	10
Reestructuración corporativa	0
Aumento de participación accionaria	8
Diversificación pura	2
Con efectos en los mercados	24
Horizontal	11
Vertical	3
Diversificaciones	10
Por línea de producto	5
Por extensión geográfica de mercado	5

Fuente: COFECE, "Segundo informe trimestral 2015", Pág. 18.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el segundo trimestre de 2015 fueron los siguientes:

Pilgrim's Pride – Tyson

"El 22 de septiembre de 2014, Pilgrim's Pride y Tyson notificaron su intención de realizar una concentración. La operación consistía en la adquisición completa de Tyson por parte de Pilgrim's Pride. Pilgrim's Pride es una sociedad pública estadounidense dedicada a la producción y comercialización de productos avícolas. En México, Pilgrim's Pride se dedica a la reproducción, crianza, procesamiento y comercialización de pollo de engorda, el cual distribuye principalmente a través de ventas mayoristas de primera mano, aunque también cubre canales minoristas.

Por su parte, Tyson es una sociedad pública estadounidense que produce y procesa pollo, res y cerdo, además de otro tipo de alimentos preparados. Los productos de Tyson se venden a minoristas y operadores de servicios de alimentos en Estados Unidos de America (EUA) y en otros 130 países. En México, Tyson se dedica a la producción de incubación de huevo fértil, pollo gordo, alimento para ave, así como a la elaboración y venta de subproductos cárnicos de origen aviar y al sacrificio de aves en rastro.

En México, las partes coinciden en la producción y distribución de pollo de engorda, pollo vivo, pollo fresco y pollo de valor agregado. En los cuatro mercados, la Comisión identificó una franja competitiva (pequeños competidores regionales no integrados verticalmente), que cuenta con una participación de mercado importante en cada uno de éstos y que puede responder ante variaciones en el mercado impuestas por competidores y ejerce en conjunto una presión competitiva a los procesadores de pollo más grandes.

Adicionalmente, los índices de concentración se ubicaron dentro de los umbrales establecidos por la Comisión para considerar que es poco probable que la operación afecte las condiciones de competencia en los mercados relevantes. En este contexto, el Pleno de la Comisión autorizó por mayoría la concentración el 20 de mayo de 2015" ⁶³.

Office Depot – RadioShack

"El 29 de abril de 2015, Office Depot y RadioShack notificaron a la COFECE una concentración. La operación da cuenta de la adquisición por parte de Office Depot de RadioShack y demás empresas que le prestan servicios administrativos, contables, financieros y de operación logística; así como de las marcas, nombres comerciales, dominios y otros derechos de propiedad industrial.

Office Depot es una empresa mexicana que se dedica principalmente a la comercialización de artículos y equipo de oficina, papelería y electrónica, en formato de grandes unidades de negocio de autoservicio. Adicionalmente, ofrece servicios de copiado, impresión especializada, paquetería, así como al mantenimiento y reparación de equipos de cómputo. Por su parte, RadioShack es una empresa que comercializa en México artículos electrónicos y accesorios, fundamentalmente al menudeo.

⁶³ Expediente CNT-088-2014, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfresoluciones/docs/Concentraciones/V704/0/2070270.pdf>>, [Fecha de acceso: 31 de enero de 2017].

En febrero de 2015, RadioShack Corp., propietaria de RadioShack, entró en proceso formal de quiebra en EUA. En este sentido, la venta de los activos de RadioShack a Office Depot deriva de una resolución emitida por el tribunal de quiebras respectivo.

Si bien las partes coinciden en la comercialización al menudeo de productos electrónicos, no son competidores cercanos pues, entre otras características, tienen una oferta de productos distinta. Por lo anterior, el Pleno de la COFECE consideró que era poco probable que la operación exhibiera efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia en el mercado analizado, y autorizó la operación el 4 de junio de 2015" ⁶⁴.

3.6.9 Tercer informe trimestral 2015 (julio-septiembre)

La política de competencia es un instrumento de política económica que de llevarse a cabo de manera correcta impulsa el crecimiento económico, ya que permite aprovechar de manera eficiente los recursos disponibles y transformar las capacidades de consumo y producción mediante la innovación.

En el tercer trimestre de 2015, la Comisión Federal de Competencia Económica emitió resolución a 36 notificaciones de concentraciones, de las cuales 35 fueron autorizadas y en una los participantes disintieron de seguir con el proceso de notificación de la concentración, quedaron pendientes 19 asuntos (tabla No.18).

**Tabla No. 18 Tercer trimestre 2015
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución**

Asuntos	Total
Pendientes del periodo anterior	20
Ingresados en el periodo	35
Concluidos	36
Autorizadas ^a	35
Condicionadas ^b	0
No autorizadas ^c	0
Otras ^d	1
Pendientes para el siguiente periodo	19

Fuente: COFECE, "Tercer informe trimestral 2015", Pág. 15.

⁶⁴ Expediente CNT-045-2015, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V704/0/2070465.pdf>>, [Fecha de acceso: 31 de enero de 2017].

