

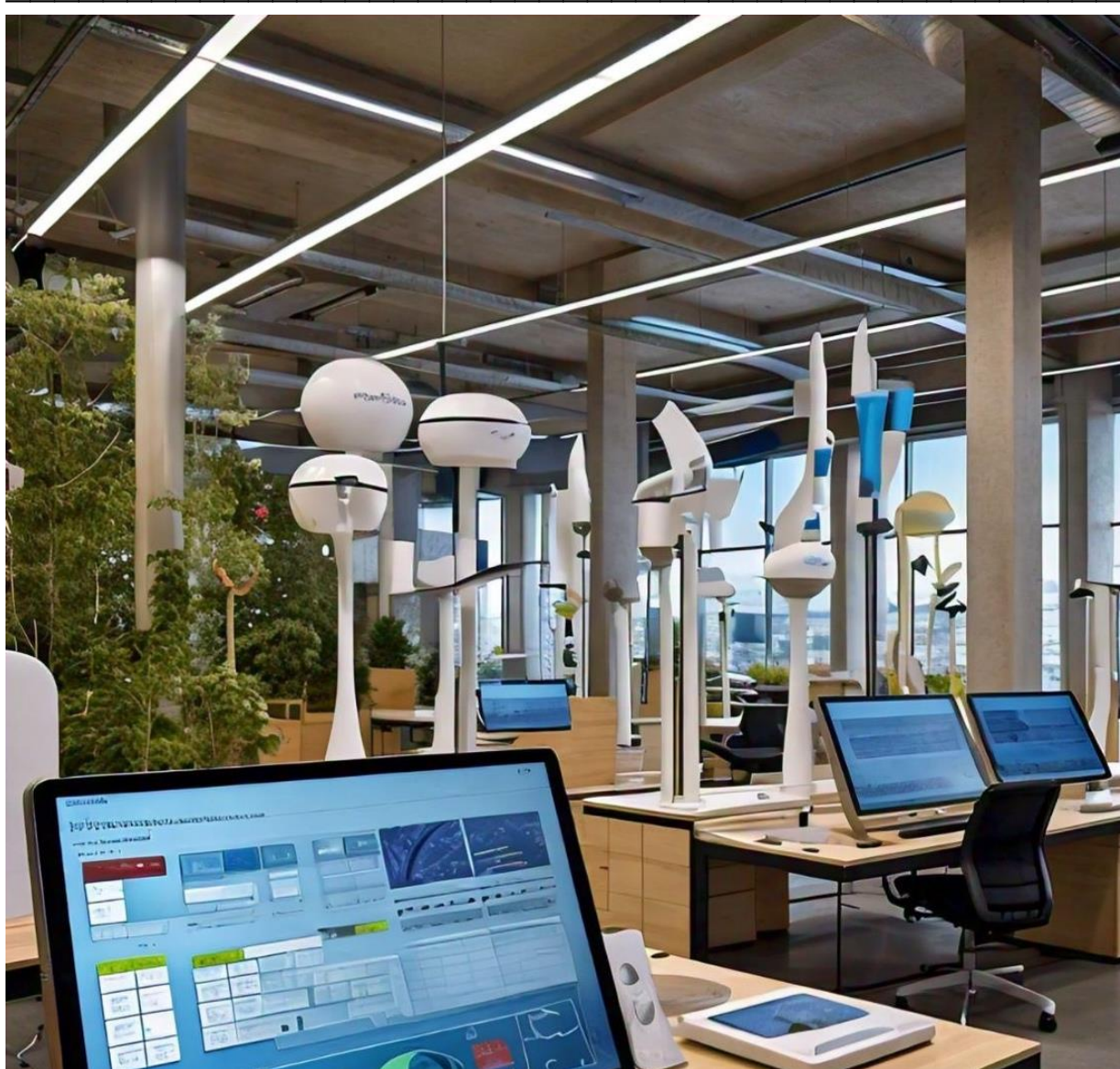


*Ficha de indicador*

# Libre competencia

Evodio Sánchez Rodríguez

Director de responsabilidad social empresarial de Cemefi





## Índice

1. Introducción .....	3
2. Indicadores relacionados con la libre competencia.....	3
3. Industrias donde es relevante desarrollar la libre competencia. ....	4
4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador .....	4
5. Factores que influyen en la libre competencia .....	6
6. Creación de un programa de RSE para fomentar la libre competencia .....	7
7. Beneficios empresariales de fomentar la libre competencia.....	8
8. Riesgos empresariales por no fomentar la libre competencia.....	9
9. Herramientas para fomentar la libre competencia .....	10
10. Mejores prácticas en libre competencia dentro el Distintivo ESR® .....	11
11. Propuesta de métricas de impacto para medir la libre competencia en Empresas dentro del Marco del Distintivo ESR® .....	12
11.1. Fase 1: Inicial .....	12
11.2. Fase 2: Desarrollo.....	12
11.3. Fase 3: Madurez .....	12
11.4. Desarrollo de las métricas .....	13
12. Conclusión .....	14



## 1. Introducción

La Libre Competencia es un pilar fundamental para el desarrollo de mercados eficientes, equitativos y sostenibles. Este indicador promueve condiciones justas entre los participantes del mercado, fomentando la innovación, la calidad en los productos y servicios, y precios competitivos que beneficien tanto a las empresas como a los consumidores. En el marco del Distintivo ESR<sup>®</sup>, la libre competencia refuerza la gobernanza corporativa y garantiza prácticas éticas en las relaciones comerciales, consolidando la credibilidad y reputación de las empresas.

Fomentar la libre competencia implica prevenir prácticas monopólicas, evitar conflictos de interés y asegurar la transparencia en las operaciones. Además, este enfoque potencia la sostenibilidad económica de las empresas y su contribución al desarrollo de las comunidades en las que operan. A través de estrategias como la adopción de matrices de *compliance*, auditorías internas y políticas anticorrupción, las organizaciones pueden garantizar un comportamiento justo y responsable que alinee sus objetivos con los principios éticos de mercado.

