

Ciudad de México, a 13 de febrero de 2024.

ASUNTO: Síntesis del COMUNICADO: Cofece identifica posibles barreras a la competencia en comercio electrónico minorista.

1. El martes 13 de febrero de 2024, la **COFECE** emitió el comunicado de prensa Cofece-007-2024.

(<https://www.cofece.mx/cofece-identifica-posibles-barreras-a-la-competencia-en-comercio-electronico-minorista/>)

De dicho **COMUNICADO** se destaca lo siguiente:

Derivado de la indagatoria en el mercado de comercio electrónico minorista en el territorio nacional, la Autoridad Investigadora (AI) de la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) determinó que no existen condiciones de competencia efectiva en el mercado de comercio electrónico minorista (**marketplaces**) en México, mismas que afectan tanto a vendedores como a compradores.

La **AI** determinó preliminarmente que no existen condiciones de competencia efectiva porque dichos mercados:

- a) Presentan una alta concentración de manera que están compuestos por pocos participantes.
- b) Se caracterizan por la presencia de efectos de red; el valor de un producto o servicio incrementa en la medida que lo usan más personas.
- c) Tienen otro tipo de barreras a la entrada, como elevados montos de inversión para su desarrollo, la necesidad de herramientas tecnológicas; así como inversiones en publicidad, marketing y relaciones públicas.

La **AI** determinó que existen tres posibles barreras a la competencia que podrían estar afectando el funcionamiento de este mercado:

- Artificialidad en algunos componentes de los programas de lealtad de los marketplaces, pues existen servicios incluidos en los programas de lealtad de algunas empresas, como por ejemplo servicios de streaming u otros, que inciden en el comportamiento de los compradores, lo que genera una estrategia artificial que los atrae.
- Falta de transparencia en el funcionamiento de gestión de ofertas dentro de los marketplaces, derivado de su sistema de gestión de ofertas que, a través de una serie de algoritmos, selecciona y destaca una oferta en particular que considera y exhibe a los compradores como la mejor, por lo que la falta de transparencia en su funcionamiento podría estar afectando el funcionamiento eficiente de estos mercados.



SALAZAR & SOLÍS
ABOGADOS

- Preferencias por soluciones logísticas propias: Algunas plataformas no permiten que sus vendedores elijan libremente la empresa de logística a utilizar con base en criterios de conveniencia, precio y tiempo de envío, esto favorece la exposición de los productos de los vendedores que contratan el servicio ofrecido por la misma plataforma, incentivando a los vendedores adquirir los servicios de logística de las plataformas.

Se propusieron una serie de medidas correctivas con el fin de restaurar las condiciones de competencia efectiva en este mercado. Estas consisten en:

- i. Desasociar las membresías de servicios de streaming, así como cualquier otro servicio no relacionado con el uso del Marketplace, asimismo, evitar la promoción de estos dentro de los marketplaces. Esto implica que las plataformas son libres de ofrecer los programas de streaming y cualquier otro servicio, pero estos no podrán ofrecerse como parte del mismo paquete de servicios relacionados con el Marketplace.
- ii. Crear en los portales de las empresas de una sección en la que se informe a los vendedores, la totalidad de variables y ponderadores que toma en consideración el algoritmo de gestión de ofertas para elegir la oferta destacada, aportando transparencia y certeza.
- iii. Modificar los criterios del algoritmo de gestión de ofertas para que no se considere como una variable la contratación de las soluciones logísticas con un agente económico específico.
- iv. Transparentar los estándares que consideran adecuados para proveer el servicio de logística y de esa forma permitir a las empresas de logística interesadas, integrarse a su plataforma.
- v. Se esperan beneficios materializados en una mayor entrada y competencia en los marketplaces para beneficio tanto de compradores como vendedores, aportando así mayores y mejores alternativas de venta para pequeñas y medianas empresas, así como mejores precios y opciones para el consumidor final.

En el siguiente link se puede consultar la versión pública del dictamen preliminar:
<https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2024/02/DOF-13febrero2024-01.pdf>

A t e n t a m e n t e

Rubén Salazar Guerra y Sofía Solís Mora
Salazar & Solís Abogados, S.C.