



## VERSIÓN PÚBLICA

**Unidad administrativa que elabora:**  
Dirección General de Concentraciones

**Descripción del documento:**

Versión pública de la resolución del expediente CNT-092-2017

**Tipo de información que contiene y fundamento legal:**

*Información confidencial*

La información testada con la letra "B", es **confidencial** en términos de los Artículos 3, fracción IX, 124 y 125 de la *Ley Federal de Competencia Económica*, ya que fue entregada con ese carácter a la Comisión y se trata de información que puede causar un daño o perjuicio en la posición competitiva de su titular.

**Páginas que contienen información confidencial: 1; 6; 7; 11; 13 a 48; 50 a 66; 68; 70; 71; 73 a 81.**



dieciocho. Asimismo, se ordenó al Secretario Técnico de esta Comisión reponer el procedimiento de concentración hasta el momento previo a la entrevista de diecinueve de febrero de dos mil dieciocho y emitir un acuerdo en el que cite nuevamente a los Notificantes de la concentración a una entrevista en las oficinas de la Comisión con el propósito de que se les comunique expresamente y con la suficiente especificidad a los Notificantes, y de manera que quede prueba fehaciente de ello en las constancias del expediente, los posibles riesgos que, en su opinión, causaría la operación al proceso de competencia y libre concurrencia.

- VI. El acuerdo de siete de febrero de dos mil veinte, notificado personalmente el once de febrero de dos mil veinte, emitido por el Secretario Técnico de la Comisión, mediante el cual (i) se dejó insubsistente el acuerdo emitido el trece de febrero de dos mil dieciocho, notificado personalmente el catorce del mismo mes y año, mediante el cual se citó a entrevista a los Notificantes para que acudieran el diecinueve de febrero de dos mil dieciocho a las oficinas de la Comisión, a efecto de comunicarles los posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia que presenta la operación, como el acta levantada el día de la entrevista en que se asentó dicha diligencia; (ii) se ordenó citar a entrevista a los Notificantes para que acudieran el catorce de febrero de dos mil veinte a las once horas a las oficinas de la Comisión, a efecto de comunicarles los posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia que presenta la operación notificada en expediente CNT-092-2017.

En sesión celebrada el mismo día, con fundamento en los artículos 28, párrafos décimo cuarto y vigésimo, fracciones I y VI, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM); 1, 2, 4, 10, 12, fracciones I, X y XXX, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 86, 87 y 90 de la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE);<sup>2</sup> 1, 5, 8, 15, y 30 de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica (DRLFCE);<sup>3</sup> 1, 4, fracción I y 5, fracciones I, VI, XXI y XXXIX, del Estatuto Orgánico de la Comisión Federal de Competencia Económica vigente (Estatuto), resolvió de acuerdo a los antecedentes y consideraciones de derecho que a continuación se expresan.

#### GLOSARIO.

- **ANTAD:** Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C.
- **BSHM:** Formatos de TDA del tipo Bodega, Supermercado, Hipermercado y/o Megamercado.
- **CEDI:** Centro de Distribución.
- **NSE:** Nivel socioeconómico.
- **SCIANS:** Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013.

<sup>2</sup> Publicada en el Diario Oficial de la Federación ("DOF") el veintitrés de mayo de dos mil catorce, modificada mediante Decreto publicado en el mismo medio informativo el veintisiete de enero de dos mil diecisiete.

<sup>3</sup> Publicadas en el DOF el diez de noviembre de dos mil catorce y su modificación publicada en el mismo medio oficial el cinco de febrero de dos mil dieciséis, vigentes al momento de la presentación del escrito cuatro de agosto de dos mil diecisiete.



- **SKU:** “Stock Keeping Unit” o Unidad de Almacenamiento en Inventario.
- **TDA:** Tienda de autoservicio.
- **TDBE:** Formatos de TDA del tipo tiendas de descuento y bodegas exprés.

#### I. ANTECEDENTES.

**Primero.** El cuatro de agosto de dos mil diecisiete los Notificantes, notificaron a la Comisión su intención de realizar una concentración (el Escrito de Notificación), de conformidad con las disposiciones aplicables de la LFCE y las DRLFCE.

En el Escrito de Notificación, los Notificantes señalan que el objeto de la transacción notificada es dar cumplimiento a las condiciones que el Pleno de la Comisión impuso a Soriana en la resolución de cinco de octubre de dos mil quince, emitida dentro del expediente CNT-021-2015 (en adelante Resolución), consistentes en la obligación de desincorporar ciertos activos en los términos contenidos en la Sección III, inciso A, del *Programa de Desinversión de Activos y Obligaciones Relacionadas* (el Programa de Desinversión).<sup>4</sup> En dicha Resolución se establece, lo siguiente:

“(…)

*La aprobación de (los) Adquiriente(s) por parte de la Comisión deberá sujetarse al procedimiento de notificación de concentraciones en términos del Título Tercero de la Ley Federal de Competencia Económica, con independencia de que la desinversión correspondiente implique una operación que supere o no los umbrales económicos establecidos en el artículo 86 de dicho ordenamiento (...).<sup>5</sup>*

**Segundo.** Por acuerdo de quince de agosto de dos mil diecisiete, notificado personalmente el dieciséis de agosto del mismo año, esta Comisión tuvo por presentados el Escrito de Notificación y los documentos que al mismo acompañaron. Asimismo, previno a los Notificantes para que presentaran la información faltante, toda vez que la notificación no reunió los requisitos a los que se refiere la fracción IV del artículo 89 de la LFCE (el Acuerdo de Prevención).

**Tercero.** El veinticuatro de agosto de dos mil diecisiete, los Notificantes presentaron la información y documentación solicitada mediante el Acuerdo de Prevención.

**Cuarto.** De conformidad con el numeral Sexto del acuerdo emitido el veintinueve de agosto de dos mil diecisiete, en cumplimiento a la fracción VII, inciso b), del artículo 90 de la LFCE, esta Comisión tuvo por emitido el acuerdo de recepción a trámite a partir del veinticuatro de agosto de dos mil diecisiete. Dicho acuerdo fue notificado por lista del cuatro de septiembre de dos mil diecisiete.

**Quinto.** El treinta de agosto de dos mil diecisiete, los Notificantes presentaron información y documentación complementaria para el análisis de la operación notificada. La referida

<sup>4</sup> Folios 2483 a 2491 del expediente en el que se actúa (Expediente). En adelante, todas las referencias relativas a folios se entenderán respecto del expediente al rubro citado.

<sup>5</sup> Folio 2484.



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

información fue acordada de conformidad por esta Comisión mediante acuerdo de seis de septiembre de dos mil diecisiete, notificado mediante publicación en lista el mismo día.

**Sexto.** Mediante oficio DGC-CFCE-2017-106 de ocho de septiembre de dos mil diecisiete, emitido por el Director General de Concentraciones y notificado personalmente el once de septiembre del mismo año (el Oficio), se requirió a los Notificantes para que presentaran información y documentación adicional conforme a lo requerido por el artículo 90, fracción III, párrafos primero y segundo de la LFCE.

**Séptimo.** El veintiuno de septiembre de dos mil diecisiete, los Notificantes solicitaron una prórroga por el plazo de quince (15) días hábiles adicionales al plazo inicialmente otorgado mediante el Oficio, para desahogar el mismo. Mediante acuerdo de veinticinco de septiembre de dos mil diecisiete, esta Comisión acordó otorgar una prórroga por el plazo de quince (15) días hábiles adicionales para el desahogo del requerimiento de información contenido en el Oficio, contados a partir del día hábil siguiente a la fecha de vencimiento del plazo otorgado originalmente; el referido acuerdo fue notificado personalmente el veintiséis de septiembre de dos mil diecisiete.

**Octavo.** El veintiséis de octubre de dos mil diecisiete, los Notificantes presentaron la información y documentación solicitadas mediante el Oficio.

**Noveno.** El veintisiete de octubre de dos mil diecisiete, los Notificantes presentaron información complementaria para el análisis de la operación notificada.

**Décimo.** Mediante acuerdo de seis de noviembre de dos mil diecisiete, publicado en lista el siete de noviembre de dos mil diecisiete, esta Comisión tuvo por presentados los escritos de veintiséis y veintisiete de octubre de dos mil diecisiete, y los documentos que a los mismos acompañaron; asimismo, se tuvo por desahogado en tiempo y forma el Oficio. De conformidad con el numeral Cuarto de dicho acuerdo y en cumplimiento a la fracción V, primer párrafo, del artículo 90 de la LFCE, se informó a los Notificantes que el plazo de sesenta (60) días que esta Comisión tiene para resolver inició el veintiséis de octubre de dos mil diecisiete.

**Décimo Primero.** El dieciséis de enero de dos mil dieciocho, los Notificantes presentaron información y documentación complementaria para el análisis de la operación notificada. Dicho escrito, junto con sus anexos, se tuvieron por presentados mediante acuerdo de dieciocho de enero de dos mil dieciocho, mismo que fue notificado mediante publicación en lista el diecinueve de enero de dos mil dieciocho.

**Décimo Segundo.** Mediante acuerdo de veinticuatro de enero de dos mil dieciocho, notificado personalmente el treinta y uno de enero del mismo año, se amplió el plazo de sesenta (60) días hábiles para resolver la concentración, por cuarenta (40) días hábiles adicionales, contados a partir del día hábil siguiente al seis de febrero de dos mil dieciocho.

**Décimo Tercero.** El veintinueve de enero de dos mil dieciocho, los Notificantes presentaron información y documentación complementaria para el análisis de la operación notificada. Dicho escrito, junto con sus anexos, se tuvieron por presentados mediante acuerdo de treinta de enero



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

de dos mil dieciocho, mismo que fue notificado mediante publicación en lista el treinta y uno de enero de dos mil dieciocho.

**Décimo Cuarto.** Con fundamento en los artículos 90, fracción V, segundo párrafo de la LFCE, 21, fracción I de las DRLFCE y 20, fracciones VI y LVI del Estatuto, mediante acuerdo de trece de febrero de dos mil dieciocho, notificado personalmente el catorce de febrero del mismo año, el Secretario Técnico de esta Comisión citó a entrevista a los Notificantes, el diecinueve de febrero de dos mil dieciocho a las dieciséis horas, en las oficinas de la Comisión, a efecto de comunicarles los posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia que presenta la operación.

**Décimo Quinto.** El diecinueve de febrero de dos mil dieciocho, a la hora acordada, se presentó en las oficinas de esta Comisión el representante común de los Notificantes, en virtud de lo ordenado mediante el acuerdo señalado en el numeral inmediato anterior. El Secretario Técnico comunicó a los Notificantes, por conducto del representante común, que la operación presenta posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia. Lo anterior de conformidad con el artículo 90, fracción V, segundo párrafo y penúltimo y último párrafos, 91 de la LFCE; artículo 21, fracciones I, párrafo segundo, y II de las DRLFCE y artículos 4, fracción IV, 18, 19, primer párrafo, 20, fracciones II y VI, del Estatuto. En el acta levantada al efecto<sup>6</sup> se asentó que todas las preguntas, dudas y cuestiones planteadas por la persona autorizada fueron atendidas de conformidad, y que él mismo fue conocedor de los posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia derivados de la operación notificada. Lo anterior, de conformidad con el artículo 90, fracción V de la LFCE.

**Décimo Sexto.** El dos de marzo de dos mil dieciocho, los Notificantes presentaron un escrito con manifestaciones en relación con la entrevista de riesgos y manifestaciones para efectos de la resolución del expediente. La referida información fue acordada de conformidad por esta Comisión mediante acuerdo de cinco de marzo de dos mil dieciocho, publicado en lista el doce de marzo del mismo año.

**Décimo Séptimo.** Por acuerdo de cinco de marzo de dos mil dieciocho, notificado por lista el doce del mismo mes y año, con fundamento en los artículos 123 de la LFCE, 24 fracción XV, 25 fracción II, 34 fracción I y 59 fracción I del Estatuto, se ordenó agregar al expediente en que se actúa, copia certificada de diversos documentos que se encuentran en once páginas de internet.

**Décimo Octavo.** Por acuerdo de cinco de marzo de dos mil dieciocho, notificado por lista el doce del mismo mes y año, con fundamento en los artículos 122 y 123 de la LFCE, 24 fracción XV, 25 fracción II, 34 fracciones I y X, y 59 fracción I del Estatuto, se ordenó expedir y agregar al expediente en que se actúa, copia certificada de diversas constancias que obran en el expediente CNT-021-2015.

**Décimo Noveno.** Por acuerdo de cinco de marzo de dos mil dieciocho, con fundamento en los artículos 122 y 123 de la LFCE, 24, fracciones XV y XXIII, 25, fracción II, 34, fracción X, este último en relación con el artículo 20, fracción XXII y 59, fracción I del Estatuto, se ordenó

<sup>6</sup> Folios 2924 a 2931 del Expediente.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

agregar al expediente en que se actúa, disco compacto que contiene el archivo digital con la grabación de la entrevista celebrada el catorce de febrero de dos mil dieciocho (la Entrevista) y la impresión de la versión estenográfica de la Entrevista.

**Vigésimo.** Mediante la resolución emitida por el Pleno de la Comisión el ocho de marzo de dos mil dieciocho, notificada personalmente el veinte de marzo de dos mil dieciocho, se resolvió objetar la concentración notificada en los términos en los que fue planteada por los Notificantes (Resolución Original).

**Vigésimo Primero.** Por escrito presentado el [REDACTED] B en la Oficina de Correspondencia Común de los Juzgados de Distrito en Materia Administrativa Especializados en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y jurisdicción en toda la República, [REDACTED] B promovieron juicio de amparo en contra de, entre otras cuestiones, la Resolución Original.

**Vigésimo Segundo.** Por razón de turno le correspondió conocer de la demanda de amparo al Juzgado, que le dio trámite bajo el número de expediente [REDACTED] B y mediante audiencia constitucional del [REDACTED] B, emitió la Sentencia mediante la cual se resolvió lo siguiente:

*"PRIMERO. Se SOBRESEE en el juicio, respecto del acto precisado en el considerando cuarto de esta resolución.*

*SEGUNDO. La Justicia de la Unión AMPARA Y PROTEGE a [REDACTED] B [REDACTED] en términos de los fundamentos y motivos que rigen el considerando sexto, en su parte conducente, y para los efectos precisados en el considerando octavo de esta sentencia".*

**Vigésimo Tercero.** Inconforme con la Sentencia, la Comisión interpuso recurso de revisión, mismo que fue admitido a trámite el [REDACTED] B.

**Vigésimo Cuarto.** Por razón de turno le correspondió conocer del recurso de revisión al Tribunal, que le dio trámite bajo el número de expediente R.A. [REDACTED] B y en sesión de [REDACTED] B, emitió la Ejecutoria mediante la cual se resolvió lo siguiente:

*"PRIMERO. En la materia de la revisión, se CONFIRMA la sentencia recurrida.*

*SEGUNDO. La Justicia de la Unión ampara y protege a [REDACTED] B [REDACTED] en contra de la autoridad y actos precisados en el resultando primero; en términos de lo establecido en el considerando sexto de la sentencia que se revisa.*

<sup>7</sup> Cuya sentencia terminó de engrosar el [REDACTED] B

**TERCERO.** Se declara **SIN MATERIA**, el recurso de revisión adhesiva, interpuesto por [REDACTED] en términos de lo dispuesto en el último considerando de esta ejecutoria<sup>8</sup>.

**Vigésimo Quinto.** El treinta y uno de enero de dos mil veinte fue notificado a esta Comisión el acuerdo de veintisiete del mismo mes y año emitido por el Juzgado, que ordena a la Comisión dar cumplimiento a la Ejecutoria en un plazo de diez (10) días hábiles contados a partir del día siguiente al que fuera notificado dicho proveído.<sup>8</sup>

**Vigésimo Sexto.** Mediante la resolución emitida el seis de febrero de dos mil veinte, el Pleno de la Comisión resolvió lo siguiente en cumplimiento de la Ejecutoria:

“(…)

**Tercera.** Derivado de lo anterior, en cumplimiento a lo establecido en la EJECUTORIA, se deja insubsistente la RESOLUCIÓN y se emite la presente resolución en los términos señalados.

**Cuarta.** Se ordena al Secretario Técnico reponer el procedimiento de concentración hasta el momento previo a la entrevista de diecinueve de febrero de dos mil dieciocho y emitir un acuerdo en el que cite nuevamente a los Notificantes de la concentración a una entrevista en las oficinas de la Comisión Federal de Competencia Económica con el propósito de que les comunique expresamente y con la suficiente especificidad, y de manera que quede prueba fehaciente de ello en las constancias del expediente, los posibles riesgos que, en su opinión, causaría la operación al proceso de competencia y libre concurrencia.

Por lo anteriormente expuesto, el Pleno de esta Comisión:

#### RESUELVE

**PRIMERO.** En cumplimiento a lo ordenado por el Primer Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República se deja insubsistente la resolución emitida el ocho de marzo de dos mil dieciocho en el expediente CNT-092-2017 y se emite la presente resolución en términos de lo establecido en el considerando sexto de la sentencia emitida el [REDACTED] por el Juzgado Primero de Distrito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones con residencia en la Ciudad de México y jurisdicción en toda la República, en el juicio de amparo [REDACTED]

**SEGUNDO.** Se ordena reponer el procedimiento de concentración conforme a lo establecido en cuarta consideración de derecho de esta resolución”

**Vigésimo Séptimo.** El acuerdo de siete de febrero de dos mil veinte, emitido por el Secretario Técnico de la Comisión, notificado personalmente el once de febrero de dos mil veinte, mediante el cual se dejó insubsistente el acuerdo emitido el trece de febrero de dos mil dieciocho,

<sup>8</sup> En particular, el Juzgado señaló lo siguiente: “(…) se requiere al Pleno de la [Comisión], como autoridad directamente obligada a dar cumplimiento a la ejecutoria de amparo, para que en el plazo de diez días, contado a partir del día siguiente al que sea notificado el presente auto, remita las constancias con las que acredite haber llevado a cabo lo reseñado en los párrafos que anteceden.”



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

notificado personalmente el catorce del mismo mes y año, así como el acta levantada el día de la entrevista en que se asentó dicha diligencia. Asimismo, se ordenó citar a entrevista a los Notificantes para que acudieran el catorce de febrero de dos mil veinte a las once horas a las oficinas de la Comisión, a efecto de comunicarles los posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia que presenta la operación notificada en expediente CNT-092-2017.

**Vigésimo Octavo.** El catorce de febrero de dos mil veinte, a las once horas, en las oficinas de la Comisión, se llevó a cabo la entrevista a que se refieren los artículos 90, fracción V de la LFCE y 21, fracción I de las DRLFCE, en la que se les comunicó a los notificantes, de manera expresa y con la suficiente especificidad, los posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia que presenta la operación notificada en expediente CNT-092-2017. Para dejar prueba fehaciente de lo comunicado se levantó un acta de comunicación de posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia, misma que firmaron los comparecientes en representación de los notificantes, el Secretario Técnico de esta Comisión, el Director General de Concertaciones y la Directora Ejecutiva de Licitaciones.

**Vigésimo Noveno.** El veintiséis de febrero y el cuatro de marzo, ambos de dos mil veinte, los Notificantes presentaron escritos mediante los cuales solicitaron que la "*Secretaría Técnica y Dirección General de Concentraciones se abstengan de enviar y/o listar para revisión del Pleno de esa H. Comisión el dictamen relativo al expediente en el que se actúa de manera inmediata y una vez transcurrido el plazo de 10 días posteriores a la diligencia realizada el pasado 14 de febrero de 2020*"; así como, información y documentación para acreditar supuestas ganancias en eficiencia que, a su consideración, derivan de la operación notificada, respectivamente. Dichas promociones se acordaron mediante acuerdo de cinco de marzo de dos mil veinte,<sup>9</sup> notificado personalmente el nueve de marzo del mismo año.

## II. CONSIDERACIONES DE DERECHO.

**Primera.** El artículo 28 de la CPEUM establece que el Estado Mexicano cuenta con la: "(...) *Comisión Federal de Competencia Económica, (...) órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tendrá por objeto garantizar la libre competencia y concurrencia, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, en los términos que establecen esta Constitución y las leyes (...)*".

El artículo 1 de la LFCE señala que esa ley es reglamentaria del artículo 28 de la CPEUM en materia de libre concurrencia, competencia económica, monopolios, prácticas monopólicas y concentraciones, es de orden público e interés social, aplicable a todas las áreas de la actividad económica y de observancia general en toda la República.

En el mismo sentido, el artículo 2 de la LFCE dispone que ese ordenamiento tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre concurrencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los

<sup>9</sup> De conformidad con el artículo 33 de las DRLFCE: "*El acuerdo que recaiga a una promoción debe emitirse dentro del plazo de diez días*", por lo que el acuerdo referido fue dictado dentro del plazo concedido para tal efecto.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre competencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

El artículo 4 de la LFCE señala que están sujetos a esa ley todos los agentes económicos, es decir, las personas físicas o morales, con o sin fines de lucro, dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal o municipal, asociaciones, cámaras empresariales, agrupaciones de profesionistas, fideicomisos o cualquier otra forma de participación en la actividad económica.

El artículo 61 de la LFCE señala que: “(...) *se entiende por concentración la fusión, adquisición del control o cualquier acto por virtud del cual se unan sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realice entre competidores, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos (...)*”. Asimismo, señala que la Comisión no autorizará o en su caso investigará y sancionará aquellas concentraciones cuyo objeto o efecto sea “(...) *disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre competencia (...)*” respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados.

Así, el artículo 62 de la LFCE señala que se consideran ilícitas aquellas concentraciones que tengan por objeto o efecto “(...) *obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre competencia o la competencia económica*”. Al respecto, el artículo 64 de la LFCE establece como indicios de una concentración ilícita, que: “(...) I. *Confiera o pueda conferir al fusionante, al adquirente o Agente Económico resultante de la concentración, poder sustancial en los términos de esta Ley, o incremente o pueda incrementar dicho poder sustancial, con lo cual se pueda obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica; II. Tenga o pueda tener por objeto o efecto establecer barreras a la entrada, impedir a terceros el acceso al mercado relevante, a mercados relacionados o a insumos esenciales, o desplazar a otros Agentes Económicos, o III. Tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente a los participantes en dicha concentración el ejercicio de conductas prohibidas por esta Ley, y particularmente, de las prácticas monopólicas*”.