Esta ficha técnica tiene como propósito ofrecer una guía práctica para comprender la relevancia del indicador de libre competencia, detallar las industrias clave donde es aplicable, y proporcionar herramientas, métricas y mejores prácticas para su implementación efectiva, promoviendo un entorno empresarial justo y transparente.

## 2. Indicadores relacionados con la libre competencia

Indicadores	Ámbito	Descripción
Anticorrupción	Gobernanza y Prácticas Justas	Fortalece la transparencia, reduciendo prácticas desleales que afectan la competencia libre.
Conflicto de interés	Gobernanza y Prácticas Justas	Previene decisiones empresariales sesgadas que puedan impactar la equidad en los mercados.
Auditorías internas	Gobernanza y Prácticas Justas	Evalúan el cumplimiento de políticas que garantizan competencia leal y prácticas éticas.
Matriz de cumplimiento	Gobernanza y Prácticas Justas	Asegura el cumplimiento de normativas relacionadas con competencia justa y comportamiento ético.



3. Industrias donde es relevante desarrollar la libre competencia.

Industria	Importancia
Comercio al Por Mayor	Garantiza que todos los actores tengan igualdad de condiciones en la distribución y venta de productos.
Transporte y Almacenamiento	Promueve la competencia justa en la prestación de servicios logísticos y de transporte, evitando prácticas monopólicas.
Industrias Manufactureras	Fomenta la innovación y eficiencia, evitando barreras de entrada y asegurando acceso equitativo al mercado.
Servicios de Salud	Protege a los consumidores al garantizar acceso justo a servicios médicos y precios competitivos.
Servicios de Alojamiento y Alimentos	Asegura un mercado justo para pequeños y grandes proveedores en el sector turístico y alimenticio.
Tecnología y Comunicaciones	Fomenta la innovación y evita prácticas anticompetitivas en sectores clave como telecomunicaciones y software.
Construcción	Promueve la equidad en procesos de licitación y contratación, reduciendo el riesgo de prácticas desleales.

