



El Observatorio de las
Políticas Públicas y
los DESC

ÁREA DE INVESTIGACIÓN
Y MONITOREO

Políticas Públicas HOY

AÑO III, N° 37

SAN SALVADOR, 2008

ÚLTIMOS NÚMEROS

- **La crisis agro-alimentaria en El Salvador. No. 36, Año III**
- **Los Megaproyectos de inversión en CA: control hegemónico y apropiación de los recursos naturales. No. 35, Año III**
- **Derecho a la educación y situación del trabajo infantil. Un análisis desde el Presupuesto General del Estado. No. 34, Año III**

DESCARGUE LAS
VERSIONES DIGITALES DE
POLITICAS PUBLICAS HOY,
EN: <http://fespad.org.sv>

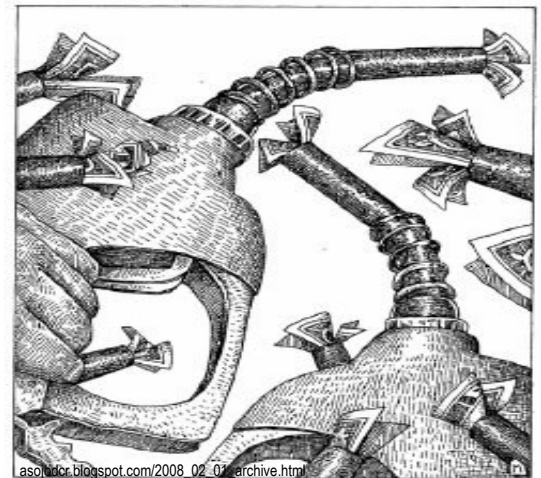


El caso de ALBA Petróleos de El Salvador: LA TRAMPA DE LA “ECONOMÍA DE LIBRE MERCADO” AL DESCUBIERTO

La teoría económica enuncia la existencia de diferentes tipos de estructuras de mercado, las cuales se definen en función del poder o el grado de control que las empresas ejercen sobre el precio y la cantidad de los productos ofrecidos a las personas consumidoras. La gama de estructuras de mercados que estudia la economía, pueden agruparse en dos categorías: el modelo de competencia perfecta, que es una referencia teórica presente solo en los libros; y los modelos de competencia imperfecta, que describen el funcionamiento real de los mercados, entre los que se hallan: la competencia monopolística, el oligopolio y el monopolio.

Pese a que el mercado de competencia perfecta es un esquema teórico, desapegado de la realidad, se utiliza como referencia para explicar un mundo radicalmente diferente, que se caracteriza por la presencia de mercados imperfectos. El modelo de competencia perfecta se define para un infinito número de vendedores y compradores que no pueden incidir en los precios; además, todos los productores utilizan la misma tecnología, gozan de información perfecta y de libre movilidad de todos los factores.

En el extremo opuesto a la competencia perfecta está el monopolio, que es expresión de la mayor imperfección e ineficiencia en un mercado, y cuyo modelo refleja una estructura en donde una sola empresa tiene la capacidad de ejercer el



control sobre el mercado; este modelo se corresponde con la realidad de muchas industrias y marca la tendencia del proceso de concentración y centralización de las empresas capitalistas. Los mercados oligopólicos y de competencia monopolística, se definen en función de la cantidad de empresas participantes, la naturaleza de los productos y las restricciones que tienen las empresas a la entrada y salida del mercado.

Solo en el modelo teórico de la “competencia perfecta”, los precios y las cantidades ofrecidas al consumidor son las más ventajosas: los precios son los más bajos y las cantidades ofrecidas las mayores. Esta situación implicaría como requisitos: la existencia de un gran número de empresas que compitan en la oferta del producto, de manera tal que ninguna tenga la capaci-



PUEDEN DESCARGAR LA VERSIÓN DIGITAL:
Informe 2006: Políticas Públicas, Presupuesto y
Derechos Económicos, Sociales y Culturales en
El Salvador

<http://www.fespad.org.sv>

Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho
Centro de Estudios Constitucionales y Derechos Humanos
25 Calle Poniente No 1332 Colonia Layco, San Salvador,
El Salvador
Apartado Postal 2806
Teléfono PBX: (503) 2236-1888

El caso de ALBA Petróleos de El Salvador

dad de influir o determinar el precio final; que no exista diferencia alguna entre los artículos ofrecidos por los productores, de modo tal que pueda ser considerado como sustituto perfecto por los consumidores, siendo indiferente consumir dicho producto en una empresa u otra, y que exista la posibilidad de ingresar y salir del mercado para aquellas empresas que así lo deseen.