Durante el periodo julio-septiembre del total de concentraciones que la Comisión resolvió, 13 no tuvieron efecto en los mercados. Posteriormente identificó 22 casos con efectos en los mercados que analizó detalladamente para llegar a la conclusión de autorizar dichos casos por no presentar riesgos a la competencia (tabla No. 19).

**Tabla No. 19 Tercer trimestre 2015
Concentraciones, tipo de efecto**

Tipo de concentración	Total
Total	35
Sin efectos en los mercados	13
Reestructuración corporativa	1
Aumento de participación accionaria	5
Diversificación pura	7
Con efectos en los mercados	22
Horizontal	13
Vertical	2
Diversificaciones	7
Por línea de producto	4
Por extensión geográfica de mercado	3

Fuente: COFECE, "Tercer informe trimestral 2015", Pág. 17.

Los casos más representativos analizados en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el tercer trimestre de 2015 fueron los siguientes:

Mylan y Perrigo

"El 15 de junio de 2015, Mylan notificó su intención de realizar una concentración. La operación consistía en la adquisición a escala internacional de una parte del capital social de Perrigo por parte de Mylan.

Mylan participa mundialmente en el desarrollo, producción y comercialización de productos farmacéuticos especializados y genéricos, así como ingredientes activos farmacéuticos. Por su parte, Perrigo participa internacionalmente en el desarrollo, producción y distribución de productos farmacéuticos de venta sin receta médica, genéricos con receta médica, ingredientes activos farmacéuticos y productos nutricionales como leche de fórmula y suplementos alimenticios para niños.

En México, Perrigo participa en la producción y comercialización de productos farmacéuticos, así como en la prestación de servicios de manufactura y distribución de productos de marcas privadas para laboratorios.

El análisis de la concentración evaluó posibles riesgos a la competencia y se determinó que la concentración tenía pocas probabilidades de disminuir, dañar o impedir la competencia. Por lo anterior, el Pleno de la COFECE autorizó la concentración el 13 de agosto de 2015"⁶⁵.

Alstom Energy - General Electric Company y subsidiarias

"El 24 de julio de 2015, Alstom Energy (Alstom) y General Electric Company (GE) notificaron a la Comisión su intención de realizar una concentración. Esta operación consistió en la adquisición, por parte de GE, del control de los negocios de Alstom en los mercados de energía térmica, energía renovable y redes eléctricas a escala global.

GE es una compañía de tecnología con actividades comerciales en los mercados de energía, electricidad, petróleo y gas, entre otros. Por su parte, Alstom es una sociedad dedicada a la manufactura y prestación de servicios para la generación de electricidad, así como al transporte ferroviario, con presencia en 70 países.

En el caso de México, las partes coinciden en la comercialización de varios productos como turbinas de gas y de vapor, generadores, instrumentación, sistemas de control y automatización, turbinas eólicas, transformadores, capacitores. Así como en la prestación de servicios para generadores, turbinas de gas, vapor y eólicas.

De los mercados analizados, en el de servicios a turbinas de gas se detectó que las participaciones de las partes eran elevadas. No obstante, se determinó que Alstom y GE no ejercían presión competitiva significativa toda vez que su oferta se encuentra orientada a su propia base instalada. Asimismo, el análisis también determinó que con la desincorporación de activos de Alstom realizada como resultado de las preocupaciones externadas por las autoridades de competencia de Estado Unidos de América y la Comisión Europea, se reduce la probabilidad de que se generen riesgos en materia de competencia en ese mercado.

⁶⁵ Expediente CNT-065-2015, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V1217/0/2152111.pdf>>, [Fecha de acceso: 1 de febrero de 2017].

Por lo anterior, el Pleno de la COFECE resolvió autorizar en su sesión del 10 de septiembre de 2015, por unanimidad de votos, la concentración entre GE y Alstom" ⁶⁶.

3.6.10 Cuarto informe trimestral 2015 (octubre-diciembre).

La Comisión Federal de Competencia Económica, cuenta con atribuciones para imponer condiciones e incluso no autorizar las concentraciones, esto es cuando derivado del análisis la Comisión identifica riesgos a la libre competencia económica en los mercados que pueden ser afectados si se lleva a cabo la concentración.

En el cuarto trimestre de 2015, la Comisión concluyó 31 concentraciones, de los cuales autorizó 26, condicionó una, objetó otra, y tres más en las que las empresas desistieron (tabla No. 20)

**Tabla No. 20 Cuarto trimestre 2015
Concentraciones, tipo de Procedimiento y Resolución**

Asuntos	Total
Pendientes del periodo anterior	19
Ingresados en el periodo	36
Concluidos	31
Autorizadas ^a	26
Condicionadas ^b	1
Objetadas ^c	1
Otras ^d	3
Pendientes para el siguiente periodo	24

Fuente: COFECE, "Cuarto informe trimestral 2015", Pág. 16.

⁶⁶ Expediente CNT-081-2015, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcre resoluciones/docs/Concentraciones/V1219/1/2156471.pdf>>, [Fecha de acceso: 1 de febrero de 2017].

En el periodo octubre-diciembre, la comisión resolvió catorce casos de integraciones horizontales, un caso de integración vertical y dos de diversificaciones (tabla No. 21).

