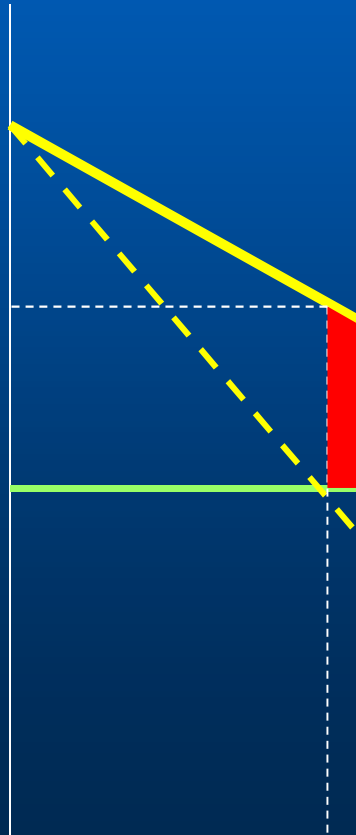


# Impacto Económico de Concentraciones

- Una concentración puede tener efectos adversos si conduce a...
  - ✓ **Efectos unilaterales**: formación o fortalecimiento de poder de mercado (capacidad de fijar unilateralmente precios);
  - ✓ **Efectos de coordinación**: facilitar la colusión entre competidores;
  - ✓ **Efectos verticales**: Capacidad de desplazar competidores



- Algunas operaciones no afectan la competencia...
  - ✓ El comprador no participa en el mismo mercado – sustitución de agente económico;
  - ✓ Restructuración corporativa que no modifica el control de la empresa adquirida;
  - ✓ No se modifica el control de la empresa – socio mayoritario eleva su participación en el capital
  - ✓ Mercados atomizados/ concentración limitada
  - ✓ Ausencia de barreras a la entrada: mercados contestables
  - ✓ Poder de Negociación de los Compradores (Automotriz)

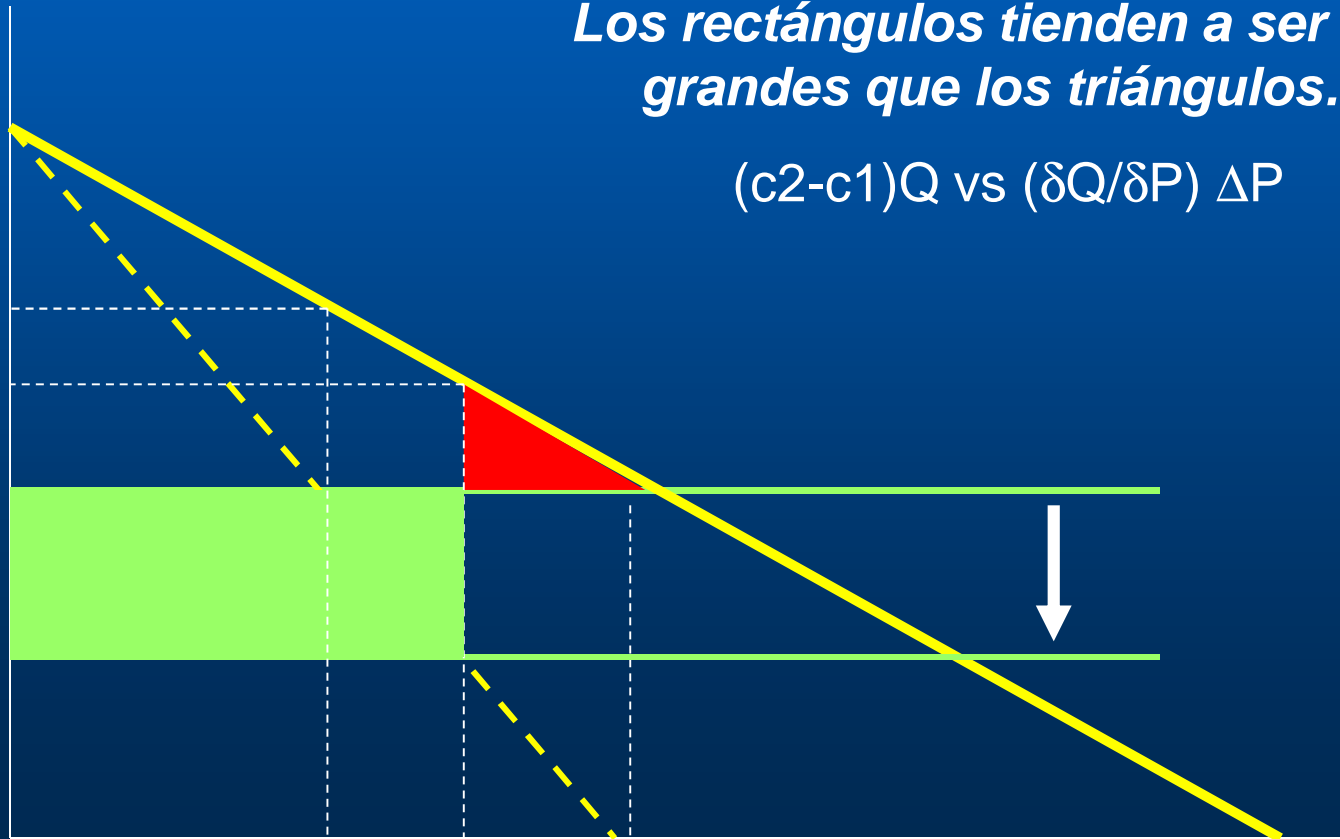
# Impacto Económico de Concentraciones

## ¿Trade-off entre competencia y productividad?

- La concentración podría generar poder de mercado pero también **ganancias de eficiencia** que disminuyan costos y promuevan la ampliación de la oferta

*Los rectángulos tienden a ser más grandes que los triángulos...*

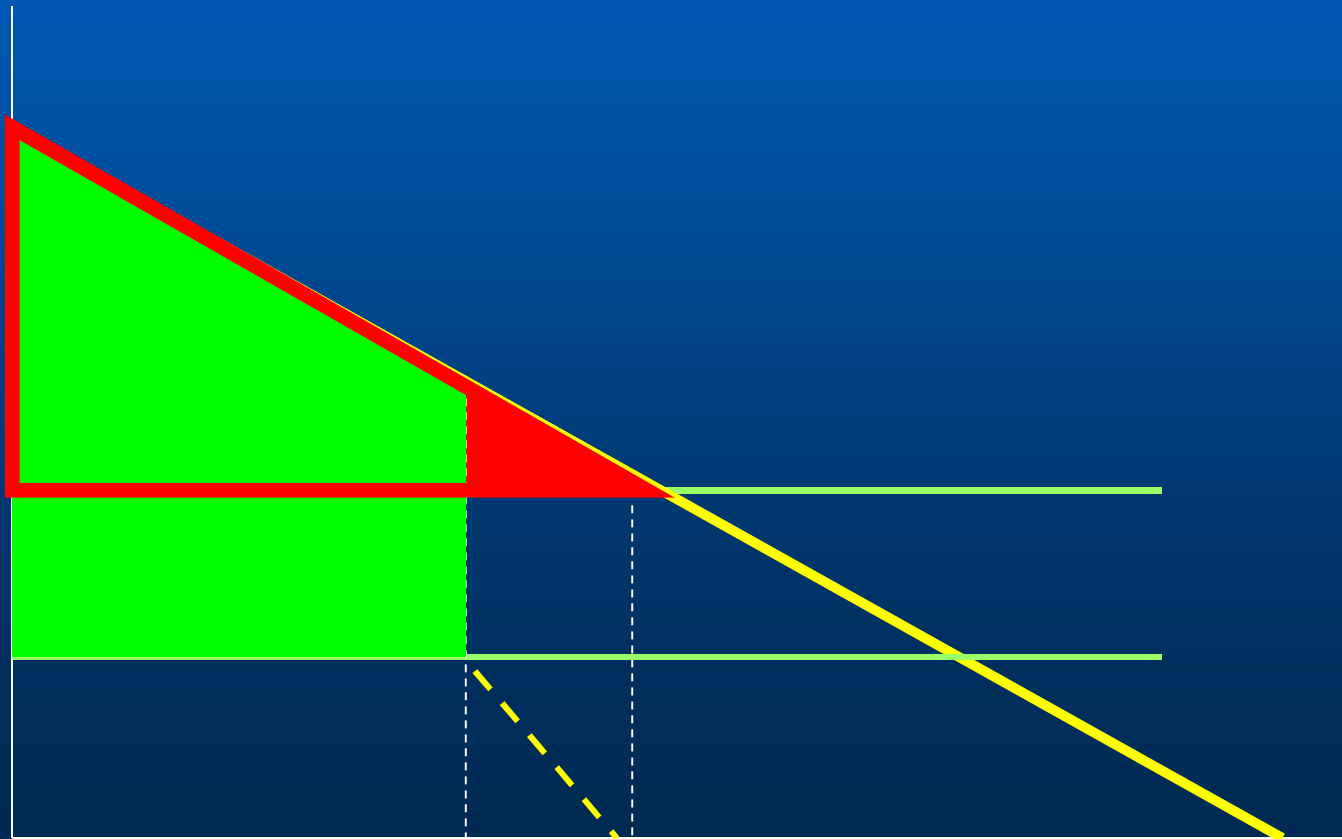
$$(c_2 - c_1)Q \text{ vs } (\delta Q / \delta P) \Delta P$$



