

México: instamos a preservar los beneficios del comercio electrónico para la competencia, los consumidores y las PyMEs

La Comisión Federal de Competencia (COFECE) publicó el 6 de febrero el dictamen preliminar correspondiente a una investigación por supuestas barreras a la entrada del comercio electrónico minorista en México, con énfasis en el canal de comercio electrónico conocidos como *marketplaces*. Al respecto, la Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI) emite las siguientes reflexiones:

El comercio electrónico genera importantes beneficios para los consumidores y para las pequeñas y medianas empresas, tal como lo reconoce la propia COFECE en su [comunicado de prensa](#) y en el propio dictamen preliminar:

- Para los **consumidores**, el comercio electrónico representa una opción más para él consumidor, gracias a los esfuerzos y las inversiones realizadas por los *marketplaces*. Entre ellos, COFECE destaca *“recibir productos en sus domicilios, ahorrar tiempo al evitar traslados a tiendas físicas, acceder a productos no disponibles localmente, comprar desde cualquier lugar y encontrar más promociones y descuentos”*.
- Para las **pequeñas y medianas empresas**, el comercio electrónico ha abierto un canal de venta atractivo. En palabras de COFECE, *“aprovechan la visibilidad y reputación del marketplace para llegar a una amplia base de compradores. También buscan optimizar sus costos operativos, dado que vender en un marketplace puede implicar menores gastos en comparación con tener una tienda física o en línea de manera independiente.”*

Gracias a los canales digitales, y particularmente los *marketplaces digitales*, los consumidores tienen acceso a una mayor selección de productos, a precios bajos y con mayor conveniencia. También gracias a los *marketplaces*, las pequeñas y medianas empresas pueden acceder a un mercado mucho mayor- de alcance nacional hasta internacional- con menores costos y con soluciones de logística y pago que ayudan a las PyMes enfocarse en mejorar su producto en vez de administración. Es por estas razones que **los canales digitales han impulsado la competencia en el comercio minorista**.

Por ello, al analizar el dictamen preliminar y emitir una resolución final, **es indispensable que el Pleno de COFECE preserve los beneficios de los marketplaces para la competencia y para el bienestar de consumidores y pequeñas y medianas empresas**. En particular, debe mantenerse la capacidad de los *marketplaces* para proveer eficientemente los servicios a compradores y vendedores que constituyen el corazón de su propuesta de valor.

Adicionalmente, es crucial que la resolución que eventualmente emita el Pleno sea congruente con el objetivo de la política de competencia, de proteger la eficiencia de los mercados por encima de intereses específicos de actores particulares. Creemos que la mejor estrategia para lograrlo involucra basarse en evidencia empírica sólida tanto de los efectos económicos de las conductas investigadas como de las medidas propuestas por la autoridad.

La Asociación Latinoamericana de Internet seguirá con atención el proceso de desarrollo de la decisión de COFECE ya que las conclusiones y medidas adoptadas podrían tener impactos significativos sobre la continuidad del crecimiento e innovación en el canal digital en América Latina.

6 de marzo 2024

--O--