4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador

Categoría	Norma, Certificación o Ley	Descripción / Apartado Específico	Relevancia para el indicador
Norma	ISO 26000	Guía para responsabilidad social, incluye prácticas para fomentar la competencia justa en el mercado.	Alta
Norma	UN Guiding Principles on Business and Human Rights	Principios rectores de la ONU sobre empresas y derechos humanos,	Alta



		promueven la libre competencia como práctica ética.	
Certificación	GRI (Global Reporting Initiative)	Marco de reportes de sostenibilidad, indicadores relacionados con prácticas de competencia justa y responsabilidad corporativa.	Alta
Certificación	Ecovadis	Evalúa sostenibilidad empresarial, incluye la promoción de la libre competencia en las operaciones empresariales.	Alta
Certificación	B Corporation Certification	Certificación que evalúa el compromiso empresarial con la competencia justa y las prácticas transparentes.	Alta
ODS	ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas	Fomenta instituciones sólidas mediante la implementación de prácticas que promuevan la libre competencia y eviten monopolios.	Alta
ODS	ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico	Promueve el crecimiento económico mediante mercados abiertos y prácticas empresariales éticas.	Alta
Ley	Ley Federal de Competencia Económica	Regula la competencia económica en México, sancionando prácticas anticompetitivas y	Alta



		promoviendo mercados justos.	
Ley	Ley del Mercado de Valores	Establece lineamientos para garantizar la transparencia y la ética en los mercados financieros.	Alta
Buena Práctica	Implementación de políticas internas para fomentar la libre competencia y evitar prácticas monopólicas	Desarrollo de políticas internas para garantizar la libre competencia, evitar prácticas monopólicas y fomentar un mercado justo.	Alta

### 5. Factores que influyen en la libre competencia

- **Políticas y Procedimientos Corporativos:** La existencia de normativas internas que promuevan la transparencia, la ética y el cumplimiento legal es esencial para prevenir prácticas desleales dentro de la organización.
- **Cultura Organizacional:** Una cultura empresarial que priorice la equidad y la responsabilidad social influye directamente en la adopción de prácticas competitivas justas.
- **Conflictos de Interés:** La gestión inadecuada de conflictos de interés puede comprometer decisiones clave, favoreciendo intereses personales o de terceros en detrimento de la competencia justa.
- **Capacitación del Personal:** La formación en principios éticos, normativas de competencia y prácticas justas asegura que los empleados tomen decisiones alineadas con los objetivos de libre competencia.
- **Normativas y Regulaciones Gubernamentales:** Las leyes de competencia económica dictan el marco en el que operan las empresas. Su cumplimiento garantiza igualdad de condiciones para todos los actores del mercado.
- **Condiciones de Mercado:** La estructura del mercado, como la cantidad de competidores, la distribución de cuotas de mercado y las barreras de entrada, influye directamente en la intensidad de la competencia.
- **Transparencia en el Mercado:** La disponibilidad de información clara sobre precios, calidad y características de los productos permite a los consumidores tomar decisiones informadas y evita prácticas monopólicas.





- **Relaciones con Proveedores y Clientes:** La existencia de acuerdos exclusivos o cláusulas abusivas puede limitar la competencia al restringir opciones en la cadena de suministro o en el acceso de consumidores a productos y servicios.
- **Tecnología y Acceso a Innovación:** La capacidad de las empresas para adoptar tecnologías y desarrollar innovación impacta la igualdad de condiciones y fomenta mercados dinámicos.
- **Globalización y Competencia Internacional:** La apertura de mercados y la interacción con competidores globales promueven prácticas más competitivas, pero también pueden introducir presiones de costos o monopolios internacionales.
- **Economía Informal:** La existencia de actores fuera del marco regulatorio puede distorsionar la competencia al no cumplir con las mismas normativas que las empresas formales.
- **Colaboración Público-Privada:** La interacción entre empresas y gobiernos puede influir en las reglas de competencia, especialmente en sectores regulados como energía, telecomunicaciones y transporte.