El análisis de concentraciones ordenado por la LFCE tiene un carácter preventivo, es por ello que previo a la realización de una concentración, se requiere de la autorización de la Comisión en aquellos casos que actualizan los supuestos del artículo 86 de dicho ordenamiento. La H. Suprema Corte de Justicia de la Nación reconoció las facultades preventivas concedidas por la LFCE al establecer:

*“Por otra parte, tampoco es exacto que la ley sancione las concentraciones cuando el riesgo para la libre competencia o la competencia sea potencial, no real, pues el análisis detallado de los textos legales transcritos revela que las concentraciones se declaran prohibidas siempre que confieran a las Partes un poder real sobre el mercado que les permita dañar, disminuir o impedir aquéllas [la libre competencia o la competencia].*

*Basta que esas operaciones confieran el poder de influir sobre el mercado con infracción a las reglas de la libre competencia, para que deba estimarse que la conducta queda comprendida en la hipótesis prevista en la parte final del artículo 28 constitucional en donde se establece que la ley castigará: “todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier*

*manera hagan, para evitar la libre competencia o la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social”, sobre todo si se advierte que el propósito del Constituyente ha sido combatir, no sólo en vía represiva, sino también preventiva, las conductas que pongan en peligro la integridad de los bienes jurídicos que tutela, con prescindencia de que los efectos lesivos sobre el mercado se actualicen en cada caso concreto, pues esperar a que ello ocurriera significaría permitir que las conductas anticompetitivas produjeran consecuencias de grave perjuicio para la sociedad<sup>10</sup> [énfasis añadido].*

En el mismo sentido, el Primer Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en el Distrito Federal (ahora Ciudad de México) y jurisdicción en toda la República ha sostenido la tesis I.1o.A.E.83 A (10a.) que se transcribe a continuación:

**“COMPETENCIA ECONÓMICA. EN TÉRMINOS DE LA LEY FEDERAL RELATIVA ABROGADA, LAS CONCENTRACIONES REQUIEREN DE UN ANÁLISIS EX ANTE PARA SU AUTORIZACIÓN.** La política regulatoria en materia de competencia económica se caracteriza por ser el conjunto de actuaciones públicas tendentes a la observancia y seguimiento del sector, a la supervisión de las empresas reguladas, a la adjudicación de derechos y la concreción de sus obligaciones, a la inspección de la actividad, así como a la resolución de conflictos, entre otros aspectos. Así, la concentración de agentes económicos se encuentra regida por disposiciones de naturaleza económica-regulatoria, en la medida en que su realización está condicionada a la autorización (sanción) que emita la administración pública, a partir del análisis de diversos elementos, como son el poder que los involucrados ejerzan en el mercado relevante, el grado de concentración y sus efectos, la participación de otros agentes económicos, la eficiencia del mercado, así como otros criterios e instrumentos analíticos previstos en las disposiciones regulatorias y en otros criterios técnicos. De acuerdo con lo anterior, el análisis para la autorización de concentraciones en términos de la Ley Federal de Competencia Económica abrogada, requiere de un componente económico cuya metodología se basa en un análisis ex ante, el cual considera las consecuencias dinámicas que las decisiones actuales generarán en la actividad futura de los agentes económicos en el mercado de que se trate, a diferencia del tradicional análisis legal dirigido a la solución de controversias, el cual parte de una perspectiva ex post, en la cual la decisión judicial de casos atiende a eventos pasados”<sup>11</sup> [énfasis añadido].

Por ende, la Comisión tiene a su cargo la prevención de concentraciones cuyo objeto o efecto sea disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre competencia. Asimismo, está facultada

<sup>10</sup> Resolución del Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación de quince de mayo de dos mil, emitida en el amparo en revisión 2617/96, promovido por la empresa Grupo Warner Lambert, S.A. de C.V.

<sup>11</sup> Época: Décima Época. Registro: 2010173. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Tipo de Tesis: Aislada. Gaceta del Semanario Judicial de la Federación, Libro 23, Octubre de 2015, Tomo IV, Materia(s): Administrativa, Página: 3830. Amparo en revisión 73/2015, Corporativo Vasco de Quiroga, S.A. de C.V. 9 de julio de 2015. Unanimidad de votos. Ponente: Patricio González-Loyola Pérez. Secretario: Mario Jiménez Jiménez.



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

para impugnar y sancionar aquellas concentraciones y actos jurídicos derivados de éstas, cuyo objeto o efecto sea disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia, en la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios en la República Mexicana.

**Segunda.** Para el análisis de la concentración notificada, en la presente resolución la Comisión define los mercados relevantes de conformidad con el artículo 58 de la LFCE, así como con el artículo 5 de las DRLFCE, esto es partiendo de la base de los productos o servicios que ofrecen los agentes económicos involucrados, identificando los posibles sustitutos, costos de distribución y de sus insumos, los costos y probabilidades de que los usuarios acudan a otros mercados y las restricciones económicas y normativas que limiten el acceso de usuarios a fuentes de abasto alternativas. Igualmente determina la dimensión geográfica de tales mercados.

Posteriormente, esta Comisión evalúa la participación de los agentes involucrados en la operación en los mercados relevantes o mercados relacionados, la existencia de barreras a la entrada, la existencia y poder de sus competidores, la posibilidad del acceso a fuentes de insumo, así como su comportamiento reciente, a fin de determinar si tienen poder sustancial en los mercados relevantes. Asimismo, se analizan los efectos que la concentración generaría y en su caso los elementos de eficiencia que se hubieran acreditado por los Notificantes.

**Tercera.** La transacción notificada consiste en la adquisición por parte de los Compradores de diversos activos propiedad de las Partes Soriana que comprenden ocho (8) TDA ubicadas en los estados de [REDACTED] B [REDACTED] (las Tiendas Objeto).

A continuación, se presenta una relación de las TDA, propiedad de las Partes Soriana, que los Compradores pretenden adquirir:

TDA	B	Ubicación

Eliminado: tres renglones, nueve palabras, una tabla

La operación no incluye cláusulas de no competencia.<sup>13</sup>

B

<sup>13</sup> Folio 007.



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

La transacción fue notificada para dar cumplimiento a lo resuelto por el Pleno de esta Comisión mediante la Resolución, en particular de conformidad con lo señalado en la Sección III, inciso A, del Programa de Desinversión.

El artículo 87 de la LFCE dispone:

*“Artículo 87. Los Agentes Económicos deben obtener la autorización para realizar la concentración a que se refiere el artículo anterior antes de que suceda cualquiera de los siguientes supuestos:*

*I. El acto jurídico se perfeccione de conformidad con la legislación aplicable o, en su caso, se cumpla la condición suspensiva a la que esté sujeto dicho acto;*

*II. Se adquiera o se ejerza directa o indirectamente el control de hecho o de derecho sobre otro Agente Económico, o se adquieran de hecho o de derecho activos, participación en fideicomisos, partes sociales o acciones de otro Agente Económico;*

*III. Se lleve al cabo la firma de un convenio de fusión entre los Agentes Económicos involucrados, o*

*IV. Tratándose de una sucesión de actos, se perfeccione el último de ellos, por virtud del cual se rebasen los montos establecidos en el artículo anterior.*

*Las concentraciones derivadas de actos jurídicos realizados en el extranjero, deberán notificarse antes de que surtan efectos jurídicos o materiales en territorio nacional.”*

La operación notificada cumple con los supuestos establecidos en el artículo 87 de la LFCE, toda vez que el acto jurídico aún no se perfecciona y el cierre de la transacción se encuentra sujeto a la autorización de la Comisión.<sup>14</sup>

**Cuarta.** Soriana es una sociedad pública mexicana que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), y opera varios formatos de TDA bajo esquemas de menudeo, medio mayoreo y mayoreo.<sup>15</sup>

CCM SOR es una sociedad mexicana, subsidiaria de Soriana, que tiene por objeto establecer y explotar comercios como almacenes de variedades, tiendas de departamentos, tiendas de descuento y supermercados.<sup>16</sup>

Inmueblemar es una sociedad mexicana, subsidiaria de Soriana, que tiene por objeto el arrendar y administrar bienes inmuebles.<sup>17</sup>

<sup>14</sup> Folio 594.

<sup>15</sup> Folio 948.

<sup>16</sup> Folio 1135.

<sup>17</sup> Folio 1410.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

Gleznova, Arrendadora y Tiendas Comerci son sociedades mexicanas, subsidiarias de Soriana, que tienen por objeto la adquisición, venta y arrendamiento de toda clase de bienes muebles o inmuebles.<sup>18, 19, 20</sup>

Walmex es una sociedad pública mexicana tenedora de acciones que cotiza en la BMV y controla un grupo de empresas que se dedican a operar TDA, clubes de precio con membresía, y farmacias.<sup>21</sup>

Nueva Walmart es una sociedad mexicana, subsidiaria de Walmex, que tiene por objeto comercializar bienes por cuenta propia o de terceros a través de supermercados, clubes de medio mayoreo y mayoreo, y de almacenes.<sup>22</sup>

ACC y Carpir son sociedades mexicanas, subsidiarias de Walmex, que tienen por objeto enajenar, adquirir, arrendar y administrar bienes inmuebles.<sup>23, 24</sup>

Walmex señala que la transacción tiene como objetivo

[REDACTED] B

**Quinta.** Soriana y Walmex son compañías dedicadas principalmente al comercio minorista de una extensa variedad de productos, principalmente alimenticios o de primera necesidad, para los hogares y personas, a través de TDA. Soriana tiene ochocientos veintisiete (827) TDA de distintos formatos, ciento veinticuatro (124) tiendas de conveniencia y catorce (14) CEDI's;<sup>25</sup> mientras que Walmex cuenta con dos mil doscientos ochenta y un (2,281) TDA's de distintos formatos y con trece (13) CEDI's.<sup>27</sup>

Derivado de lo anterior, se tiene que Soriana y Walmex coinciden en el comercio minorista de productos mediante TDA con distintos formatos en México.

De acuerdo con el SCIAN, el comercio al por menor "(...) comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes para el uso personal o para el hogar para ser vendidos a personas y hogares, aunque en algunas ocasiones esos productos también se comercializan a negocios, (...) Los comercios al por menor son conocidos como tiendas, farmacias, supermercados, minisupers, ferreterías, ilapalerías, o derivan su nombre de los productos que

<sup>18</sup> Folio 1572.

<sup>19</sup> Folio 396.

<sup>20</sup> Folio 2085.

<sup>21</sup> Folios 044, 3774, 3494 y 3495.

<sup>22</sup> Folio 732.

<sup>23</sup> Folio 804.

<sup>24</sup> Folios 865 y 866.

<sup>25</sup> Folio 006.

<sup>26</sup> Folio 4594.

<sup>27</sup> Folios 3474 y 3476.

Eliminado: tres renglones, siete palabras



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

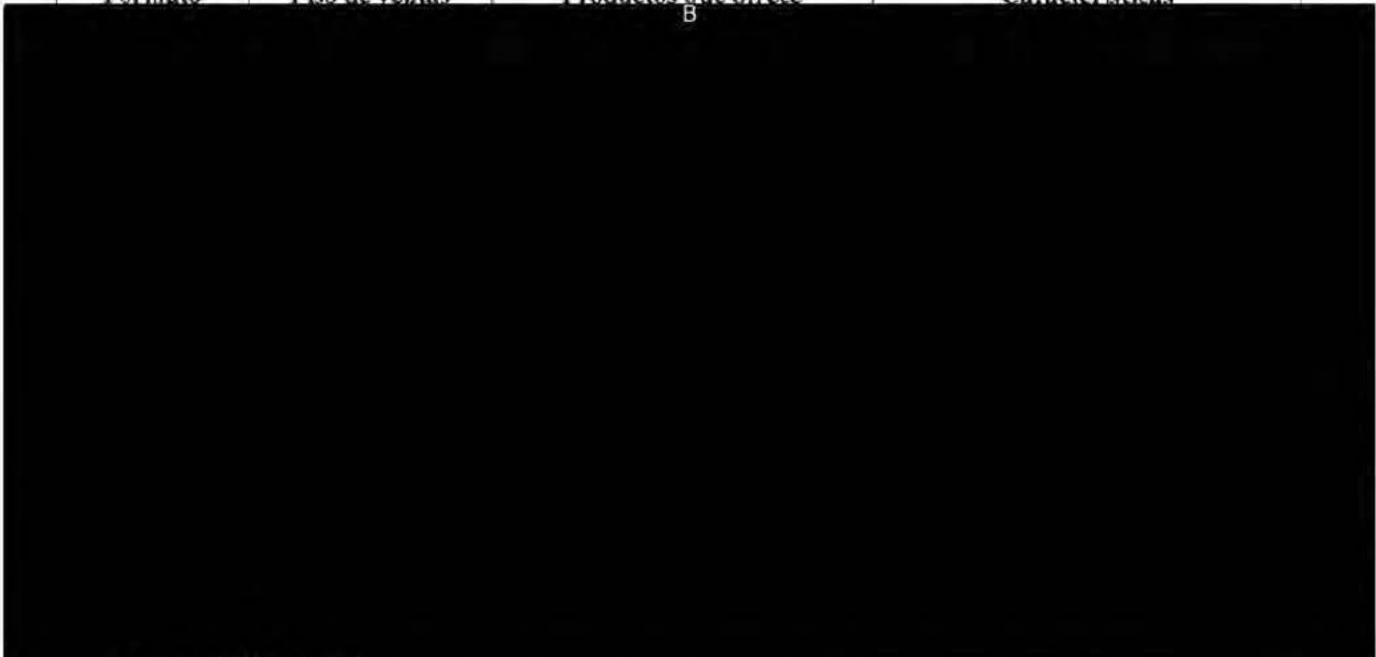
comercializan. Los comercios al por menor pueden proporcionar servicios adicionales a la venta de los bienes, como empaclado, envasado y entrega a domicilio (...).<sup>28</sup>

Los Notificantes comercializan una gran variedad de artículos al por menor a través de diferentes formatos de TDA. Las TDA son unidades económicas dedicadas principalmente al comercio al por menor de una extensa variedad de productos, especialmente alimenticios o de primera necesidad, organizados en secciones o áreas de exhibición especializadas que facilitan el acceso directo del público a las mercancías.<sup>29</sup>

Con base en lo previamente señalado en la Resolución, las TDA se clasifican bajo distintos formatos de acuerdo con el tamaño de su piso de venta, el número de productos que comercializan, el tipo y número de servicios que ofrecen, el NSE al que están dirigidas, y las necesidades del consumidor que pretenden cubrir.

Por ejemplo, en la Resolución se señaló que la ANTAD clasifica las TDA bajo los siguientes formatos:

Formato	Piso de ventas	Productos que ofrece	Características
---------	----------------	----------------------	-----------------



Eliminado: una tabla

Fuente: Folios 5461 y 5462.

Al respecto, las cadenas de TDA suelen utilizar diferentes nombres en sus formatos de tienda, que suelen coincidir con las características que la ANTAD maneja para cada tipo de formato. Por ejemplo, Soriana utiliza nombres como *Soriana Hiper*, *Soriana Súper*, *Mercado Soriana*, etc. Por su parte, Walmex utiliza nombres como *Walmart Supercenter*, *Superama*, *Bodega Aurrerá*, *Bodega Aurrerá Express* y *Sams Club*.

<sup>28</sup> Folio 5761.

<sup>29</sup> Folios 5769 y 5770.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

Las TDA son establecimientos que, mediante sus políticas y procesos de selección, categorización y exhibición de productos, brindan un servicio tal que en cada experiencia de compra los consumidores pueden identificar y adquirir, en un solo lugar, un amplio espectro de satisfactores relacionados con alimentos perecederos y no perecederos, abarrotes en general, productos de aseo personal y para limpieza del hogar, así como artículos de ropa y calzado.

En relación con lo anterior, y dado que las TDA no ofrecen de manera exclusiva el amplio catálogo de productos que comercializan, los consumidores también tienen la posibilidad de realizar las compras de los productos que obtienen en las TDA en otros canales y formatos de tiendas. Por ejemplo, en el año dos mil catorce el [REDACTED] B de los consumidores realizó compras tanto en establecimientos del canal moderno como en establecimientos del canal tradicional.<sup>30</sup>

Sin embargo, la posibilidad que tienen las personas de realizar la compra de un mismo producto en distintos canales de comercio y/o formatos de tienda, no implica que los diferentes canales y/o formatos sean sustitutos directos entre sí. Al respecto, un indicador relevante para conocer las particularidades de la demanda que satisface cada tipo de tienda es el patrón de consumo que exhiben los consumidores que asisten a cada uno de estos establecimientos.

Sobre este hecho, autoridades de competencia de otras jurisdicciones ya han guiado su análisis sobre este tipo de mercados en función de los patrones de consumo que exhiben los clientes de diferentes tipos de tienda.<sup>31</sup>

En la presente consideración se realiza el análisis para determinar los mercados en los que coinciden los Notificantes, de acuerdo con la normatividad aplicable.

La fracción I del artículo 63 de la LFCE señala que, para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en términos de la LFCE, la Comisión debe determinar el mercado relevante, en los términos prescritos en el artículo 58 de la LFCE, mismo que instruye en su fracción primera:

*"I. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución;"*

Los Notificantes consideran que el mercado relevante de la operación notificada es la venta de alimentos, de artículos de higiene personal y belleza, y de artículos de limpieza del hogar ofrecidos en el canal moderno y en el canal tradicional. En relación a lo anterior, **los Notificantes consideran que las tiendas del canal tradicional pudieran ser sustitutos cercanos de las TDA**, como se lee en la siguiente cita textual:

[REDACTED] B

<sup>30</sup> Folio 5592.

<sup>31</sup> Véase: Supermarkets: A report on the supply of groceries from multiple stores in the United Kingdom, elaborado por la extinta Office of Fair Trading (OFT) del Reino Unido.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B

[Redacted]

Al respecto, los Notificantes señalan que:

B

[Redacted]

Eliminado: seis párrafos

(...)

17 de febrero de 2017

B

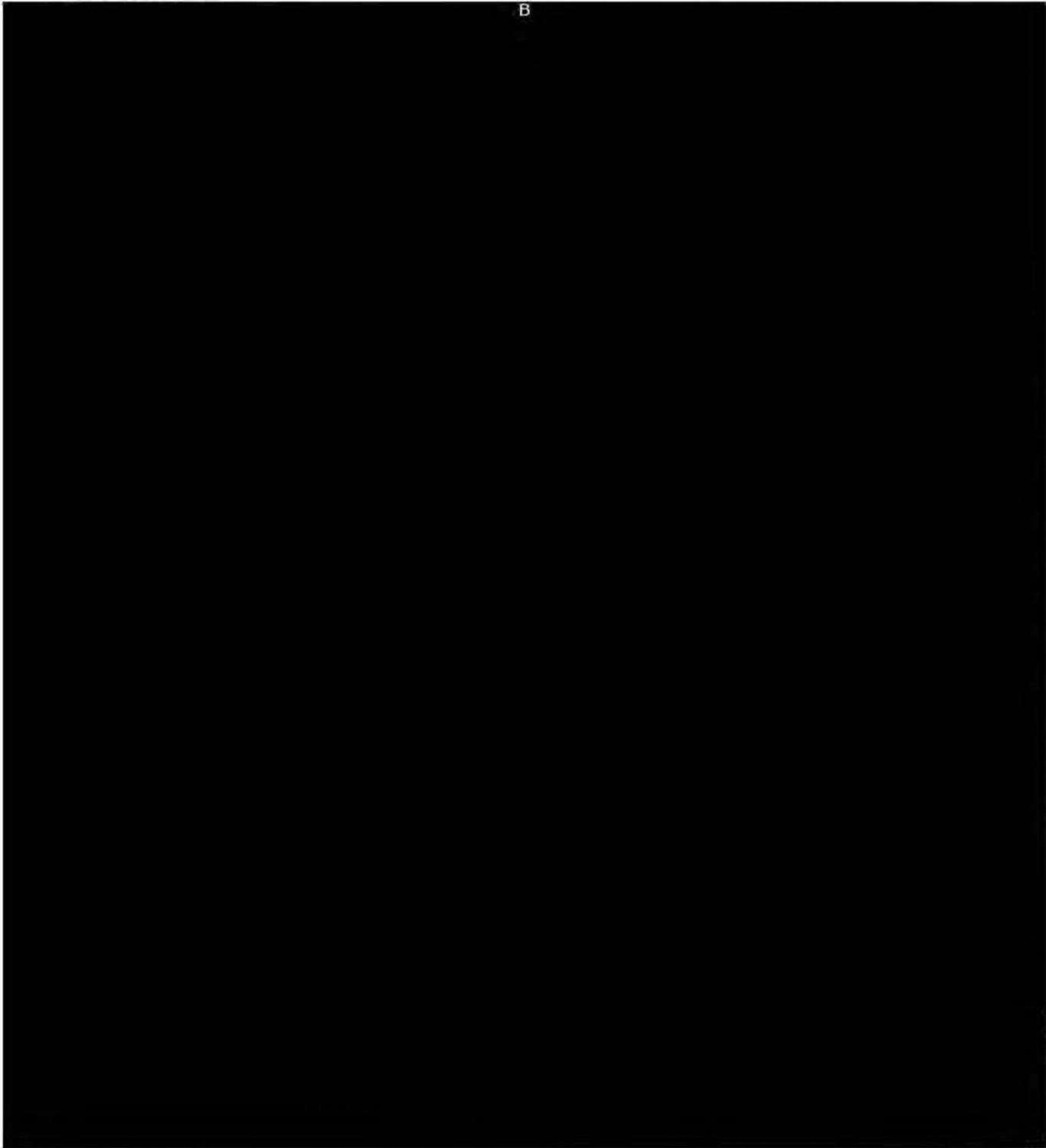
[Redacted]

A



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B



Eliminado: nueve párrafos, una tabla, siete palabras

<sup>34</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala:

B



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B

Eliminado: siete párrafos, cinco renglones, siete palabras

<sup>35</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala:

B

[REDACTED] B

Asimismo, los Notificantes señalan que "(...)" [REDACTED] B

[REDACTED] B

Al respecto, manifiestan que: "(...)" [REDACTED] B

[REDACTED] B

**A. Sustitución entre tiendas del canal tradicional y tiendas de distintos formatos del canal moderno a través del patrón de consumo**

Para el análisis del presente expediente, y considerando la información disponible proporcionada por los Notificantes, se analizará el grado de sustitución que existe entre tiendas del canal tradicional y tiendas de distintos formatos del canal moderno a través del patrón de consumo exhibido por los usuarios o clientes, tomando en consideración las siguientes cuatro dimensiones: i) tipo de compra, ii) frecuencia de compra, iii) días de compra, y iv) gasto promedio por visita. De esta manera, se analizan los patrones de consumo tanto de los clientes de las tiendas de los diversos formatos que componen el canal moderno, como de los clientes de las tiendas del canal tradicional.