El ordenamiento jurídico del mercado

La Constitución de la República establece que el orden económico salvadoreño debe responder a principios de justicia social, con la finalidad última de “asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna” (Art. 101, Cn); además, debe fomentar la igualdad real de todos y todas, protegiendo especialmente a las personas en situación de vulnerabilidad económica, entre las que figuran las personas desempleadas y subempleadas, y las personas trabajadoras y consumidoras.

Respondiendo al principio de justicia social se prohíbe la existencia de mercados monopólicos, a excepción de aquellos a favor del Estado o de los municipios, cuando el interés social lo haga imprescindible (Art. 110, Cn). En este sentido, sectores claves y estratégicos no deben de estar en manos

privadas, que anteponen las ganancias al bienestar social, sino que deben de estar en manos estatales, y los mismos ser prestados en la calidad y cantidad que la realidad demande.

Por otra parte, la legislación nacional actualmente contempla la promoción, protección y garantía de las condiciones para que exista libre competencia mediante la prevención y eliminación de las prácticas anticompetitivas (Art. 1, Ley de Competencia), al mismo tiempo que crea la figura de la Superintendencia de Competencia (SC) cuya función es velar por el cumplimiento de la Ley de Competencia.

Las imperfecciones del sector hidrocarburos

El mercado de combustibles líquidos en El Salvador, que incluye los derivados del petróleo: gasolinas especial y regular, y aceite diesel, está constituido por cuatro empresas petroleras¹: ESSO, Texaco y Shell, transnacionales y Puma, nacional; y 397 estaciones de servicio o gasolineras distribuidoras del combustible², repartidas entre ESSO (73); Texaco (93); Shell (106); Puma (25) y estaciones de “bandera blanca” (100).

Las empresas petroleras se encargan de importar tanto el crudo y/o el producto refinado al país, que es distribuido hacia un mayorista, y luego canalizado hacia las estaciones de servicio quienes finalmente lo ponen a disposición del público. De las cuatro petroleras, Esso y Shell son importadoras de crudo, que es refinado en la empresa RASA³ de su propiedad; mientras que Texaco y Puma importan el producto terminado.

En general, cada importadora de combustible líquido tiene a su disposición una red de estaciones de servicio a través de las cuales distribuye su producto; el caso de “ALBA Petróleos de El Salvador”⁴ es singular dado que no cuenta a la fecha con una red de gasolineras establecidas, sino que distribuye su producto a través de algunas gasolineras de bandera blanca⁵.

A juzgar por las características del sector hidrocarburos, estamos frente a un mercado oligopólico, donde un grupo reducido de empresas que ofrecen el mismo bien (los combustibles líquidos) se reparten el mercado, de manera que estas empresas pueden competir entre sí por cuotas de mercado o pueden establecer acuerdos entre sí, determinando la cantidad de producto que

El orden económico salvadoreño debe responder a principios de justicia social, con la finalidad última de “asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna” (Art. 101, Cn)

El caso de ALBA Petróleos de El Salvador

ofrecerá cada una y el precio a cobrar. A la práctica oligopólica de pactar un determinado nivel de precios, se le denomina “colusión de precios”.

La manzana de la discordia para las petroleras se ha presentado con la incursión de “ALBA Petróleos” al mercado salvadoreño, pues el precio ofrecido al consumidor final del diesel importado⁸ por ésta última es US \$ 0.16 centavos más barato⁹ que los ofrecidos por las empresas actualmente establecidas. La entrada de un nuevo competidor al mercado, que ofrece productos a precios más bajos, no sólo beneficia a las personas consumidoras, sino también constituye un incentivo para el resto de empresas a buscar mayor nivel de eficiencia que les permita competir en el mercado.

Para una mejor comprensión del fenómeno se analizará la estructura del mercado de los

combustibles líquidos y la capacidad que tienen las petroleras tradicionales de influir sobre el precio final ofrecido al consumidor, en función de lo cual se puede determinar si los intereses en juego son las ganancias de las empresas petroleras o el bienestar del pueblo salvadoreño.

Estructura del mercado de combustibles líquidos

Del total de estaciones de servicio, el 60% son propiedad de las petroleras mientras el 40% restante son propiedad de nacionales¹⁰; sin embargo, el 71% de las mismas son operadas por las petroleras, y sólo el 29% complementario lo realizan empresas salvadoreñas¹¹.