Tabla No. 21 Cuarto trimestre 2015
Concentraciones, tipo de efecto

Tipo de concentración	Total
Total	35
Sin efectos en los mercados	13
Reestructuración corporativa	1
Aumento de participación accionaria	5
Diversificación pura	7
Con efectos en los mercados	22
Horizontal	13
Vertical	2
Diversificaciones	7
Por línea de producto	4
Por extensión geográfica de mercado	3

Fuente: COFECE, "Cuarto informe trimestral 2015", Pág. 18.

El caso más representativo analizado en materia de concentraciones por parte de la Comisión Federal de Competencia Económica en el cuarto trimestre de 2015 fue el siguiente:

Soriana y Comercial Mexicana

"El 19 de febrero de 2015, Soriana y Comercial Mexicana notificaron a la COFECE su intención de llevar a cabo una concentración. La operación consistía en la adquisición por parte de Soriana de 159 tiendas propiedad de Comercial Mexicana.

Soriana y Comercial Mexicana son sociedades públicas mexicanas que se dedican al comercio minorista de una extensa variedad de productos, principalmente alimenticios o de primera necesidad para los hogares y personas, a través de tiendas de autoservicio.

Derivado de lo anterior, las partes coinciden en el comercio minorista de productos mediante tiendas de autoservicio con formatos de tiendas de descuento, bodega, supermercados, hipermercados y megamercados. El mercado relevante se definió en un ámbito geográfico local, al considerar el tiempo o los costos de traslado en que incurriría un consumidor que decidiera visitar tiendas alejadas a su ubicación.

En los mercados donde existía presencia tanto de Soriana como de Comercial Mexicana, se calcularon los índices de concentración y participaciones de mercado. Con base en los resultados de dichos índices, la Comisión determinó los mercados en los que no se podían descartar riesgos a la competencia de acuerdo con los criterios de aplicación de la COFECE. Adicionalmente, para estos mercados se realizó un análisis sobre barreras a la entrada. Derivado de éste se establecieron 27 mercados en los que no se pudo descartar riesgos a la competencia. Sin embargo, la COFECE consideró que las siguientes condiciones podrían corregir de forma estructural los riesgos potenciales identificados en dichos mercados:

- Que alguna o algunas de las tiendas identificadas dentro de los 27 mercados donde existen riesgos a la competencia no formen parte de la transacción a realizar. Es decir, que Soriana no adquiriera dichas tiendas.*
- En caso de que Soriana y Comercial Mexicana decidan incluir en la transacción alguna o algunas de las tiendas mencionadas en el punto anterior, Soriana deberá aceptar la obligación de desincorporar la o las tiendas correspondientes considerando las alternativas proporcionadas por la COFECE.*

Por lo anterior, el 5 de octubre de 2015, el Pleno de la COFECE resolvió sujetar la autorización de la operación al cumplimiento de las condiciones mencionadas. El 12 de octubre de 2015, Soriana y Comercial Mexicana informaron a la COFECE la aceptación de las condiciones impuestas a la operación" ⁶⁷.

⁶⁷ Expedientes CNT-021-2015, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V1730/0/2289112.pdf>>, COND-001-2016-I, disponible en: <<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Compromisos/V4/0/3677588.pdf>>, [Fecha de acceso: 2 de febrero de 2017].

Conclusiones

A raíz de la investigación se llegó primeramente a la conclusión de que, ciertamente en México, las concentraciones son la estrategia más utilizada por las empresas, es importante reconocer que la mayoría de ellas se concentran con el objetivo de tener mayor poder de mercado, es decir la capacidad de cobrar precios más altos que los que existirían en competencia perfecta (competencia muy intensa). Por otro lado, al llevarse a cabo una concentración que tenga por objeto obstaculizar la competencia económica dentro del mercado, puede generar efectos anticompetitivos.

La hipótesis planteada se comprueba ya que con la creación de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) como un órgano del Estado mexicano, con autonomía constitucional se evita mediante un análisis del mercado relevante que las empresas que llevan a cabo concentraciones y abusen de su poder sustancial, asimismo resuelve las concentraciones que le son notificadas con la finalidad de impedir que se generen estructuras de mercado que restrinjan la oferta y por consiguiente se incrementen los precios, la COFECE puede condicionar, autorizar o no autorizar una concentración, derivado de un análisis previo para determinar si genera riesgo al proceso de competencia. Si se realiza un análisis de manera eficaz y transparente, se fomenta una competencia más equitativa, intensa y equilibrada, que favorece a la participación de más agentes económicos.

Otro factor que favorece a la hipótesis es que existen concentraciones indebidas en México que, traen consigo efectos anticompetitivos como el incremento excesivo de precios, reduciendo con ello el consumo y la capacidad de ahorro de los consumidores, baja calidad, poca variedad, mercados pequeños e ineficientes. Además, al obstruir la participación de más y mejores empresas en cada mercado, se inhibe la innovación.

La correcta determinación del Mercado Relevante tiene como objetivo plantear un marco de análisis para resolver si las empresas que se concentran adquirirían o consolidarían poder sustancial en el mismo, para determinar los posibles efectos que la concentración traerá al proceso de competencia la COFECE, analiza quienes son los competidores del nuevo agente que surgirá después de la concentración, además determina qué tan concentrado está el mercado antes y después de la concentración.