**i) Tipo de compra**

<sup>36</sup> Folios 015 a 018.

<sup>37</sup> Folio 019.

<sup>38</sup> Folios 018 y 019.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

Los Notificantes reconocen en su Escrito de Notificación que los consumidores realizan distintos tipos de compras en TDA. Al respecto señalan lo siguiente:



Así, con base en información interna de Walmex respecto al tipo de compra que realizan los consumidores en TDA y otras tiendas del canal moderno de comercio, se muestra en la siguiente tabla información sobre los patrones que Walmex identificada en términos de la planeación de la compra, es decir, de las compras que se anticipan o programan para satisfacer las necesidades cotidianas de los hogares; así como de aquéllas que se realizan por impulso o emergencia, y que por definición escapan a cualquier ejercicio de previsión de consumo.

Tipo de compra	TDA <sup>40</sup>	Tiendas de conveniencia	Tiendas de descuento (Minisúper) <sup>41</sup>	Clubes de Precio
----------------	-------------------	-------------------------	--	------------------



Fuente: Elaboración interna con información del Anexo D, Folio 2317.

Entre los formatos del canal moderno de comercio, las TDA y los clubes de precio son las dos principales opciones para los consumidores en términos de compras programadas para satisfacer una despensa grande, así como para resurtir algunas cosas que faltan de la despensa. Por su parte, y en lo que respecta a las compras por impulso y las compras de emergencia, los minisúper y las tiendas de descuento son el principal lugar para realizarlas.

<sup>39</sup> Folios 018 y 019.

<sup>40</sup> La suma no es igual a 100% (cien por ciento), en virtud de que es una pregunta de opción múltiple.

<sup>41</sup> Se encuadra a las tiendas de descuento dentro de este formato por sus características físicas, como tamaño, número de SKUS, y servicios que ofrece. Además, el documento "Segmentación y Hábitos de Consumo" elaborado en el curso ordinario de los negocios de Walmex, clasifica a su formato *Bodega Aurrerá Express* dentro de la categoría *Minisúper* diferente a la categoría de *Autoservicio*.

Eliminado: dos párrafos, una tabla



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

Ahora bien, respecto de las tiendas pertenecientes al canal tradicional, con base en información interna provista por Walmex se puede señalar que el tipo de compra que en ellas se realiza cumple con características muy específicas, que se muestran en la siguiente tabla.<sup>42</sup>

Tipo de Compra	TDA	Tiendas del canal tradicional <sup>43</sup>
B		
[Redacted content]		

Elaboración interna con información del anexo 1.8 (c)(1) Folio 5592.

De la información anterior es posible concluir que los consumidores suelen visitar las TDA's para realizar compras grandes de abastecimiento, mientras que el patrón identificado en tiendas del canal tradicional, tiendas de conveniencia y minisúper, es que este tipo de tiendas suelen ser visitadas por los consumidores para realizar compras de impulso o conveniencia.

Los Notificantes en el Escrito de Notificación reconocen esta situación al manifestar que "( )

[Redacted content]

Por lo anterior de la información proporcionada por los Notificantes es posible concluir que los consumidores suelen visitar principalmente las TDA para realizar compras grandes de abastecimiento.

*ii) Frecuencia de compra*

La frecuencia de abastecimiento de una canasta de bienes es otra de las dimensiones que caracterizan al patrón de compra de los consumidores. La siguiente tabla contiene datos que muestran el número de veces por período (día, semana o mes) que los consumidores visitan distintos formatos de tiendas del canal moderno y tradicional para realizar alguna compra.

Frecuencia de compra	TDA <sup>45</sup>	Tiendas de conveniencia	Tiendas de descuento (Minisúper)	Clubes de Precio
B				
[Redacted content]				

<sup>42</sup> Las tiendas que integran este canal son tiendas de abarrotes y misceláneas ("tiendas de la esquina"), mercados públicos, mercados sobre ruedas y tianguis ("mercados tradicionales").

<sup>43</sup> Se incluyen a las tiendas, mercados y tianguis de manera agregada, de la misma manera de como viene en el anexo 1.8 (c)(1). Folio 5592.

<sup>44</sup> Folio 019.

<sup>45</sup> La suma no es igual a 100% (cien por ciento), en virtud de que es una pregunta de opción múltiple.

Eliminado: dos tablas, cuatro renglones



B

Fuente: Elaboración interna con información del Anexo D. Folio 2317.

Así, y en concordancia con el tipo de compra que se realiza en cada uno de estos formatos, se pueden identificar patrones como preponderantemente semanales o mensuales para la visita de los consumidores a las TDA y los clubes de precio, respectivamente. En este sentido, las compras planeadas se relacionan con una frecuencia de compra más espaciadas en el tiempo.

Por su parte, los consumidores de las tiendas de conveniencia y los minisúper acuden a estos establecimientos varias veces a la semana.

De lo anterior, es posible concluir que los consumidores suelen realizar sus compras en TDA una vez a la semana, mientras que, en tiendas del canal tradicional, tiendas de conveniencia y minisúpers, los consumidores realizan compras de dos a tres veces por semana, frecuencia que corresponde con el tipo de compra que se lleva a cabo en cada tipo de tienda. Es decir, entre más grande sea la canasta de artículos adquiridos en un establecimiento (e.g. despensa grande), la frecuencia de compra es menor.

*iii) Días de compra*

Respecto de los días de la semana en que los consumidores acuden a los diferentes tipos de establecimientos para realizar sus compras, se identificaron los siguientes patrones de compra en las tiendas del canal moderno y tradicional de comercio.

Día de compra	TDA <sup>46</sup>	Tiendas de conveniencia	Minisúper	Clubes de Precio
---------------	-------------------	-------------------------	-----------	------------------

B

Fuente: Elaboración interna con información del Anexo D. Folio 2317.

Como puede observarse, la estacionalidad de las compras en una TDA es muy marcada los fines de semana, siendo particularmente altas las visitas en sábado. Por su parte, las tiendas de conveniencia, relacionadas con compras más regulares y pequeñas, tienen una estacionalidad relativamente más uniforme entre cada uno de los días de la semana, aunque con un ligero repunte los viernes y sábados.

En el caso de las tiendas del canal tradicional de comercio, los días de compra replican el patrón de los minisúpers y las tiendas de conveniencia, con una distribución casi uniforme que pondera las visitas de cualquier día de la semana de manera indistinta.

*iv) Gasto promedio por visita.*

<sup>46</sup> La suma no es igual a 100% (cien por ciento), en virtud de que es una pregunta de opción múltiple.

Eliminado: dos tablas



El gasto promedio por visita en cada uno de los formatos de tienda se encuentra directamente relacionado con la cantidad de artículos que el consumidor adquiere en cada uno de los formatos de tienda.

Al respecto, la siguiente tabla muestra la información sobre el ticket de venta promedio en distintos formatos de tienda.

TDA	Tiendas de conveniencia	Minisúper	Clubes de Precio	Tiendas del canal tradicional (frutas, verduras y pollo)
B				

Elaboración interna con información del anexo Shopping Behaviour; *PresentacionDQAFyV\_V3 0+180416; PresentacionDQAPollo\_V3\_250416; 120501 Estudio Mercados Públicos (Bakol) comprimida. Folio 2289.*

Estos datos muestran que los consumidores tienden a realizar, en promedio, un gasto mayor en cada visita a una TDA o un club de precios, en comparación con el gasto en cualquier otro formato del canal moderno y de las tiendas del canal tradicional. Lo anterior, debido a que los consumidores adquieren una canasta con un mayor número de artículos en tiendas de estos dos formatos, que por su tamaño sólo es necesario resurtirla con una frecuencia semanal, quincenal o mensual.

Así, con base en el patrón de consumo que se observa en las cuatro dimensiones señaladas previamente (tipo de compra, frecuencia de compra, días de compra, y gasto promedio por visita), se puede identificar que **las principales diferencias respecto de las compras de los consumidores en las TDA y en las tiendas del canal tradicional no radica en los productos que se adquieren, sino primordialmente en las características de la canasta de productos (e.g. despensa grande) que adquieren con el propósito de aprovechar la variedad que presentan las TDA (en términos de todos los departamentos en los que se organizan dichos productos), y que les permite a los consumidores reabastecer de manera programada y semanalmente una porción de su despensa.**

En otras palabras, como se mencionó con anterioridad, las visitas a las TDA representan para los consumidores un servicio tal que en cada experiencia de compra pueden identificar y adquirir, en un solo lugar, un amplio espectro de satisfactores relacionados con alimentos perecederos y no perecederos, abarrotes en general, productos de aseo personal y para limpieza del hogar, así como artículos de ropa y calzado.

Lo anterior, contrasta con el patrón de consumo identificado en tiendas del canal tradicional, tiendas de conveniencia y tiendas de descuento, donde los consumidores suelen asistir a realizar compras de emergencia, de impulso o de antojo, y no para abastecerse de una porción representativa de su despensa.

#### **B. Sustitución por parte de la demanda de tiendas del canal moderno y otro tipo de modelo de negocios**

Asimismo, y con fines de exhaustividad, también se puede identificar un patrón de consumo distinto y particular a los servicios que prestan las tiendas departamentales y especializadas. De

Eliminado: un renglón



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

conformidad con el SCIAN, las tiendas departamentales o especializadas son unidades económicas dedicadas principalmente al comercio al por menor de ropa, calzado, muebles, electrodomésticos, línea blanca, electrónica, entre otros.<sup>47</sup>

Importantes cadenas de este tipo de establecimientos en México, como El Palacio de Hierro, Liverpool y Grupo Axo, manifiestan en sus reportes anuales que sus ventas tienen un fuerte incremento en fechas especiales como el día del niño, el día de la madre, periodos de ofertas, vacaciones, navidad, y en general el último trimestre del año, como indicio de que **las compras que realizan sus clientes son estacionales y planificadas**.<sup>48</sup> En relación con esto, documentos internos elaborados en el curso ordinario de los negocios por Walmex muestran que únicamente el [REDACTED] B de los consumidores que asisten a las TDA lo hace con la finalidad de realizar compras planeadas relacionadas con ocasiones especiales.<sup>49</sup>

Por último y con fines de exhaustividad, se analizan las características que presentan las tiendas en línea. Las tiendas en línea son aquellas unidades económicas que no cuentan con tiendas físicas y realizan sus transacciones comerciales a través de un sitio web.<sup>50</sup>

Al respecto, se advierten importantes diferencias entre las TDA y las tiendas en línea. Por ejemplo, para que los usuarios o clientes puedan acceder a una tienda en línea es necesario contar con requisitos adicionales a los necesarios para poder acceder a una TDA, como: i) tarjeta bancaria o algún método de pago electrónico;<sup>51</sup> ii) computadora o dispositivo electrónico; y iii) conexión a internet.<sup>52</sup>

Además, documentos internos elaborados en el curso ordinario de los negocios presentados por Walmex en donde analiza a un agente económico que comercializa productos a través de tiendas en línea muestra que, en México la venta de productos comestibles a través del comercio en línea, de dos mil diez (2010) a dos mil quince (2015), no superó [REDACTED] B del total de las ventas en línea. Por su parte, los artículos o productos que más se vendieron en el mismo período a través de este formato fueron [REDACTED] B [REDACTED].<sup>53</sup>

Por último, documentos internos elaborados en el curso ordinario de sus negocios de Walmex muestran que la cadena más importante de comercio en línea [REDACTED] B [REDACTED]. De conformidad anterior, las características particulares de las tiendas en línea, requisitos para su acceso y su penetración permiten concluir que los formatos de tienda en línea satisfacen necesidades de compra distintas a las de las TDA. No se cuenta con información que permita analizar el patrón de compra exhibido por los usuarios o clientes que utilizan este canal.

### **C. Características de la oferta de las TDA**

<sup>47</sup> Folios 3116, 3122 a 3124, 3994, 4264 a 4267, 4804, 5192 y 5193.

<sup>48</sup> Folios 3995, 4268, 4805 y 5193.

<sup>49</sup> Folio 2317. Página. 14 del archivo electrónico "Shopping Behaviour".

<sup>50</sup> Disponible en la página 8 disponible en [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lis/fuentes\\_q\\_i/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lis/fuentes_q_i/capitulo2.pdf)

<sup>51</sup> Situación que incluso es reconocida por Walmex en documentos internos elaborados en el curso ordinario de sus negocios

<sup>52</sup> Folio 2390, 534 a 581.

<sup>53</sup> Folios 534 a 581.

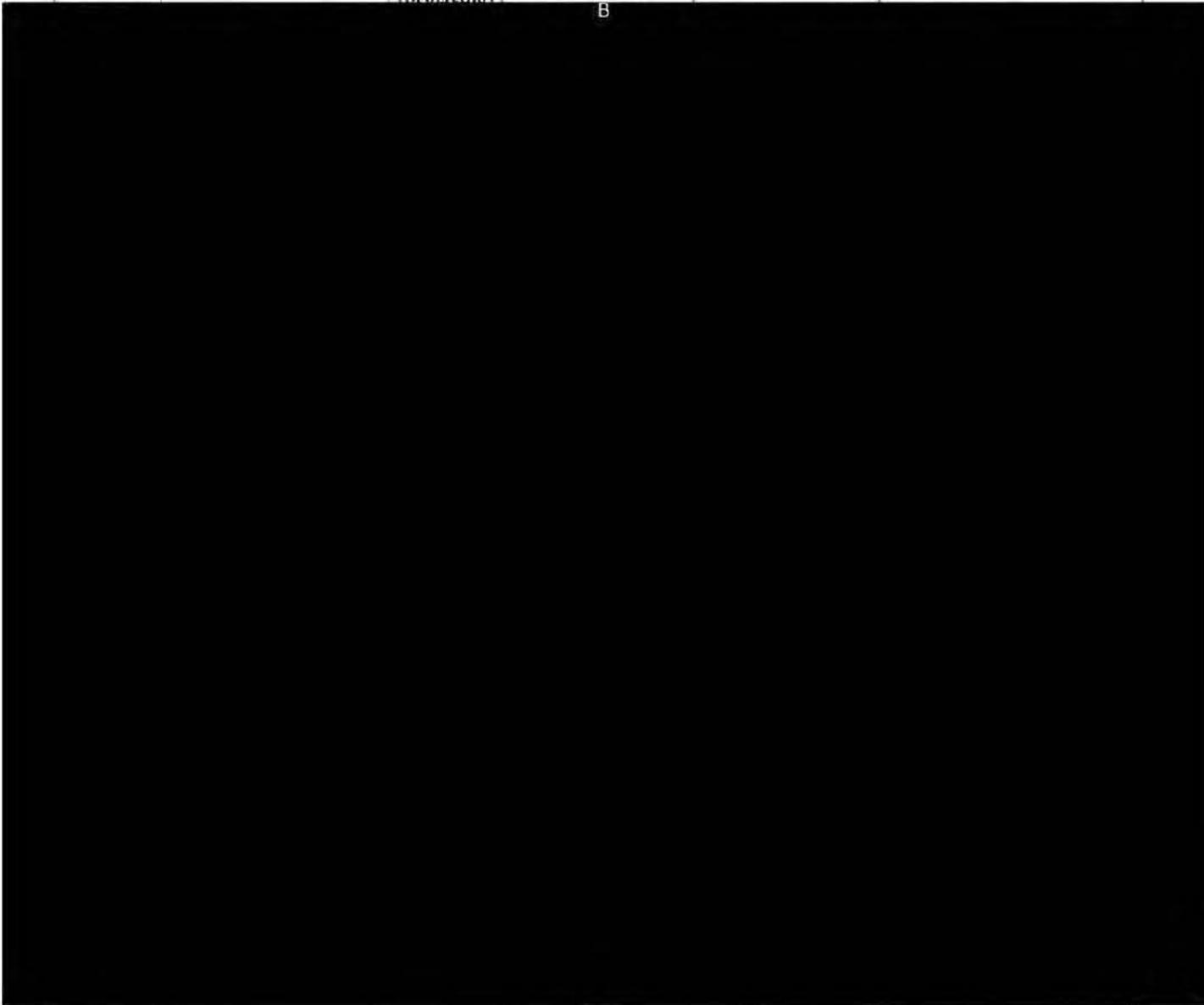


**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

Ahora bien, resulta importante subrayar que con la intención de satisfacer de mejor manera a sus clientes y los patrones de consumo que ellos exhiben, cada uno de los formatos de las tiendas del canal moderno y de las tiendas del canal tradicional ajusta y organiza de manera muy concreta su estructura física, escala de operación, estructura organizacional e infraestructura tecnológica y logística.

En relación con lo anterior, la tabla siguiente contiene las principales características físicas identificadas en los distintos formatos de tienda que los Notificantes poseen:

Agente Económico	Tienda	Piso de ventas m <sup>2</sup> (promedio)	SKU's que ofrece (promedio)	Líneas que ofrece	Servicios adicionales
------------------	--------	--	-----------------------------	-------------------	-----------------------



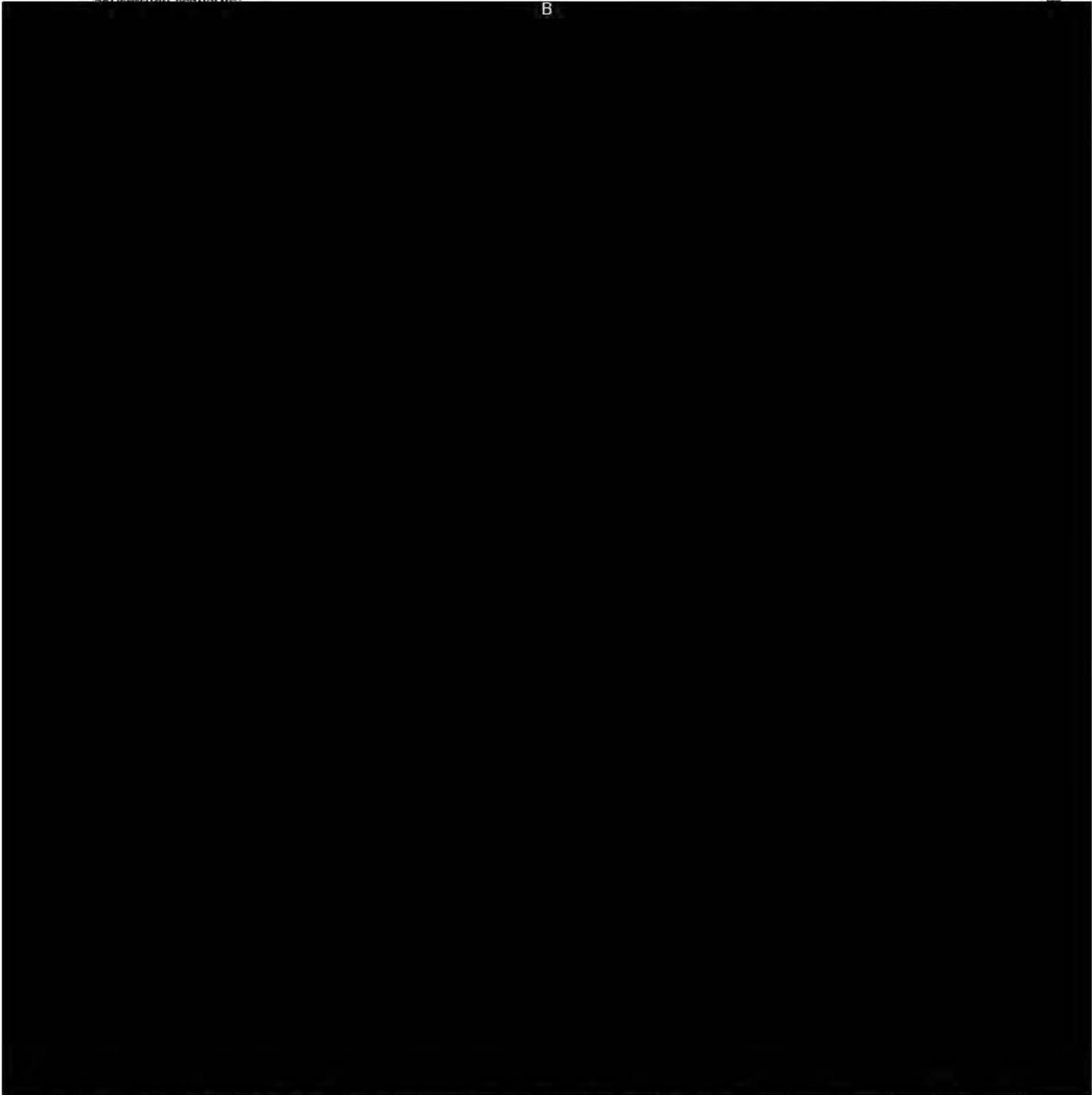
Eliminado: una tabla



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

Eliminado: una tabla

B



Fuente: Elaboración interna de la DGC con información pública de las páginas de internet de las tiendas e información proporcionada por los Notificantes.

La información de la tabla anterior se observa que:

f

- Las tiendas de los formatos BSHM presentan pisos de venta grandes en los cuales es posible ofrecer una gran cantidad de SKU's, y gran variedad de líneas de productos y servicios como tortillerías y panaderías, fuentes de sodas, farmacias y ópticas, entre otros.
- Las TDBE tienen un piso de ventas menor en comparación con los formatos BSHM, y en consecuencia la cantidad de SKU's y variedad de líneas de producto que ofrecen son menores en comparación con los que se ofrecen formatos BSHM, destacando además que los formatos TDBE no ofrecen servicios adicionales. Al respecto, los Notificantes señalan que a pesar de que las TDBE suelen contar con categorías de abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales "(...) [REDACTED] B [REDACTED] [REDACTED]".<sup>54</sup> [énfasis añadido] Lo anterior se ve reflejado en la cantidad de SKUs ofrecidos por las TDBE, [REDACTED] B [REDACTED]

Los formatos TDBE y BSHM pueden llegar a coincidir en algunos productos, pero se advierten diferencias en cuanto a disponibilidad, variedad de productos, y servicios adicionales ofrecidos. En general, el patrón de consumo que se atienden a través de los formatos TDBE corresponde a compras no planeadas o compras de emergencia para resurtir algún producto de la despensa que haga falta. Situación reconocida por Walmex en su reporte anual dos mil catorce (2014) en donde señala que "(...) *Bodega Aurrerá Express (...) es una cadena de tiendas de descuento (...) con un catálogo de productos especializado enfocado en dar soluciones a nuestras clientas en el resurtido diario de sus despensas*".<sup>55</sup> [énfasis añadido]

Por otra parte, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) clasificó a las tiendas de conveniencia como tiendas cuya "(...) superficie es menor a 500 m2; comercializan principalmente alimentos y bebidas cuya variedad y surtido son limitados. Funcionan las 24 horas y su éxito se basa justamente en que su horario permite hacer compras en el momento en el que se requiere y la rapidez de compra [énfasis añadido)".<sup>56</sup> Lo anterior coincide con la clasificación propuesta por la ANTAD para este tipo de tiendas. Los formatos tiendas de conveniencia y BSHM pueden llegar a coincidir en algunos productos, pero se advierten diferencias entre ambos formatos en cuanto a disponibilidad, variedad de productos, servicios adicionales ofrecidos. En general, en las tiendas de conveniencia este patrón de consumo corresponde a compras de impulso y compras de emergencia para resurtir algún producto de la despensa que haga falta.