## 6. Creación de un programa de RSE para fomentar la libre competencia

- **Evaluación inicial del entorno competitivo:** Realizar un diagnóstico sobre las prácticas de competencia en el sector y la industria en la que opera la empresa. Esto incluye identificar posibles riesgos de comportamientos anticompetitivos, como monopolios, colusión y prácticas desleales.
- **Establecimiento de políticas internas claras:** Desarrollar y formalizar políticas internas que promuevan la libre competencia, que incluyan normativas claras sobre los límites del comportamiento ético en las relaciones con competidores, proveedores y consumidores. Estas políticas deben alinearse con las leyes antimonopolio y de competencia del país o región en donde se opera.
- **Capacitación continua en prácticas éticas y de competencia:** Implementar programas de capacitación regular para todos los empleados sobre las leyes de competencia y prácticas comerciales éticas. Incluir formación sobre cómo evitar prácticas desleales, colusión, abuso de poder de mercado, entre otros.
- **Establecimiento de canales de denuncia y monitoreo:** Crear un sistema de denuncia confidencial donde empleados y partes interesadas puedan reportar posibles comportamientos anticompetitivos o violaciones a las políticas internas de libre competencia. Asegurar que haya mecanismos para monitorear el cumplimiento de estas políticas.
- **Promoción de transparencia en las relaciones comerciales:** Fomentar la transparencia con los competidores, proveedores y clientes, proporcionando



acceso a información clara y precisa sobre precios, productos, y servicios. El objetivo es evitar el uso de tácticas manipuladoras que puedan alterar el libre mercado.

- **Auditoría regular y revisión de cumplimiento:** Realizar auditorías internas regulares para evaluar el cumplimiento de las políticas de libre competencia. Las auditorías deben ser imparciales y deben abarcar todas las áreas de la empresa donde puedan existir riesgos de prácticas anticompetitivas.
- **Promoción de competencia leal entre proveedores:** Impulsar la competencia justa dentro de la cadena de suministro. Esto implica evitar acuerdos exclusivos que favorezcan injustamente a ciertos proveedores y garantizar que los contratos sean equitativos.
- **Colaboración con organismos regulatorios y asociaciones del sector:** Participar activamente en foros, asociaciones y organismos regulatorios del sector para fomentar un entorno competitivo y ético. Trabajar conjuntamente con reguladores para cumplir con las normativas y mejorar las prácticas del sector.

## 7. Beneficios empresariales de fomentar la libre competencia

- **Reputación empresarial sólida:** Promover la libre competencia posiciona a la empresa como un actor ético y responsable en el mercado, fortaleciendo su reputación ante clientes, proveedores, y la comunidad.
- **Cumplimiento normativo y reducción de riesgos legales:** Operar bajo principios de libre competencia asegura el cumplimiento de las normativas legales y reduce el riesgo de multas, sanciones y litigios derivados de prácticas anticompetitivas.
- **Mejora de la eficiencia e innovación:** La libre competencia impulsa a las empresas a innovar constantemente, mejorar la calidad de sus productos y servicios, y optimizar sus procesos, lo que incrementa su competitividad.
- **Acceso a nuevos mercados y oportunidades comerciales:** Las empresas que fomentan la libre competencia tienen mayor probabilidad de participar en mercados abiertos y colaborar con socios que valoran prácticas justas.
- **Incremento de la satisfacción y lealtad del cliente:** Los consumidores valoran las empresas que operan con transparencia y ofrecen productos de calidad a precios justos, lo que fortalece la fidelización y el reconocimiento de la marca.
- **Atracción y retención de talento:** Los empleados prefieren trabajar en empresas éticas y responsables. Promover la libre competencia refuerza la cultura organizacional y mejora la motivación y retención del personal.





- **Prevención de conflictos en la cadena de suministro:** Al fomentar relaciones equitativas con proveedores y socios comerciales, la empresa asegura un entorno más colaborativo, minimizando conflictos y barreras.
- **Incremento de la competitividad en el largo plazo:** La libre competencia genera un entorno dinámico donde la empresa puede mejorar continuamente, adaptarse a cambios de mercado y asegurar su sostenibilidad.
- **Contribución al desarrollo económico y social:** Fomentar la libre competencia no solo beneficia a la empresa, sino que impulsa el desarrollo de mercados justos y transparentes, contribuyendo al bienestar de la sociedad.