Si tomamos en cuenta la participación de las empresas en las ventas del mercado de combustibles líquidos, tenemos que Esso, Shell y Texaco abarcaron durante abril de 2008 el 78.1%¹² de las ventas totales, seguidas por PUMA (11.8%); ALBA Petróleos

(7.2%) y las Distribuidoras de Bandera Blanca (1.9%). La anterior situación evidencia que ALBA Petróleos tiene una muy incidencia en el mercado de combustibles líquidos, a niveles poco relevantes, razón por la cual es claro que no puede ejercer una posición dominante en ese mercado.

La relación establecida entre las empresas petroleras y las estaciones de servicio difiere si la primera es transnacional (ESSO, Shell y Texaco) o nacional (PUMA). En el primer caso, las tres petroleras extranjeras son dueñas de las gasolineras que distribuyen su producto, mientras el combustible es propiedad del detallista; existe exclusividad de suministro de parte de la petrolera con el detallista y se determinan montos mínimos de compra hacia la petrolera. Para el caso de PUMA, el detallista es dueño de la gasolinera y únicamente se vincula con la petrolera a través de un contrato de exclusividad de suministro¹³.

Para el caso de las transnacionales, la compañía establece el precio de entrega del combustible y las condiciones de calidad de su comercialización al consumidor final; en teoría, la única variable que el operador podría manejar es el precio al consumidor final del combustible. En el caso de PUMA, el operador o propietario maneja, en general, todas las variables relevantes al negocio, particularmente el precio al consumidor final¹⁴.

La Constitución prohíbe la existencia de mercados monopólicos, a excepción de aquellos a favor del Estado o de los municipios, cuando el interés social lo haga imprescindible (Art. 110, Cn)



En la determinación del precio de los combustibles, las petroleras cuentan con un amplio margen definido entre el coste al cual adquieren el producto y el precio al cual lo ofrecen al mayorista dentro del país. Las petroleras toman el precio internacional de referencia más alto (Texas); aún cuando compran el petróleo y sus derivados a precios más bajos, de países como Venezuela, México o Ecuador.

El caso de ALBA Petróleos de El Salvador

Con relación a la determinación del precio, las petroleras cuentan con un amplio margen de maniobra, definido entre el coste al cual adquieren el producto y el precio al cual lo ofrecen al mayorista dentro del país. La práctica general consiste en que las empresas importadoras toman como referencia el precio de la Costa Este de los Estados Unidos (Texas) que es el más caro, si lo comparamos con otros precios de referencia como el Brent y el de la OPEP; sin embargo, compran el petróleo y sus derivados a precios más bajos en Venezuela, México, Ecuador u otros países¹⁵.

Teniendo como referencia el precio de la Costa Este de Estados Unidos, los eslabones de la cadena de valor de los hidrocarburos para las petroleras transnacionales incluyen: un mayorista, seguido de un detallista (la estación de servicio) y finalmente el consumidor final; tanto el mayorista como el detallista cargan sobre el precio del producto un coste adicional.

En el caso de ALBA Petróleos, no existe la figura del mayorista, ni tampoco dicho cargo sobre el precio final al consumidor. La diferencia de precios entre el producto importado por las petroleras y el producto importado por ALBA Petróleos radica en el precio tomado como referencia –precio de Venezuela-, más el ahorro de una de las etapas de la cadena de comercialización.



Para arrojar luces a la situación¹⁶, se presenta un ejemplo hipotético: suponemos que las petroleras ofrecen el producto a US \$ 4.75 el galón, luego al pasar al mayorista se incrementaría en US \$ 0.10 ctvs. (US \$ 4.85) y finalmente llegaría al detallista quien lo ofrecería en US \$ 4.95 al consumidor final, suponiendo en ambos casos un margen de ganancia de US \$ 0.10 ctvs. tanto para mayorista como para detallista.

Si ALBA Petróleos lo ofrece a US \$ 4.45, y únicamente le suma el cargo del detallista al producto final (US \$ 0.10) el consumidor final se enfrenta a un precio de US \$ 4.55. En el producto ofrecido tanto por las petroleras como por ALBA Petróleos, se incluye la estructura de costes de operación de las compañías y los márgenes de ganancia que las mismas determinan.