Por su parte, los clubes de precios están dirigidos a negocios y familias con un ingreso relativamente alto, requieren que sus clientes paguen una cuota por concepto de membresía para

<sup>54</sup> Folio 5592. Archivo electrónico Anexo I.3(a)(1).

<sup>55</sup> Folio 3714.

<sup>56</sup> Folios 3691 y 3692.

poder adquirir sus productos, y ofrecen productos en presentaciones grandes o empaques múltiples.<sup>57, 58</sup>

Las principales diferencias que existen entre las TDA y los clubes de precios radican en la presentación de los productos que ofrecen y los requisitos adicionales que solicitan los clubes de precios para poder adquirir los productos. En este sentido, documentos internos elaborados en el curso ordinario de los negocios presentados por Walmex señalan que [REDACTED] B

[REDACTED]<sup>59</sup>

Asimismo, y de acuerdo con el informe anual 2016 de Soriana, los clubes de precio son: "Tiendas enfocadas a familias de alto volumen de consumo y a clientes institucionales (p.ej. hospitales, hoteles, restaurantes y pequeños comerciantes) mediante el uso de membresía. Operan bajo el esquema de venta al mayoreo y medio mayoreo, presentan los productos en envases grandes y/o empaques múltiples, operan con grandes volúmenes de compra y bajos márgenes de comercialización [énfasis añadido] (...)".<sup>60</sup> Por su parte, Walmex en su informe anual dos mil dieciséis (2016) describe a los clubes de precio como: "Tiendas con membresía, enfocadas en negocios y consumidores que compran a los mejores precios".<sup>61</sup> [énfasis añadido]

En cuanto a las tiendas del canal tradicional, se considera que, derivado de la gran cantidad de establecimientos que existen, no tienen un perfil único sino que cuentan con una gran cantidad de características particulares tales como: i) ofrecen diversos artículos con poca variedad de líneas de producto, ii) cuentan con pocos puntos de venta, iii) el área de piso de venta es pequeña, iv) disponen de tecnología limitada y v) cuentan con poca cantidad de empleados, incluso suelen ser atendidos por el propietario y sus familiares.

Las tiendas del canal tradicional y las tiendas de formato BSHM pueden llegar a coincidir en la comercialización de determinados productos, pero se advierten diferencias en cuanto a disponibilidad, variedad de productos, servicios adicionales ofrecidos, etc. En general, el patrón de consumo que se atiende en las tiendas del canal tradicional corresponde a compras de emergencia para resurtir algún producto de la despensa que haga falta, o adquirir algún producto que consideran tiene una mejor calidad en el canal tradicional que en TDA.

En lo relacionado con la oferta de productos, las TDA ofrecen una amplia variedad productos y marcas que les permiten satisfacer las necesidades de distintos segmentos de consumidores, así como reconocer y adaptarse más rápido a cambios en la demanda.<sup>62</sup> Por su parte, en el canal tradicional la oferta de productos y variedad es más limitada y puede permanecer estática por periodos prolongados de tiempo. Si bien algunos establecimientos pueden tener una mayor

Eliminado: un región, tres palabras

<sup>57</sup> Folio 4588.

<sup>58</sup> Folio 2335. Archivo electrónico (Anexo 4 D/ "Propuesta de valor México y Centroamérica").

<sup>59</sup> Folio 2317. Archivo electrónico (Anexo D/"Shopping Behaviour").

<sup>60</sup> Folio 4588.

<sup>61</sup> Folio 3424.

<sup>62</sup> Folios 3666 a 3670.



variedad de productos y tener una o más marcas de una clase de productos, no se profundiza en ninguna de las líneas ofrecidas.<sup>63</sup>

Además, las TDA ofrecen servicios adicionales con los que el canal tradicional no cuenta, por ejemplo, estacionamiento, carritos para trasladar mercancía, diferentes medios de pago como efectivo, tarjetas de débito o crédito, vales y cheques, ópticas y farmacias, los cuales aportan una experiencia de compra diferenciada al consumidor.<sup>64</sup> Al respecto, la relevancia de algunos de estos servicios adicionales se da en términos del patrón de consumo que exhiben la mayoría de los clientes de las TDA. En general, este patrón de consumo corresponde a uno de compras planeadas para abastecer una despensa grande, por lo que un dispositivo para transportar la mercancía y facilitar su desplazamiento entre las diversas secciones de la TDA es útil. De igual manera, el abastecimiento de una despensa grande puede llegar a representar una erogación monetaria de tal magnitud que los clientes pueden encontrar conveniente realizarla utilizando una forma de pago electrónica o financiada mediante crédito, en lugar de hacerla con efectivo.

#### D. Otras consideraciones respecto la sustitución entre canal moderno y tradicional

Por otra parte, existen elementos adicionales proporcionados por Walmex que refuerzan la idea de que, en la toma de decisiones relacionadas con el curso ordinario de sus negocios, no se consideran a [REDACTED] B

##### • Criterios para la apertura de nuevas tiendas

En cada uno de los documentos en donde se analiza la apertura de nuevas TDA, Walmex identifica a los competidores ubicados dentro de cierta proximidad a la nueva TDA [REDACTED] B

Por el contrario, los documentos [REDACTED] B

[REDACTED] <sup>65</sup>

Ahora bien, Walmex señala que: "(...) [REDACTED] B

[REDACTED] <sup>66</sup>

<sup>63</sup> Folios 3673 a 3682.

<sup>64</sup> Folios 5461, 5462, 5592 (Archivo electrónico Anexo 1.8 (c) (1)).

<sup>65</sup> Folio 2345 (Archivo electrónico Anexo 8 b).

<sup>66</sup> Folio 2214.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

En este sentido, resulta pertinente subrayar que Walmex reconoce la competencia que representan otros agentes que participan [REDACTED] B

Asimismo, como parte de sus ejercicios regulares de identificación de proyectos u oportunidades de apertura de nuevas tiendas, Walmex considera el [REDACTED] B

Aunado a lo anterior, el informe anual de Walmex dos mil catorce señala que: "Bodega Aurrerá Express (...) es una cadena de tiendas de descuento (...), con un catálogo de productos especializado enfocado en dar soluciones a nuestras clientas en el resurtido diario de sus despensas. Este formato nos ha ayudado a captar participación del mercado informal en el país, el cual representa alrededor del 52% del canal detallista, gracias a su propuesta de valor con base en precios bajos y conveniencia [énfasis añadido] (...)."<sup>67</sup> Esta manifestación sugiere que la posible sustitución entre el canal tradicional y canal moderno se enfoca en los formatos TDBE y no en los BSHM. Además, esta manifestación sugiere que la sustitución, en todo caso, es asimétrica.

- Política de precios de los notificantes

En lo relacionado con las políticas de establecimiento de precios y los criterios que orientan dichas políticas, Soriana manifestó que [REDACTED] B

Por su parte, Walmex manifestó que [REDACTED] B

Al respecto, mediante escrito de cuatro de marzo de dos mil diecinueve, los Notificantes manifestaron que:

<sup>67</sup> Folio 3714.

Eliminado: diecinueve renglones, treinta y seis palabras



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

“(...)

B

(...)

Sin embargo, de conformidad con los documentos internos de Walmex

B

<sup>68</sup> Esto concuerda con lo expuesto en la Resolución, donde se señaló que:

B

Eliminado: cinco párrafos, dos renglones, once palabras

<sup>68</sup> Folio 2334 (Archivo electrónico Anexo 4 c).

<sup>69</sup> Folio 2394.

<sup>70</sup> Folios 2244 y 2245.

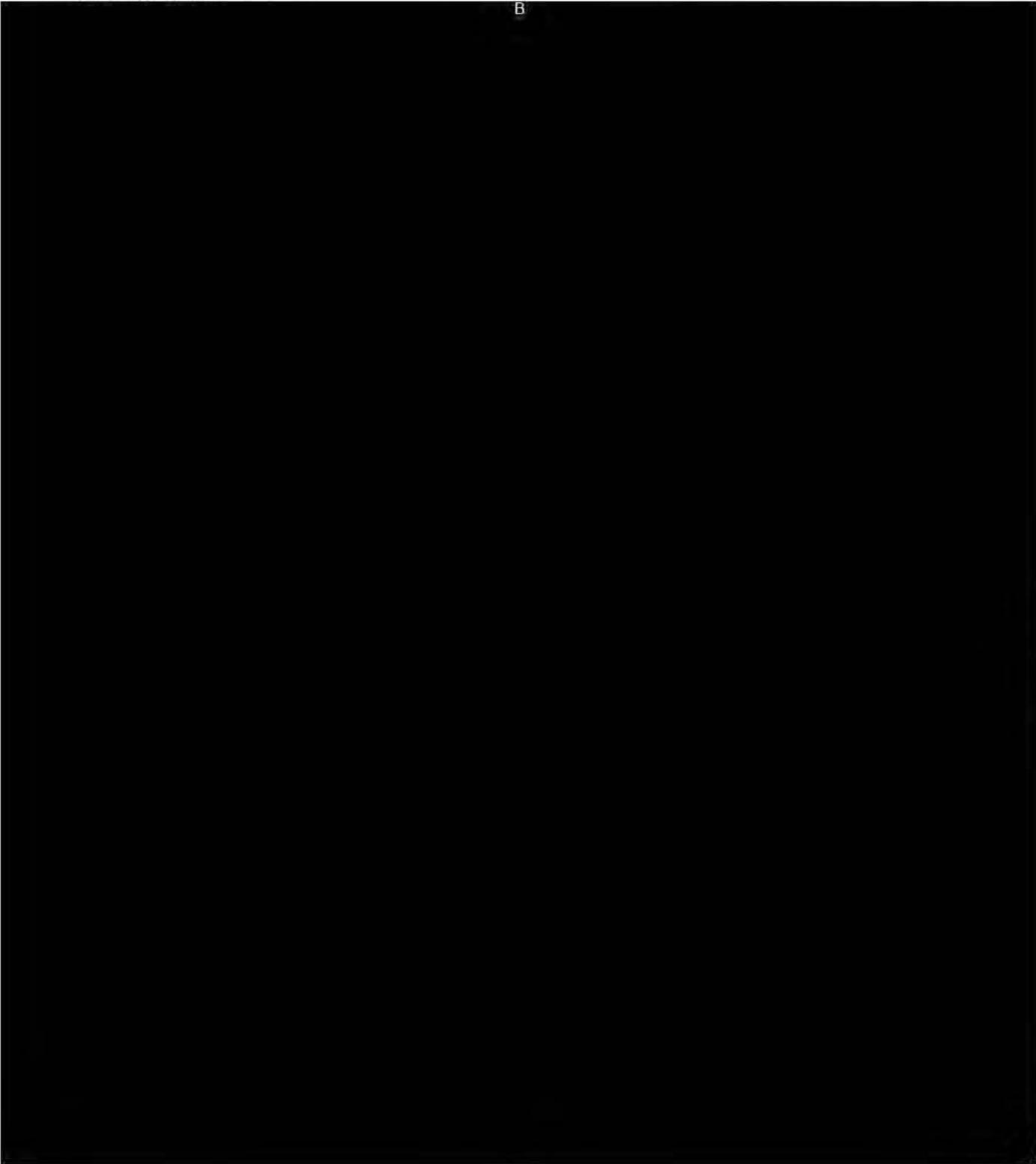
<sup>71</sup> Folio 2244.



COMISIÓN FEDERAL DE  
COMPETENCIA ECONÓMICA

Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B



Eliminado: diez párrafos



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B

Aunado a lo anterior, finalmente la política de precios de Walmex, no deja de ser una política interna de una empresa privada, la cual, eventualmente puede modificarse según sus intereses.

Por último, y respecto de las diferencias en precio que se observa al adquirir una canasta particular de bienes en los diversos formatos de establecimientos del canal moderno, así como en aquéllos del canal tradicional, los notificantes manifiestan: “(...)”<sup>72</sup>

[Redacted text]

Lo anterior toda vez que:

B

[Redacted text]

(...)

<sup>72</sup> Folio 2342 (Archivo electrónico Anexo 5.d, “RV. ESTRATEGIA DE SALIDA PARA MILANESA DE RES”).

<sup>73</sup> En la nota al pie del Escrito de Notificación señala: [Redacted text]

B

<sup>74</sup> En la nota al pie del Escrito de Notificación señala: [Redacted text]

B

<sup>75</sup> Folio 020.

Eliminado: tres párrafos, diez renglones, veintinueve palabras

B

Al respecto, es pertinente señalar que la prueba del monopolista hipotético, que se operacionaliza mediante el análisis de los efectos que se observarían en la sustitución de un bien o servicio (o conjunto de bienes o servicios) al observarse un pequeño pero significativo incremento no transitorio en precios ("*Small but Significant Non-transitory Increase in Prices*" o *SSNIP Test*), es una prueba que sirve a las autoridades de competencia como apoyo para definir un mercado relevante. Asimismo, en este caso en particular, el incremento de precios es a una canasta de bienes, por lo cual la aplicación del *SSNIP Test* requiere que el posible sustituto permita replicar la misma canasta de consumo, en caso contrario no se podría aplicar la prueba. Además, los notificantes suponen que las canastas son iguales en los distintos canales y formatos, lo cual es poco probable, dada la cantidad de SKU que se ofrecen en cada canal y formatos.

En este sentido, el uso de esta prueba no toma en cuenta factores que podrían influir en las condiciones de competencia tales como variedad de productos, mercadotecnia y publicidad, innovación, acceso a canales de distribución, etc., que en algunos casos resultan muy relevantes para el análisis de competencia.

Si un monopolista hipotético encuentra beneficioso incrementar el precio actual de un bien o servicio de modo no transitorio, entre un cinco y diez por ciento (5%-10%), nos encontramos en el supuesto de que dicho bien o servicio no enfrenta competencia por parte de otros bienes o servicios y, por lo tanto, ese bien o servicio es considerado como un mercado relevante en sí mismo. Caso contrario, en el supuesto de que el incremento en el precio del bien o servicio no

Eliminado: cuatro párrafos

B

<sup>78</sup> Folios 019 y 020.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

resulte beneficioso para el monopolista hipotético debido a que la demanda se orienta hacia a otros bienes o servicios, nos encontramos entonces que dicho bien o servicio no es un mercado relevante en sí mismo, y en consecuencia se debe incorporar a este mercado los bienes y/o servicios hacia los que se desvía la demanda, toda vez que resultan sustitutos muy cercanos.

En consecuencia, es erróneo señalar, [REDACTED] B [REDACTED] que el que exista un diferencial de precios menor al 10% ( diez por ciento ) implica automáticamente que los bienes o servicios pertenecen al mismo mercado relevante, pues los **notificantes no muestran de manera inequívoca que ante un incremento de precios de entre un cinco y diez por ciento (5%-10%) de una canasta de bienes alimenticios en las TDA, la demanda va a ser dirigida a las tiendas del canal tradicional.** Además, se enfatiza que el diferencial de precios es sobre precios coincidentes y no sobre una canasta de bienes a nivel SKU coincidente. En este sentido, el diferencial de precios que se observa puede ser el resultado de factores como diferenciales de costos de operación entre los formatos de comercialización respectivos, términos de contratación de los factores de producción, etc.

Por otra parte, en lo relacionado con la comparación de los precios de los productos que adquieren los hogares en establecimientos de los canales de comercio tradicional y moderno, Walmex propone la construcción de una canasta tal que: "(...) [REDACTED] B [REDACTED]

[REDACTED]

En este sentido, en la conformación de la canasta se eliminan categorías relevantes (marca, calidad, variedad, innovación, etc.) para el análisis de competencia relacionadas con dimensiones mediante las cuales se transmite la presión competitiva.

Ahora bien, adicionalmente Walmex presenta un modelo econométrico con el propósito de: [REDACTED] B [REDACTED]

<sup>79</sup> Folios 0149 y 0150.

Eliminado: dieciséis renglones, veintiocho palabras



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B

En primer lugar, es necesario subrayar que la especificación propuesta no corresponde con el propósito manifestado por Walmex en lo relacionado con analizar cómo responde el gasto de las familias en tiendas de autoservicio ante la entrada de nuevos establecimientos del canal tradicional. Un análisis de esa naturaleza precisaría realizar el contraste objetivo del gasto de los hogares en TDA's antes y después de la aparición de un establecimiento o clase de establecimientos del canal tradicional en los municipios (por ejemplo, mediante un análisis de diferencia en diferencias).

Lo que la especificación propuesta subraya es la relación que el gasto semanal de los hogares guarda con: el número de establecimientos tanto del canal moderno como del tradicional que se encuentran en el municipio donde se ubica el hogar, con el ingreso semanal de los hogares, el número de miembros en esos hogares, y el acceso al crédito de alguno de los miembros del mismo.<sup>81</sup>

Como resultado de la estimación econométrica realizada, los Notificantes señalan que: "(...) B

[Redacted text block]

Al respecto, las estimaciones muestran los siguientes resultados, tanto para el cálculo que considera la variable dependiente sin truncamiento y con él, mediante un modelo Tobit,

Estimación sin considerar la variable dependiente con truncamiento.<sup>1</sup>

Gasto semanal del hogar en TDAs <sup>2</sup>	Modelo 1 <sup>3</sup>	Modelo 2 <sup>4</sup>	Modelo 3 <sup>5</sup>	Modelo 4 <sup>6</sup>	Modelo 5 <sup>7</sup>	Modelo 6 <sup>8</sup>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

B

<sup>80</sup> Folio 0152.

<sup>81</sup> Respecto de esta especificación econométrica, se señala que: [Redacted text]

[Redacted text] Folios 152 y 153.

<sup>82</sup> Folio 159.

Eliminado: un párrafo, seis renglones, una tabla, dieciocho palabras

B

Los Notificantes no explican por qué el coeficiente negativo asociado al número de tiendas tradicionales en el ejercicio econométrico implica que existe presión competitiva sobre las TDA, sobre todo cuando dicho resultado puede ser resultado de otras circunstancias. Por ejemplo, si la TDA es la tienda más cercana al consumidor, éste podría realizar sus compras de conveniencia en la TDA y no en la tienda tradicional. Sin embargo, al crecer el número de tiendas de tradicionales y potencialmente ubicarse más cerca del consumidor, este podría realizar sus compras de conveniencia en el canal tradicional, lo que reduciría las compras a las TDA por factores relativos a su localización y no porque ejerzan una influencia competitiva.

El ejercicio econométrico que usualmente se utiliza para propósitos de determinar la sustitución es la elasticidad cruzada de la demanda, en este caso, para determinar el efecto que tiene un cambio en los precios en las tiendas tradicionales sobre la demanda de las TDA. Sin embargo, los Notificantes no realizaron un ejercicio de este tipo ni tampoco explicaron como el ejercicio que realizaron podría relacionarse con el de elasticidad cruzada, por lo que el ejercicio que presentan no es concluyente.

Aunado a lo anterior, el ejercicio econométrico presentado considera como área geográfica a los municipios el cual es una delimitación geopolítica que no es tomada en cuenta por los Notificantes en ningún otro momento, ya que los mismos Notificantes, como se verá más adelante, señalan que ellos consideran el “*trade area*”, que son áreas que no se ven afectadas por las demarcaciones municipales.

Eliminado: dos tablas





Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B [énfasis añadido](...)<sup>88</sup> Las tiendas del canal tradicional adquieren los productos directamente de fabricantes, centrales de abasto o de empresas que han desarrollado canales de distribución específicos (de tienda-en tienda) como Bimbo, Coca Cola, o LALA, entre otras. El bajo volumen de compra por parte de este tipo de establecimientos les da poco poder de negociación frente a los proveedores, lo que se ve reflejado en mayores costos.<sup>89</sup>

La fracción III del citado artículo 58 de la LFCE establece lo siguiente:

*“III. Los costos y las probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados;”*

Los usuarios o clientes de los bienes y/o servicios que ofrecen las TDA exhiben una determinada disposición para trasladarse hacia estos establecimientos y realizar sus compras. Esta disposición refleja la disyuntiva que enfrentan en términos de los costos de traslado a una tienda, y del beneficio de capturar los diferenciales de precio que hay entre establecimientos cuando adquieren la canasta de bienes y/o servicios que satisface sus necesidades de consumo, dado el ingreso del que disponen para ello.

Así, a mayores costos de traslado, mayores también deben ser los beneficios que anticipan los clientes podrán capturar en su visita a una TDA particular. En términos generales, se observa que los consumidores acuden a los establecimientos próximos a donde realizan sus actividades cotidianas, es decir, dentro de un radio limitado, y seleccionan aquel que satisfaga sus necesidades considerando precio, calidad y disponibilidad de los productos. En otras palabras, las TDA exhiben un área de influencia con centro en la ubicación geográfica de la tienda, que se extiende una determinada distancia (“r”) alrededor de la misma.

En relación con el área de influencia de las TDA, los Notificantes manifiestan lo siguiente:

B

Adicionalmente, los Notificantes consideran que “(...”

B

<sup>88</sup> Folio 021.

<sup>89</sup> Folios 3666 a 3688.

<sup>90</sup> Folio 011.

Eliminado: dos párrafos, un renglón, ocho palabras



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

[Redacted] B  
[Redacted] 91

En este sentido, consideran que la dimensión geográfica del presente expediente debe ser analizada de la siguiente manera:

[Redacted] B

Eliminado: tres párrafos, dos renglones, una gráfica

<sup>91</sup> *Idem.*

[REDACTED] B

Así, los Notificantes señalan que "(...) [REDACTED] B  
[REDACTED] 93

Con base en lo anterior, los Notificantes concluyen que: [REDACTED] B  
[REDACTED]

Como se mencionó con anterioridad, en términos generales el usuario o consumidor acude a los establecimientos cercanos a los lugares en donde realiza sus actividades cotidianas, dentro de un radio limitado, y selecciona aquella tienda que satisface sus necesidades considerando el precio, calidad y disponibilidad de los productos que conforman la canasta que desea adquirir.