## 8. Riesgos empresariales por no fomentar la libre competencia

- **Sanciones y multas:** El incumplimiento de normativas relacionadas con competencia económica puede derivar en costosas sanciones y multas por parte de autoridades reguladoras.
- **Litigios:** Las prácticas anticompetitivas, como acuerdos de precios o abusos de poder de mercado, pueden resultar en demandas legales por parte de competidores o consumidores.
- **Pérdida de credibilidad:** La percepción de la empresa como un actor desleal o monopólico puede dañar su reputación y afectar relaciones con clientes, socios y la comunidad.
- **Rechazo social:** Los consumidores y grupos de interés podrían organizar boicots o campañas negativas contra la empresa, afectando su imagen pública.
- **Fuga de clientes:** Los consumidores buscan empresas éticas que ofrezcan productos de calidad y precios justos. Las prácticas anticompetitivas pueden llevar a la pérdida de clientes leales.
- **Limitación de oportunidades comerciales:** Las empresas que no fomentan la libre competencia podrían ser excluidas de alianzas estratégicas, mercados internacionales o programas de certificación como el Distintivo ESR®.
- **Mercado desbalanceado:** No fomentar la libre competencia genera un entorno donde actores menos responsables pueden ganar ventaja injusta, afectando las operaciones de empresas éticas.
- **Mayor presión de grupos de interés:** Organismos reguladores, ONG y medios de comunicación pueden ejercer presión adicional sobre la empresa, incrementando el escrutinio y los costos operativos.
- **Estancamiento operativo:** La falta de competencia interna y externa puede llevar a la complacencia, reduciendo la motivación para innovar y optimizar procesos.



- **Productos y servicios de baja calidad:** Sin presión competitiva, la empresa podría ofrecer productos menos eficientes o menos alineados con las expectativas de los consumidores.

## 9. Herramientas para fomentar la libre competencia

- **Políticas internas de competencia justa:** Implementar políticas claras que establezcan los principios de libre competencia en todas las operaciones comerciales.
- **Matriz de cumplimiento:** Desarrollar una matriz de cumplimiento que incluya las normativas locales e internacionales relacionadas con la libre competencia.
- **Auditorías internas:** Realizar auditorías internas regulares para identificar y corregir posibles prácticas anticompetitivas.
- **Capacitación y sensibilización:** Diseñar programas de formación para empleados, proveedores y socios comerciales sobre:
- **Canal de denuncias:** Establecer un canal confidencial para que empleados y socios reporten posibles violaciones a las normativas de competencia.
- **Sistemas de monitoreo y análisis de mercado:** Utilizar herramientas de análisis de mercado para identificar comportamientos que puedan ser percibidos como anticompetitivos.
- **Comité de ética comercial:** Formar un comité interno encargado de supervisar el cumplimiento de las normativas de competencia y las políticas éticas de la empresa.
- **Código de conducta empresarial:** Incluir en el código de conducta de la empresa disposiciones específicas sobre libre competencia.
- **Tecnología para la transparencia:** Adoptar tecnologías que faciliten la transparencia en las transacciones comerciales, como sistemas de gestión de proveedores que evalúen equidad en las licitaciones y compras.
- **Alianzas con cámaras y organismos reguladores:** Colaborar con cámaras de comercio, organismos reguladores y ONG para promover la libre competencia en el sector.
- **Benchmarking de competencia justa:** Comparar las prácticas internas con las de otras empresas del sector para identificar áreas de mejora y aplicar mejores prácticas.
- **Reportes de cumplimiento:** Publicar informes periódicos de cumplimiento en materia de libre competencia, aumentando la transparencia hacia los stakeholders y la comunidad.



- **Programas de incentivos éticos:** Establecer incentivos para los empleados que promuevan prácticas competitivas éticas y transparentes, reforzando una cultura organizacional basada en la integridad.