La determinación del precio final de combustibles líquidos

La existencia o no de acuerdos “colusivos” entre las importadoras no ha sido posible verificar por no contar con la información necesaria¹⁷. Sin embargo, si se ha comprobado el establecimiento de una práctica de zonificación y “fijación / sugerencia” de precios por parte de las petroleras.

Tanto Esso, Shell como Texaco “han adoptado y aplicado zonas de precios diferenciados dentro de un mismo mercado geográfico, de tal forma que las variaciones en el precio final ofrecido al usuario por las diferentes estaciones de servicio dentro del mismo mercado, no responden directamente al coste de transporte del producto, sino a otras variables manipuladas al arbitrio de las petroleras. Además de esto, para Esso y para Shell, dicha política incluye una “sugerencia y/o fijación” al operador de la estación de servicio respecto del precio en bomba de producto.

El caso de ALBA Petróleos de El Salvador

La creación artificial de zonas de precios diferenciados dentro de un mismo mercado geográfico, que no responden a las fuerzas del mercado, ni al nivel competitivo de las estaciones de servicio; sino que se establecen por decisión de las compañías, dependiendo del “sector” en donde se encuentre localizada la misma, restringen la posibilidad que éstas compitan entre sí y que los intentos por parte de los consumidores de conseguir precios más bajos al trasladarse de una gasolinera hacia la otra, sean infructuosos, pues las petroleras venden a precios distintos dependiendo de la misma zona creada artificialmente por ellos.

Entre los parámetros a considerar por parte de las petroleras para la creación artificial de zonas de precios están el nivel de tránsito vehicular; los servicios ofrecidos por las estaciones de servicio; el nivel de ingresos de los habitantes; la fortaleza de los competidores; la densidad de la población; las características geográficas, entre otras.

La política de “fijar / sugerir” precios por parte de la petrolera hacia las estaciones de servicio hace referencia a las imposiciones de “precio en bomba” que las primeras ejercen sobre las segundas mediante diversas estrategias, restringiendo con ello la posibilidad del operador de modificar el precio final. Si el operador baja el precio respecto al sugerido por la petrolera pierde una parte de su margen de ganancia; mientras que si lo sube se le factura más caro el producto en el siguiente pedido.

Según la Superintendencia¹⁸, Shell vende a las estaciones de servicio a un precio en que se garantiza un margen de ganancia de US \$ 0.0988 por galón vendido. En el supuesto que la estación de servicio venda por debajo del precio sugerido, ésta es sancionada en la siguiente transacción, dado que la compañía petrolera le cobraría un precio mayor que el de la transacción anterior. Mientras que si las estaciones de servicio venden por encima del precio sugerido por Shell, las mismas tienen que transferirle el margen superior al establecido bajo la figura de la “regalía variable”.

En el caso de Esso se registra una política similar, en tanto ofrece un precio de mayorista a las estaciones de servicio que incluyen un “incentivo” de US \$ 0.04 por galón de gasolina y US \$ 0.02 por galón de diesel vendido; si las estaciones de servicio venden por encima del precio sugerido pierden dicho “incentivo”, mientras que si venden por debajo del mismo, las estaciones de servicio tienen que absorber el margen perdido por dicha disminución¹⁹.

Los señalamientos en contra de ALBA Petróleos

La incorporación de ALBA Petróleos como un nuevo agente que se suma al mercado oligopólico, viene a ampliar la oferta de combustibles líquidos, y le imprime una mayor competencia al mercado, que desde la perspectiva de la “economía del mercado” tendría afectaciones positivas para las personas consumidoras, expresadas en el abaratamiento de los precios de los combustibles; pero también para las empresas, quienes tendrían el incentivo de mejorar sus capacidades competitivas para mantener su posicionamiento en el mercado.

En contraposición al postulado teórico en que se sustentan los principios de la “economía de mercado”, la entrada de ALBA Petróleos al mercado de combustibles líquidos habría generado, según las otras cuatro empresas que constituyen el oligopolio, afectaciones negativas basadas en la disminución de sus amplios márgenes de utilidad; esto debido a que ALBA Petróleos habría atraído a las personas consumidoras anteriormente cautivas por las cuatro empresas petroleras tradicionales.

La reacción de las cuatro empresas petroleras en contra de ALBA Petróleos no se hizo esperar. Pese a que ésta fue constituida como empresa, tal y como lo estipulan las leyes salvadoreñas, ha sido señalada, entre otras cosas, de irrespetar las reglas del “libre mercado”, viniendo estos señala-

Las petroleras “fijan” o “sugieren” a las gasolineras el “precio en bomba”, con ello se restringe la posibilidad de que las estaciones de servicio modifiquen el precio final. Si ésta baja el precio respecto al sugerido por la petrolera pierde una parte de su margen de ganancia; mientras que si lo sube se le factura más caro el producto en el siguiente pedido.