Ahora bien, un consumidor localizado en el límite del área de influencia de una TDA puede exhibir, respecto de otras TDA, la misma disposición a trasladarse con el propósito de realizar sus compras. Los Notificantes señalan que [REDACTED] B  
[REDACTED]

Eliminado: diecisiete renglones, veintidós palabras

Al respecto, los Notificantes no presentaron encuestas, estudios, o análisis a través de los cuales se identifiquen los criterios de los consumidores, y particularmente de los consumidores marginales, para discriminar entre las distintas alternativas de compra que tienen.

Asimismo, y para establecer la dimensión geográfica del mercado relevante con base en este criterio, es necesario verificar qué resulta importante para los oferentes, es decir, que para seleccionar la ubicación de sus TDA, ellos consideran la disposición del consumidor marginal a visitar TDA's en áreas de influencia adyacentes, y que esta disposición es el medio por el cual una TDA particular experimenta presión competitiva efectiva desde ubicaciones localizadas más allá de su área de influencia.

Al respecto, a continuación se presentan tres apartados relacionados con los siguientes temas: i) estrategia de Walmart para la apertura de nuevas tiendas; ii) sensibilidad de la política de precios

<sup>92</sup> Folios 011 y 012.

<sup>93</sup> Folio 012.

<sup>94</sup> *Idem.*



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

de Walmex a la competencia en determinadas localidades; y iii) la información de clientes que visitan las TDA.

*i) Estrategia de Walmex para la apertura de nuevas tiendas*

Documentos elaborados en el curso ordinario de los negocios y presentados por Walmex, relacionados con la apertura de nuevas TDA en diferentes sitios de la República Mexicana, muestran que [REDACTED] B [REDACTED] Al respecto, Walmex señala:

[REDACTED] B [REDACTED]

Con base en lo anteriormente señalado, se pueden identificar los siguientes elementos como determinantes de las [REDACTED] B [REDACTED]

[REDACTED] B [REDACTED]

Por ejemplo, para la TDA denominada [REDACTED] B [REDACTED] Walmex determinó la siguiente [REDACTED] B [REDACTED] mediante la aplicación de los determinantes señalados con anterioridad:

<sup>95</sup> La nota al pie del escrito de los Notificantes señala: [REDACTED] B [REDACTED]

<sup>96</sup> Folio 2223 y 2224.

Eliminado: seis párrafos, cuarenta y dos palabras





COMISIÓN FEDERAL DE  
COMPETENCIA ECONÓMICA

Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

[Redacted]

Asimismo, para la TDA denominada [Redacted] se  
estableció la siguiente [Redacted]

[Redacted]

Ahora bien, el concepto de [Redacted] está estrechamente relacionado con la determinación de un “área de influencia”, elemento que ha orientado el enfoque utilizado tradicionalmente por esta

Eliminado: dos imágenes, diez palabras



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

Comisión en el análisis de concentraciones en el sector minorista o *retail* (como es el caso del análisis realizado en la Resolución). Lo anterior es así toda vez que e<sup>B</sup>

[REDACTED]

En relación con lo anterior, es importante señalar que con base en documentos elaborados en el curso ordinario de los negocios por Walmex (que contienen información derivada de la operación cotidiana de sus prototipos de tienda) <sup>B</sup>

[REDACTED]

[REDACTED]

Fuente: Elaboración interna con información contenida en el archivo electrónico *Recap Mexico expansion program - 2Dec 2031*. Folio: 2331.

Respecto de la información mostrada en la tabla anterior, es claro que <sup>B</sup>

[REDACTED]

Eliminado: tres párrafos, ocho renglones, trece palabras

f



B

Por su parte, en el análisis del consumidor marginal resulta un factor preponderante establecer el área de influencia de las TDA para que, con base en ella, se identifiquen los elementos que determinan la movilidad del consumidor que, por su ubicación, le es indiferente acudir a la TDA más cercana o trasladarse a una TDA en un área de influencia adyacente. En otras palabras, es indispensable identificar los factores que hacen que un consumidor decida entre una opción u otra, pues son esos factores los elementos a través de los cuales se transmite la presión competitiva entre las TDA a las que acude el consumidor.

*ii) Sensibilidad de la política de precios de Walmex en determinadas localidades*

Como se ha señalado previamente,

B

Al respecto, se analizó el comportamiento de los precios de diversos productos, según su SKU, en tiendas del formato

B

B

Eliminado: cuatro párrafos, seis renglones, veinte palabras

<sup>97</sup> Folio 2229.

<sup>98</sup> Se seleccionaron estos dos estados pues la base de datos de Nielsen disponible registra la información de precios de un mayor número de tiendas Supercenter de Walmart en ellos: seis en Guanajuato y tres en Yucatán.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

[Redacted] B

- Bienes con precios uniformes que no dependen de las características de los mercados locales. [Redacted] B
- Bienes con precios con pequeños ajustes temporales. [Redacted] B
- Bienes con variaciones en precio que no representan un ajuste temporal de precio. [Redacted] B
- Bienes con variaciones en precio atípicas. [Redacted] B

En las Tablas siguientes se reportan los resultados obtenidos de este ejercicio.

Porcentaje de SKUs según su dispersión mensual en tiendas de Guanajuato en 2015

[Large redacted table area]

Eliminado: un párrafo, dos tablas, nueve renglones, veintisiete palabras

f

[Handwritten signature]



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B

Número de SKUs sin variación en precio

De enero hasta...	TDAs en Guanajuato		TDAs en Yucatán	
	No. de SKUs	Proporción del total (%)	No. de SKUs	Proporción del total (%)

B

B

Número de SKUs que acumulan una variación menor a 5% en el periodo

De enero hasta...	TDAs en Guanajuato		TDAs en Yucatán	
	No. de SKUs	Proporción del total (%)	No. de SKUs	Proporción del total (%)

B

Eliminado: cinco párrafos, dos tablas

iii) Información de clientes que visitan TDA

Como se mencionó con anterioridad, un primer determinante considerado por [REDACTED] B

Análisis previos de la Comisión en el sector minorista (*retail*) también han ponderado como importantes estos elementos de análisis. Al respecto, tres indicadores indirectos que arrojan información respecto de la infraestructura de comunicación de las localidades y de los factores que la congestionan son: la categoría de las localidades en términos de la integración de la actividad económica que se desarrolla en ellas, la densidad poblacional de dichas localidades, y el parque vehicular registrado en ellas.

Con base en estos indicadores, en una primera etapa de distinción de localidades la Comisión tomó como referencia la clasificación de zonas metropolitanas que emplea el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).<sup>99</sup> De esta manera, a partir del uso de indicadores sociodemográficos se identificaron los municipios “Metropolitanos” que pertenecen a una zona urbana y su área conurbada. Las localidades metropolitanas están más densamente pobladas y es más probable que haya más TDA. Por lo tanto, los consumidores podrían recorrer menores distancias para tener acceso a una tienda. Por otro lado, a aquellos municipios que el INEGI no considera en el grupo anterior se les consideró como “Resto del país.”<sup>100</sup>

En una segunda etapa, se identificó que los municipios circundantes que integran las zonas metropolitanas tienen una menor densidad de población y tráfico vehicular. Por ello, en estos casos, los consumidores también podrían estar dispuestos a recorrer mayores distancias que los habitantes de zonas con más tráfico, en el mismo tiempo. En este contexto, se clasificaron las zonas metropolitanas en tres categorías:

- Zona Metropolitana A. En la categoría “metropolitana A” se clasificaron a los municipios cuya densidad de población por kilómetro cuadrado y/o su parque vehicular estuvieron por encima de la media nacional. En los municipios clasificados dentro de esta categoría, los consumidores recorren menores distancias en un tiempo de traslado razonable.

La experiencia internacional ha considerado una velocidad de sesenta (60) km/h en automóvil y un tiempo de desplazamiento de entre diez (10) y veinte (20) minutos. Esto significa que los consumidores podrían acudir a tiendas que se encuentren entre diez (10) y veinte (20) kilómetros de su lugar de residencia. Sin embargo, la velocidad promedio en la Ciudad de México es de sólo doce (12) km/h.<sup>101</sup> Por lo tanto, y a manera de parámetro, en la Ciudad de México los consumidores estarían dispuestos a recorrer

<sup>99</sup> El INEGI define una zona metropolitana como “el conjunto de dos o más municipios donde se localiza una ciudad de 50,000 (cincuenta mil) o más habitantes, cuya área urbana, funciones y actividades rebasan el límite del municipio que originalmente la contenía, incorporando como parte de sí misma o de su área de influencia directa a municipios vecinos, predominantemente urbanos, con los que mantiene un alto grado de integración socioeconómica.”

<sup>100</sup> En el caso Carrefour – Día France la autoridad de competencia clasificó a las tiendas de acuerdo a su ubicación en París, Suburbios de París y Provincia. En cada zona identificaron patrones de consumo distintos, por lo que se determinaron distintos radios de influencia por zona.

<sup>101</sup> Folios 3037 a 3063.

F

alrededor de cuatro (4) kilómetros para acudir a una TDA. Esto establece una diferencia significativa respecto a la distancia que los consumidores pueden recorrer en otras zonas sin tráfico y menor densidad de población.

- Zona Metropolitana B. Por otra parte, los municipios clasificados en la categoría “metropolitana B” son aquellos que el INEGI considera como parte de una zona metropolitana, pero en los que su parque vehicular y su densidad de población quedaron por debajo de la media nacional.

En las tiendas ubicadas en estas zonas, los consumidores enfrentan menor tráfico vehicular para acudir a una tienda. En esta categoría se encuentran zonas urbanas menos pobladas, pero de relativa importancia por su actividad económica. Los consumidores pueden estar dispuestos a recorrer mayores distancias para acudir a un autoservicio, cuya área de influencia puede cubrir una gran parte de un municipio o de un conjunto de municipios pertenecientes a una zona metropolitana.

- Resto del país. Las restantes no consideradas en el análisis se les denominan “resto del país”. Esta clasificación refleja las distintas condiciones que pueden influir en los tiempos de desplazamiento de los consumidores.

Las tiendas ubicadas en esta categoría no sólo atienden a la población en la que se ubican, sino que frecuentemente atienden zonas mucho más amplias que se pueden extender a varios municipios. Frecuentemente en estas zonas el número de tiendas competidoras es más reducido que en las otras zonas.

Con base en estos elementos, la Comisión define cuatro clases de localidades:

- Zona Metropolitana A (ZMA). En este grupo, se clasificaron a los municipios cuya **densidad de población por kilómetro cuadrado y/o su parque vehicular estuvieron por encima del promedio nacional**. En los municipios clasificados dentro de esta categoría, los consumidores recorren menores distancias en un tiempo de traslado razonable.
- Zona Metropolitana B (ZMB). Los municipios clasificados en la categoría “metropolitana B” son aquellos que el INEGI considera como **parte de una zona metropolitana**, pero en los que su **parque vehicular y su densidad de población quedaron por debajo del promedio nacional**. En las tiendas ubicadas en este tipo de zona, los consumidores enfrentan menor tráfico vehicular para acudir a una tienda. En esta categoría se encuentran zonas urbanas menos pobladas, pero de relativa importancia por su actividad económica. Los consumidores pueden estar dispuestos a recorrer mayores distancias para acudir a una TDA, cuya área de influencia puede cubrir una gran parte de un municipio o de un conjunto de municipios pertenecientes a una zona metropolitana.
- Resto del país. Los municipios restantes se les denominan “Resto del país”. Esta clasificación refleja las distintas condiciones que pueden influir en los tiempos de desplazamiento de los consumidores. Las tiendas ubicadas en esta categoría no solo



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

atienden a la población en la que se ubican, sino que frecuentemente atienden zonas mucho más amplias que se pueden extender a varios municipios. Frecuentemente en estas zonas el número de tiendas competidoras es más reducido que en las otras zonas.

- Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM). Para el caso de la ZMVM, dada su diferencia con respecto a otras ciudades en la velocidad promedio que viaja un automóvil, se considera un radio menor que en el de las ZMA.

Mediante acuerdo de ocho de septiembre de dos mil dieciocho, con número de Oficio la Comisión requirió a los Notificantes, entre otras cuestiones, para que presentaran información relacionada con los usuarios de los programas de lealtad de las tiendas de Walmex, localizadas en un radio de veinte (20) kilómetros alrededor de cada una de las Tiendas Objeto.

Lo anterior, con la finalidad de conocer la disposición que tienen los usuarios de trasladarse a una TDA con el fin de capturar los beneficios de los diferenciales de precios que existen entre distintas TDA.

Al respecto, los Notificantes manifestaron que [REDACTED] B  
[REDACTED] 102

[REDACTED] B  
[REDACTED] se analizan los datos del programa de lealtad de Controladora Comercial Mexicana S.A.B de C.V. ("CCM") que se encuentran en el expediente CNT-021-2015, expediente que guarda estrecha relación con la operación analizada en el presente expediente.<sup>103</sup>

Al respecto, los Notificantes manifestaron mediante escrito de cuatro de marzo de dos mil veinte que "(...) esa H. Comisión sigue haciendo uso para los efectos referidos, entre otros, de datos atribuidos a un programa de lealtad con datos pertenecientes a una parte ajena a la presente concentración (Comercial Mexicana, ahora La Comer) que fueron recabados con motivo de la concentración original bajo el expediente CNT-021-2015. Es decir, la Comisión sigue analizando casos como el presente (en 2020) con datos de 2015 (...)."

Sin embargo, se advierte que [REDACTED] B  
[REDACTED]

Bajo ese orden de ideas, y con base en información de las tarjetas de lealtad proporcionada por CCM, se determinó la distancia que recorre el [REDACTED] B de consumidores con tarjetas de lealtad que acuden a tiendas de CCM, según la clasificación de localidades establecida anteriormente.

<sup>102</sup> Folio 224 l.

<sup>103</sup> Folio 5593.

f

Este desplazamiento resultó ser de:

B

104

Aunado a lo anterior, y con base en información que obra en el expediente CNT-021-2015 respecto de la cobertura del servicio a domicilio de las tiendas de CCM, se encontraron las siguientes relaciones:

B

Finalmente, y con el propósito de contar con un tercer elemento para identificar el posible área de influencia de una TDA, se analizó información sobre las distancias que competidores han utilizado en sus decisiones de localización y monitoreo, como son las distancias promedio entre las tiendas de

B

Con la información disponible se definieron los siguientes ámbitos geográficos de los mercados relevantes, con áreas circulares con centro en cada una de las Tiendas Objeto de la operación.

Zona del país	Radio de influencia
Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM).	2.5 km
Zona Metropolitana A (ZMA)	4.98 km
Zona Metropolitana B (ZMB)	7.41 km
Resto del país	18.61 km

Así, para la ZMVM se consideró un radio menor al de otras zonas, un radio de 2.5 (dos punto cinco) kilómetros, pues la velocidad promedio en la Ciudad de México no supera los 10 (diez) kilómetros por hora en seis de las quince vialidades de mayor afluencia vehicular y, en las nueve (9) restantes, oscilan entre 12 (doce) y 15 (quince) kilómetros por hora en hora pico (*i.e.*, la distancia promedio que se recorre en un viaje de diez [10] minutos varía entre uno punto seis [1.6] a dos punto cinco [2.5] kilómetros dependiendo de la vialidad que se toma en el recorrido).<sup>105</sup> En contraste, en la ciudad de Monterrey, la velocidad promedio de los automóviles

<sup>104</sup> La depuración de la base de datos del programa de lealtad de CCM incluyó la eliminación de observaciones con datos erróneos (entendidos como códigos postales que no se encontraban en la base de datos del Servicio Postal Mexicano, códigos postales correspondientes a direcciones de Estados Unidos o con errores de captura), con un número bajo de transacciones por año (entendidos como tarjeta con menos de tres transacciones por año) y de códigos postales que tuvieran asignados un número bajo de clientes para una tienda en particular (entendidos como las áreas correspondientes a códigos postales con menos de cinco (5) tarjetas asignadas a una tienda no representaban una población suficiente para ser considerada como parte del área de influencia de una tienda). Como resultado de este proceso se contó con una base de datos cuyas observaciones se consideraron representativas de las áreas de influencia de las tiendas de CCM.

<sup>105</sup> Folio 5695 y 5699.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

es de veintidós punto seis (22.6) kilómetros por hora (*i.e.*, la distancia promedio que se recorre en un viaje de diez [10] minutos es de cinco punto siete [5.7] kilómetros).<sup>106</sup>

B

Por último, no pasa desapercibido para esta Comisión que en algunas regiones existen barreras físicas que podrían aumentar el tiempo de traslado y, en consecuencia, reducir o modificar el tamaño y forma de las circunferencias. Esta situación podría, en algunos casos, subestimar o sobreestimar las condiciones competitivas en cada uno de los mercados analizados. Por ejemplo, accidentes naturales (cerros, barrancas, etc.), autopistas urbanas y zonas o parques industriales.

Al respecto, en los mercados en los que existan posibles riesgos al proceso de competencia o libre concurrencia es necesario realizar un análisis adicional de isócronas (análisis de tiempo/distancia), el cual permite conocer con mayor precisión los accesos al área de influencia de las TDA, dentro de un tiempo máximo de desplazamiento. Este tipo de análisis permite tomar en cuenta otras características que influyen en el transporte de los consumidores, y por consiguiente en las decisiones de elección de TDA, como son la configuración de la red vial, así como la existencia de barreras geográficas y tráfico.

Este tipo de análisis de tiempo/distancia considera que un consumidor está dispuesto a hacer un viaje en automóvil particular con duración de quince (15) minutos para buscar alternativas de tienda, y para tomar en cuenta condiciones específicas de tráfico se tomó dicha medición en un día sábado a las catorce (14) horas.

B

Respecto de su análisis de comercialización en el operar diario de las TDA, Walmex no presentó información que fundamente o sustente la identificación de todas las alternativas relevantes para los consumidores que están dispuestos a acudir a una TDA. En particular, no presentó ninguna documentación, estudio, o análisis en los que se exhiba que su

B

Por lo anterior, y con base en el análisis de los documentos y demás elementos aportados por los Notificantes, se concluye que los ámbitos geográficos de los mercados relevantes son áreas circulares con centro en cada una de las Tiendas Objeto de la operación con un radio predefinido para cada tipo de zona: (i) ZMVM con un área de influencia circular con radio de dos punto cinco (2.5) kilómetros; (ii) ZMA, con radio de cuatro punto noventa y ocho (4.98) kilómetros;

Eliminado: dos párrafos, dos renglones, cuatro palabras

<sup>106</sup> Folio 5632.

8

2



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

(iii) ZMB, con radio de siete punto cuarenta uno (7.41) kilómetros; y (iv) para el resto del país, con radio de dieciocho punto sesenta uno (18.61) kilómetros.

De esta manera, se muestran las zonas de las áreas de influencia de cada una de las Tiendas Objeto en la siguiente tabla.

Tienda Objeto	Tipo de zona
[Redacted content]	

La fracción IV del artículo 58 de la LFCE se considera lo siguiente:

*“IV. Las restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos; y”*

De la información contenida en el expediente, no se detecta la existencia de restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos.

La fracción V del artículo 58 de la LFCE, en correlación con el artículo 5 de las DRLFCE, instruye que:

*“ARTÍCULO 5. Para la determinación del mercado relevante en términos de la fracción V del artículo 58 de la Ley, se deben analizar las circunstancias particulares del caso, identificar los bienes o servicios producidos, distribuidos, comercializados u ofrecidos y aquellos que los sustituyan o puedan sustituirlos oportunamente. Asimismo, se debe delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan dichos bienes o servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.”*

No se considera que existan circunstancias particulares que no se hayan analizado previamente.

Como resumen de esta consideración de derecho, se define como producto relevante el comercio minorista de bienes a través de TDA con formatos BSHM. Para ello, se realizó una descripción de las TDA, destacando su relación con los patrones de consumo que exhiben los consumidores en términos de tipo de compra, frecuencia de compra, días de compra y gasto promedio por visita. Al respecto, se considera que las TDA con formato BSHM pertenecen a distintos mercados relevantes que los clubes de precios, las TDBE, tiendas de conveniencia, tiendas del canal tradicional y tiendas departamentales, debido a su portafolio de productos (variedad y presentación), tipo de consumo que satisface, y tamaño de piso de venta, entre otras variables.

Eliminado: una tabla



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

Para el producto relevante se define un ámbito geográfico local, pues en general un consumidor tendría que dedicar tiempo o incurrir en costos de traslado para visitar tiendas alejadas a su ubicación. En particular, se definieron para diferentes zonas cuatro áreas circulares con radio predefinido: (i) un radio de dos punto cinco (2.5) kilómetros para la ZMVM; (ii) de cuatro punto noventa ocho (4.98) kilómetros para ZMA; (iii) de siete punto cuatro (7.4) kilómetros para ZMB; y (iv) de dieciocho punto seis (18.6) kilómetros para el resto de país.

De acuerdo con la definición de mercado relevante y las consideraciones del ámbito geográfico señaladas, se identifica que, de las ocho (8) Tiendas Objeto de la operación, los Notificantes coinciden en las siguientes localidades: [REDACTED] <sup>B</sup>

**Sexta.** El artículo 63, fracción II, de la LFCE instruye que para determinar si una concentración no debe ser autorizada o debe ser sancionada en los términos de dicha Ley, se deben identificar a los principales agentes económicos que concurren al mercado relevante de que se trate. En correlación con el artículo 59 de la LFCE se deberá realizar el análisis de su poder en el mercado e identificar el grado de concentración en el mismo.

Al respecto, **la fracción I del artículo 59** de la LFCE señala lo siguiente:

*“Artículo 59. Para determinar si uno o varios Agentes Económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, o bien, para resolver sobre condiciones de competencia, competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otras cuestiones relativas al proceso de competencia o libre concurrencia a que hacen referencia ésta u otras Leyes, reglamentos o disposiciones administrativas, deberán considerarse los siguientes elementos:*

*1. Su participación en dicho mercado y si pueden fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder.*

*Para determinar la participación de mercado, la Comisión podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente;”*

Asimismo, el artículo 13 de las DRLFCE instruye la aplicación de índices para determinar el grado de concentración que exista en el mercado relevante, así como los criterios técnicos de su aplicación.