## 10. Mejores prácticas en libre competencia dentro el Distintivo ESR®

- **Inclusión de libre competencia en la gobernanza corporativa:** Incorporar el compromiso con la libre competencia como parte de la misión, visión y valores de la empresa.
- **Capacitación continua en normativas de competencia:** Implementar programas específicos de sensibilización para los equipos de ventas, marketing y compras.
- **Desarrollo de una matriz de cumplimiento:** Crear y gestionar una matriz de cumplimiento que asegure el cumplimiento de normativas relacionadas con la competencia justa.
- **Realización de auditorías internas y externas:** Realizar auditorías regulares para evaluar el cumplimiento de políticas de libre competencia y corregir posibles irregularidades.
- **Establecimiento de un código de conducta ética:** Incluir cláusulas específicas sobre libre competencia en el código de conducta empresarial.
- **Creación de un canal de denuncias:** Implementar un sistema confidencial para que empleados y socios puedan reportar prácticas anticompetitivas.
- **Políticas de contratación y licitaciones transparentes:** Diseñar procesos de licitación y contratación claros y accesibles que permitan la participación equitativa de proveedores y socios.
- **Promoción de la innovación y calidad:** Enfocar la competitividad en mejorar la calidad de los productos y servicios, promoviendo la innovación como ventaja en el mercado.
- **Relaciones éticas con proveedores y clientes:** Establecer acuerdos comerciales justos y equilibrados que no limiten la capacidad de los proveedores o clientes para operar con otros actores del mercado.
- **Participación en alianzas para promover competencia justa:** Colaborar con cámaras de comercio, asociaciones y ONG para fomentar la libre competencia en el sector.
- **Transparencia en reportes de sostenibilidad:** Incluir en los informes de sostenibilidad información sobre cómo la empresa fomenta la libre competencia.
- **Benchmarking de competencia:** Comparar las prácticas comerciales de la empresa con las mejores prácticas del sector para identificar oportunidades de mejora.



- **Prevención de conflictos de interés:** Establecer procedimientos claros para la identificación y manejo de conflictos de interés en todos los niveles de la empresa.

## 11. Propuesta de métricas de impacto para medir la libre competencia en Empresas dentro del Marco del Distintivo ESR®

### 11.1. Fase 1: Inicial

- **Porcentaje de empleados capacitados en libre competencia:** Mide la proporción de colaboradores formados en normativas y principios de competencia justa.  
Capacitar al 30% de empleados clave en el primer año.
- **Número de políticas internas implementadas:** Evalúa la cantidad de políticas y procedimientos formalizados para prevenir prácticas anticompetitivas. Implementar al menos 2 políticas específicas.
- **Porcentaje de contratos revisados por cumplimiento:** Revisa los acuerdos comerciales para asegurar que no incluyan cláusulas que afecten la competencia.  
Revisar el 50% de contratos relevantes.

### 11.2. Fase 2: Desarrollo

- **Porcentaje de proveedores que cumplen con las políticas de competencia:** Proporción de proveedores que han firmado y están cumpliendo con las políticas de competencia y prácticas éticas de la empresa, en relación al total de proveedores evaluados.
- **Número de auditorías internas de competencia realizadas:** Total de auditorías internas realizadas para evaluar la conformidad con las políticas de libre competencia. Esto incluye auditorías de los procesos de compras, relaciones comerciales y acuerdos con terceros.
- **Proporción de contratos revisados para asegurar cumplimiento de competencia:** Proporción de contratos con clientes y proveedores revisados para garantizar que no incluyan cláusulas o prácticas que puedan violar las leyes de competencia. Este porcentaje se calcula en relación al total de contratos revisados.

### 11.3. Fase 3: Madurez

- **Índice de transparencia en la comunicación de precios y condiciones:** Medición de la claridad y accesibilidad de la información que la empresa proporciona sobre precios, términos de los contratos y servicios ofrecidos, evaluado a través de encuestas a clientes y auditorías de comunicación.



- **Reducción de incidentes de colusión o prácticas anticompetitivas:** Porcentaje de reducción de incidentes de colusión, manipulación de precios o abuso de poder de mercado reportados en comparación con el período anterior. Esta métrica indica el éxito de las políticas y controles implementados.
- **Número de alianzas con organizaciones regulatorias:** Número de asociaciones o colaboraciones con organismos reguladores del sector o gremiales que apoyan la promoción de la competencia justa y la ética empresarial.