# Impacto Económico de Concentraciones

## ¿Trade-off entre competencia y productividad?

- La concentración podría generar poder de mercado pero también **ganancias de eficiencia** que disminuyan costos y promuevan la ampliación de la oferta



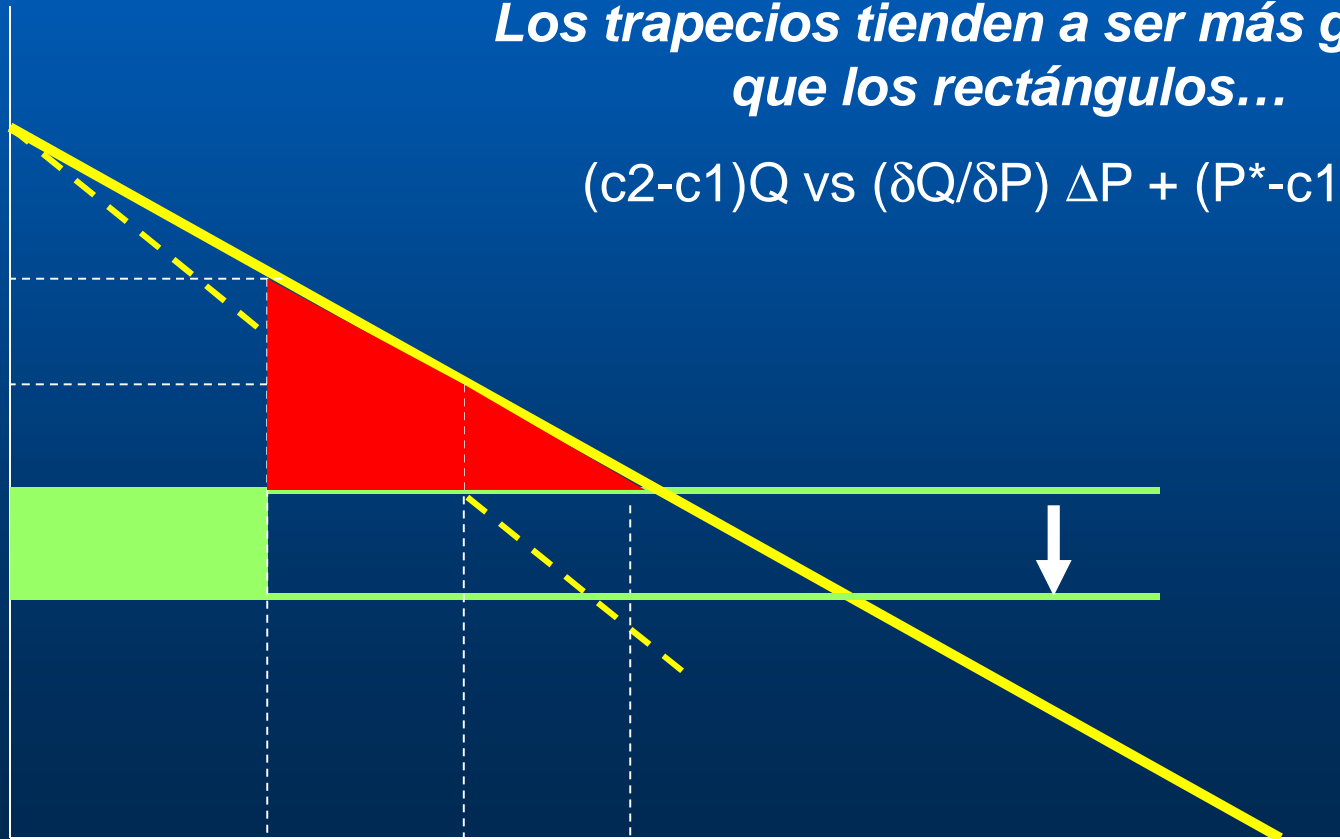
# Impacto Económico de Concentraciones

## *Factores que afectan el Trade-off competencia-productividad*

### 1. Efecto de un punto de partida no competitivo

*Los trapecios tienden a ser más grandes que los rectángulos...*

$$(c_2 - c_1)Q \text{ vs } (\delta Q / \delta P) \Delta P + (P^* - c_1) \Delta Q$$