Los Notificantes señalan que tomando en cuenta los argumentos y documentos presentados por los Notificantes dentro del presente expediente, y haciendo un análisis de la operación considerando la dimensión geográfica y de producto propuestas, los cambios en los índices de concentración IHH se ubican dentro de los parámetros establecidos por la Comisión para considerar que la operación representa pocos riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia. Al respecto los Notificantes señalan que “(...)”<sup>B</sup> [REDACTED]

Eliminado: tres renglones, trece palabras



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B

Eliminado: cinco párrafos, dos tablas

B

(...)<sup>107</sup> [énfasis añadido]

Adicionalmente, mediante escrito de cuatro de marzo de dos mil veinte los Notificantes manifestaron que:

*“(...) no existe racionalidad alguna en la utilización del indicador de piso de ventas para medir las participaciones de mercado, (...)”*

Sin embargo, se considera que las dos unidades de medida utilizadas por los Notificantes pueden sesgar, en algunos casos, el análisis, si se toma en consideración la mezcla de formatos de tienda. Dada la posibilidad de sesgo, está Comisión a través del Oficio solicitó a los Notificantes información sobre ventas de sus competidores para calcular las participaciones de mercado usando como unidad de medida el valor de las ventas estimadas. En particular, esta Comisión solicitó:

*“15. En relación con cada una de las Tiendas Objeto, se les requiere a las Partes:*

*(...)*

*b. Presentar una tabla resumen actualizada con la información general de las tiendas de competidores y las de las Partes, que se encuentran dentro de un radio de distancia menor a 20 km. (de menor a mayor distancia) de las Tiendas Objeto, lo anterior a partir de la siguiente información: (i) número de tienda (identificador propio); (ii) nombre comercial de tienda objeto, (iii) nombre del agente económico competidor, (iv) nombre comercial de la tienda del competidor, (v) formato de tienda de acuerdo a la clasificación de la ANTAD, (vi) calle y número, (vii) código postal, (viii) localidad, (ix) municipio, (x) entidad, (xi)*

<sup>107</sup> Folios 022 y 023.

Eliminado: un párrafo, una tabla

coordenadas de ubicación de la tienda del competidor (latitud y longitud), (xii) distancia lineal a tienda objeto, (xiii) área de piso de ventas, y (xiv) ventas observadas en 2016.

(...)<sup>108</sup> **[énfasis añadido]**

En respuesta al requerimiento de información adicional realizado por la Comisión, los Notificantes otorgaron estimaciones sobre el área de piso de venta de sus competidores y especificaron que no cuentan con estimaciones de ventas de sus competidores. En específico señalaron que:

B

Adicionalmente, se señala que, para efectos del presente análisis, no se considera a Soriana como el propietario de las Tiendas Objeto de la operación notificada. Lo anterior, de conformidad con la Sección VI del Programa de Desinversión. El cual dispone lo siguiente:

“(...)

A. Las Partes Obligadas [Soriana y Controladora Comercial Mexicana, S.A. B. de C.V.]<sup>110</sup> se obligan al cumplimiento de las siguientes estipulaciones de separación en tanto se realiza(n) la(s) desinversión(es):

- 1) Las Partes Obligadas deberán conservar, mantener y continuar operando los Activos a Desinvertir como un negocio independiente, en curso, económicamente viable y competitivo, con la administración, venta y operación de dichos Activos a Desinvertir totalmente separadas, distintas y apartados de las otras operaciones de las Partes Obligadas. Las Partes Obligadas no deberán coordinar la producción, comercialización, ni condiciones de venta de sus productos con aquellas de los producidos por o vendidos por los Activos a Desinvertir.
- 2) Las Partes Obligadas deberán tomar todas las medidas necesarias para garantizar que:
  - i. los Activos a Desinvertir serán mantenidos y operados como un competidor independiente, económicamente viable y activo.
  - ii. la administración de los Activos a Desinvertir no estará influida por las Partes Obligadas, y
  - iii. los libros, registros, ventas competitivamente sensibles, información de comercialización y precios, y toma de decisiones sobre el desarrollo, producción o venta de productos por los Activos a Desinvertir se mantendrán separados y apartados de las otras operaciones de las Partes Obligadas.

(...)<sup>109</sup> **[énfasis añadido]**

<sup>108</sup> Folios 2186.

<sup>109</sup> Folio 2257.

<sup>110</sup> En adelante se entenderá que las “Partes Obligadas” son Soriana y Controladora Comercial Mexicana, S.A. B. de C.V. (“CCM”).



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

De lo anterior se advierte que, Soriana tiene la obligación conservar, mantener y continuar operando las Tiendas Objeto de la operación, pero como un negocio independiente, totalmente separado de las operaciones de sus demás tiendas.

En ese sentido, el Programa de Desinversión contenido en la Resolución tiene como finalidad impedir posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia que pudieran originarse por la operación analizada en el expediente CNT-021-2015, en consecuencia los condicionamientos, aceptados por Soriana en dicho expediente, tienen como objeto prevenir un impacto negativo a los mercados, y por lo tanto, que las condiciones existentes antes de la concentración en los mercados se mantuvieran y que los posibles cambios inminentes resultantes de la operación analizada se restituyeran a la brevedad posible; es por ello que se establecen diversos mecanismos y plazos en el Programa de Desinversión tendientes a la desinversión de ciertos activos.

Por lo anterior, el análisis propuesto en la presente parte de las condiciones que existían previas a la concentración analizada en el expediente CNT-021-2015, es decir, considerando que existe una entidad que no es parte de Soriana y que representaría la presión competitiva que ejercía CCM, que es la presión competitiva que desaparecería si Soriana adquiriera de forma total (incluyendo la administración y operación) las tiendas que fueron objeto del Programa de Desinversión. En todo caso, el análisis realizado para el análisis de la presente operación notificada es de conformidad con lo estipulado en el Programa de Desinversión.

En consecuencia, y con base en la información presentada por los Notificantes, a continuación se identifican los índices de concentración, antes y después de la operación, en cada uno de los ocho (8) mercados identificados, tomando en consideración el piso de venta y considerando el ámbito geográfico de los mercados relevantes como áreas circulares con centro en cada una de las Tiendas Objeto de la operación con el radio de zona correspondiente a cada tienda.

Tiendas Objeto de la Operación	IHH antes	IHH después	Variación
B	3282.33	3768.53	486.2
	3779.66	5009.54	1229.88
	3391.8	5024.47	1632.67
	3266.1	4864.63	1598.53
	3034.83	4667.06	1632.23
	4063.24	5396.12	1332.88
	2620.38	3511.03	890.65
	2556.19	3902.71	1346.52

Eliminado: ocho renglones

Al respecto, ninguno de los mercados analizados se ubica dentro de los parámetros de la Comisión para considerar que la operación representa pocos riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia.<sup>111</sup>

<sup>111</sup> De acuerdo con los Criterios Técnicos para el cálculo y aplicación de un Índice Cuantitativo para medir la Concentración del Mercado, publicados en el Diario Oficial de la Federación el catorce de mayo de dos mil quince, la Comisión considerará, como una primera aproximación al análisis de los efectos probables de una concentración en el mercado relevante, que ésta tendría

Por lo anterior, la siguiente tabla presenta los índices de concentración, antes y después de la operación, en cada uno de los ocho (8) mercados identificados, utilizando el piso de venta y un análisis de tiempo/distancia tomando en cuenta que el consumidor estaría dispuesto a hacer un viaje en automóvil particular con duración de quince (15) minutos para buscar alternativas de tienda, considerando las condiciones específicas de tráfico en un sábado a las catorce (14) horas.

Tiendas Objeto de la Operación	IHH antes	IHH después	Variación
B	3282.33	3768.53	486.2
	3517.78	5278.5	1760.72
	2899.59	5032.45	2132.86
	2903.5	5043.54	2140.04
	2839.57	4329.31	1489.74
	3682.54	6530.93	2848.39
	2774.01	3730.63	956.62
	3845.96	6428.95	2582.99

B

De los criterios y análisis descritos anteriormente, en ninguno de los ocho (8) mercados analizados se pueden descartar riesgos a la competencia.

La **fracción II del artículo 59** de la LFCE, en correlación con el artículo 7 de las DRLFCE, instruye que para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante deberá considerar la existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder.

En relación con la existencia de barreras a la entrada derivado del análisis de sustitución, realizado por lo notificantes, entre TDA y tiendas del canal tradicional, los Notificantes consideran que "(...)"

B

poca probabilidad de obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre competencia o la competencia económica en dicho mercado relevante, cuando los cálculos mencionados arrojen alguno de los siguientes resultados:

1. El cambio en el IHH sea menor de 100 puntos;
2. El valor del IHH después de la concentración sea menor de 2,000 puntos;
3. El valor del IHH después de la concentración se ubique entre 2,000 y 2,500 puntos, la variación en el IHH antes y después de la concentración se ubique entre 100 y 150 puntos, y el agente económico resultante después de la operación no se encuentre dentro de los cuatro agentes económicos con mayor participación de mercado.

<sup>112</sup> Folio 021.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B

[Redacted content]

Eliminado: cuatro párrafos, seis renglones, treinta y cinco palabras

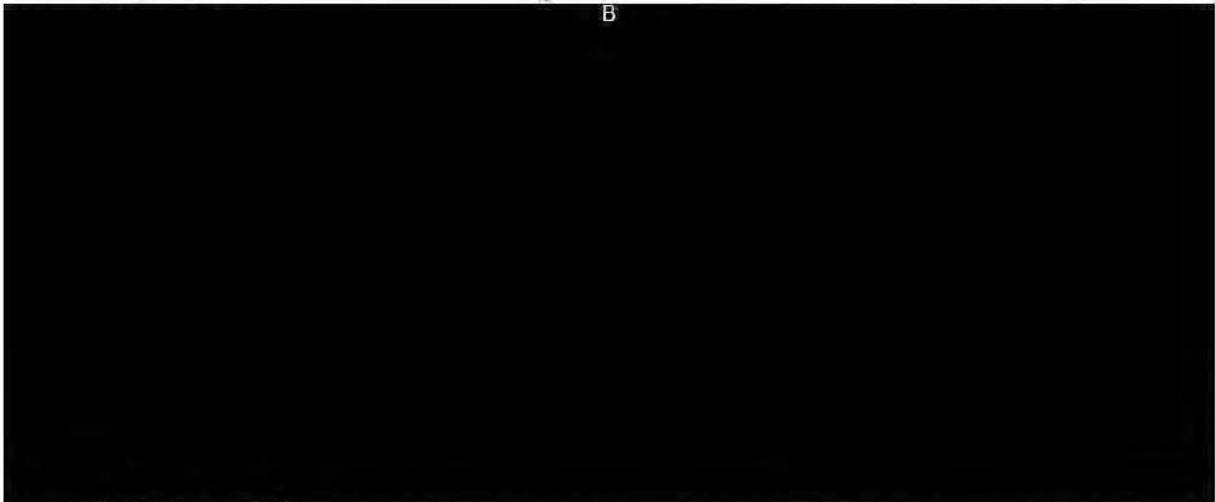
<sup>113</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala: B

<sup>114</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala: B

<sup>115</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala: B

<sup>116</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala: B

<sup>117</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala: B



B

**énfasis añadido**

Sin embargo, toda vez que del análisis realizado por esta Comisión en el presente expediente se define como producto relevante el comercio minorista de bienes a través de TDA con formatos BSHM, se procede a realizar el análisis sobre la existencia de barreras a la entrada en el comercio minorista de bienes a través de TDA con formato BSHM.

Al respecto, el artículo 7 de las DRLFCE indica cuáles elementos pueden considerarse como barreras a la entrada:

*“ARTÍCULO 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:*

*I. Los costos financieros, los costos de desarrollo de canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes;”*

En el Escrito de Notificación Walmex señala que

B

Al respecto, manifestó lo siguiente:

B

Eliminado: cuatro párrafos, un renglón, veintiséis palabras

<sup>118</sup> En la nota al pie del escrito de los Notificantes señala: “

B

<sup>119</sup> Folios 021 y 022.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

B



Eliminado: cinco párrafos, cuatro renglones, cinco palabras

Por lo anterior, se considera que la generación de una adecuada red de distribución es importante para poder participar de forma rentable en el mercado.

Ahora bien, se encontró evidencia que muestra que existen elevados costos ligados a la implementación de una adecuada red de distribución. B



122

<sup>120</sup> Folios 005, 006 y 025.

<sup>121</sup> Folio 006.

<sup>122</sup> Folios 2250 a 2252 y 2346 (Archivo electrónico Anexo 9 b).



[REDACTED] B

[REDACTED] Por ejemplo, el monto necesario para establecer su CEDI's de red de distribución de perecederos de [REDACTED] B fue de aproximadamente [REDACTED] B y en el caso de su CEDI's de red de distribución seca ubicado en [REDACTED] B el monto de inversión fue de aproximadamente [REDACTED] B. Además, señala que los valores de reemplazo<sup>123</sup> son de [REDACTED] B

[REDACTED] 124

Por su parte, Soriana señala que, para implementar un CEDI's, en promedio, se requiere de una inversión de [REDACTED] B y que el valor de reemplazo se encuentra entre los [REDACTED] B

[REDACTED]

Se identificó que las cadenas de TDA pueden utilizar redes de distribución de terceros. Al respecto, si bien las cadenas de TDA pueden utilizar las redes de distribución propias y de terceros, la composición del uso de redes de distribución propias y de terceros indica que ambas redes son complementarias.

Por lo anterior, de la información presentada por los Notificantes se puede concluir que el desarrollo de una red de distribución eficiente, y los costos en que se incurre para su implementación constituyen una barrera a la entrada.

La fracción II del artículo 7 de las DRLFCE señala, como una posible barrera a la entrada, a:

*"II. El monto, indivisibilidad y plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa rentabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo;"*

Se considera que los montos de inversión y plazos de recuperación para el establecimiento de una TDA son considerables. Al respecto, [REDACTED] B

[REDACTED]

[REDACTED]

Lo anterior demuestra que incluso para empresas bien posicionadas en el mercado [REDACTED] B [REDACTED] B, la inversión requerida es elevada.

<sup>123</sup> Costo actual de reemplazar un activo fijo por otro de las mismas características.

<sup>124</sup> Folios 2251 y 2252.

<sup>125</sup> Folio 2254.

Eliminado: diez renglones, cincuenta y seis palabras

Además, la información presentada por Walmex muestra que el monto de inversión requerido para establecer una tienda de formato B es en promedio de B para una tienda de formato B es de B y que el tiempo requerido para recuperar la inversión es de entre B 126

Por su parte, Soriana señala que el monto de inversión requerido para establecer una tienda de formato B es en promedio de B ) mientras que para una tienda de formato B es de B y que el tiempo de recuperación de la inversión es de alrededor de B 127

Asimismo, información presentada por B señala que una gran parte de la inversión necesaria para la implementación de una TDA representa un costo hundido. Por ejemplo, del monto necesario para la apertura de una TDA de formato B B corresponde a costos no recuperables como permisos, honorarios legales, de arquitectura e ingeniería, equipamiento de tienda, construcción, entre otros. Por su parte, el B de la inversión requerida para la apertura de una tienda B B corresponde a costos no recuperables. 128

Como se mencionó anteriormente, para la implementación de un nuevo CEDI's se requiere de un monto de inversión considerable. De conformidad con información presentada por B el plazo de recuperación de la inversión de un CEDI's es entre B por lo que en caso de que las tiendas cerraran un alto porcentaje de la inversión realizada no se recuperaría, lo que podría inhibir la entrada o expansión de nuevos competidores.

Por lo anterior se considera que los altos montos de inversión, los tiempos de recuperación de la inversión, y los considerables costos hundidos en que se incurren para la apertura de TDA y sus redes de distribución, podrían inhibir la entrada o expansión de nuevos competidores, por lo que se consideran importantes barreras a la entrada en el mercado relevante.

La fracción III del artículo 7 de las DRLFCE señala, como una posible barrera a la entrada, a:

*“III. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización gubernamental, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial;”*

Para la construcción, apertura y operación de una TDA en las ciudades donde se encuentran localizadas las Tiendas Objeto de la operación, es necesario contar con una serie de concesiones, permisos, licencias y autorizaciones de carácter municipal, estatal y federal.

<sup>126</sup> Los montos presentados son los efectivamente invertidos (sin considerar valor presente de rentas) Folio 2348 (Archivo electrónico Anexo 14 e).

<sup>127</sup> Folio 2432.

<sup>128</sup> Folio 2348 (Archivo electrónico Anexo 14 e).

Al respecto, Walmex señala que en los lugares en donde se encuentran establecidas las Tiendas Objeto de la operación es necesario tramitar de [REDACTED] B [REDACTED] permisos y licencias para construir, abrir y operar una nueva TDA. Algunos de los permisos y licencias que se requieren están relacionados con: i) permisos de impacto ambiental; ii) permisos de protección civil (de construcción y operación); iii) permisos de factibilidad de agua y drenaje; iv) licencia de uso y/o cambio de suelo; v) licencia de construcción; vi) licencia de bebidas alcohólicas; vii) licencia de anuncios; viii) alineamiento y número oficial; ix) dictamen de riesgos para construcción, entre otros.<sup>129</sup> Asimismo, Walmex manifestó que el tiempo promedio para la tramitación de estos permisos y licencias es de entre [REDACTED] B [REDACTED].<sup>130</sup>

La cantidad de permisos y licencias necesarios para la apertura de una nueva TDA y el tiempo requerido para obtenerlos podrían retrasar los proyectos y generar costos adicionales, dificultando la entrada y expansión de competidores en el mercado.

Por otra parte, los marcos normativos estatales pueden establecer medidas proteccionistas y/o requisitos onerosos en contra de las TDA. Incluso, la misma "Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) cuenta con instrumentos de ordenamiento territorial, que regulan el establecimiento de minisupers, tiendas de autoservicio, supermercados, plazas, centros comerciales y tiendas departamentales, para garantizar un desarrollo armonizado entre las actividades productivas y la vivienda."<sup>131</sup>

Por ejemplo, en dos mil doce, el Cabildo de Uruapan, Michoacán emitió ordenamientos para que no se expida licencia o permiso a tiendas departamentales, franquicias o empresas transnacionales en el área del centro histórico de Uruapan.<sup>132</sup>

Otro aspecto dentro de la reglamentación son los requerimientos mínimos para proyectos de edificaciones nuevas, ampliaciones y remodelaciones. En Aguascalientes, por ejemplo, se requiere que por cada veinticinco metros cuadrados (25m<sup>2</sup>) de construcción comercial exista un cajón de estacionamiento.<sup>133</sup>

Los anteriores, son ejemplos, de la existencia de normativa en diferentes zonas y regiones del país que podría generar obstáculos a la apertura de nuevas TDA.

Por lo anterior, se puede concluir que la necesidad de contar con una multitud de permisos de diversa índole para lograr la apertura de tiendas es una barrera a la entrada en el mercado relevante.

La fracción IV del artículo 7 de las DRLFCE también señala como una posible barrera a la entrada a:

<sup>129</sup> Folios: 2248 a 2250.

<sup>130</sup> Folios 2247 a 2250.

<sup>131</sup> Disponible en [www.sedecodf.gob.mx/archivos/Politica\\_de\\_Proteccion\\_Mercados\\_Publicos.pdf](http://www.sedecodf.gob.mx/archivos/Politica_de_Proteccion_Mercados_Publicos.pdf)

<sup>132</sup> Opinión OPN-004-2017 de la COFECE sobre el Ordenamiento del Cabildo de Uruapan, disponible en: <http://cofece.mx/CFCResoluciones/docs/Opiniones/V20/6/3957043.pdf>

<sup>133</sup> Artículo 204, inciso B, fracción I, del Código de Ordenamiento Territorial, Desarrollo Urbano y Vivienda para el Estado de Aguascalientes.



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

*“IV. La inversión en publicidad requerida para que una marca o nombre comercial adquiera una presencia de mercado que le permita competir con marcas o nombres ya establecidos;”*

La información presentada por los Notificantes indica que los gastos en publicidad que actualmente realizan no son elevados en relación con sus costos operativos. B

[REDACTED]

135

La fracción V del artículo 7 de las DRLFCE señala como una posible barrera a la entrada a:

*“V. Las limitaciones a la competencia en los mercados internacionales;”*

Esta fracción no resulta aplicable, puesto que los mercados analizados no tienen un alcance internacional.

La fracción VI del artículo 7 de las DRLFCE señala como una posible barrera a la entrada a:

*“VI. Las restricciones constituidas por prácticas realizadas por los Agentes Económicos ya establecidos en el mercado relevante, y”*

Se identificó que en la industria es común que se negocien cláusulas de exclusividad con los desarrolladores de centros comerciales.<sup>136</sup> B

[REDACTED]

137

Por lo anterior, es posible concluir que, a pesar de que el área arrendable de espacios comerciales se ha incrementado,<sup>138</sup> esto resulta insuficiente para considerar que las barreras a la entrada son poco significativas. De hecho, las principales plazas comerciales tienen una sola cadena de supermercados como tienda ancla.

La fracción VII del artículo 7 de las DRLFCE señala como una posible barrera a la entrada a:

*“VII. Los actos o disposiciones jurídicas emitidos por cualquier de Autoridad Pública que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios.”*

<sup>134</sup> Folios 2437 a 2439.

<sup>135</sup> Folio 2349 (Archivo electrónico 14 f).

<sup>136</sup> Folios 5528 y 5583.

<sup>137</sup> Folios 5582 y 5583.

<sup>138</sup> Folios 5501 a 5504.

No se tiene conocimiento sobre la existencia de este tipo de actos o disposiciones jurídicas.

Dado este resultado, se considera que los elevados niveles de concentración productos de la operación (y en favor de Walmart) se mantendrían en corto y mediano plazo, para los ocho (8) mercados con posibles riesgos.

En suma, las principales barreras a la entrada se vinculan al desarrollo de una red eficiente de distribución; altos costos de inversión y tiempos prolongados para recuperarla; escasos usos alternativos de infraestructura y equipo; y la necesidad de contar con una multitud de permisos de diversa índole para lograr la apertura de tiendas.

La **fracción III del artículo 59** de la LFCE instruye que para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante deberá considerar la existencia y poder de los competidores.