#### 11.4. Desarrollo de las métricas

1. **Realizar una evaluación de cumplimiento periódica:** Evaluar de manera regular la adherencia de la empresa a las políticas de libre competencia, considerando los riesgos y vulnerabilidades legales en su operación. Esta evaluación debe incluir la identificación de cualquier conducta que pueda infringir las normativas de competencia.
2. **Fomentar la capacitación continua en temas de competencia:** Desarrollar programas educativos para empleados, especialmente para el área comercial, que cubran las leyes antimonopolio, las regulaciones de competencia y las buenas prácticas comerciales. Este enfoque permitirá prevenir prácticas anti-competitivas y promover una cultura corporativa que valore la competencia justa.
3. **Implementar políticas internas claras de competencia leal:** Diseñar y formalizar políticas internas que definan los límites éticos de la competencia, evitando prácticas de colusión, abuso de poder de mercado y otras conductas restrictivas. Las políticas deben ser claras, accesibles y conocidas por todos los miembros de la organización.
4. **Monitorear la competencia en el mercado:** Implementar un sistema de monitoreo para observar las tendencias y prácticas de la competencia en el mercado. Esto incluye realizar investigaciones periódicas sobre cómo las empresas competidoras operan, asegurando que no existan prácticas que puedan poner en riesgo el cumplimiento de las leyes de competencia.
5. **Establecer canales de denuncia internos y externos:** Proporcionar mecanismos efectivos y confidenciales para que empleados y terceros puedan reportar cualquier actividad que viole las normas de libre competencia. Además, debe haber transparencia en los procesos y consecuencias claras para aquellos involucrados en prácticas anti-competitivas.



La definición de las métricas debe considerar los siguientes aspectos:

- **Tamaño de empresa:** Definición: El tamaño de la empresa puede influir en la implementación de políticas de libre competencia debido a sus recursos, capacidad de monitoreo y alcance en el mercado. Las grandes empresas suelen tener más influencia en el mercado, lo que las hace más propensas a ser reguladas, mientras que las pequeñas empresas pueden enfrentar desafíos para cumplir con las normativas debido a limitaciones de recursos.
- **Madurez de la industria:** La madurez de la industria refiere al grado de consolidación y competencia dentro de un sector. En sectores más maduros, donde las barreras de entrada son más altas y las prácticas comerciales están más estandarizadas, la competencia suele ser más rigurosamente regulada. En sectores emergentes, las prácticas de competencia leal podrían necesitar mayor regulación para evitar monopolios.
- **Recursos disponibles:** Los recursos disponibles, como el capital humano y la infraestructura tecnológica, afectan la capacidad de la empresa para implementar y monitorear adecuadamente las políticas de libre competencia. Las empresas con mayores recursos pueden invertir en auditorías, sistemas de monitoreo de mercado y programas educativos, mientras que las más pequeñas pueden enfrentar limitaciones en estas áreas.

## 12. Conclusión

Fomentar la libre competencia no solo es una obligación legal, sino también una oportunidad para las empresas de fortalecer su sostenibilidad, reputación y contribución al desarrollo económico. Este indicador refleja el compromiso de las organizaciones con la ética, la transparencia y la equidad en los mercados, garantizando condiciones justas para todos los actores involucrados, desde competidores hasta consumidores.

La implementación de prácticas como auditorías internas, códigos de conducta, canales de denuncia y matrices de *compliance* permite a las empresas operar con integridad, prevenir riesgos legales y posicionarse como líderes en responsabilidad social empresarial. Además, al adoptar métricas de impacto en fases de inicio, desarrollo y madurez, las organizaciones pueden medir y mejorar continuamente su desempeño en este ámbito, alineándose con los estándares del Distintivo ESR®. En conclusión, las empresas que promueven la libre competencia no solo fortalecen su competitividad, sino que también generan confianza entre sus stakeholders y contribuyen al desarrollo de mercados más justos, dinámicos y sostenibles. Este compromiso refuerza su capacidad para prosperar en el largo plazo y liderar como modelos de responsabilidad corporativa.