Como segunda conclusión, los informes que presenta de manera trimestral la COFECE a los Poderes Ejecutivo y Legislativo son importantes, ya que presentan detalladamente el número de concentraciones que se condicionan, se autorizan o no. Durante el periodo 2012-2015 la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) analizó casos importantes en materia de concentraciones, dichos caso son los siguientes:

Año 2012

Nestlé - Pfizer

- El pleno de la Comisión resolvió no autorizar la concentración entre Nestlé y Pfizer.

Año 2013

The Sherwin Williams Company – Comex, S.A. de C.V.

- El Pleno de la extinta CFC negó la concentración, por considerar que ocasionaría una consolidación o incremento del poder de mercado que ostentaba Comex.

Grupo Cinemex, S.A. de C.V. – Cinemark Holdings, S. de R.L. de C.V.

- El Pleno de la COFECE concluyó que la operación no generaría daño al proceso de competencia y libre concurrencia. Por el contrario, determinó que la sustitución de Cinemark por un competidor que ha sido más activo en invertir y crecer podría incluso incrementar la competencia en el mercado.

Primer trimestre de 2014

Aisea-Walmex

- El Pleno determinó condicionar la operación.

Office Depot – Casa Marchand

- El Pleno determinó autorizar la operación.

Segundo trimestre de 2014

Genomma-Marzam

- La Comisión autorizó la concentración.

The Sherwin Williams Company–Comex, S.A. de C.V.

- Sherwin Williams presentó un escrito en el que comunicó a la Comisión que no proseguiría con el proceso.

Tercer trimestre de 2014

Lenovo - IBM

- El Pleno de la Comisión determinó que la operación no tendría efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia.

Avifreight, Tampa Cargo y Aerounión

- La concentración no representaba efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia.

Cuarto trimestre de 2014

Bayer - Merck

- El Pleno de la COFECE determinó autorizar la operación.

PPG – Comex

- El Pleno de la COFECE autorizó la concentración.

Primer trimestre de 2015

Nissan – Daimler

- La Comisión estimó que la concentración no tenía efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia, por lo que resolvió autorizar la concentración.

Crown Holdings – Grupo Heineken

- El Pleno de la COFECE determinó autorizar la concentración.

Segundo trimestre de 2015

Pilgrim's Pride – Tyson

- El Pleno de la Comisión autorizó por mayoría la concentración.

Office Depot – RadioShack

- El Pleno de la COFECE consideró que era poco probable que la operación exhibiera efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia en el mercado analizado, y autorizó la operación.

Tercer trimestre de 2015

Mylan y Perrigo

- La concentración tenía pocas probabilidades de disminuir, dañar o impedir la competencia. Por lo anterior, el Pleno de la COFECE autorizó la concentración.

Alstom Energy - General Electric Company y subsidiarias

- El Pleno de la COFECE resolvió autorizar por unanimidad de votos, la concentración entre GE y Alstom.

Cuarto trimestre de 2015

Soriana y Comercial Mexicana

- El Pleno de la COFECE resolvió sujetar la autorización de la operación al cumplimiento de las condiciones mencionadas. El 12 de octubre de 2015, Soriana y Comercial Mexicana informaron a la COFECE la aceptación de las condiciones impuestas a la operación.

Por lo anterior, se debe tener en cuenta que para que el concepto de mercado relevante exista dentro del análisis de las concentraciones, es primordial que bienes iguales o similares estén al alcance del consumidor en un territorio extenso para que el consumidor esté dispuesto a adquirir el bien en algún punto para satisfacer su necesidad, la correcta delimitación del mercado relevante adquiere importancia si se toma en consideración que en dicho mercado existe el riesgo de que las empresas lleven a cabo prácticas anticompetitivas.

Como tercera conclusión, las reformas en materia de competencia llevadas a cabo en México, tienen la finalidad de incrementar la productividad y llevar al

mismo tiempo a reducciones de precios y a mejoras en la calidad y la gama de bienes y servicios que se ofrecen. A pesar de que se promulguen regulaciones, resulta importante tener en mente los beneficios que podrían generarse para las economías y los consumidores de existir un mayor nivel de competencia.

Con la nueva Ley Federal de Competencia Económica, México busca generar un mercado interno no solamente con mayor competencia, sino más robusto, competitivo y dinámico, con procesos económicos más eficientes y mejor tecnología. En un marco de una sana competencia, también se incentivará la participación de más agentes económicos, lo que se traducirá en una mayor oferta de productos y servicios a precios más bajos, asimismo, el incremento en la competencia mejora el desempeño económico, por consiguiente, en México, existe un reto importante para generar mejores instrumentos para la promoción de la competencia.

Finalmente se debe tener presente que el propósito de la política de competencia en México debe apuntalar la eficiencia del aparato económico para mejorar el bienestar de la sociedad. Un ambiente de rivalidad entre las empresas presiona el margen entre el costo de producción y el precio de los bienes y/o servicios ofrecidos, con lo que se establecen incentivos para que las empresas busquen aprovechar de mejor manera los factores productivos ocupados, y por otro, orientar recursos a la identificación de innovaciones productivas y organizacionales que mejoren sus perspectivas de permanencia en el mercado en el mediano y largo plazo.