Al respecto, se advierte que en dos mil quince (2015), Walmex era la principal cadena de TDA a nivel nacional, al contar con más de la mitad de las unidades en operación. La segunda cadena en importancia por número de tiendas es Soriana, aunque sus unidades únicamente corresponden a una tercera parte de las tiendas del líder. Chedraui, Casa Ley y CCM, complementaban las cinco (5) principales cadenas existentes en el país.<sup>139</sup>

Sólo cuatro (4) cadenas de autoservicio (Walmex, CCM, Soriana y Chedraui) tienen presencia o cobertura a nivel nacional. Esto es consistente con la cobertura de sus centros de distribución. De éstas, las cuatro (4) tienen una presencia considerable en el centro del país, en tanto que Walmex y Soriana tienen una mayor presencia en el Norte y Chedraui mayormente en el Sureste. No obstante, existen otras cadenas con una fuerte presencia regional. Por ejemplo, en el centro del país se tiene la presencia de Súper Kompras; en las distintas regiones del Norte se concentran, entre otras, las tiendas de Casa Ley, HEB, Calimax, Santafé, Alsuper, y S-Mart; y finalmente en el Sur de la República están la Cadena Súper San Francisco de Asís y Súper Ahorros.

La **fracción IV del artículo 59** de la LFCE instruye que para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante deberá considerar las posibilidades de acceso del o de los agentes económicos y sus competidores a fuentes de insumos.

Las cadenas de TDA ofrecen principalmente productos y mercancías terminadas, así como las elaboradas en las propias tiendas.<sup>140</sup> Una TDA aportará el valor agregado al cliente a través de la ubicación, variedad de productos, comodidad (estacionamientos, entrega a domicilio, horarios extendidos, etc.), calidad, servicios diversos (bancos, servicio de apartado de mercancía, servicios crediticios, etcétera).

El proceso interno de una TDA se conforma de la logística de abasto, el proceso de transformación y la logística de exhibición de productos al consumidor final. Lo anterior incluye

<sup>139</sup> Folio 5592 (Archivo electrónico Anexo 1.8(d)(1)).

<sup>140</sup> Los productos terminados son aquellos que se ofrecen al consumidor en las condiciones en las que el fabricante concluye la elaboración de los mismos (i.e. enlatados, envasados, ropa, aparatos electrodomésticos, entre otros). Los productos elaborados son aquellos que la propia tienda procesa o elabora para posteriormente ofrecerlos al consumidor final (i.e. frutas y verduras, carnicería, artículos de panadería, tortillería, platillos de comida preparada, entre otros).



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

a detalle la selección, acopio, distribución, exhibición, conservación y promoción de los productos. En cuanto a productos que son elaborados en tienda, el proceso considera la elaboración misma, el empaque, la conservación y la venta a granel.

Las cadenas de TDA tienen dentro de su cartera de proveedores tanto a grandes corporaciones multinacionales y multiproducto, como a pequeños proveedores locales o regionales que llegan a comercializar tan sólo un producto. Ambos grupos de proveedores ofrecen principalmente sus productos a otros canales de distribución como el canal tradicional e intermediarios, y en menor grado a tiendas especializadas, o instituciones gubernamentales, por mencionar algunos.

Debido a la amplia gama de productos que comercializan las cadenas de TDA, éstas mantienen negociaciones con una cantidad importante de proveedores. B

[REDACTED]

Uno de los principales costos asociados a la distribución y, por tanto, de los principales obstáculos para la expansión de cualquier cadena de TDA, es la necesidad de invertir en el desarrollo de una red de CEDI's. B

[REDACTED]

Lo anterior sugiere que los competidores pueden enfrentar dificultades para distribuir sus insumos a sus tiendas en la medida que no tengan sus propias redes de distribución.

La **fracción V del artículo 59** de la LFCE instruye que para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante deberá considerar "*el comportamiento reciente del o los Agentes Económicos que participan en dicho mercado.*"

No existen antecedentes en la Comisión de que los Notificantes hubieran sido sancionados por alguna violación en términos del artículo 127 de la LFCE.

Por otra parte, si bien Soriana ha tenido un crecimiento durante los últimos años, éste no ha sido primordialmente de manera orgánica, sino que lo ha realizado como consecuencia de que se ha concentrado en el pasado, mediante dos concentraciones autorizadas por esta Comisión bajo los expedientes CNT-124-2007 y CNT-021-2015, lo cual indica que Soriana ha tenido una estrategia de crecimiento mediante la adquisición de sus competidores.

<sup>141</sup> Folio 5606 (Archivo electrónico "Presentación para COFECEv06jul2015 vf").

<sup>142</sup> Folio 5606 (Archivo electrónico "Presentación para COFECEv06jul2015 vf").

f



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

La **fracción VI del artículo 59** de la LFCE instruye que para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante deberá considerar los *“criterios que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión.”* En correlación con lo anterior, el artículo 8 de las DRLFCE establece que:

*“ARTÍCULO 8. Para determinar si uno o varios Agentes Económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, de conformidad con la fracción VI del artículo 59 de la Ley, la Comisión puede considerar, entre otros, los criterios siguientes:*

*I. El grado de posicionamiento de los bienes o servicios en el mercado relevante;”*

En el posicionamiento de una marca influye de manera determinante la cantidad de tiendas que tenga cierta cadena, pues entre más cerca se encuentren los establecimientos de una cadena respecto de los usuarios o consumidores, se incrementa el reconocimiento de la misma. Asimismo, la cantidad de tiendas que un agente económico opera se encuentra directamente ligada a una adecuada red de distribución que respalde el surtimiento oportuno de estas tiendas. En el caso de Walmex y Soriana, existe un elevado grado de posicionamiento de los servicios que prestan en el mercado relevante, apoyado por una red de distribución nacional eficiente.

Este posicionamiento se refuerza por los beneficios que las TDA representan a los consumidores en términos de ofrecer, en un solo lugar, diversos y muy variados satisfactores de consumo. En este sentido, la compra de una despensa grande adquirida en la TDA equivale en el canal tradicional a la visita de varios establecimientos, con los costos en tiempo y traslado que esto representa.

*“II. La falta de acceso a importaciones o la existencia de costos elevados de internación; y”*

Esta fracción no se actualiza, en virtud de que, por sus características, el servicio no se puede importar o internar al país. En este tipo de servicios, son los consumidores quienes se trasladan a las tiendas para abastecer sus necesidades.

*“III. La existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores.”*

De acuerdo con la información presentada por los Notificantes, se pudo determinar que los usuarios o clientes de las TDA con formato BSHM acuden a este tipo de establecimientos periódicamente para adquirir una canasta de productos que les permite reabastecer de manera programada, y preponderantemente cada semana, una porción de su despensa.

En este sentido, los usuarios o clientes de las TDA exhiben cierta disposición a trasladarse a este tipo de establecimientos. La distancia que un usuario o cliente está dispuesto a viajar depende directamente del beneficio de capturar los diferenciales de precio que hay entre establecimientos cuando adquieren la canasta de bienes y/o servicios que satisface sus necesidades de consumo.

Al respecto, las TDA con características similares que se encuentren dentro del área de influencia de otra tienda, podrán ser consideradas como otra opción de abasto por los consumidores. Para determinar el área de influencia que tiene una tienda en particular, se analiza principalmente la



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

distancia que estaría dispuesto a recorrer un cliente en un tiempo razonable, y las variables que determinan dicho desplazamiento.

**Séptima.** Para determinar si la concentración no debe ser autorizada o debe ser sancionada, de conformidad con la fracción III del artículo 63 de la LFCE, la Comisión deberá considerar:

*“III. Los efectos de la concentración en el mercado relevante con respecto a los demás competidores y demandantes del bien o servicio, así como en otros mercados y agentes económicos relacionados.”*

Como resultado de la operación, la cantidad de competidores disminuiría en los diferentes mercados relevantes y, en siete (7) de los ocho (8) mercados relevantes identificados, Walmex sería el agente económico con mayor participación de mercado en piso de ventas,<sup>143</sup> lo cual provocaría que los consumidores viajaran mayores distancias para encontrar una tienda con precios más bajos, implicando un mayor costo de traslado, tanto en términos monetarios como en términos de tiempo. Al aumentar el costo de traslado, los consumidores se vuelven más insensibles a incrementos de los precios por parte de las TDA (menor elasticidad precio de la demanda). Este efecto tendría mayor impacto para los consumidores que habitan cerca de las Tiendas Objeto y su segunda opción más cercana es una tienda de Walmex: en caso de realizarse la concentración, estos consumidores tendrían que recorrer una mayor distancia para asistir a la tienda de algún competidor de Walmex, otorgándole la posibilidad a Walmex de tener un mayor margen para incrementar sus precios.

La posibilidad de que ocurra este efecto aumenta en la medida que Walmex obtengan, como resultado de la concentración, elevadas cuotas de mercado. Como los mercados relevantes presentan barreras a la entrada y expansión, es poco probable que exista la entrada de nuevas tiendas que disminuya la posibilidad de incrementos de precios por parte de Walmex, en caso de realizarse la operación.

Al respecto, los Notificantes manifiestan, mediante el escrito de cuatro de marzo de dos mil veinte, que “(...) B

B (...)”. Sin embargo, se advierte que los Notificantes no proporcionaron elementos para acreditar dicha manifestación.

Adicionalmente, cabe resaltar que las cadenas de TDA monitorean precios de forma frecuente y a nivel localidad, lo que hace que los precios que ofrece cada una de las tiendas que participan en un área geográfica sean ampliamente observables. Por ejemplo, B

<sup>143</sup> El único mercado en donde Walmex no se convertiría en el agente económico con mayor participación de mercado es el de B sin embargo, con la adquisición de dicha TDA Walmex sería el segundo agente con mayor participación de mercado.

<sup>144</sup> Folio 3592 (Archivo electrónico Anexo 1.13(1)).

Eliminado: tres renglones, dieciocho palabras

B

No obstante, como se demostró anteriormente,

B

cambios en sus estrategias de precios, lo cual puede incentivar una respuesta. Así, el monitoreo continuo permite identificar la intensidad de la presión competitiva en el mercado. Esta es información valiosa para determinar la estrategia de precios de los agentes económicos, la cual puede cambiar de forma inmediata ante cambios en las condiciones del mercado. En consecuencia, ante una reducción en la presión competitiva en sus áreas de influencia, las tiendas de Walmex no tendrían incentivos para bajar sus precios, inclusive estarían en condiciones y tendrían los incentivos para incrementar sus precios en un periodo corto de tiempo.

**Octava.** La fracción IV del artículo 63 de la LFCE señala que para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en términos de la LFCE, la Comisión debe considerar:

*“IV. La participación de los involucrados en la concentración en otros agentes económicos y la participación de otros agentes económicos en los involucrados en la concentración, siempre que dichos agentes participen directa o indirectamente en el mercado relevante o en mercados relacionados. Cuando no sea posible identificar dicha participación, esta circunstancia deberá quedar plenamente justificada.”*

No se identifica que los agentes económicos involucrados en la concentración participen en otros agentes económicos, ni tampoco que otros agentes económicos participen en los agentes involucrados en la concentración.

**Novena.** Las fracciones V y VI del artículo 63 de la LFCE señalan que, para determinar si la concentración no debe ser autorizada o debe ser sancionada en términos de la LFCE, la Comisión debe considerar:

*“V. Los elementos que aporten los agentes económicos para acreditar la mayor eficiencia del mercado que se lograría derivada de la concentración y que incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia; y*

<sup>145</sup> Folio 2242.

<sup>146</sup> Folio 2244.

Eliminado: un párrafo, cuatro renglones, diecisiete palabras



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

*VI. Los demás criterios e instrumentos analíticos que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias y los criterios técnicos.”*

Al respecto, el artículo 14 de las DRLFCE establece lo siguiente:

*“Artículo 14. Para efectos de la fracción V del artículo 63 de la Ley, se considera que una concentración logrará una mayor eficiencia e incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia, cuando el Agente Económico demuestre que las ganancias en eficiencia del mercado que se derivarán específicamente de la concentración superarán de forma continuada sus posibles efectos anticompetitivos en dicho mercado y resultarán en una mejora al bienestar del consumidor.*

*Para efectos de lo anterior, se entenderán como ganancias en eficiencia, entre otras, las siguientes:*

- I. La obtención de ahorros en recursos que permitan producir la misma cantidad del bien a menor costo o una mayor cantidad del bien al mismo costo, sin disminuir la calidad del bien;*
- II. La reducción de costos si se producen dos o más bienes o servicios de manera conjunta que separadamente;*
- III. La transferencia o desarrollo de tecnología de producción;*
- IV. La disminución del costo de producción o comercialización derivada de la expansión de una red de infraestructura o distribución; y*
- V. Las demás que demuestren que las aportaciones netas al bienestar del consumidor derivadas de la concentración superan sus efectos anticompetitivos.*

*Para que estas ganancias en eficiencia sean tomadas en cuenta por la Comisión, los notificantes deben presentar análisis, estudios económicos, peritajes u otros documentos que demuestren que dichas ganancias incrementarán el bienestar del consumidor.*

*(...)*

*La sola presentación de documentos para acreditar las ganancias en eficiencia a que se refiere este artículo no prejuzga sobre el fondo del asunto.”*

De conformidad con lo anterior, corresponde a los Notificantes acreditar: i) la existencia de una mayor eficiencia en el mercado como resultado de la concentración; ii) que la mayor eficiencia incidirá de manera favorable en el proceso de competencia y libre concurrencia; y iii) que las ganancias en eficiencia superarán de forma continuada los posibles efectos anticompetitivos de la concentración.

Además, para que las ganancias en eficiencia puedan ser tomadas en cuenta por la Comisión, el agente económico debe presentar análisis, estudios económicos, peritajes u otros documentos que demuestren que éstas incrementarán el bienestar del consumidor.

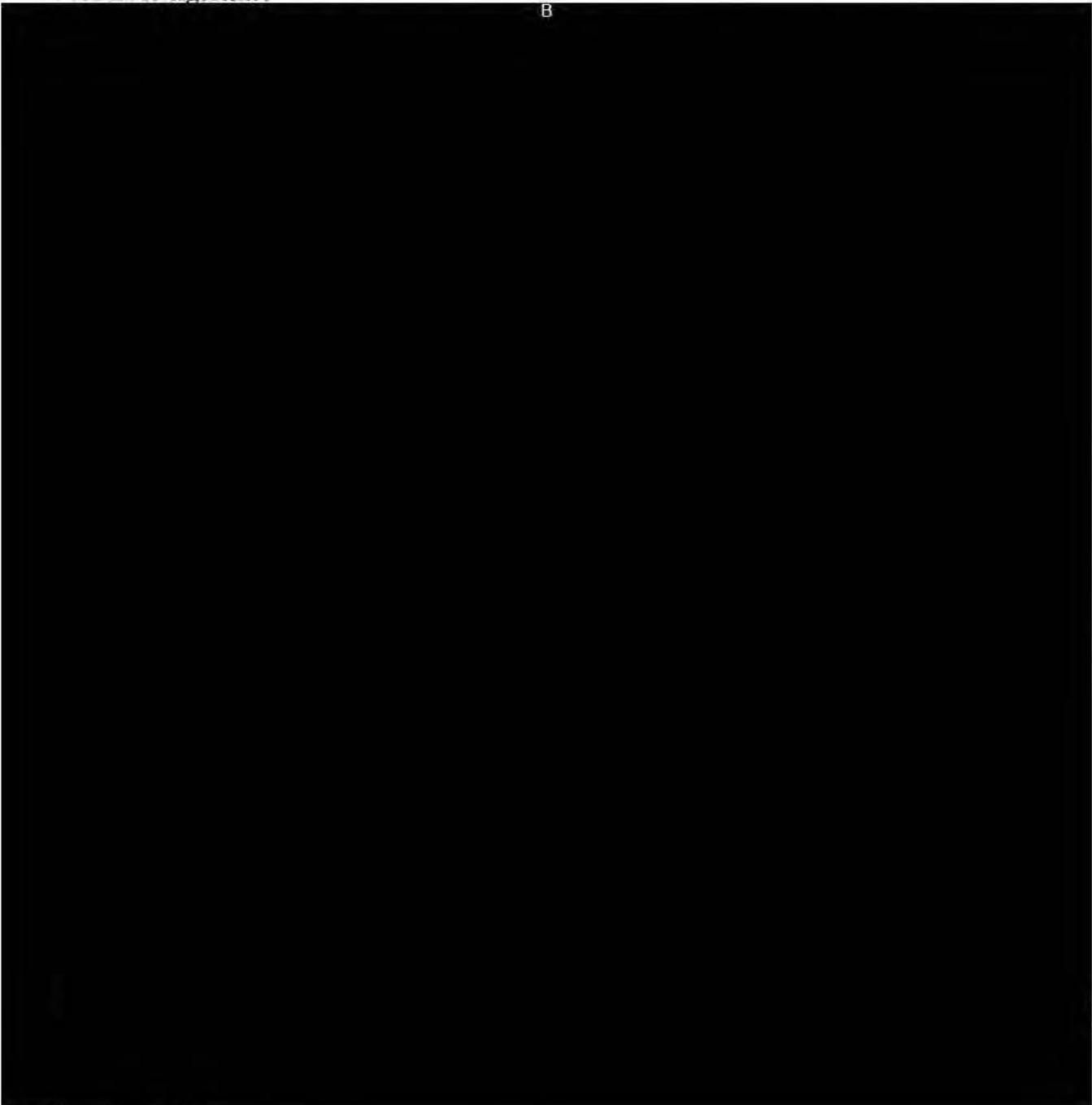
Ahora bien, el hecho de que las ganancias en eficiencia deban ser un resultado específico de la concentración es de suma importancia. En términos generales, se considera que una eficiencia es resultado específico de la concentración cuando es poco probable que esa eficiencia se genere en ausencia de la concentración o de cualquier otro medio que tenga los mismos efectos. En otras palabras, las autoridades de competencia consideran que una eficiencia no es específica a la



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

concentración si ésta pudiera generarse mediante otras alternativas que representan menos riesgos a la competencia.

Respecto de las eficiencias que los Notificantes manifiestan que tendrá la operación de mérito, se señala lo siguiente:<sup>147</sup>



B

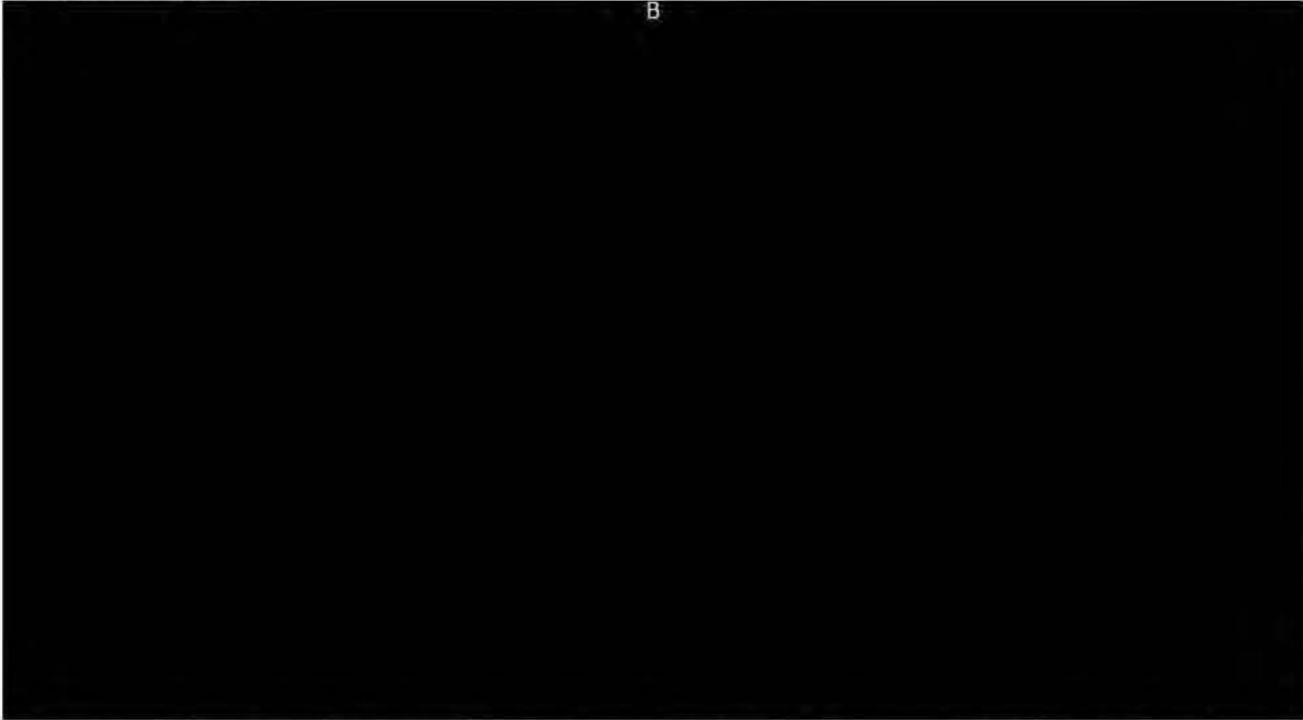
Eliminado: seis párrafos

<sup>147</sup> Folios 004 al 006.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

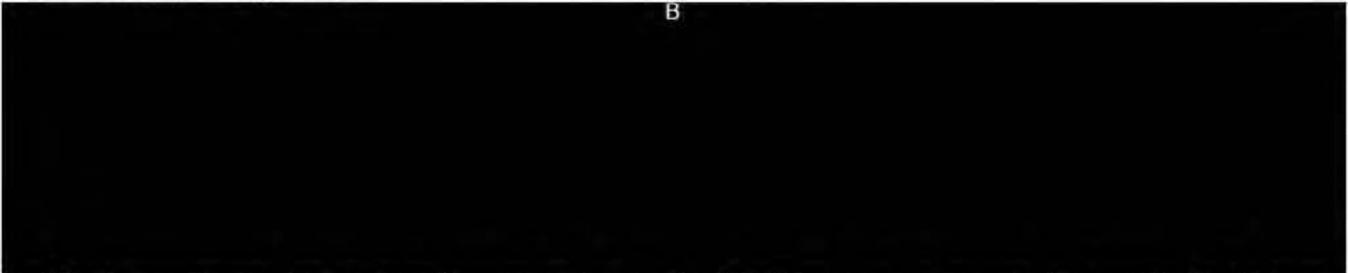
B



Eliminado: seis párrafos

Asimismo, cuando los Notificantes identifican los efectos que la operación notificada tendría, manifiestan lo siguiente:<sup>148</sup>

B



En el expediente obra un estudio preparado para los Notificantes que muestra los resultados de un ejercicio econométrico que cuantifica los efectos que, en determinadas localidades, tiene la entrada de una tienda adicional de Walmex sobre los precios de sus competidores. En particular, estos efectos se relacionan con:<sup>149</sup>

B



<sup>148</sup> Folio 024.

