

COFECE SEÑALA FALTA DE COMPETENCIA

Dominan Amazon y Mercado Libre

JUAN LUIS RAMOS

Una resolución preliminar indica que ambos tienen la capacidad para imponer precios

La Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) señaló a Amazon y Mercado Libre por imponer barreras a la competencia al dominar, en conjunto, 85 por ciento del comercio electrónico minorista.

En un dictamen preliminar publicado en el *Diario Oficial de la Federación (DOF)* este martes, el organismo pro competencia resolvió que no existen condiciones de competencia efectiva en este mercado, lo que afecta tanto a vendedores como a compradores.

El documento menciona que debido al poder que ostentan Amazon y Mercado Libre, cuando los vendedores solicitan sus servicios, al tener pocas opciones de plataformas, aceptan las condiciones de ambas compañías.

“Estos dos agentes económicos son quienes ofrecen los mayores precios y esquemas tarifarios complejos por el servicio de *marketplace* en el Mercado Relevante de Vendedores, sin que esto motive a los vendedores a trasladarse a otras plataformas, lo que es evidencia de su capacidad de fijar precios”, dice el dictamen.

La Cofece señaló que una de las barreras que inhiben la competencia es la estrategia artificial de incluir servicios de streaming como parte de los programas de lealtad de estas dos compañías.

La autoridad ordenó a ambas empresas implementar medidas correctivas como son desasociar de las membresías los servicios de streaming. Además, permitir a las empresas de logística interesadas integrarse a sus plataformas. **Pág. 12**



CONCENTRAN 85% DEL E-COMMERCE

Cofece señala dominio de Amazon y Mercado Libre

JUAN LUIS RAMOS

Debido al poder que ostentan en el mercado, tienen la capacidad para fijar precios, indica el regulador

La Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) señaló a Amazon y Mercado Libre por imponer barreras al comercio electrónico en México al ser las mayores compañías en el sector, con 85 por ciento de participación en conjunto. En un dictamen preliminar publicado en el *Diario Oficial de la Federación (DOF)* este martes, el organismo antimonopolios determinó que no existen condiciones de competencia efectiva en el mercado de comercio electrónico minorista, conocido como los *marketplace*, lo que tiene afectaciones tanto para vendedores como para compradores.

El documento señaló que, debido al poder que ostentan Amazon y Mercado Libre, cuando los vendedores solicitan sus servicios, al tener pocas opciones de plataformas, aceptan las condiciones de ambas compañías en diferentes rubros como la fijación de precios.

“Estos dos agentes económicos son quienes ofrecen los mayores precios y esquemas tarifarios complejos por el servicio de los *marketplace* en el Mercado Relevante de Vendedores, sin que esto motive a los vendedores a trasladarse a otras plataformas, lo que es evidencia de su capacidad de fijar precios”, dice el dictamen.

Javier Nuñez, experto en Política de Competencia Económica, destacó que no se trata de una investigación por colusión u otras prácticas monopólicas, sino de barreras a la competencia, por lo que la Cofece puede ordenar a las empresas tomar medidas para evitarlas y, en caso de que persistan, será un juez quien determine alguna sanción contra los agentes involucrados.

La Cofece apuntó que los *marketplace* se han posicionado como una importante opción para consumidores y vendedores, ya que les permiten interactuar directamente sin ser partícipes en la adquisición de los bienes ofrecidos, con lo que logran reducir costos al enfocarse en unir oferta y demanda.

El organismo destacó la relevancia del comercio electrónico en México, sobre todo a raíz de la pandemia de Covid-19, ya que cada vez más consumidores utilizan esta opción para adquirir bienes o servicios, además de que resulta clave para que los pequeños y medianos comercios puedan ofrecer sus productos.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO), desde 2019 el valor de mercado del *e-commerce* en el país creció a doble dígito cada año, donde destacó 2020, con un incremento de 81 por ciento. El Inegi publicó el lunes que sólo en 2022 el comercio electrónico generó un valor agregado bruto de 1.7 billones de pesos en el país, lo que equivale a 5.9 por ciento del PIB.

La Cofece detalló que además de mantener una participación significativa en los segmentos de vendedores y compradores, Amazon y Mercado Libre son los únicos agentes económicos que tienen sistemas de recopilación y procesamiento de grandes volúmenes de datos, lo que les permite ofrecer diversas herramientas dentro de sus plataformas para incentivar su uso y así asegurar el número de usuarios suficiente para generar y mantener efectos de red.



PONEN BARRERAS

La Cofece señaló que una de las barreras que inhiben la competencia es la artificialidad en algunos componentes de los programas de lealtad, esto es, que existen servicios incluidos, como los de *streaming*, que inciden en el comportamiento de los compradores.

También señaló las preferencias por soluciones logísticas de estas plataformas, lo que impide que sus vendedores elijan libremente la empresa de logística a utilizar con base en criterios de conveniencia, precio y tiempo de envío.

Adicionalmente, observó que los agentes imponen cláusulas de paridad de precios en sus términos y condiciones para la prestación del servicio de *marketplace* a sus vendedores.

La Cofece ordenó a ambas empresas implementar medidas correctivas en un plazo de tres y seis meses, como son desasociar de las membresías los servicios de *streaming*, dejar de promocionar cualquier otro servicio que no esté relacionado con el uso de los *marketplace*, así como permitir a las empresas de logística interesadas integrarse a sus plataformas, entre otras.

Al respecto, Mercado Libre respondió a este medio que al tratarse de un dictamen preliminar, no constituye una decisión definitiva, por lo que se encuentra analizando el documento.

“Por no tratarse de una investigación de prácticas monopólicas, la resolución no implicaría sanciones económicas”.

Amazon dijo que ha colaborado con la Cofece y que adopta prácticas procompetencia, que según “han dado por resultado una mayor selección, mejores precios y entregas más rápidas para los clientes, además de mayores oportunidades para vendedores en todo el país”.

AFECTAN A USUARIOS**LAS EMPRESAS**

imponen barreras a nuevos participantes del comercio electrónico en México, lo que afecta la competencia en el mercado y en los precios que pagan los consumidores



La comisionada va por otros sectores





En la pandemia aumentaron las compras online