Recomendaciones

1. Crear una cultura de competencia que permita posicionar a la competencia como un tema prioritario, generando mayor conocimiento mediante la difusión a través del medio que tienen mayor alcance entre la población.
2. Generar y difundir el conocimiento e información en materia de competencia que permita la creación de una cultura de la competencia, que incluya de manera directa a los consumidores y a las empresas.
3. Incentivar el cumplimiento del marco normativo en materia de competencia, por ello es primordial que tanto consumidores como empresarios entiendan su alcance, permitiendo afianzar la política de competencia en beneficio de todos.
4. Diseñar políticas y regulaciones que fomenten la competencia y libre competencia y no impongan obstáculos que restrinjan de manera injustificadas la actividad económica y el funcionamiento eficiente de los mercados.
5. Cooperar con organismos internacionales para adoptar e intercambiar las mejores prácticas internacionales en materia de competencia, ya que la interacción permanente con autoridades de competencia alrededor del mundo, brinda una mejora continua de la política de competencia.

Anexo

Criterios Técnicos para el Cálculo y Aplicación de un índice Cuantitativo para medir la Concentración de Mercado.

"PRIMERO. Los presentes criterios técnicos tienen por objeto:

1.1 Explicar el método que utilizará la COFECE para medir, mediante un índice, el grado de concentración en el mercado relevante, tal como se prevé en el artículo 63, fracción II de la Ley; y

1.2 Exponer las consideraciones para la aplicación del índice cuando se analicen en el mercado relevante los probables efectos sobre la competencia y libre concurrencia en el caso de una concentración (entendida como lo establece el artículo 61 de la Ley).

La utilización del índice y las mediciones que resulten de su aplicación para estimar el grado de concentración en el mercado relevante de que se trate, servirán a la COFECE como auxiliares para realizar una primera aproximación a la estructura del mercado relevante. En ningún caso se utilizarán el índice y las estimaciones de sus valores numéricos como únicos elementos para analizar la estructura del mercado relevante y las condiciones que de ella se deriven, y que pudieran propiciar efectos contrarios a la competencia y libre concurrencia.

SEGUNDO. Los valores numéricos del índice se calcularán a partir de las participaciones de mercado de los agentes económicos en el mercado relevante, sin considerar para este cómputo otra información, de modo que los valores que tome el índice reflejen exclusivamente el grado de concentración en dicho mercado.

La COFECE considerará otros aspectos o elementos de la estructura de dicho mercado distintos del grado de concentración como parte de un análisis más completo de las consecuencias probables para la competencia y libre concurrencia en los mercados que pudieran derivar de una concentración.

Tales aspectos o elementos son los señalados en los artículos 58, 59, 63 y 64 de la Ley y las Disposiciones Regulatorias, entre otros: barreras a la entrada, el poder de mercado que tengan los competidores, el acceso a fuentes de insumos, el comportamiento reciente de los agentes, el acceso a importaciones, la existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores.

TERCERO. Las participaciones de mercado se entenderán como los porcentajes en el mercado relevante que tengan los distintos agentes económicos, tomando en consideración datos referentes a las ventas, número de clientes, capacidad productiva u otras variables que la COFECE considere pertinentes.

La COFECE considerará preferentemente datos sobre el valor monetario de las ventas en el mercado relevante, sin perjuicio de utilizar otras variables referentes a las cantidades físicas de las ventas, como volumen, peso, capacidad instalada u otro tipo de unidades que fueran pertinentes. El periodo de medición será determinado por la COFECE dependiendo de la calidad y oportunidad de la información, así como las particularidades del mercado.

En notación matemática, Q_i denotará el valor de las ventas de cada agente económico "i" en dicho mercado y Q representará la suma o valor total de las ventas de todos los agentes económicos en el mismo, o sea, $Q = \sum_{i=1}^n Q_i$, donde el subíndice i , representa a cada uno de los n agentes económicos en el mercado, por lo que la participación de mercado del agente económico "i" en dicho mercado se denotará como q_i y se computará mediante la fórmula: $q_i = (Q_i/Q) \times 100$.

CUARTO. La COFECE estimará el grado de concentración en el mercado relevante mediante el cálculo de del **IHH**, cuya fórmula incorpora las participaciones de mercado de todos los agentes económicos en el mercado relevante.

Este índice cuantitativo se define como la suma de las participaciones de mercado de los agentes económicos elevadas cada una a la segunda potencia o, en notación matemática, $IHH = \sum_{i=1}^n q_i^2 = q_1^2 + q_2^2 + \dots + q_n^2$, donde los subíndices 1, 2 hasta n representan a los agentes económicos en el mercado.

Así, este índice mide el grado de concentración considerando no sólo a los mayores participantes sino a la totalidad de éstos, lo que lo hace útil para estimar el grado de concentración en mercados muy diferentes tanto por el número de participantes como por sus distintas participaciones de mercado. En este sentido, el índice hace posible detectar desde altos grados de concentración cuando uno o pocos agentes económicos tienen la mayor parte de un mercado, hasta grados de concentración bajos en los que numerosos agentes económicos tienen, en lo particular, participaciones muy pequeñas en el mercado.