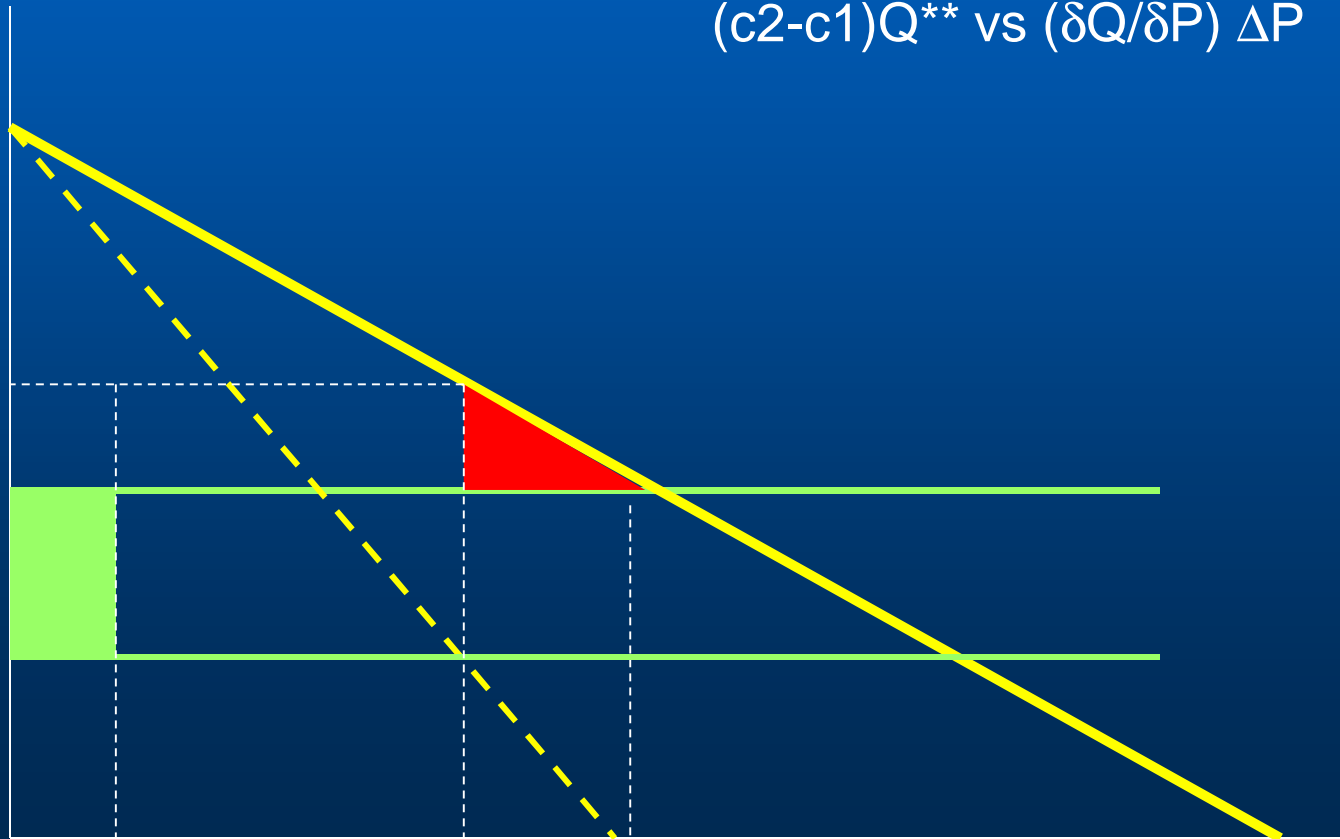


# Impacto Económico de Concentraciones

## *Factores que afectan el Trade-off competencia-productividad?*

2. Las ganancias en eficiencia no se extienden a toda la industria sino a los participantes en la fusión

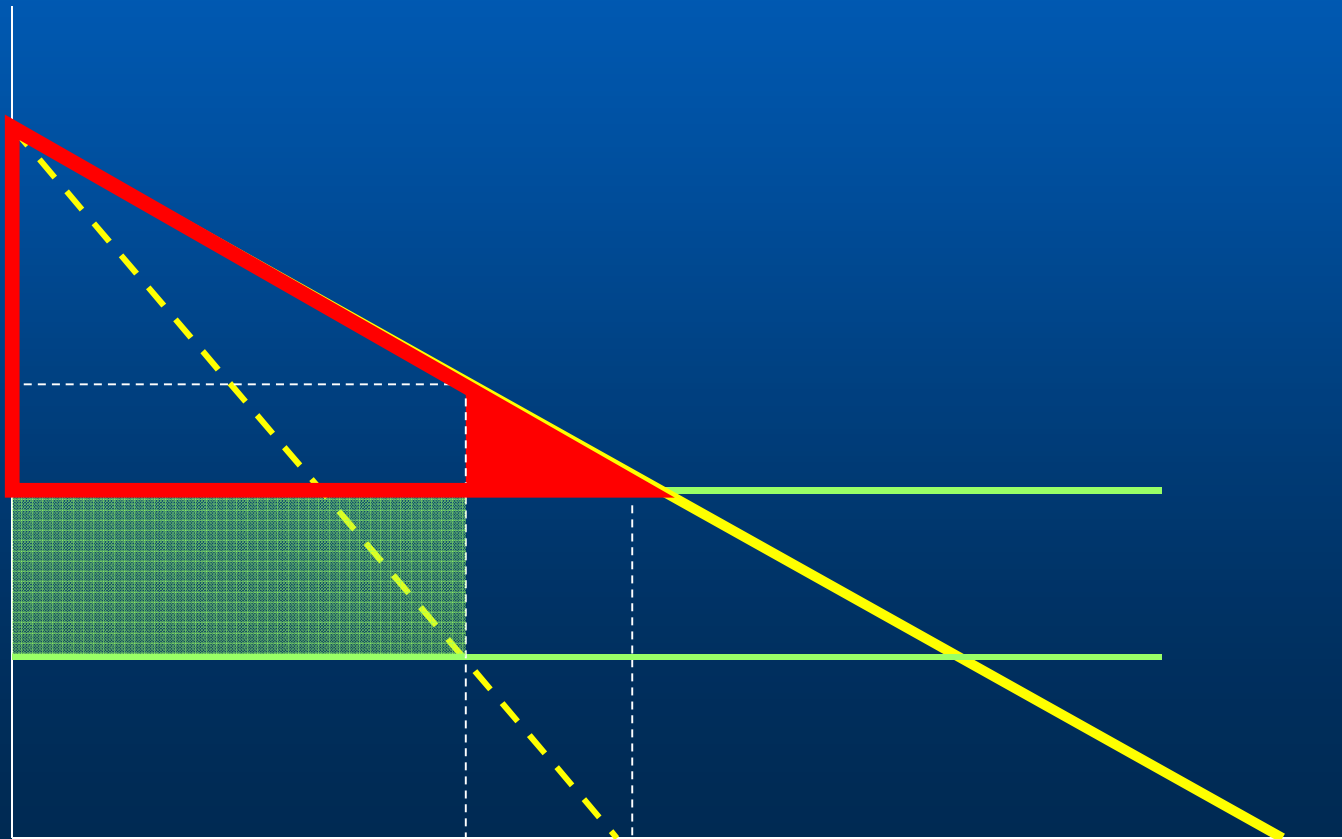
$$(c_2 - c_1)Q^{**} \text{ vs } (\delta Q / \delta P) \Delta P$$



# Impacto Económico de Concentraciones

## *Factores que afectan el Trade-off competencia-productividad?*

3. ¿Cuál es el criterio de bienestar apropiado?
  - ¿Es el excedente total el criterio apropiado?
  - Si se adopta el bienestar del consumidor la ganancia en eficiencia debería ser tan pronunciada que el precio no aumente.



# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

16. Para los efectos de esta ley, se entiende por **concentración** la **fusión, adquisición del control o cualquier acto** por virtud del cual se **concentren sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realice entre competidores, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos.**

La **Comisión impugnará y sancionará** aquellas concentraciones cuyo **objeto o efecto sea disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia** respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados.

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

16. Para los efectos de esta ley, se entiende por **concentración** la fusión, adquisición del control o cualquier acto por virtud del cual se concentren sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realice entre competidores, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos.

- La Ley considera 3 situaciones que dan lugar a una concentración:
  - i) Fusión;
  - ii) Adquisición de control; y
  - iii) Otro tipo de actos.



# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

### i) *Fusión.*

- Unión jurídica entre sociedades mercantiles diferentes, que conlleva el traspaso de bienes, derechos y obligaciones.
- Naturaleza de la fusión
  - ✓ **Absorción**: una sociedad absorbe a otra u otras.
  - ✓ **Integración**: dos o más sociedades desaparecen e integran sus bienes, derechos y obligaciones en una entidad nueva.

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

**ii) Adquisición de control.** No ocurre la integración de sociedades, como en una fusión, pero existe una adquisición de bienes o derechos, principalmente acciones, partes sociales o activos que significa que un agente obtiene el control de otro.

➤ Control no está definido en la LFCE

➤ Decisiones judiciales/ otros ordenamientos.

➤ El Poder Judicial ha resuelto que:

✓ “(...) **el control** puede ser real si se refiere a la **conducción efectiva** de una empresa controladora hacia sus subsidiarias, o bien, **latente** cuando sea potencial la posibilidad de efectuarlo por medio de medidas persuasivas que pueden darse entre las empresas aun cuando no exista vínculo jurídico centralizado y jerarquizado, pero sí **un poder real.**”

No. Registro: 168,470 Jurisprudencia Materia(s): Administrativa Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta XXVIII, Noviembre de 2008 Tesis: I.4o.A. J/66 Página: 1244 GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO. SU CONCEPTO Y ELEMENTOS QUE LO INTEGRAN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA.

➤ **Conducción efectiva:** derivado de la adquisición de derechos, una entidad tiene la capacidad de determinar y coordinar las actividades de otra.

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

### ii) *Adquisición de control.*

- El artículo 2, fracción III, de la Ley del Mercado de Valores ofrece una definición de control centrada en el gobierno corporativo de empresas bursátiles.

*“(...) Control, la capacidad de una persona o grupo de personas, de llevar a cabo cualquiera de los actos siguientes:*

- a) Imponer, directa o indirectamente, decisiones en las asambleas generales de accionistas, de socios u órganos equivalentes, o nombrar o destituir a la mayoría de los consejeros, administradores o sus equivalentes, de una persona moral.*
- b) Mantener la titularidad de derechos que permitan, directa o indirectamente, ejercer el voto respecto de más del cincuenta por ciento del capital social de una persona moral.*
- c) Dirigir, directa o indirectamente, la administración, la estrategia o las principales políticas de una persona moral, ya sea a través de la propiedad de valores, por contrato o de cualquier otra forma.”*

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

### ii) *Adquisición de control.*

- Fracción XI define la influencia significativa, como:
  - ✓ *“(...) la titularidad de derechos que permitan, directa o indirectamente, ejercer el voto respecto de cuando menos el veinte por ciento del capital social de una persona moral.”*

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

### iii) Otros actos de concentración

- La definición de concentración contenida en la LFCE considera otros actos que significan la concentración de *sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realice entre competidores, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos.*
- Definición permite considerar como concentración actos que no significan necesariamente la obtención del control ni siquiera de influencia significativa
- RLFCE, artículo 18:
  - ✓ “(...) Los agentes económicos deben notificar la concentración a que se refiere el artículo 20 de la Ley, antes de que suceda cualquiera de los siguientes supuestos: (...); II. Se adquiera o se ejerza directa o indirectamente el control de hecho o de derecho sobre otro agente económico, o se adquieran de hecho o de derecho activos, participación en fideicomisos, partes sociales o acciones de otro agente económico; (...)”