El caso de ALBA Petróleos de El Salvador

mientos de las empresas que han operado históricamente en condición de oligopolio.

Lo curioso del caso es que dichos señalamientos y hasta acusaciones contra ALBA Petróleos también han venido de parte del Gobierno, quien hace gala de abanderar la “promoción y defensa del sistema de libre mercado”. En este sentido, la posición gubernamental no solo es incoherente con su concepción neoliberal, sino que expresa una clara inclinación a favor de los intereses corporativos de las cuatro empresas oligopólicas y no a favor de los intereses económicos de las personas consumidores, que es lo que el Gobierno debería hacer.

Para la gran empresa privada, las gremiales empresariales y para el Órgano Ejecutivo, la defensa del mercado oligopólico de combustibles líquidos se ha vuelto un punto fundamental, casi sagrado. A tal grado que la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP), se ha manifestado públicamente para que ALBA Petróleos sea investigada por sus posibles fines políticos. El presidente de la República giró órdenes para que los Ministerios de Economía y Hacienda abrieran sendas investigaciones contra la empresa ALBA Petróleos para determinar si ésta realiza competencia desleal en el mercado de hidrocarburos o evade impuestos al fisco, al no reportar su precio de venta final²⁰. Por su parte, la Fiscalía General de la República abrió investigación a ALBA Petróleos por el supuesto hecho de haber recibido US \$ 6.5 millones que no presentan un respaldo documental en firme en una cuenta abierta en un banco del sistema financiero local²¹.

Tales reacciones sistemáticas en defensa de las empresas oligopólicas no son similares cuando de defender los intereses de la población en general se trata. Por ejemplo, a la fecha no se ha conocido que ni la ANEP, el ni Ejecutivo o la Fiscalía General de la Repúbli-

ca, se manifiesten u ordenen investigaciones contra tales empresas por cobrar sobrepresos en la venta de combustibles líquidos. Pese a que un estudio de la Defensoría del Consumidor (DC) detectó que en lo que va de 2008, los consumidores de combustibles en el país han pagado, en promedio \$ 0.45 más por galón de gasolina y \$ 0.39 por el diesel, respecto a la variación internacional de estos productos²².

Según la DC, el sobrepresio se da cuando los precios internacionales van a la baja y el mercado interno se tarda más en trasladarlas, y cuando lo hace no es en la misma magnitud, con lo cual los márgenes de precios se ensanchan; contrariamente las alzas de precios son trasladadas automáticamente. Para el director ejecutivo de la Asociación Salvadoreña de Distribuidores de Productos de Petróleo (ASDPP), el sobrepresio se ha constituido en los últimos años en una política de las empresas petroleras²³.

En contraposición, el Ministro de Economía ha refutado la existencia de sobrepresio y en un medio de comunicación nacional justificó el por qué las empresas oligopólicas no trasladan internamente las bajas producidas en los precios internacionales del petróleo. Sostiene que “los precios que vemos hoy en las gasolineras debieran reflejar los precios internacionales, pero no de hoy, sino, del momento en que se compró el combustible (una o dos semanas atrás). La capacidad de almacenamiento local actúa como un mecanismo que permite reducir la volatilidad de los precios, porque cuando las compañías compran usualmente no lo hacen para vender lo de una semana, sino lo de dos o tres. Los precios debieran reflejar esta dinámica.”

La explicación del Ministro, que más bien constituye una defensa de los sobrepresos que aplican las empresas distribuidoras de combustibles, no explica completamente el

En el caso de ALBA Petróleos, la posición gubernamental no solo es incoherente con su concepción neoliberal, sino que expresa una clara inclinación a favor de los intereses corporativos de las cuatro empresas oligopólicas y no a favor de los intereses económicos de las personas consumidores, que es lo que el Gobierno debería hacer.

El caso de ALBA Petróleos de El Salvador

fenómeno, pues al Ministro le faltó explicar que la misma lógica debería aplicarse al momento en que se aumentan los precios internacionales de petróleo, es decir que, si se almacena combustible adquirido a precio menor, debería mantenerse el precio hasta que éste se agote, y el incremento debería aplicarse hasta cuando se venda el combustible adquirido a mayor precio. Sin embargo, el aumento en el precio es aplicado inmediatamente al anuncio de un alza en los precios internacionales del petróleo.