Numéricamente, este índice puede tomar valores entre cero y diez mil. Valores bajos del índice son indicativos de que el grado de concentración en el mercado relevante es menor, en tanto que mayores valores del índice reflejan un grado de concentración más alto. En especial, un valor aproximado a cero corresponde a una estructura de mercado plenamente atomizada, en la cual la participación de mercado de cada uno de los agentes económicos es casi cero, por lo que el grado de concentración en el mercado relevante es prácticamente nulo. En el otro extremo, el valor de diez mil corresponde a una estructura de mercado caracterizada por un monopolio, en la que un solo agente económico detenta una participación de mercado igual al cien por ciento.

QUINTO. Para estimar el cambio en el grado de concentración en el mercado relevante que resultaría como consecuencia de una concentración de varios agentes económicos, la COFECE utilizará el IHH computando su valor numérico, en primer lugar, para el caso en que no tuviera lugar la concentración y, en segundo lugar, para el caso en que sí tuviera lugar la concentración.

En el primer caso, para el cómputo del valor del IHH se utilizarán las participaciones de mercado de los distintos agentes económicos, en tanto que en el segundo caso se utilizará la participación de mercado conjunta que tendría el agente económico resultante de la concentración, considerando que las participaciones de los demás agentes no incluidos en ella se mantendrían sin variación.

En notación matemática se denota a IHH_1 como el índice antes de la concentración que se obtiene de acuerdo con la siguiente fórmula: $IHH_1 = \sum_{i=1}^n q_i^2 = q_1^2 + q_2^2 + \dots + q_n^2$. Y se denota a IHH_2 como el índice después de la concentración que se obtiene de acuerdo con la siguiente fórmula: $IHH_2 = (\sum_{i=1}^k q_i)^2 + \sum_{i=k+1}^n q_i^2 = (q_1 + q_2 + \dots + q_k)^2 + q_{k+1}^2 + \dots + q_n^2$ donde los subíndices 1 a k representan los agentes económicos que se están concentrando, donde éstos se toman como si fuesen un solo participante, y los subíndices $k+1$ a n representan a los demás agentes económicos en dicho mercado.

El cambio en el grado de concentración en el mercado relevante se estimará entonces mediante la diferencia (Δ) de los valores del IHH calculados para el primer y segundo caso, o sea, $\Delta = IHH_2 - IHH_1$.

SEXTO. La COFECE considerará, como una primera aproximación al análisis de los efectos probables de una concentración en el mercado relevante, que ésta tendría poca probabilidad de obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre concurrencia o la competencia económica en dicho mercado relevante, cuando los cálculos mencionados arrojen alguno de los siguientes resultados:

6.1. El valor de Δ sea menor de 100 puntos;

6.2. El valor de IHH2 sea menor de 2,000 puntos;

6.3. El valor de IHH2 se ubique entre 2,000 y 2,500 puntos, el valor de Δ se ubique entre 100 y 150 puntos, y el agente económico resultante después de la operación no se encuentre dentro de los cuatro agentes económicos con mayor participación de mercado.

SÉPTIMO. El IHH podrá ser utilizado por la COFECE también en el análisis de mercados relacionados o de otros aspectos, como puede ser en materia de condiciones de competencia, competencia efectiva, existencia de poder sustancial u otras cuestiones relativas al proceso de libre concurrencia o competencia, sin demérito de lo establecido en los presentes criterios técnicos para el caso de las concentraciones a que se refiere el artículo 63, fracción II, de la Ley.

OCTAVO. La COFECE resolverá, en términos del artículo 110 de la Ley, las dudas o aclaraciones que los agentes económicos tengan en relación con los presentes criterios técnicos"⁶⁸.

⁶⁸ Diario Oficial de la Federación, " CRITERIOS Técnicos para el cálculo y aplicación de un Índice Cuantitativo para medir la Concentración del Mercado", Fecha de Publicación 14 de mayo de 2015.

Glosario

Competencia monopolística: *"Situación competitiva, en la que, al igual que ocurre en situaciones de competencia perfecta, existe un gran número de demandantes y vendedores. La diferencia fundamental con respecto a ésta reside en que las empresas ofertantes han optado por diferenciar sus productos, con lo que no compiten abiertamente entre sí".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 122.

Competencia perfecta: *"Modelo analítico de la forma pura que asumiría el mercado si existieran muchos vendedores de productos absolutamente idénticos en relación con la venta total, de modo que ninguno de ellos pudiera influenciar el precio de mercado variando la cantidad que hace llegar al mercado".* Diccionario de Economía, ediciones oikos, 1986, pág. 135.

Concentración: *"Se trata de lograr unidades económicas de mayor dimensión mediante la fusión o absorción de sociedades, participaciones financieras, mediante dirección única del conjunto de empresas agrupadas".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 125.

Consumo: *"Proceso o acto por el cual los agentes económicos obtienen utilidad o satisfacción de necesidades".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 130.