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

### iii) Otros actos de concentración

- Una concentración puede no requerir una adquisición si se conforma como resultado un agente económico.
- Estos mecanismos no están previstos explícitamente en la LFCE o en su Reglamento, pero que pueden ser delineados en decisiones judiciales.
  - ✓ “En materia de competencia económica se está ante un **grupo de interés económico** cuando un conjunto de personas físicas o morales tienen intereses comerciales y financieros afines, y coordinan sus actividades para lograr un determinado objetivo común. Así, aunado a los elementos de interés -comercial y financiero- y de coordinación de actividades, concurren otros como son el control, la autonomía y la unidad de comportamiento en el mercado. En esa tesitura, el control puede ser real si se refiere a la conducción efectiva de una empresa controladora hacia sus subsidiarias, o bien, latente cuando sea potencial la posibilidad de efectuarlo por medio de medidas persuasivas que pueden darse entre las empresas aun cuando no exista vínculo jurídico centralizado y jerarquizado, pero sí un poder real. Bajo esta modalidad -poder latente- es que la autonomía jurídica de las sociedades carece de contenido material, imponiéndose los intereses del grupo o de la entidad económica, (...)

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

### iii) Otros actos de concentración

(...)

entendida como organización unitaria de elementos personales, materiales e inmateriales que persigue de manera duradera un fin económico determinado acorde a los intereses de las sociedades integrantes, es decir, a pesar de la personalidad jurídica propia de cada una de las empresas, éstas se comportan funcionalmente como una sola en el mercado, lo que implica la pérdida de la libertad individual de actuación. Por lo tanto, para considerar que existe un grupo económico y que puede tener el carácter de agente económico, para efectos de la Ley Federal de Competencia Económica, se debe analizar si una persona, directa o indirectamente, coordina las actividades del grupo para operar en los mercados y, además, puede ejercer una influencia decisiva o control sobre la otra, en los términos anotados, sin que sea necesario que se den de manera concomitante.”

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

### iii) Otros actos de concentración

➤ En otra tesis, el Poder Judicial resolvió:

- ✓ *“En los grupos de interés económico es esencial que haya un órgano de coordinación entre sus integrantes, sin cuya existencia no cabría hablar de una asociación de empresas. Por tanto, a partir de los vínculos de tipo comercial, organizativo, económico, jurídico, relativos al control, autonomía y unidad de comportamiento en el mercado entre las sociedades que puedan existir, es factible demostrar la influencia de una de las empresas sobre la estrategia de las otras, y justificar que se conciben como una sola unidad económica. Esta circunstancia origina que en la práctica sean muy diversos los procedimientos que pueden utilizar las empresas para ponerse de acuerdo o coordinarse con vistas a restringir la competencia, pudiendo además, en ciertos casos, ser difícil establecer con precisión cómo se ha llegado a un acuerdo o a un comportamiento anticompetitivo concertado, dado el cuidado que los interesados pondrán en ocultar un acuerdo o decisión formal. En esa tesitura, la Comisión en el procedimiento de investigación de prácticas monopólicas, cuando las conductas atribuidas a una empresa fueron desplegadas por el GIE al que pertenece, debe vincular tanto al agente investigado como a la integración vertical de operación del aludido grupo, por ser la actividad económica de éste la que se juzga en su conjunto.”*



# Ley Federal de Competencia Económica

## **USA: Clayton Act**

*Sec. 18. Acquisition by one corporation of stock of another (§ 7 of the Clayton Act)*

*No person engaged in commerce or in any activity affecting commerce shall acquire, directly or indirectly, the whole or any part of the stock or other share capital and no person subject to the jurisdiction of the FTC shall acquire the whole or any part of the assets of another person engaged also in commerce or in any activity affecting commerce, where in any line of commerce or in any activity affecting commerce in any section of the country, the effect of such acquisition may be substantially to lessen competition, or to tend to create a monopoly.*

Disponible en: [http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode15/usc\\_sec\\_15\\_00000018----000-.html](http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode15/usc_sec_15_00000018----000-.html).

# Ley Federal de Competencia Económica

## **Canada, Competition Act**

91. In sections 92 to 100, “merger” means the acquisition or establishment, direct or indirect, by one or more persons, whether by purchase or lease of shares or assets, by amalgamation or by combination or otherwise, of control over or **significant interest** in the whole or a part of a business of a competitor, supplier, customer or other person.

Canada, Competition Act, disponible en: <http://laws.justice.gc.ca/PDF/Statute/C/C-34.pdf>.

# Ley Federal de Competencia Económica

- La Ley mexicana adopta una evaluación centrada en los efectos de la concentración más que en la mera tipificación o forma de la operación mediante la cual se lleva a cabo.

Suprema Corte de Justicia de la Nación,

- “...la ley reclamada tiene por objeto regular bajo la designación de concentración a cualquier acto, **con independencia de la forma que adopte**...por cuya virtud se concentre el poder de dos agentes económicos...siempre que ese acto tenga por objeto o por efecto disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia de bienes o servicios...de modo que **la declaración de ilicitud no atiende a la celebración misma de actos de concentración, sino a los efectos que ellos producen en el mercado**...”

Amparo en revisión 2617/96, p. 322-323.

- **NEUTRALIDAD** respecto del vehículo de concentración---solo se regulan los efectos...

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

17. En la investigación de concentraciones, la Comisión habrá de considerar como **indicios** de los supuestos a que se refiere el artículo anterior, que el acto o tentativa:
- I. **Confiera** o pueda conferir al fusionante, al adquirente o agente económico resultante de la concentración, el **poder de fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente el abasto o suministro en el mercado relevante**, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder; (Efectos Unilaterales)
  - II. Tenga o pueda tener por **objeto indebidamente desplazar a otros agentes económicos**, o impedirles el acceso al mercado relevante;  
(Efectos de monopolización y/o concentraciones verticales)
- y
- III. Tenga por objeto o efecto **facilitar sustancialmente a los participantes en dicho acto o tentativa el ejercicio de las prácticas monopólicas** a que se refiere el capítulo segundo de esta ley. (Posibilidades de coordinación)

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos:

- I. El mercado relevante, en los términos prescritos en el artículo 12 de esta ley;
- II. La identificación de los agentes económicos que abastecen el mercado de que se trate, el análisis de su poder en el mercado relevante, de acuerdo con el artículo 13 de esta ley, el grado de concentración en dicho mercado; y
- 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;

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo II De los Monopolios y las Prácticas Monopólicas

12. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

- 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 situación;
- 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; y
- 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.

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo II De los Monopolios y las Prácticas Monopólicas

13. Para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante, deberá considerarse:

- I. Su **participación** en dicho mercado y si **puede fijar precios unilateralmente o restringir el abasto** en el mercado relevante sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder;
- II. La **existencia de barreras a la entrada** y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores;
- III. La **existencia y poder de sus competidores**;
- IV. Las posibilidades de **acceso** del agente económico y sus competidores a **fuentes de insumos**;
- V.- Su **comportamiento reciente**; y
- VI.- Los demás criterios que se establezcan en el reglamento de esta ley.

# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos: (Cont...)

- IV. **La participación de los involucrados en la concentración en otros agentes económicos** y la participación de otros agentes económicos en los involucrados en la concentración, siempre que dichos agentes económicos **participen directa o indirectamente en el mercado relevante o en mercados relacionados**. Cuando no sea posible identificar dicha participación, esta circunstancia deberá quedar plenamente justificada;
- V. Los **elementos que aporten los agentes económicos para acreditar la mayor eficiencia del mercado** que se lograría derivada de la concentración y que incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia.  
El Reglamento de esta Ley establecerá los términos y condiciones para presentar ante la Comisión los elementos a que se refiere el párrafo anterior, y
- VI. Los demás criterios e instrumentos analíticos que prescriba el Reglamento de esta Ley.



# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo III De las Concentraciones

19. Si de la investigación y desahogo del procedimiento establecido por esta ley resultara que la concentración configura un acto de los previstos por este capítulo, la Comisión, además de aplicar las medidas de apremio o sanciones que correspondan podrá:

- I. Sujetar la realización de dicho acto al **cumplimiento de las condiciones** que fije la Comisión; o
- II. **Ordenar la desconcentración parcial o total de lo que se hubiera concentrado indebidamente**, la terminación del control o la supresión de los actos, según corresponda.

# Evaluación de Concentraciones: Características

- Mandato Constitucional y Legal contundente e inequívoco en materia de prevención de concentraciones:
- La evaluación de concentraciones establecida en el marco legal mexicano es...
  - ✓ **Integral**: *se evalúa daño o disminución a las condiciones de competencia, no solo poder de mercado*
  - ✓ **Preventiva**: *Evaluación ex ante*
  - ✓ **Centrada en efectos**: *No se centra en la tipificación de las operaciones sino en sus efectos*
  - ✓ **Activista**: *Otorga amplias facultades al Estado en la prevención de daños*
- Facultad de objetar o establecer condiciones orientadas en específico a evitar el daño a la competencia.

# **Integralidad** en la Evaluación de Concentraciones

- La evaluación de concentraciones en la legislación mexicana es *integral*
  - ✓ Previene la formación/fortalecimiento de **poder sustancial** pero también **ventajas exclusivas** que permitan desplazar indebidamente a otros competidores, o facilitar los denominados **efectos coordinados**.
- Autoridades en otras jurisdicciones solo están autorizadas, y solo tienen como mandato, evaluar y prevenir los denominados efectos unilaterales.
- El artículo 16 de la LFCE adopta como criterio para la impugnación de una concentración el que su objeto o efecto sea “...***disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia...***”
- El artículo 17 de la Ley establece como indicios de ese daño a la competencia
  - ✓ el poder influir sobre el mercado,
  - ✓ la posibilidad de desplazamiento indebido y
  - ✓ la facilitación de prácticas prohibidas por la misma Ley.

# Integralidad en la Evaluación de Concentraciones

**Section 36** Principles for the Appraisal of Concentrations

(1) *A concentration which is expected to create or strengthen a dominant position shall be prohibited by the Federal Cartel Office* unless the participating undertakings prove that the concentration will also lead to improvements of the conditions of competition, and

that  
outv  
dom

¿Por qué el derecho mexicano (o el americano) no facilita...  
adopta el concepto de poder conjunto?

*Porque, al usar un concepto de daño o disminución de la competencia, no lo requiere*

**Artículo 16.-** (...) La Comisión impugnará y sancionará aquellas concentraciones cuyo objeto o efecto sea *disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia*

**Artículo 17.-** (...) indicios ...

I.- Confiera ... el poder de fijar precios unilateralmente ...

II.- Tenga...por objeto indebidamente desplazar a otros agentes ...; y

# Carácter **Preventivo** al Evaluar Concentraciones

- Al revisar la constitucionalidad del examen preventivo de concentraciones, la SCJN reconoció las facultades preventivas concedidas por la LFCE,
  - ✓ *“Por otra parte, tampoco es exacto que la ley sancione las concentraciones cuando el riesgo para la libre competencia o la competencia sea potencial, no real, pues el análisis detallado de los textos legales transcritos revela que **las concentraciones se declaran prohibidas siempre que confieran a las partes un poder real sobre el mercado que les permita dañar, disminuir o impedir aquéllas** [la libre competencia o la competencia].*

# Carácter **Preventivo** al Evaluar Concentraciones

- Al revisar la constitucionalidad del examen preventivo de concentraciones, la SCJN reconoció las facultades preventivas concedidas por la LFCE,
- ✓ *Basta que esas operaciones confieran el poder de influir sobre el mercado con infracción a las reglas de la libre concurrencia, para que deba estimarse que la conducta queda comprendida en la hipótesis prevista en la parte final del artículo 28 constitucional...sobre todo si se advierte que el propósito del Constituyente ha sido combatir, no sólo en vía represiva, sino también preventiva, las conductas que pongan en peligro la integridad de los bienes jurídicos que tutela, con prescindencia de que los efectos lesivos sobre el mercado se actualicen en cada caso concreto, pues esperar a que ello ocurriera significaría permitir que las conductas anticompetitivas produjeran consecuencias de grave perjuicio para la sociedad.*

# Acento en **Efectos** en la evaluación de Concentraciones

- La integralidad y amplitud del mandato legal ha sido reconocido por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, quien ha enfatizado la evaluación de los efectos de la concentración más que la mera tipificación o forma de la operación,

*“...la ley reclamada tiene por objeto regular bajo la designación de concentración a cualquier acto, con independencia de la forma que adopte...por cuya virtud se concentre el poder de dos agentes económicos...siempre que ese acto tenga por objeto o por efecto disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia de bienes o servicios...de modo que la declaración de ilicitud no atiende a la celebración misma de actos de concentración, sino a los efectos que ellos producen en el mercado...”*

Dos competidores se asocian en una “*joint venture*” para desarrollar un nuevo producto, desarrollar nueva tecnología o prestar mejores servicios: ¿constituye una práctica absoluta o una concentración que puede ser autorizada?

# Carácter **Activista** al Evaluar Concentraciones

- Enfoque activo en la evaluación de concentraciones y en la prevención de posibles daños a la competencia por parte del Estado.
- La Exposición de Motivos de la reforma del Artículo 28 Constitucional estableció una liga entre este y la filosofía de rectoría del Estado establecida en el Artículo 25 Constitucional,
  - ✓ *El artículo 28 se reforma y adiciona de acuerdo con la filosofía y los principios que se establecen en el artículo 25 que, a su vez, son correspondientes con la filosofía de todo el texto constitucional. Esta reforma ha sido planteada como necesaria para actualizarlo y hacerlo consistente en su orientación.*

Reforma del Artículo 28 Constitucional,  
Diario Oficial de la Federación, 3 de febrero de 1983.



# Ley Federal de Competencia Económica

## Capítulo II De los Monopolios y las Prácticas Monopólicas

12. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

- 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 situación;
- 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; y
- 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.

# Ley Federal de Competencia Económica

## RLFCE

ARTÍCULO 12.- ...son elementos que pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otros:

- I. Los **costos financieros o de desarrollar canales alternativos**, el **acceso limitado al financiamiento**, a la **tecnología** o a **canales de distribución eficientes**;
- II. El monto, indivisibilidad y plazo de recuperación de **la inversión requerida**, así como la ausencia o escasa rentabilidad de **usos alternativos** de infraestructura y equipo;
- III. La necesidad de ...**concesiones, licencias, permisos** ...(y) derechos de uso ... protegidos por la **legislación ...de propiedad intelectual...**;
- IV. La **inversión en publicidad** requerida para que una marca o nombre comercial adquiera una **presencia de mercado** que le permita competir con marcas o nombres ya establecidos;
- V. Las **limitaciones a la competencia en los mercados internacionales**;
- VI. Las restricciones constituidas por **prácticas comunes** de los agentes económicos ya establecidos en el mercado relevante,
- VII. Los **actos de autoridades federales, estatales o municipales que discriminen** en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores....