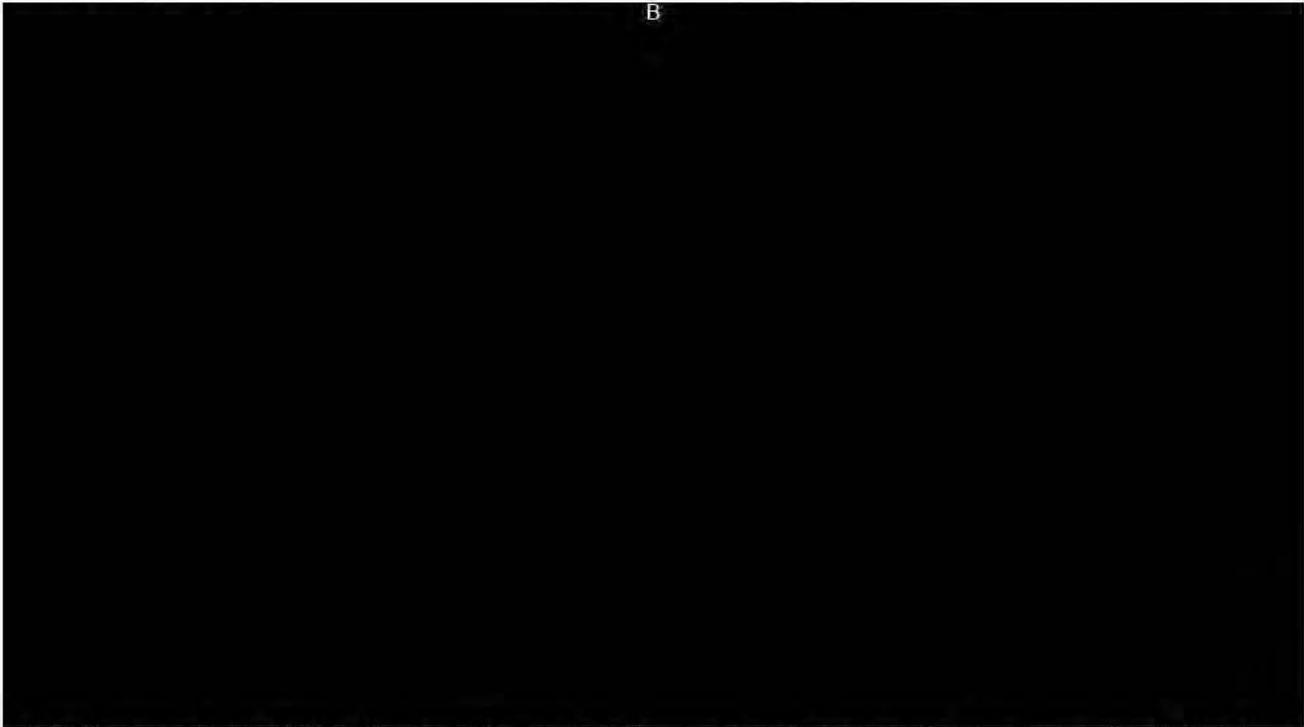
<sup>149</sup> Folios 027 al 029.

f

2

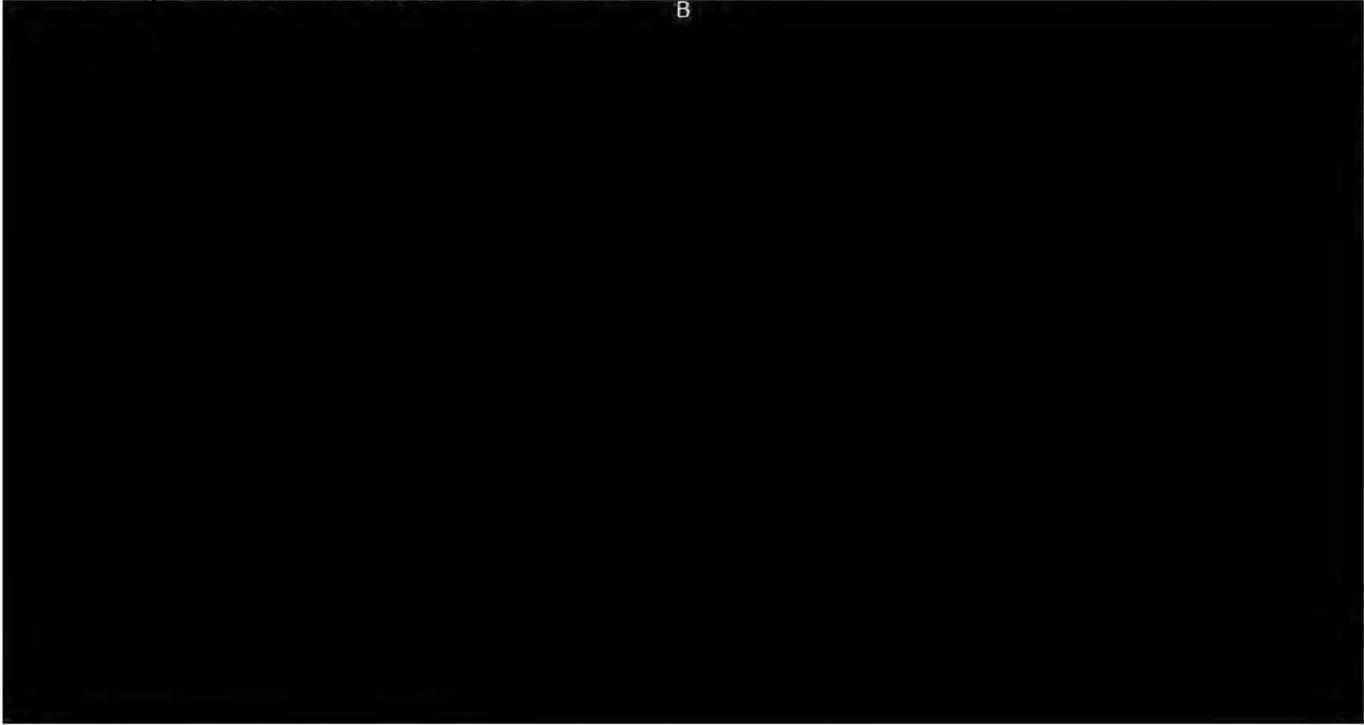


Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017



B

En términos de la eficiencia asignativa que se observaría en la economía en su agregado, derivada de la operación notificada, los Notificantes señalan:<sup>150</sup>



B

Eliminado: seis párrafos, tres renglones

<sup>150</sup> Folios 030 al 032.

A handwritten mark or signature in the bottom right corner of the page.

B

Ahora bien, los Notificantes no señalan específicamente cuál de las fracciones del artículo 14 de las DRLFCE es la que se actualiza como resultado de las supuestas eficiencias derivadas de la concentración. A continuación, se presenta un análisis sobre las eficiencias planteadas por los mismos, a fin de identificar si alguna se actualiza cualquiera de las fracciones a que se refiere el citado artículo.

*1. Precios más bajos en el segmento de supermercados ante la entrada de Walmex*

Como ya se señaló, una manera mediante la cual los Notificantes pretenden mostrar las eficiencias que se generarían de la concentración, es midiendo el efecto que la apertura de una TDA operada por Walmex tiene sobre los precios de sus competidores.

Con este propósito, los Notificantes presentan la aplicación de un análisis de diferencia en diferencias (DiD).<sup>151</sup>

<sup>151</sup> El estimador (DiD) se define como la diferencia en el resultado promedio en el grupo de tratamiento antes y después del tratamiento menos la diferencia en el resultado promedio en el grupo de control antes y después del tratamiento. Lo anterior elimina sesgos en la comparación.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

Los efectos derivados de la apertura de una tienda de Wal-Mart sobre los precios promedio de los competidores, según el formato de tienda, se muestran a continuación



Así, con la apertura de una nueva tienda de Walmex el precio promedio ponderado (en logaritmos) de la canasta de bienes que ofrecen los competidores [redacted] B [redacted] [redacted] B unidades, en el caso de que esta nueva tienda sea del formato Superama, y en [redacted] B unidades en caso de que la nueva tienda sea del formato Supercenter.

Con base en estos resultados, los Notificantes concluyen que la entrada de Walmex (en los formatos Supercenter y Superama), afecta de [redacted] B de sus competidores.

Con el propósito de valorar estos efectos en términos relevantes para el análisis de competencia, a continuación, se vuelve a enunciar lo señalado en el artículo 14 de las DRLFCE:

*“Artículo 14. Para efectos de la fracción V del artículo 63 de la Ley, se considera que una concentración logrará una mayor eficiencia e incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia, cuando el Agente Económico demuestre que las ganancias en eficiencia del mercado que se derivarán específicamente de la concentración superarán de forma continuada sus posibles efectos anticompetitivos en dicho mercado y resultarán en una mejora al bienestar del consumidor.*

*Para efectos de lo anterior, se entenderán como ganancias en eficiencia, entre otras, las siguientes:*

- I. La obtención de ahorros en recursos que permitan producir la misma cantidad del bien a menor costo o una mayor cantidad del bien al mismo costo, sin disminuir la calidad del bien;*
- II. La reducción de costos si se producen dos o más bienes o servicios de manera conjunta que separadamente;*
- III. La transferencia o desarrollo de tecnología de producción;*
- IV. La disminución del costo de producción o comercialización derivada de la expansión de una red de infraestructura o distribución; y*
- V. Las demás que demuestren que las aportaciones netas al bienestar del consumidor derivadas de la concentración superan sus efectos anticompetitivos.*

Eliminado: una tabla, veintuna palabras



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

*Para que estas ganancias en eficiencia sean tomadas en cuenta por la Comisión, los notificantes deben presentar análisis, estudios económicos, peritajes u otros documentos que demuestren que dichas ganancias incrementarán el bienestar del consumidor.*

(...)"

En el marco que señala el Artículo 14 de las DRLFCE, un conjunto importante de las ganancias en eficiencia enumeradas se relaciona con la obtención de ahorros en recursos productivos, la reducción o disminución de costos de producción, o la transferencia y desarrollo de tecnología para la producción. [REDACTED] B

Por otra parte, lo señalado por el artículo 14 de las DRLFCE en relación con: "(...) Las demás que demuestren que las aportaciones netas al bienestar del consumidor derivadas de la concentración superan sus efectos anticompetitivos", incluye elementos que pudieran asociarse al cálculo presentado por los Notificantes.

En términos generales, los Notificantes identifican un [REDACTED] B en beneficio de los consumidores, [REDACTED] B. Ciertamente este es un impacto que, en la medida en la que los consumidores enfrentan menores precios, se traslada directamente al bienestar de los consumidores.

Sin embargo, el efecto encontrado [REDACTED] B tras la apertura de una nueva tienda de Walmex es una característica derivada del modelo de negocios de este agente económico y, en este sentido, inherente a dicho agente.<sup>152</sup> En otras palabras, los consumidores se pueden beneficiar de este efecto [REDACTED] B de maneras alternativas a la concentración notificada, alternativas que incluso representan menos riesgos a la competencia. [REDACTED] B

Ahora bien, derivado de operación notificada, lo que estrictamente se observaría en las localidades donde se encuentran las Tiendas Objeto no es la apertura de nuevas tiendas y, en ese sentido, la creación de nueva oferta, sino la sustitución de un agente económico por otro. Respecto del efecto que se observa en los precios de sus competidores cuando Wal-Mart sustituye a un agente económico, las Partes no presentan elementos que permitan acreditar que existen eficiencias relacionadas.

Por lo anterior, y respecto de la supuesta eficiencia relacionada con el [REDACTED] B de los competidores en las localidades donde Walmex apertura una nueva tienda, se

<sup>152</sup> Resulta pertinente reconocer que la apertura de nuevas tiendas de Wal-Mart en una localidad determinada representa la aparición de nueva oferta y, en este sentido, la teoría económica anticipa una presión a la baja en los precios derivada de esta circunstancia, por lo que el efecto de disminución de precios asociado a la nueva apertura de tiendas de Wal-Mart es un elemento ampliamente documentado en la literatura económica.

Eliminado: cinco renglones, cuarenta y ocho palabras



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

considera que no existen elementos para acreditar su naturaleza de eficiencia en términos de lo señalado por el artículo 14 de las DRLFCE.

Cabe señalar que, mediante escrito presentado el cuatro de marzo de dos mil veinte, los Notificantes presentaron documentación para acreditar supuestas ganancias en eficiencia que, a su consideración, derivan de la operación notificada.

Al respecto, el artículo 14 de las DRLFCE señala que los Notificantes contaban con un plazo de tres (3) días para que proporcionaran dicha información, contados a partir de la fecha en que se les comunicaron posibles riesgos a la competencia y libre concurrencia, esto es a partir del catorce de febrero de dos mil veinte, por lo que el plazo señalado feneció el diecinueve de febrero del año en curso.

De esta forma, toda vez que la documentación proporcionada se entregó en la oficialía de partes de esta Comisión el cuatro de marzo de dos mil veinte, se advierte que se encuentra fuera del plazo señalado en el artículo 14 de las DRLFCE. En cualquier caso, los argumentos presentados por los Notificantes no resultan idóneos para probar su dicho.

Los Notificantes argumentan que la operación notificada generará una ganancia en eficiencia en términos del artículo 14, fracción V de las DRLFCE, al traducirse en B [REDACTED] de Walmex y sus competidores, gracias a lo que los Notificantes denominan el “efecto Walmart”.

Para acreditar dicho efecto, los Notificantes presentaron un ejercicio econométrico que cuantifica el efecto que tiene B [REDACTED]

Para ello, los Notificantes hacen referencia B [REDACTED]

[REDACTED]<sup>153</sup>

El artículo 14 de las DRLFCE, establece:

*“[...] se considera que una concentración logrará una mayor eficiencia e incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia, cuando el Agente Económico demuestre que las ganancias en eficiencia del mercado que se derivarán específicamente de la concentración superarán de forma continuada sus posibles efectos anticompetitivos en dicho mercado y resultarán en una mejora al bienestar del consumidor [...]”.*

El ejercicio econométrico de los Notificantes se basó en un modelo de regresión multivariado que busca cuantificar el efecto que tuvo B [REDACTED]

<sup>153</sup> B [REDACTED]

B Con base en estos resultados, los Notificantes concluyen que B

Sin embargo, el documento no permite verificar la robustez<sup>154</sup> de los resultados, lo que podría lograrse con un análisis de sensibilidad ante cambios de las variables de control<sup>155</sup> y mediante especificaciones alternativas. Así, el ejercicio econométrico presentado por los Notificantes se basa en información relativa a mercados que muy probablemente cuentan con estructuras y dinámicas distintas respecto de los mercados relevantes asociados a la transacción (incluyendo diferentes niveles de concentración de mercado, los niveles de competencia efectiva y la presión competitiva que enfrenta Walmex en cada uno de esos mercados, lo que no fue considerado por los Notificantes).

Adicionalmente, al no presentar análisis de robustez, existe la posibilidad de que cualquier cambio en las variables de control<sup>156</sup> arrojen resultados distintos a los obtenidos. Por ejemplo, el modelo de cambio estructural empleado supone que la fuente del efecto es única (es decir, B a B) y que la fecha del cambio estructural corresponde a B. Al respecto, cabe señalar que no puede descartarse la existencia de factores diferentes que puedan explicar el cambio estructural.

Por otro lado, la B utilizada en el modelo se construye a partir de B cuando algunas TDA llegan a comercializar alrededor de B lo que resta confiabilidad a la estimación.

Por otra parte, cabe señalar que el B fueron utilizadas como variables de control. A este respecto, el B

Por otro lado, el uso de variables como la B puede resultar no idóneo en poblaciones como B cuya mano de obra trabaja

<sup>154</sup> La realización de estudios empíricos requiere la realización de un análisis de robustez, en donde se examina la variación o comportamiento de los coeficientes del modelo propuesto cuando la especificación del modelo es modificada.

<sup>155</sup> Una de las formas de realizar el análisis de robustez es agregando o quitando las variables explicativas que fueron incluidas en la especificación del modelo, con la finalidad de observar cómo y/o cuánto cambian las estimaciones de los parámetros de la regresión.

<sup>156</sup> Las variables de control también son conocidas como regresores, variables explicativas o variables independientes, las cuales se utilizan para explicar la relación establecida por la ecuación de un modelo econométrico.

<sup>157</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México). Índice Nacional de Precios al Consumidor: documento metodológico: base segunda quincena de julio de 2018 / Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI, c2018. Disponible en: [http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/702825104177.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825104177.pdf)

principalmente en el sector terciario. Así, los resultados del modelo específico que se presentan no permiten evaluar qué tan sensibles son los resultados ante cambios en estas variables.

De ese modo se advierte, por una parte, que los resultados del ejercicio econométrico son cuestionables y, por la otra, que al no haberse considerado las diferencias entre [REDACTED] los Notificantes no presentan elementos que permitan concluir que el efecto [REDACTED] también se presentará en los mercados relevantes definidos por esta Comisión respecto de la transacción analizada en el expediente que se actúa, tomando en consideración que la dinámica competitiva que prevalece cada mercado relevante es distinta.

En vista de lo anterior, es notorio que el ejercicio presentado por los Notificantes, no acredita en términos de la normatividad aplicable, las eficiencias que **derivarian específicamente de la concentración analizada**, y menos aún, que éstas serían superiores a sus posibles efectos anticompetitivos y que resultarían en una mejora del bienestar del consumidor.<sup>158</sup>

**Se reitera que, en cualquier caso, los Notificantes presentaron elementos para presentar supuestas ganancias en eficiencia fuera de plazo legal** concedido en la normativa de competencia para tal efecto, tal como se detalló al inicio de esta sección.

**Décima.** Por todo lo anterior se considera que la propuesta de desinversión notificada en el presente expediente no elimina los efectos contrarios a la libre competencia y al proceso de competencia derivados de la concentración CNT-021-2015, ya que no restaura las condiciones de competencia previas a dicha concentración.

En congruencia con lo anterior, la transacción tal y como se pretende llevar a cabo implica una afectación al proceso de competencia y libre competencia que atenta contra la Resolución y el mandato constitucional establecido en el artículo 28 constitucional al impedir el cumplimiento eficaz del objeto de esta Comisión:

*“(…) El Estado contará con una Comisión Federal de Competencia Económica, que será un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tendrá por objeto garantizar la libre competencia y concurrencia, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, en los términos que establecen esta Constitución y las leyes. La Comisión contará con las facultades necesarias para cumplir eficazmente con su objeto, entre ellas las de ordenar medidas para eliminar las barreras a la competencia y la libre concurrencia; regular el acceso a insumos esenciales, y ordenar la desincorporación de activos, derechos, partes sociales o*

<sup>158</sup> Así, por ejemplo, los Notificantes señalan que [REDACTED]



**Pleno**  
**Resolución en cumplimiento de amparo**  
**Expediente No. CNT-092-2017**

*acciones de los agentes económicos, en las proporciones necesarias para eliminar efectos anticompetitivos (...)*”.

Al respecto, el análisis realizado por esta Comisión en el expediente CNT-021-2015, mismo que guarda estrecha relación con la operación notificada en el expediente al rubro señalado, encontró que de llevarse a cabo la transacción permitiría a Soriana consolidar o acrecentar el poder de mercado en los mercados relevantes identificados con riesgos a la competencia y con ello pudieran estar en la posibilidad de incurrir en conductas violatorias a la LFCE. Por lo anterior, la Resolución impuso las condiciones necesarias para restaurar el proceso de competencia; así como, prevenir cualquier conducta violatoria de la LFCE.

En este orden de ideas, la operación notificada en el expediente en que se actúa no restaura el proceso de competencia en los términos y bajo las condiciones establecidas en la Resolución. Además, por lo vertido en esta resolución podría actualizarse lo previsto en el artículo 62, 64, fracción I y 90, fracción V, último párrafo, de la LFCE.

**Décima Primera.** Con base en todo lo señalado previamente, y de conformidad con los artículos 61, 62, 63 y 64, fracción I de la LFCE y de lo derivado de lo expuesto en esta resolución, se advierte que la transacción de mérito podría tener como objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre concurrencia o la competencia económica en los mercados relevantes.

Por lo anterior, se considera que se debe objetar la concentración notificada por Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.; Nueva Wal-Mart de México, S. de R.L. de C.V.; Arrendadora de Centros Comerciales, S. de R.L. de C.V.; Inmobiliaria Carpir, S. de R.L. de C.V.; Organización Soriana, S.A.B. de C.V.; Inmueblemar, S.A. de C.V.; Inmobiliaria Gleznova, S.A. de C.V.; CCM SOR, S.A. de C.V.; Arrendadora de Súper Mercados, S.A. de C.V. y Tiendas Comercial Mexicana, S.A. de C.V.; relativa al expediente en que se actúa, en los términos en los cuales fue planteada en el Escrito de Notificación y los demás escritos, documentos e información presentada por los Notificantes.

Por lo anteriormente expuesto, el Pleno de esta Comisión,

**RESUELVE:**

**ÚNICO.** Objetar la concentración notificada por Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.; Nueva Wal-Mart de México, S. de R.L. de C.V.; Arrendadora de Centros Comerciales, S. de R.L. de C.V.; Inmobiliaria Carpir, S. de R.L. de C.V.; Organización Soriana, S.A.B. de C.V.; Inmueblemar, S.A. de C.V.; Inmobiliaria Gleznova, S.A. de C.V.; CCM SOR, S.A. de C.V.; Arrendadora de Súper Mercados, S.A. de C.V. y Tiendas Comercial Mexicana, S.A. de C.V.; relativa al expediente en que se actúa, en los términos en los cuales fue planteada en el Escrito de Notificación y los demás escritos, documentos e información presentada por los Notificantes.



Pleno  
Resolución en cumplimiento de amparo  
Expediente No. CNT-092-2017

**Notifíquese personalmente.** Así lo resolvió, por unanimidad de votos, el Pleno de esta Comisión con fundamento en los artículos citados en la presente resolución, en la sesión de mérito, ante la fe del Secretario Técnico, con fundamento en los artículos 4, fracción IV, 18, 19 y 20, fracciones XXVI, XXVII y LVI, del Estatuto.

**Alejandra Palacios Prieto**  
Comisionada Presidenta

**Eduardo Martínez Chombo**  
Comisionado

**Brenda Gisela Hernández Ramírez**  
Comisionada

**Alejandro Faya Rodríguez**  
Comisionado

**José Eduardo Mendoza Contreras**  
Comisionado

**Gustavo Rodrigo Pérez Valdespín**  
Comisionado

**Fidel Gerardo Sierra Aranda**  
Secretario Técnico

c.c.p. José Luis Ambriz Villalpa. Director General de Concentraciones. Para su seguimiento.