



LA OPERACIÓN

En febrero de 2015 Soriana notificó a la COFECE su intención de adquirir 159 tiendas de Controladora Comercial Mexicana (CCM).



EL MERCADO

Tiene un ámbito geográfico local. Los consumidores valoran la cercanía de las tiendas y acuden a aquéllas más próximas a sus actividades cotidianas.

Los precios son transparentes y fáciles de monitorear. Las tiendas pueden ajustar los precios al comportamiento de la competencia dentro de su área de influencia.¹

Existen altos costos de entrada. Por un lado, es caro desarrollar redes de distribución. Por otro, los sitios adecuados y bien ubicados para construir nuevas tiendas son escasos y su costo puede ser demasiado alto.²



¿QUÉ ENCONTRÓ LA COFECE?

Definió un mercado local por cada tienda y analizó aquéllos donde Soriana y CCM competían.

Encontró que en 27 de estos mercados existían riesgos a la competencia. Si se aprobaba la concentración, Soriana podría subir sus precios porque:

- tendría alta participación de piso de venta, tiendas y ventas; y
- era difícil que se establecieran nuevas tiendas de autoservicio en dichas áreas por los altos costos de entrada.

La COFECE autorizó la operación condicionada a que Soriana no adquiriera las tiendas de CCM que se encontraban en esas 27 áreas, o que las venda en un periodo establecido después de la concentración.³



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Las condiciones impuestas por la COFECE evitaron que los consumidores pagaran precios hasta 5.26% más altos en esos 27 mercados.⁵

El beneficio social generado al condicionar la concentración se estimó en más de 343 millones de pesos.⁶ Esto equivale a:

- 72% del presupuesto otorgado a la Comisión en 2015;
- regalar una tarjeta de vales con \$1,000 a 28 mil familias cada mes por un año; o
- al gasto en alimentos en supermercados de 49 mil familias durante un año.⁷



1. Expediente [CNT-021-2015](#), p. 28

2. Expediente op. cit, p. 57

3. [Comunicado de prensa](#) disponible en el portal de la COFECE.

4. ENIGH 2014, INEGI

5. Evaluación ex ante *disponible en el portal de la COFECE*.

6. Precios de 2015.

7. COFECE con datos de ENIGH 2014.