# Dificultades en la definición de mercado relevante: Sentido Económico

## Evolución del Paradigma del *Monopolista Hipotético*

- US vs E.I. du Pont de Nemours (1956)
  - *Poder monopolístico es el poder de controlar precios o excluir competencia...la corte debe consecuentemente determinar si la competencia de otros empaques flexibles impiden que Du Pont cuente con poder monopolístico*
- Morris Adelman (1959)
  - *Existe una prueba única al delimitar la frontera de un producto,*
    - *Si, dentro del supuesto mercado, se restringiera la oferta o incrementaran precios, ¿se elevaría la oferta en montos suficientes para restaurar los precios y volúmenes previos?*
    - *Si la respuesta es sí, ese grupo de productos no corresponde a un mercado y debe ampliarse.*
    - *Si la respuesta es no, al menos el mercado no es más amplio.*

## Dificultades en la definición de mercado relevante: Sentido Económico

### Evolución del Paradigma del *Monopolista Hipotético*

- Sullivan (1977)
  - *Definir un mercado, geográficamente o por producto, equivale a sostener que si los precios se elevarán o el volumen se restringiera apreciablemente... oferta de otras fuentes no podría entrar oportuna y suficientemente como para restaurar el equilibrio previo... un mercado relevante es, la definición más restringida de mercado suficientemente amplia de modo que otros productos u otras localizaciones no pueden competir paritariamente con los productos incluidos en el mercado.*
- Areeda y Turner (1978)
  - *Un mercado incluye una o varias firmas que, si se unieran por fusión o por acuerdos, tendrían poder de mercado...*
- Departamento de Justicia USA (1978)
  - *Un mercado geográfico, para propósitos de derecho de la competencia, constituye un área dentro de la cual los vendedores podrían mantener precios elevados si se combinaran.*

# Dificultades en la definición de mercado relevante: Sentido Económico

Evolución del Paradigma del *Monopolista Hipotético*

## ➤ Guía de Concentraciones, DOJ (1982)

*...un mercado es un producto o grupo de productos y un área geográfica tal que (en ausencia de entrada) un monopolista hipotético no regulado podría rentablemente elevar sus precios de forma significativa y no transitoria.*

### 1. Definición

- *Por producto*
- *Geográfica*

### 2. *Implica barreras a la entrada*

3. *Criterio fundamental: control de la oferta conlleva a poder fijar precios unilateralmente*

4. *De forma significativa (5%) y no transitoria (un año)*

## Dificultades en la definición de mercado relevante: Sentido Económico

### Evolución del Paradigma del *Monopolista Hipotético*

- Guía de Concentraciones, DOJ (1982)
  - *...producto o grupo de productos y área geográfica tal que un monopolista hipotético no regulado podría rentablemente elevar sus precios de forma significativa y no transitoria.*
- *Resistencia inicial del FTC, Refrendo en 1992*
- *Bureau de Competencia de Canadá (1991)*
- *Unión Europea (1997)*
- *Office of Fair Trading, UK, (1999)*
- *Australia y Nueva Zelanda*
- *México, Guía de Concentraciones*
  - *Mercado relevante es uno en el que es posible que su monopolización condujera a que subieran los precios o se presentaran otro tipo de prácticas contrarias a la competencia, sin que los demás agentes pudieran acudir a otros proveedores, en términos aceptables de precio y de las demás condiciones.*

# Dificultades en la definición de mercado relevante: Críticas, Sentido Económico vs Mandato Legal

Paradigma del *Monopolista Hipotético*

## ➤ *Críticas USA*

- Instrumento conceptual *impráctico*
- Simplemente *inaplicable*
- No constituye una prueba *operacional*
- No aporta un método de manejo de datos que permita la *determinación empírica del mercado*
- *Sobrestima* la definición del mercado y, en consecuencia, subestima el tamaño relativo de los agentes
- *Subestima* el poder de mercado al ser excesivamente incluyente

## Dificultades en la definición de mercado relevante: Críticas, Sentido Económico vs Mandato Legal

### Críticas a la definición del Mercado Relevante

- *La Resolución realiza un análisis de las posibilidades de sustitución y de la posibilidad de abastecimiento en mercados alternos incompleto y equivocado.*
- *Esa H. CFC ha omitido considerar en su resolución que [el producto x] y [el producto y] son el mismo producto...por lo que pertenecen al mismo mercado relevante*
- *...se estimó la elasticidad cruzada de la demanda de X con respecto al precio promedio de Y a partir de la siguiente ecuación:*

$$\ln Q_x = \alpha + \beta \ln P_x + \gamma \ln P_y + \varepsilon$$

- *donde  $Q_x$  es la cantidad vendida de X,  $P_x$  es el precio promedio de X y  $P_y$  es el precio promedio de Y...los valores obtenidos...*

$$\ln Q_x = 9.4 - 0.43 \ln P_x + 0.75 \ln P_y$$

- *Esta simple relación entre el consumo de X y el precio de Y y el de X muestra que, en efecto, la elasticidad precio cruzada entre X y Y es positiva y estadísticamente significativa. Si el precio de Y aumenta 10 por ciento, se registra un aumento de 7.5 por ciento en la cantidad vendida de X. Este es un indicio claro de que se trata de productos sustitutos entre sí*



## Dificultades en la definición de mercado relevante

### Argumentos sobre la definición del Mercado Relevante

- *Esa Comisión violó la garantía de legalidad, consignada en los artículos 14 y 16 constitucionales, así como las disposiciones de los artículos 12, 13, 17, fracción I y 21, fracción V de la LFCE; 9 y 11 del RLFCE; xyz de la Ley Reglamentaria ABC, al determinar de manera ilegal y errónea que el mercado relevante para el análisis de este caso...*

## Determinación del Mercado Relevante: Monopolista Hipotético

- Un mercado relevante debe ser uno en el que es posible que la concentración, llevada al extremo de un monopolista, produjera resultados contrarios a la competencia.
  - ✓ El monopolista hipotético sería capaz, en una situación quizá también hipotética de falta de regulación, de cargar un precio sustancialmente mayor al que se observaría de existir competencia...
- Generalmente se supone que un precio es sustancialmente mayor que otro cuando difieren en 5% o más.
  - ✓ El precio que fijaría un monopolista que maximizara utilidades (y se supone que todos los monopolistas las maximizan) sería mayor que el que privaría bajo el régimen de competencia en un porcentaje igual o mayor a 5%.
  - ✓ Si el monopolista hipotético no puede subir sus precios debido a que perdería una porción sustancial de su mercado, resultaría que esos otros vendedores le compiten; es decir, estarían en el mismo mercado relevante.

# Determinación del Mercado Relevante: Dimensiones

## ➤ Dimensión del Producto:

- ✓ Que los bienes o servicios que ofrecen satisfagan necesidades similares desde el punto de vista de los demandantes, en condiciones comparables de calidad y precio.

## ➤ Dimensión Geográfica:

- ✓ Que la oferta de esos agentes esté disponible para los demandantes ubicados en una cierta localidad o situación geográfica, en condiciones aceptables de oportunidad y precio.

## ➤ Temporalidad:

- ✓ Que la oferta de los distintos agentes en un mismo mercado relevante sea más o menos simultánea.

Factor clave: Sustituibilidad.

# Determinación del Mercado Relevante: Dimensiones

Factor clave: Sustituibilidad.

- Impone ***disciplina de precios***.
  - ✓ La sustitución debe ser de tal magnitud que haga inviable aumentar significativamente el precio de un bien si no aumenta el del sustituto.
- No basta ***sustitución por cambio en modas o patrones de consumo***
  - ✓ Tendencias demográficas o cambios en gustos pueden inducir una sustitución a largo plazo sin que a corto plazo un bien pueda sustituir a otro en respuesta a un cambio en precio.
- No basta la ***sustitución presupuestal*** por efecto ingreso
  - ✓ Dadas la restricción presupuestal, un peso más gastado en un grupo de productos es un peso disponible menos para gastar en los demás.  
***Todos los bienes son sustitutos.***
- No basta la ***sustitución técnica***
  - ✓ La misma necesidad puede satisfacerse por diferentes medios
  - ✓ No necesariamente eso los hace sustitutos en el DC
  - ✓ Es insuficiente mostrar correlación inversa en cantidades en el tiempo
- ✓ Debe mostrarse que el ***cociente de cantidades*** se afecta inversamente por el cociente de ***precios relativos***

# Determinación del Mercado Relevante: Casos Usuales

Indicios de competencia que se desprenden de la organización del mercado y de la conducta de participantes, clientes y proveedores

- ✓ Equivalencia entre las unidades de un producto que cumplen la misma función que una cierto número de unidades del otro;
  - ✓ Presentación a los clientes como sustitutos (“le conviene comprar más esto que aquello”);
  - ✓ Inclusión en publicidad comparada;
  - ✓ Inclusión en exactamente el mismo apartado en catálogos y directorios;
  - ✓ Opiniones de clientes y proveedores;
  - ✓ Manifestaciones indirectas a través de conductas observadas, como por ejemplo, demandas de *dumping*, de prácticas monopólicas, y otras que equivalgan a reconocer que las acciones de mercado de unos productores afectan a otros como competidores;
  - ✓ Regulaciones idénticas o muy similares por parte de la autoridad, en especial la de normas de calidad y otras que tiendan a homogeneizar los productos;
  - ✓ Similitud y sincronía de las modificaciones de precios
- Modelos Económicos: Ventajas / Desventajas

# Análisis del Grado de Concentración mediante Índices

## Limitaciones de los índices

- ✓ *Solo auxiliares en el análisis de la existencia, o del probable surgimiento a través de una concentración, de poder sustancial en el mercado relevante.*
- ✓ *Ignoran otras circunstancias relativas al impacto de las concentraciones sobre las condiciones del mercado.*

## Artículos 13 y 18 fracciones II y III de la LFCE y 12 del Reglamento:

- ✓ *Barreras a la entrada,*
- ✓ *poder de los competidores,*
- ✓ *acceso a fuentes de insumos,*
- ✓ *comportamiento reciente de los agentes,*
- ✓ *el acceso a importaciones,*
- ✓ *capacidad de fijar precios distintos de los de la competencia y*
- ✓ *diferenciales elevados de costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores*

# Análisis del Grado de Concentración: *Índices Utilizados*

## ➤ Notación

- ✓  $q_i$  = Valor de las ventas de un agente económico, y
- ✓  $Q$  = Valor de las ventas de todos los agentes en el mercado relevante ( $Q = \sum_i q_i$ ),
- ✓  $w_i = (q_i / Q) \times 100$  = Participación del agente "i"

## ➤ Índices

- ✓ Índice de Herfindahl
- ✓ Índice de Dominancia

### Índice de Herfindahl

(Medida de concentración)

Índice de Herfindahl =  $H$  = suma de los cuadrados de las participaciones de los agentes económicos

$$H = \sum_i w_i^2$$

0 (Mercado atomizado) <  $H$  < 10,000 (un solo agente)

## ➤ $H$ = promedio ponderado del tamaño de los agentes, expresado en proporción del mercado.

- ✓ Promedio ponderado de las participaciones  $q_i$  en el mercado:  
( $H = \sum_i w_i * w_i$ ),
- ✓ Se pondera cada participación con ella misma.

## Análisis del Grado de Concentración: *Índices Utilizados*

Inicial	HH
	1,000.0
Particip p2	
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
10.00	100.0
100.0	


$$q_i = w_i * w_i$$



## Análisis del Grado de Concentración: *Índices Utilizados*

Inicial	HH		HH
	1,000.0		2,200.0
Participa p2		Participa p2	
10.00	100.0	40.00	1600.0
10.00	100.0		0.0
10.00	100.0		0.0
10.00	100.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0
10.00	100.0	10.00	100.0
10.00	100.0	10.00	100.0
10.00	100.0	10.00	100.0
10.00	100.0	10.00	100.0
10.00	100.0	10.00	100.0
100.0			

$q_i = P_i * P_i$

## Análisis del Grado de Concentración: *Índices Utilizados*

Inicial	HH		HH		HH
	1,000.0		2,200.0		2,000.0
Particip p2		Participa p2		Particip p2	
10.00	100.0	40.00	1600.0	20.00	400.0
10.00	100.0		0.0	20.00	400.0
10.00	100.0		0.0	20.00	400.0
10.00	100.0		0.0	20.00	400.0
10.00	100.0	10.00	100.0	20.00	400.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0
100.0		100.0		100.0	

## Análisis del Grado de Concentración: *Índices Utilizados*

<b>Inicial</b>	<b>HH</b>		<b>HH</b>		<b>HH</b>		<b>HH</b>
	<b>1,000.0</b>		<b>2,200.0</b>		<b>2,000.0</b>		<b>2,500.0</b>
	Particip p2		Participa p2		Particip p2		Particip p2
10.00	100.0	40.00	1600.0	20.00	400.0	25.00	625.0
10.00	100.0		0.0	20.00	400.0	25.00	625.0
10.00	100.0		0.0	20.00	400.0	25.00	625.0
10.00	100.0		0.0	20.00	400.0	25.00	625.0
10.00	100.0	10.00	100.0	20.00	400.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0		0.0
10.00	100.0	10.00	100.0		0.0		0.0
100.0		100.0		100.0		100.0	

## Concentración, Participación de Mercado y Poder de Mercado

- Competencia en cantidades/ bien homogéneo/ costo marginal constante

- Utilidades firma i:  $\pi_i = P(Q)q_i - c_i q_i$

- Producto Agregado:  $Q = q_i + \sum_{j \neq i} q_j$

- Condición de Primer Orden:

$$d\pi_i/dq_i = p(Q) + (dp/dq_i)q_i - c_i = 0$$

$$p(Q) - c_i = - [(dp/dQ)(dQ/dq_i)] q_i$$

- Dividiendo ambos lados por p, multiplicando el lado derecho por Q/Q y dado que en equilibrio Nash  $dQ/dq_i = 1$ ,

$$\frac{p^* - c_i}{p^*} = - \frac{dp}{dQ} \frac{Q}{p^*} \frac{q_i}{Q}$$

Puede reescribirse como:  $L_i = w_i/\epsilon$ , donde

✓  $w_i = q_i/Q$

$\epsilon = - (dQ/Q)/(dp/P)$

- Relación directa **Concentración-poder de mercado**

✓ Definiendo  $L = \sum_i w_i L = \sum_i w_i^2/\epsilon = IHH/\epsilon$ .

# Concentración, Participación de Mercado y Poder de Mercado

- Problemas del IHH: medida compleja de concentración
  - ✓ **Mide concentración y asimetría**
- Riesgos en condiciones de competencia
  - ✓ **Mayor concentración lleva a mayor poder de mercado**
  - ✓ **Mayor asimetría reduce el riesgo de colusión**

	Mercado A		Mercado B	
	%	%	%	%
	15	20	20	30
	15	15	20	20
	15	10	20	15
	10	10	20	15
	10	10	10	10
	10	10	10	10
	5	5		
	5	5		
	5	5		
	10	10		
<b>HH</b>	<b>1,150.00</b>	<b>1,200.00</b>	<b>1,800.00</b>	<b>1,950.00</b>
<b>Q4</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>80</b>	<b>80</b>

# Concentración, Participación de Mercado y Poder de Mercado

## ➤ Ventaja del IHH

- ✓ Considera todas las participaciones al medir concentración
- ✓ Otorga mayor peso a la participación de firmas más grandes

	Mercado A		Mercado B	
	%	%	%	%
	15	65	15	80
	13	3	15	2
	13	3	15	2
	13	3	15	2
	13	3	15	2
	13	3	15	2
	3	3	2	2
	3	3	2	2
	3	3	2	2
	3	3	2	2
	3	3	2	2
	3	3	2	2
	2	2	2	2
<b>HH</b>	<b>1,128.00</b>	<b>4,328.00</b>	<b>1,366.00</b>	<b>6,436.00</b>
<b>Q6</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>90</b>	<b>90</b>

# Análisis del Grado de Concentración: *Índices Utilizados*

Índice de dominancia (Medida de desigualdad/ concentración)

- ✓ Contribución de cada agente al valor del Herfindahl ( $h_i$ ) =  $100 \times w_i^2 / H$
- ✓ Calculo de otro Herfindahl aplicado a las contribuciones  $h_i$  al H

Índice de dominancia ( $ID = \sum_i h_i^2$ ).

- ✓ ID se determina a partir del tamaño relativo de los agentes,  $w_i$ , e inversamente con el tamaño promedio H.
- ✓ Varía entre 0 y 10,000.
- ✓  $ID > H$ , excepto cuando el mercado se compone de "n" agentes del mismo tamaño, en cuyo caso  $ID = H = 1/n$ .
- A diferencia de H, cuyo valor siempre aumenta con la concentración, el ID baja si se reduce la distancia respecto al dominante
- El ID no sustituye el H, corrige una deficiencia de este último, que al aumentar ante cualquier concentración, penaliza concentraciones con efectos favorables a la competencia, al emparejar el terreno en que se efectúa la misma.
  - ✓ Al juntarse, las empresas pequeñas pueden defenderse mejor de las prácticas de desplazamiento anticompetitivo que pudieran ejercer las grandes.

