

Enero 2010

## Utilización equívoca del concepto de Boicot por parte de la CFC

Tema para discusión

Por Alvaro R. Sánchez G.

Esta Nota es personal, no refleja necesariamente la posición de VA&BA.

---

0. En esta Nota se señala que la Comisión Federal de Competencia (CFC) ilustra erróneamente el concepto de Boicot como una práctica comercial entre competidores.
1. La CFC publica en su sitio de internet “Cuadernos de Competencia”, en los cuales incluye uno denominado “Prácticas Monopólicas Relativas”, mismo que ilustra ejemplos de éstas. Ref:  
<http://www.cfc.gob.mx/images/stories/Publicaciones/CuadernosCompetencia/3practicmonorelativas.pdf>
2. En la página 8 se consigna lo siguiente:
  - Boicot (ejercer presión **entre varios competidores** contra otro agente económico).
3. Un **proveedor** con poder sustancial en el mercado relevante, que impone un acuerdo a sus **distribuidores** independientes, con la finalidad de ejercer presión contra otro proveedor o distribuidor, podría ser investigado como una **práctica de boicot**:

*Ley Federal de Competencia Económica (LFCE),*

*Artículo 10:*

*VI. La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a éstos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado...*
4. En contraste un **acuerdo entre competidores** deberá, en su caso, ser investigado, en términos del artículo 9 de la LFCE, como una **práctica colusiva** (i. e., horizontal):

*Artículo 9o.- Son prácticas monopólicas absolutas los contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo objeto o efecto sea cualquiera de los siguientes:*

***I.- Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto;***

***II. Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación o transacción de un número, volumen o frecuencia restringidos o limitados de servicios;***

***III.- Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables; o***

***IV.- Establecer, concertar o coordinar posturas o la abstención en las licitaciones, concursos, subastas o almonedas públicas.***