Crecimiento económico: *"Incremento del producto nacional sin que implique necesariamente mejoría en el nivel de vida de la población, se expresa en la expansión del empleo, capital, volumen comercial y consumo en la economía nacional".* Glosario del Banco de México, disponible en: <http://www.banxico.org.mx/divulgacion/glosario/glosario.html>

Curva de demanda: *"Expresión gráfica de la relación existente entre la cantidad demandada de un bien o servicio, por unidad de tiempo y cada uno de los posibles precios del mismo, permaneciendo constantes una serie de circunstancias de mercado".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 175.

Curva de oferta: *"Expresión gráfica de la relación existente entre la cantidad ofrecida de un bien o servicio, por unidad de tiempo, y cada uno de los posibles precios del mismo".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 447.

Demanda: *"Cantidad de un bien o servicio que están dispuestos los agentes económicos a retirar del mercado, en un periodo concreto y para unas circunstancias del mercado dadas".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 175.

Desarrollo: *"Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo".* Glosario del Banco de México, disponible en: <http://www.banxico.org.mx/divulgacion/glosario/glosario.html>

Elasticidad: *"Sensibilidad de la demanda a un cambio en el precio. En forma más precisa. mide el cambio relativo en la demanda de una mercancía cuando su precio varía en una pequeña proporción".* Diccionario de Economía, ediciones oikos,1986, pág.225.

Elasticidad cruzada: *"Medida del grado de sensibilidad de la demanda de una mercancía a un cambio de precio de otra mercancía".* Diccionario de Economía, ediciones oikos,1986, pág.224,

Empresa: *"Unidad económica de producción básica. Es decir, la empresa a través de unos factores de producción combinados adecuadamente, obtiene bienes y servicios que, una vez realizados, llevan a alcanzar unos objetivos definidos".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 233.

Fusiones y adquisiciones: *"Operaciones por las que se trata de controlar una o varias empresas, bien adquiriéndolas, lo que a su vez puede adoptar varias formas, bien mediante la fusión por absorción y otro método".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 279.

Mercado: *"Contexto en el que se realiza un intercambio voluntario entre distintos individuos. En un mercado se dan cita unos oferentes y unos demandantes. Habrá tantos mercados como bienes, servicios, recursos, etc, susceptibles de intercambio en una economía".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 402.

Monopolio: *"Estructura de mercado en que un sólo oferente o vendedor controla un producto o servicio determinado. Ello le permite decidir sobre el precio o la cantidad ofrecida".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 423.

Oferta: *"Cantidad de un bien o servicio que los agentes económicos están dispuestos a llevar y ofrecer en el mercado, en un período concreto y para circunstancias del mercado dadas".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 447.

Oligopolio: *"Etimológicamente, la palabra significa poco vendedores, y aunque normalmente el número de empresas que forman la estructura de mercado oligopolística es reducido, la característica fundamental de ésta, más bien, la interdependencia existente entre los productores".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 452.

Política de Competencia: *"Proceso mediante el cual los gobiernos fomentan la competencia y establecen el entorno adecuado para la misma mediante la prohibición o la imposición de limitaciones a ciertos tipos de prácticas empresariales".* OCDE, herramientas para la evaluación de la competencia, volumen II: Guía, pág. 18.

Poder de Mercado: *"La Capacidad relativa de un agente económico (o grupos de ellos) de influir en las condiciones de mercado a las que se realizan intercambios, y en particular en los precios".* Diccionario de Economía y Empresa, ediciones pirámide, 1996, Pág. 488.

Poder sustancial: *"Fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder". Artículo 59, fracción I de la Ley Federal de Competencia Económica.*

Fuentes de información

Bibliografía

1. Ahijado Manuel, Aguer Mario, "Diccionario de Economía y Empresa", Pirámide, Madrid, c1996, p.p. 678.
2. Ballarin Eduard, Canals Jordi, Fernández Pablo, "Fusiones y adquisiciones de empresas: un enfoque integrador", Alianza, Madrid, 1994, p.p. 261.
3. Comisión Federal de Competencia, "La política de competencia en el umbral de la consolidación", Miguel Ángel Porrúa, México, 2013, p.p. 207.
4. Gellhorn Ernest, E. Kovacic William, Calkins Stephen, traducido por: De la Rosa Elena, "Derecho y Economía de la Competencia", Capítulo IX "Las fusiones", México, 2008, p.p. 352-415.
5. Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio María del Pilar, con la colaboración de: Méndez Valencia Sergio, Mendoza Torres Christian Paulina, "Metodología de la investigación", McGraw-Hill, Sexta Edición, México, 2014, p.p. 600.
6. Mankiw, N. Gregory, traducción: Meza Y Staines Ma. Guadalupe, Carril Villareal Ma. del Pilar, "Principios de economía", Cengage Learning, Sexta edición, México, 2012, p.p. 841.
7. Mascareñas Pérez Iñigo Juan, "Fusiones y adquisiciones de empresas" McGraw-Hill interamericana, Cuarta edición, Madrid, México, 2005, p.p. 467.
8. Mccann, Joseph E., Roderick K, Gilbert traducción: Fernández Romero Andrés, "Fusiones y adquisiciones de empresas", Díaz de santos, Madrid, 1990, p.p. 224.
9. Penrose Edith Tilton, traducción: Varela Parache Felix, "Teoría del crecimiento de la empresa", Aguilar, Madrid, 1962, p.p. 298.