# Análisis del Grado de Concentración: *Umbrales de los índices*

Inicial	HH	ID	HH	ID	HH	ID			
10	100	100	40	1,600	5,289	40	1,600	3,265	
10	100	100			0	0	0	0	
10	100	100			0	0	0	0	
10	100	100			0	0	0	0	
10	100	100			0	0	0	0	
10	100	100			100	2,200	900	1,033	
10	100	100					0	0	
10	100	100					0	0	
10	100	100			21	21	10	100	13
10	100	100			21	21	10	100	13
10	100	100			21	21	10	100	13
<b>100</b>	<b>1000</b>	<b>1000</b>	<b>100</b>	<b>2,200</b>	<b>5,413</b>	<b>100</b>	<b>2,800</b>	<b>4,337</b>	

$$\begin{aligned}
 h_i &= 100 \times w_i^2 / H \\
 &= 100 \times 1600 / 2200 \\
 &= 72.7\%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 h_i^2 &= \\
 &72.7 \times 72.7
 \end{aligned}$$



## Análisis del Grado de Concentración: *Umbrales de los índices*

HH			ID			HH			ID		
40	1,600	5,289	40	1,600	3,265	40	1,600	2,215	40	1,600	2,215
	0	0		0	0		0	0		0	0
	0	0		0	0		0	0		0	0
	0	0		0	0		0	0		0	0
10	100	21	30	900	1,033	30	900	701	30	900	701
10	100	21		0	0		0	0		0	0
10	100	21		0	0		0	0		0	0
10	100	21	10	100	13	30	900	701	30	900	701
10	100	21	10	100	13		0	0		0	0
10	100	21	10	100	13		0	0		0	0
<b>100</b>	<b>2,200</b>	<b>5,413</b>	<b>100</b>	<b>2,800</b>	<b>4,337</b>	<b>100</b>	<b>3,400</b>	<b>3,616</b>	<b>100</b>	<b>3,400</b>	<b>3,616</b>

## Análisis del Grado de Concentración: *Umbrales de los índices*

Una concentración tiene pocas probabilidades de afectar el proceso de competencia y libre concurrencia cuando el resultado estimado de la concentración, sea tal que:

- ✓ El aumento de H sea menor de 75 puntos
- ✓ El valor alcanzado por H sea menor de 2000 puntos (equivalente al de un mercado con cinco empresas del mismo tamaño)
- ✓ Disminuya el valor de ID
- ✓ El valor alcanzado por ID sea menor de 2500 puntos (equivalente al de un mercado con cuatro empresas del mismo tamaño). (Este umbral es mayor al correspondiente a H, pues ID es mayor que H, cuando las empresas no son del mismo tamaño).

Basta que se actualice uno de los cuatro supuestos anteriores para que normalmente se dé el efecto de considerar que existen indicios de que la operación no es contraria a la competencia.

En casos concretos se pueden dar excepciones ...

## Análisis del Grado de Concentración: *Umbrales de los índices, Excepciones*

- Existen mercados en los que el poder en ellos pudiera dar ventajas en otros mercados.
  - ✓ La propiedad de medios publicitarios podría dar ventajas en mercados en que la publicidad del producto es importante.
  - ✓ Participación en la producción de un recurso esencial, por ejemplo, la telefonía básica en el mercado de celular.
  - ✓ Artículo 15 del Reglamento, fracciones II y III: se tomarán en cuenta los efectos que en su caso las concentraciones pudieran tener en mercados relacionados con el mercado relevante.
  - ✓ También se debe evitar la monopolización de los mercados mediante concentraciones sucesivas, que en lo individual pudieran no ser contrarias a la competencia, pero en conjunto lo son.

## Barreras a la Entrada

- *En caso de que no existan barreras a la entrada, no se impugna una concentración, sin importar el grado de concentración*
  - ✓ Una concentración elevada se considera una condición normalmente necesaria pero no suficiente para que una operación sea impugnabile.
- Impugnación: Combinación de un aumento elevado en el grado de concentración con barreras a la entrada (artículo 11 del Reglamento)

### Barreras a la Entrada

#### 1. Participación en el mercado persistentemente elevada

- *Alta participación en el mercado*, indicio de que el agente podría poseer poder sustancial, no es una condición suficiente si otros agentes pudieran fácil y rápidamente aumentar su producción o iniciar operaciones en el mercado relevante
- Un mercado altamente concentrado, en que los mismos agentes han mantenido sus elevadas participaciones durante años, la probabilidad de que no existan esas barreras a la entrada se diluye, en especial si los agentes mencionados han mantenido una elevada rentabilidad.

# Barreras a la Entrada

## 2. Elevada contribución a la concentración

- La contribución a la concentración medida por H toma en cuenta no sólo la participación del agente, sino también su posición relativa
  - ✓ A mayor  $h_i = (w_i^2/H) \times 100$ , mayor la probabilidad de que haya algún competidor con poder de mercado (Posición respecto de otros competidores (fracción III del artículo 13))

## 3. Persistencia de ganancias extraordinarias

- La persistencia de ganancias superiores a las normales en el resto de la economía, un indicio de poder sustancial
  - ✓ Posibilidad, mayor capacidad para adoptar tecnología
    - ❑ Un poder de mercado basado en la superioridad tecnológica es, por lo general, conducente a una mayor eficiencia económica.
    - ❑ No exime de la prohibición de prácticas monopólicas, ni justifica incrementar su poder de mercado mediante concentraciones con otros agentes que le compiten en tecnología, sin sinergias claras.
  - ✓ Baja rentabilidad no es indicio de competencia necesariamente: monopolios llevan a ineficiencias que disipan las ganancias monopólicas

# Barreras a la Entrada

## 4. Regulaciones a la entrada

- Permisos y concesiones que actúan como una barrera a la entrada o al aumento de la oferta de los competidores, o bien barreras al comercio o inversión internacional
- Inciden en la definición del mercado relevante
  - ✓ Reducen el número de competidores que participan, y por tanto aumentan la probabilidad de que se determine que no existe competencia efectiva en ese mercado
- Son considerados como elementos que favorecen directamente el poder de mercado.
- La regulación es indicio por lo general suficiente de que el mercado sujeto a una regulación específica es en sí mismo un mercado relevante y, además, de que hay en éste poder de mercado.
- Los agentes en sectores regulados suelen argumentar que no tienen poder de mercado por el hecho de estar regulados.
  - ✓ Los criterios de la Ley y el Reglamento señalan lo contrario: ***Esos agentes suelen estar regulados precisamente porque tienen poder de mercado.***

# Barreras a la Entrada

## 5. Condiciones que facilitan la colusión

- El grado de concentración, la participación de un agente y su contribución a la concentración pueden subestimar la probabilidad de que exista poder sustancial en el mercado relevante cuando se registran prácticas colusivas
- Varios agentes podrían fijar *de facto*, precios, como si fueran uno solo, sin que tal situación sea reflejada por los índices de concentración.
  - ✓ Un elevado **diferencial de precios respecto de los costos**, que no pudiera ser explicado sin suponer colusión sería un indicador importante para detectar este tipo de situaciones
- Una alta diferenciación de productos en el mercado relevante, así como la aparición frecuente de nuevas presentaciones de los mismos, serían elementos que harían difícil un arreglo colusivo
  - ✓ No sería fácil para los participantes vigilar y garantizar el cumplimiento por parte de los demás participantes.
  - ✓ Cuando la demanda se caracterizan por grandes pedidos intermitentes, el incentivo para violar el arreglo es mayor

## Barreras a la Entrada

### 6. Alto grado de capacidad excedente relativa a la de competidores

- En circunstancias en que la adquisición de capacidad no es fácil o lleva tiempo, es usual que los agentes con poder sustancial mantengan un grado de capacidad excedente superior al de sus competidores.

### 7. Comportamiento de los agentes económicos

- Si la evolución de precios y de la oferta no puede ser explicada sino en la medida en que exista poder sustancial de mercado, ello en sí mismo es un indicio prácticamente incontestable de que tal poder existe.
  - ✓ Fracción V del artículo 13 de la Ley, puede considerarse, como elemento para determinar el poder de un agente, su comportamiento reciente.
- Hay poder sustancial de mercado cuando se observa directamente que lo hay.
  - ✓ Si se observa en el mercado una **discriminación de precios**, en condiciones que requirieran, para su realización, que el que la realiza tenga poder de mercado, el poder sustancial de mercado no sólo existe, sino que además se ejerce