Ciertamente, en el caso de los combustibles líquidos el gobierno salvadoreño no fija ni regula los precios. La implementación efectiva de libre mercado requiere entonces que entre los participantes de la transacción comercial haya un trato igualitario y que no haya coerción, de modo que no sean beneficiadas algunas empresas y perjudicadas otras, al no ser así en la práctica debería explicarse a qué libre mercado se están refiriendo.

No se puede acusar a ALBA Petróleos de cometer prácticas anticompetitivas debido a que no cuenta con posición de dominio dentro del mercado, a diferencia de Esso y Shell que si han sido condenadas por la Superintendencia de Competencia por esa misma situación. Tampoco el ente de competencia puede determinar si ALBA Petróleos mantiene una práctica de competencia desleal, pues esto corresponde al Órgano Judicial en sentencia definitiva (Art. 491 Código de Comercio).

En definitiva, en la presente situación el sistema económico y el mercado oligopólico buscan castigar a una empresa por suministrar un producto a precios menores que los del mercado, en lugar de investigar y regular los márgenes extraordinarios de ganancia por parte de las petroleras.

NOTAS

1 A marzo del 2007 el mercado de combustibles líquidos se encontraba abastecido por cuatro petroleras: Esso Standard Oil S. A. Limited ("ESSO"); Texaco Caribbean Inc. ("Texaco"); Shell y Puma El Salvador,

2 Presentación de la Asociación Salvadoreña de Distribuidores de Productos de Petróleo (ASDPP) ante la Comisión Latinoamericana de Empresarios de Combustible (CLAEC). Costa Rica, febrero de 2008.

3 Refinería Petrolera Acajutla, S.A. (RASA)

4 "Alba Petróleos de El Salvador" es una empresa mixta entre PDV Caribe (filial de Petróleos de Venezuela) y la Asociación Intermunicipal "Energía para El Salvador" (ENEPASA). Alba Petróleos se proyecta para realizar labores de importación, almacenamiento y comercialización de combustible Venezolano. Ver: <http://www.pdvsa.com>

5 Las gasolineras de "bandera blanca" son aquellas que no se identifican comercialmente mediante la marca de alguna de las cuatro grandes petroleras establecidas en el país.

6 Entrevista realizada a Julio Villagrán, representante de la Asociación Salvadoreña de Distribuidores de Productos de Petróleo – ASDP.

7 A la fecha de elaboración del presente boletín, Alba Petróleos únicamente distribuía diesel.

8 En campo pagado del 23 de junio de 2008, Alba Petróleos afirmaba haber "hecho retroceder el precio del diesel de US\$ 5.05 a US\$ 4.89 el galón". Ver Diario Colatino (23/06/2008).

9 Presentación de ASDPP ante CLAEC. Op. cit.

10 Ibid.

11 Esso (23.1%); Shell (21.2%) y Texaco (33.8%). Fuente: Asociación Salvadoreña de Distribuidores de Productos de Petróleo (ASDPP) en base a información oficial.

12 Ibid.

13 Ibid.

14 Centro para la Defensa del Consumidor (2006) La voz del consumidor, boletín electrónico, año I, número 2. mayo – junio 2006.

15 Entrevista con Julio Villagrán. Op cit.

16 Ibid.

17 La Prensa Gráfica, 9 de agosto de 2008. <http://archive.laprensa.com.sv/20080809/economia/1117189.asp>

18 Resolución de Superintendencia de Competencia, octubre 2007, (SC- 004 – D/PA/R – 2006; acumulados SC – 005 – D/PA/R-2006, SC – 006 – D/PA/R-2006, y SC – 003 – D/PA/R – 2006). Disponible en <http://www.sc.gob.sv>

19 Ibid.

20 La Prensa Gráfica, 14 de agosto de 2008. <http://www.laprensagrafica.com/lodeldia/20080814/17171.asp>

21 La Prensa Gráfica, 15/08/08. <http://www.laprensagrafica.com/economia/1120898.asp>

22 Ibid

23 La competencia desleal se define como la realización por parte de los comerciantes de actos encaminados a atraerse clientela indebidamente, los cuales tienen por finalidad desprestigiar por medio del fraude y el engaño los servicios y productos de su competidor y obtener los beneficios consecuentes. (Art. 491 C. de C.)