10. E. Stiglitz Joseph, E. Walsh, adaptado por López Casanovas, traducción: Gómez Hoyo Gonzalo y San Julián Arrupe Javier "Microeconomía", Ariel, Cuarta edición, Barcelona, 2009, p.p. 571.
11. Tesis "Las Concentraciones Económicas...", presenta Martha Susana Guadarrama Morales, asesor: Jorge Alberto Witker Velasquez, Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.
12. Sheldon Arthur, Pennance F. G., "Diccionario de Economía: Una exposición alfabética de conceptos económicos y su aplicación, Oikos-Tau, Barcelona, 1986, p.p. 533.

Publicaciones en la web

1. Análisis de la definición de mercado en asuntos de competencia", "Definición de Mercado", disponible:
<http://fldm.edu.mx/libreintercambio/documentos/seminario/1/MarketDefinition_doctorefCFCMX.pdf>
2. Análisis del poder de mercado en asuntos de competencia", "Poder de Mercado", disponible en:
<http://fldm.edu.mx/libreintercambio/documentos/seminario/1/MarketPower_doctorefCFCMX.pdf>
3. Banco de México, "Informe trimestral abril-junio 2014", disponible en:
<<http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/trimestral-inflacion/%7B16E187BC-C210-820D-8C4B-763D7AF8D873%7D.pdf>>
4. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), disponible en:
<<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>>
5. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Herramientas de competencia económica", disponible en:
<https://www.cofece.mx/cofece/images/Documentos_Micrositios/HerramientasCompetenciaEconomica_250815_vf1.pdf>

6. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Informe anual 2013", disponible en: https://www.cofece.mx/cofece/ingles/phocadownload/Normateca/informe/informe_anual_2013_cofece.pdf
7. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Primer informe trimestral 2014", disponible en: <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/COFECE1erinformetrimestralfinal.pdf#pdf>
8. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Segundo informe trimestral 2014", disponible en: https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/2oinformetrimestral2014_3.pdf#pdf
9. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Tercer informe trimestral 2014", disponible en: https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/3er_informe_trimestral_2014.pdf#pdf
10. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Cuarto informe trimestral 2014", disponible en: https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/4o_informe_trimestral_2014.pdf#pdf
11. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Primer informe trimestral 2015", disponible en: https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/1er_informe_trimestral_2015.pdf#pdf
12. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Segundo informe trimestral 2015", disponible en: https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/2o_informe_trimestral_2015.pdf#pdf
13. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Tercer informe trimestral 2015", disponible en: https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/3er_informe_trimestral_2015.pdf#pdf
14. Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), "Cuarto informe trimestral 2015", disponible en: https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/cofece_4o_informe_trimestral_2015.pdf#pdf
15. Comisión Federal de Competencia Económica, "Plan estratégico 2014-2017", disponible en: https://www.cofece.mx/attachments/article/37/PE_2014-2017_act_2015.pdf

16. Comisión Federal de Mejora Regulatoria, "Impacto de la Reforma en Competencia Económica", disponible en:
<http://www.cofemer.gob.mx/variados/adjuntos/2016.02.09/Diagnosticos_ASF/2_Stre/7_Diagnostico_COFECE.pdf>
17. ¿Cómo funcionan los mercados? Un acercamiento teórico para entender la operación de los mercados, disponible en:
<<http://www.economia.unam.mx/publicaciones/nueva/econinforma/pdfs/367/03rogelio.pdf>>
18. Diario Oficial de la Federación (DOF), disponible en:
<http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5392185&fecha=14/05/2015>
19. Herramientas para la Evaluación de la Competencia Volumen I: Principios, disponible en:
<<http://www.oecd.org/daf/competition/98765432.pdf>>
20. Herramientas para la Evaluación de la Competencia Volumen II: Guía, disponible en:
< <http://www.oecd.org/daf/competition/98765433.pdf>>
20. Las fusiones y adquisiciones en México en el periodo reciente 1986-2005, ECONOMÍA unam vol. 4 núm. 12, disponible en:
<<http://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v4n12/v4n12a4.pdf>>
21. Ley Federal de Competencia Económica, disponible en:
<<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFCE.pdf>>
22. Microeconomía y Empresa, disponible en:
<<http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/363/05gustavo.pdf>>
23. Perspectivas OCDE: México Reformas para el Cambio, disponible en:
<<http://centro.paot.org.mx/documentos/ocde/49363879.pdf>>
24. Políticas y Ley de competencia económica en México- Examen inter pares de la OCDE, disponible en:
<<http://www.oecd.org/mexico/31430897.pdf>>
25. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo XXVIII, disponible, en:
<<http://ius.scjn.gob.mx/SJFSist/Documentos/Tesis/168/168609.pdf>>

26. World Economic Forum, "The Global Competitiveness Report", 2012-2013, disponible en:
<http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf>
27. World Economic Forum, "The Global Competitiveness Report", 2013-2014, disponible en:
<http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf>
28. World Economic Forum, "The Global Competitiveness Report", 2014-2015, disponible en:
<http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf>
29. World Economic Forum, "The Global Competitiveness Report", 2015-2016, disponible en:
<http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf>