
COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

**19ª. SESIÓN ORDINARIA DEL PLENO, CELEBRADA
EL 4 DE JUNIO DE DOS MIL QUINCE**

VERSION ESTENOGRÁFICA

Alejandra Palacios Prieto (APP): Muy buenos días hoy es cuatro de junio de dos mil quince celebramos la décima novena sesión ordinaria del Pleno de la Comisión Federal de Competencia Económica.

Antes de iniciar debo señalar que esta sesión será pública con la versión estenográfica que se publique en el sitio de internet de la Comisión, en términos del artículo 47 de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica y demás disposiciones jurídicas aplicables.

El día de hoy estamos presentes todos los Comisionados y el Secretario Técnico. Les pido por favor digan su nombre ante el micrófono para que quede constancia de su presencia.

Francisco Javier Núñez Melgoza.
Alejandro Ildfonso Castañeda Sabido.
Benjamín Contreras Astiazarán.
Roberto Villarreal Gonda.
Eduardo Martínez Chombo.
Martín Moguel Gloria.
Jesús Ignacio Navarro Zermeño.
Alejandra Palacios Prieto.

APP: Inicio la sesión con la lectura del orden del día de hoy, son siete puntos:

El primero es la presentación, discusión y, en su caso, aprobación del acta correspondiente a la Sesión del Pleno de la Comisión Federal de Competencia Económica celebrada el día veinte de mayo de dos mil quince.

Segundo. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la concentración entre Office Depot de México, S.A. de C.V., Radio Shack Corporation, ITC Services Inc. y otros. Es el asunto CNT-045-2015.

Tercero. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la concentración entre Ken Debt 1 Investment, S.A.R.L., Breds Europe 1 Holding NQ, L.P., GE Real Estate México, S. de R.L. de C.V., Neptuno Real Estate, S. de R.L. de C.V. y otros. Es el asunto CNT-051-2015.

Cuarto punto en el orden del día. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la concentración entre Barcelo Corporación Empresarial, S.A., Partler 2006, S.L., Tamar International, S.A.R.L. e Iosa Inmuebles S.L. Es el asunto CNT-052-2015.

Quinto punto. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la opinión a los participantes de la licitación pública LI-007-2013, relacionado con los expedientes: LI-007(01)-2013, LI-007(02)-2013, LI-007(03)-2013, LI-007(04)-2013, LI-007(05)-2013, LI-007(06)-2013, LI-007(07)-2013, LI-007(08)-2013, LI-007(09)-2013, LI-007(10)-2013, LI-007(11)-2013.

Sexto: Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la opinión a los participantes de la licitación revisión "A" del proyecto 43 CC Noreste LI-009-2014, expedientes: LI-009(01)-2014, LI-009(02)-2014, LI-009(03)-2014, LI-009(04)-2014, LI-009(05)-2014, LI-009(06)-2014 y LI-009(07)-2014.

Séptimo y último punto en el orden del día. Presentación, discusión y, en su caso... séptimo... ¡bueno! sobre la concentración entre Cadena Comercial de Farmacias, S.A.P.I. de C.V., Grupo Industrial GP Romo, S.A. de C.V. y otros. Es el asunto CNT-122-2014.

No eran siete puntos sino ocho (una disculpa), en la agenda del día de hoy.

El octavo punto es de asuntos generales y hay uno el día de hoy, y es la presentación, discusión y, en su caso, aprobación de *"la opinión sobre el Impacto de los Servicios de Transporte de Personas por Medio de Plataformas Móviles que Permiten Intercambios entre Particulares en el Proceso de Libre Concurrencia y Competencia Económica"*. Es el asunto OPN-008-2015.

¿Alguien tiene algún comentario?

Secretario Técnico.

Roberto Ismael Villarreal Gonda (RIVG): Sí Presidenta, como ustedes se recordarán este Pleno aceptó una excusa que presenté hace varias semanas para conocer de la concentración 122-2014, que es el último punto en la orden del día de hoy antes de los asuntos generales.

Si ustedes no tuvieran inconveniente, para dar fe de la discusión que ustedes tuvieran sobre ese asunto sería su servidor sustituido por el Director General de Asuntos Jurídicos y después de eso me incorporaría yo nuevamente para los asuntos generales, si ustedes estuvieran de acuerdo.

APP: De acuerdo, Secretario Técnico.

En su momento le pido que abandone la sala.

¿Algún otro comentario?

Bueno entonces demos inicio al desahogo del orden del día de hoy.

Primer punto, presentación discusión y, en su caso, aprobación del acta correspondiente a la Sesión del Pleno de la Comisión Federal de Competencia Económica celebrada el día veinte de mayo de dos mil quince.

¿Alguien tiene algún comentario?

Yo, sí mandé uno importante, no sé Comisionados si coincidimos, que tiene que ver que dice que se aprobó por unanimidad de votos la concentración entre Pilgrim's y Tyson.

Y pues nosotros ya mandamos opinión sobre eso, entonces antes de firmarla sí me gustaría ver ese cambio reflejado, creo que hablo también por el Comisionado Contreras y el Comisionado Martínez Chombo.

¿Alguien tiene algún otro comentario?

Benjamín Contreras Astiazarán (BCA): Yo tenía ahí otros, pero digo yo creo que son de menor relevancia que este que acaba de comentar.

APP: Bueno, muy bien, entonces les pido que el acta del veinte de mayo no se vote todavía.

¿Todos de acuerdo?

No se vota.

Segundo: Presentación, discusión y en su caso resolución sobre la concentración de la resolución sobre la concentración entre Office Depot de México, S.A. de C.V., Radio Shack Corporation, ITC Services Inc. y otros. Es el asunto CNT-045-2015 y le cedo la palabra al Comisionado Ponente Martín Moguel Gloria.

Martín Moguel Gloria: (MMG): Gracias, Comisionada Presidenta.

Este asunto es el radicado en el CNT-045-2015, es una operación consistente en la adquisición del [REDACTED] de las acciones, así como de las marcas, nombres comerciales y derechos de Radio Shack de México (en lo sucesivo Radio Shack), Logistic Answer, Retail Answer y por parte de Office Depot de México, S.A. de C.V. La venta de estos activos deriva de una resolución emitida por el Tribunal de Quiebra de los Estados Unidos Mexicanos, digo ¡perdón! de los Estados Unidos de Norteamérica.

La operación actualiza la fracción II del artículo 86 de la Ley, la información que ahí se presenta es confidencial. Las partes no pactaron una cláusula de no competir.

El comprador es Office Depot, que es una sociedad mexicana subsidiaria de Grupo Gigante, S.A.B. de C.V. (en lo sucesivo Grupo Gigante) que es una sociedad mexicana que participa en el sector de comercio especializado de servicios, restaurantes e inmobiliario, a través de diferentes negocios, tales como Office Depot, The Home Store, Panda Express, Gigante Grupo Inmobiliario, Restaurantes Toks, PetCo, Cup Stop y Algin Pro.

Se dedica Office Depot a la comercialización de productos y equipos de oficina, muebles, papelería escolar y electrónica y principalmente en formatos de unidades de negocio de autoservicio y tiendas. También tiene tiendas con formato más pequeño denominadas Office Depot Express.

La diferencia entre dichos formatos radica en que los muebles de oficina, los que se exhiben en menor cantidad en el formato Express, por una cuestión de espacio. Ofrece servicios complementarios como copiado, paquetería, impresión de fotos y mantenimiento y reparación de equipos de cómputo.

Cuenta con [REDACTED] tiendas y [REDACTED] centros de distribución. En el dictamen se establecen las ventas (que es una información confidencial como gran parte de lo que estoy diciendo ahorita) y en materia que nos interesa en electrónicos tiene la participación de sus ventas y es de [REDACTED] de sus ventas.

Los vendedores (sic) es Tandy International Corporation que es una sociedad estadounidense dedicada a la venta al menudeo y al mayoreo; importación y exportación de diversos productos; así como la adquisición, propiedad y operación de negocios y sociedades dedicadas a dichas actividades. Es

Los datos suprimidos en este apartado contienen información confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública.

propietaria del [REDACTED] de las empresas objeto de la operación. Entre ellas ITC Services, Inc. Sociedad estadounidense, así como Tandy Financial Corporation.

Los vendedores son sociedades controladas por RS Corp., quien es una sociedad estadounidense dedicada a la comercialización de artículos electrónicos y accesorios de marcas exclusivas y marcas propias, mediante una cadena de tiendas en Estados Unidos, Europa y América Latina. Actualmente, como dije antes, se encuentra sujeto a proceso mercantil de quiebra en los Estados Unidos de América.

Los objetos son Radio Shack que es una sociedad mexicana dedicada a la comercialización de artículos electrónicos y accesorios al menudeo en territorio nacional.

Logistic Answers, que es una sociedad mexicana dedicada a la prestación de servicios administrativos, contables y financieros a Radio Shack, y se encarga de los gastos de centro de distribución.

Retail Answers, que es una sociedad mexicana dedicada a la prestación de servicios administrativos, contables y financiero[s] y presta estos servicios a Radio Shack.

Radio Shack se dedica a la venta al menudeo de productos electrónicos en formato de pequeñas unidades de negocio. Se dedica principalmente a vender artículos electrónicos para el hogar y para regalo. Vende equipos electrónicos de uso cotidiano utilizados para el entretenimiento y las comunicaciones. En menor medida productos electrónicos para la oficina, reproductores de música, equipo de audio, cámaras digitales, dispositivos GPS, DVDs, televisiones, calculadoras y computadoras personales.

Entonces, según información presentada por ScoreCard NDP Group, Radio Shack y Office Depot coinciden en catorce categorías de productos.

Sí voy a decir la participación en ventas totales. Primero de Radio Shack y luego de Office Depot: en televisiones el [REDACTED]% y el [REDACTED]%; en tabletas el [REDACTED]% y [REDACTED]%; en consolas de videojuegos [REDACTED] y Office Depot [REDACTED]; PC's [REDACTED]%. [REDACTED]%; dispositivos para reproducción de audios [REDACTED]% y Office Depot [REDACTED]; reproductores MP3 portátiles [REDACTED] bocinas docking [REDACTED] y Office Depot [REDACTED]; cámaras digitales [REDACTED]; reproductores Blu-Ray y alta definición [REDACTED] y Office Depot [REDACTED]; DVD estándar [REDACTED], Office Depot [REDACTED]; teatros de casa sound bars [REDACTED], Office Depot [REDACTED]; cámaras de video [REDACTED], Office Depot [REDACTED]; monitores [REDACTED]; impresoras y multifuncionales sólo [REDACTED] y que representa un [REDACTED]

En opinión de esta ponencia se desprende que para Radio Shack la venta de productos asociados con entretenimiento: televisores, tabletas y consolas de videojuegos representa el [REDACTED] de sus ventas y para Office Depot el [REDACTED] proviene de productos asociados a actividades educativas o laborales por lo tanto se considera que son dos mercados distintos.

Se puede concluir que aun cuando se detectan traslapes marginales en ciertos productos, los clientes de Radio Shack y Office Depot acuden a una de estas tiendas en función de los productos que desean adquirir, por lo que las tiendas

Los datos suprimidos en este apartado contienen información confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública.

podrían no ser considerados (sic) como sustitutos para la mayoría de los consumidores.

Radio Shack identifica como competidores cercanos a [REDACTED], e incluso es a quienes toma en cuenta para [REDACTED].

Además, las tiendas con mayor nivel de conciencia de tiendas de electrónicos para los consumidores son [REDACTED], seguido de [REDACTED] e incluso se pueden desprender que Office Depot no es considerada una opción.

Por parte de Office Depot se considera como competidores a [REDACTED], seguidos de [REDACTED]; además, menciona que [REDACTED] en materia de electrónicos considera competidores como [REDACTED].

De hecho, el estudio presentado por Office Depot, el cual se centra en el mercado de artículos de oficina en México se desprende que, Radio Shack, como parte de la categoría de tiendas especializadas, no representa una competencia directa. Es importante, y en el análisis que hace la Secretaría Técnica se desprende que en el canal especializado de estas tiendas solo representa el [REDACTED] de las ventas totales de productos electrónicos con relación a otros canales de venta (este es un dato interesante).

Además la Secretaría Técnica también hizo un análisis con relación a dónde coinciden las tiendas en caso de que se consideran como competidoras. Encontró un traslape en 222 puntos. Sin embargo, del mismo análisis, la Secretaría Técnica concluye que existen competidores importantes en cada uno de estos segmentos por lo que considera que no habría problemas de competencia.

En consecuencia, se considera que las tiendas Radio Shack son distintas a las tiendas de Office Depot, si bien hay un traslape de algunos productos en estas tiendas, por los formatos y por los consumidores, se considera que no son competidores y, por lo tanto, (además es importante tomar en cuenta que esta concentración deriva de una quiebra declarada en los Estados Unidos y autorizada en términos de la legislación estadounidense que puede comprar Office Depot a las tiendas Radio Shack) la propuesta de esta ponencia [es] autorizar la concentración.

Gracias.

APP: A usted Comisionado.

¿Algún comentario?

Bueno ¿quién estaría a favor de lo que comenta la ponencia en el sentido de autorizar la transacción?

Secretario Técnico, queda autorizada esta transacción.

Pasamos entonces al tercer punto del orden del día. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la concentración entre Ken Debt 1 Investment, S.A.R.L., Breds Europe 1 Holding NQ, L.P., GE Real Estate México, S. de R.L. de C.V., Neptuno Real Estate, S. de R.L. de C.V. y otros. Es el asunto CNT-051-

Los datos suprimidos en este apartado contienen información confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública.

2015. Le cedo la palabra al Comisionado Ponente Francisco Javier Núñez Melgoza.

Francisco Javier Núñez Melgoza (FJNM): Gracias, Comisionada.

Efectivamente, el ocho de mayo de dos mil quince, se dio la notificación de una concentración que consiste en la adquisición indirecta por parte de Blackstone Group LP de los derechos y obligaciones derivado[s] de [REDACTED] créditos comerciales inmobiliarios manejados por las Sociedades GE Real Estate México, S. de R.L. de C.V., Neptuno Real Estate, S. de R.L. de C.V., Interamérica Industrial Properties I, S. de R.L. de C.V y GE Administradora de Cartera, S.A. de C.V., SOFOM, ENR, estas compañías son sociedades que pertenecen al grupo General Electric Company.

Cabe señalar, la operación no incluye cláusulas de no competir.

Respecto a los involucrados, el comprador indirecto Blackstone Group es una sociedad pública que se dedica a la administración de inversiones a nivel mundial.

La parte vendedora, el grupo General Electric Company, es una sociedad estadounidense que cotiza en la bolsa de valores que cuenta con diversas unidades de negocio que incluyen las industrias de energía, agua, electricidad, petróleo y gas, cuidado de la salud, aviación, transporte, financiamiento, iluminación y electrodomésticos.

Las sociedades que directamente transferirían este conjunto de derechos y obligaciones relacionados con los contratos con los créditos comerciales inmobiliarios, son sociedades mexicanas que se dedican principalmente a otorgar financiamientos garantizados con distintos tipos de bienes inmuebles.

Mediante la operación se produciría la transmisión de los derechos y obligaciones derivadas de un conjunto de créditos comerciales y mobiliarios.

Cabe señalar que esta transferencia que no tendría como consecuencia el traspaso de activos que pudieran modificar la capacidad del comprador para atraer créditos, es decir, lo que se está adquiriendo son derechos contractuales no se está adquiriendo una unidad de negocios operativa.

Derivado de la naturaleza de la operación, las condiciones pactadas en los contratos transferidos no se modificarían, por lo que difícilmente tendría lugar una modificación en la condiciones de competencia; en virtud de lo anterior, considero que la concentración tendría pocas probabilidades de afectar negativamente al proceso de competencia y libre concurrencia, por lo cual mi propuesta de resolución es que sea autorizada sin condiciones.

APP: Muchas gracias, Comisionado.

¿Alguien tiene algún comentario sobre la ponencia?

¿Quién estaría a favor de la propuesta de la ponencia en el sentido de autorizar la concentración sin condiciones?

Secretario Técnico, queda autorizada esta concentración.

Paso entonces al cuarto punto del orden del día. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la concentración entre Barceló Corporación

Los datos suprimidos en este apartado contienen información confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública.

Empresarial, S.A., Partler 2006, S. de R.L., Tamar International, S.A.R.L. e Iosa Inmuebles S.L. Es el asunto CNT-052-2015.

Le cedo la palabra al Comisionado Ponente Jesús Ignacio Navarro Zermeño.

Jesús Ignacio Navarro Zermeño (JINZ): Sí, muchas gracias.

Esta operación referida en la CNT-052-2015 consiste en la adquisición por parte de Barceló Corporación Empresarial de un porcentaje de las acciones de Occidental Hoteles Management, propiedad de Partler, Tamar International e Iosa Inmuebles.

Como consecuencia de esta operación, Barceló tendrá participación en las sociedades subsidiarias de OHM en todo el mundo que incluye algunas partes en México.

El adquirente es Grupo Barceló, que es un conjunto de sociedades que participa a nivel mundial en la prestación de servicios de hotelería, así como en la prestación de servicios turísticos a mayoristas y prestación de servicios de agencias de viajes a través de la marca Barceló Viajes. En México, Grupo Barceló es propietario de 11 hoteles, administrador de 2 y arrendador de uno, los cuales se encuentran ubicados en los estados de Baja California Sur, Colima, Guerrero, Jalisco, Morelos, Oaxaca y Quintana Roo.

Barceló es una sociedad española controladora del Grupo Barceló. El vendedor, en realidad son tres, Partler es una sociedad española que tiene un grupo de empresas que participan en el sector inmobiliario en España, Alemania y Portugal.

Tamar, una sociedad de Luxemburgo que también se dedica a, entre otras actividades, a la cuestión inmobiliaria, y (sic)

Iosa es una sociedad española que participa en la prestación de servicios de hospedaje en España.

OHM es el objeto de la operación, es una sociedad española que tiene 19 hoteles de tipo all inclusive [todo incluido], ubicados en la República Dominicana, Colombia, Aruba, Costa Rica, Haití y México. También con una división vacacional, que desarrolla actividades de tipo compartido. En México, esta empresa cuenta con 6 hoteles ubicados en los estados de Quintana Roo y Nayarit.

El mercado relevante en esta operación consiste en la prestación de servicios de hotelería de cinco estrellas. Este tipo de servicios se ha analizado tradicionalmente bajo una dimensión geográfica local, por lo que en este asunto se determinan dos mercados relevantes uno es la Riviera Maya y otro es Bahía de Banderas.

De acuerdo con la información presentada por los promoventes, el número total de habitaciones de cinco estrellas en la Riviera Maya es de 24,955 habitaciones, por lo que la participación de Barceló y OHM en la prestación de servicios hoteleros de cinco estrella[s] es de ■ y ■, respectivamente. De realizarse la operación, el índice Herfindahl ascendería a 732 puntos, que se considera dentro de los parámetros que la Comisión normalmente considera que tiene pocas posibilidades de afectar el proceso de competencia.

Los datos suprimidos en este apartado contienen información confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública.

Aquí una pequeña disculpa, se adiciona[n] los datos referentes al hotel que tienen en Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta, había habido una pequeña confusión y no se habían considerado como parte del mismo mercado relevante a pesar de que están separados nada más por el río, por el puente y el aeropuerto.

Entonces, se hizo un análisis y resulta que en Puerto Vallarta ellos después de la concentración ellos tendrían [REDACTED] cuartos de un total de [REDACTED] cuartos de cinco estrellas que existen entre Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta dando una participación de solamente [REDACTED] después de la concentración y una variación en el índice de 9.29 en puntos.

En conclusión, se considera que esta concentración no tendrá por objeto o efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia, [por] lo cual se recomienda autorizar.

APP: Muchas gracias, Comisionado Navarro.

¿Alguien tiene algún comentario sobre esta ponencia?

¿Quién estaría a favor de la ponencia en el sentido de autorizar la concentración?

Secretario Técnico, queda autorizada esta concentración.

Paso entonces al quinto punto del orden del día. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la opinión a los participantes de la licitación pública LI-007-2013, son los expedientes: 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10 y 11, relacionados con esta licitación.

Le cedo la palabra al Comisionado Ponente Francisco Javier Núñez Melgoza.

Francisco Javier Núñez Melgoza (FJNM): Gracias, Comisionada, antes de iniciar quisiera mencionar... (Inaudible).

APP: Vuelve a empezar es que estaba...

FJNM: ¡Perdón!, gracias Comisionada.

Antes de iniciar mi presentación, quisiera mencionar a efectos de recordar que en este tipo de asuntos tenemos la obligación de guardar confidencialidad hasta que se produce el desenlace de la licitación, porque de otra manera podríamos afectar el desarrollo de la misma. Entonces, bajo este señalamiento, quiero decir que voy a señalar alguna información que probablemente no sea pública, pero además, creo que la mayor parte o prácticamente todo lo que se diga aquí tendría que ser reservado hasta que no concluya la licitación¹.

Entonces, efectivamente se trata de analizar y emitir opinión favorable, en su caso, respecto de la posible de participación de un conjunto de agentes económicos que están interesados en [REDACTED]

Los datos suprimidos en este apartado contienen información confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública.

¹ El fallo se emitió el doce de junio de dos mil quince, de acuerdo con la información que obra en el expediente.

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Los agentes económicos que presentaron una solicitud de opinión favorable son los siguientes: en primer término está: Impulsora Azucarera del Noroeste, S.A. de C.V., que es una sociedad mexicana controladora de [REDACTED] ingenios en Chiapas, Jalisco y Veracruz, [REDACTED]

[REDACTED] Esta empresa forma parte del grupo de interés económico conocido como [REDACTED], controlado por [REDACTED], [REDACTED], quién es una persona física dedicada a los agronegocios, entre otras actividades.

En segundo término, manifestó su interés el Grupo Beta San Miguel, S.A. de C.V., que es una sociedad mexicana propietaria de [REDACTED] de las acciones de seis ingenios ubicados en los estados de Colima, Jalisco, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tabasco y Veracruz. Sus accionistas minoritarios son diversas sociedades que se dedican a la elaboración de refrescos, dulces, panadería, repostería, confitería, conservas, lácteos y otros productos que emplean derivados de la caña de azúcar como insumo.

En tercer lugar está el Grupo Sucden Trading México, S.R.L. de C.V que es una sociedad mexicana que pertenece a un grupo económico francés denominado [REDACTED]. En México, tiene operaciones a través de la [REDACTED]

En cuarto lugar tenemos al Grupo JV Santos Company, S.A. de C.V., que es una sociedad que forma parte de un grupo empresarial dedicado a la producción y comercialización de azúcar y melaza. Este grupo cuenta con cinco ingenios ubicados en Jalisco, Michoacán, San Luis Potosí y Veracruz.

Luego se encuentra el Grupo Minsa, S.A. de C.V. que es una sociedad mexicana que produce, distribuye y vende harina de maíz nixtamalizado en México y los Estados Unidos de América, que además, elabora tortillas y otros productos. Minsa pertenece a un grupo de interés económico que se dedica a la elaboración de distintos productos finales entre ellos: panadería, pasteles, cereales, botanas que utilizan el azúcar como uno de sus principales insumos.

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

Luego, está el Grupo Destilados del Trópico, S.A. de C.V., que es una sociedad mexicana de reciente creación y que pertenece a un grupo de interés económico conocido como Grupo Azucarero del Trópico. Que es propietario de 2 ingenios en Campeche y Veracruz, [REDACTED]

Tuvimos otro participante, del cual no voy a decir su nombre, del cual se tuvo por no presentada su solicitud de opinión.

Y tenemos también al Grupo ASR, Holding de México S.A. de C.V., que es una Sociedad Mexicana que, [REDACTED]

[REDACTED] Además, de que produce y comercializa la misma, alcohol, mieles y productos similares en un ingenio de su propiedad, ubicado en Veracruz.

Se encuentra también el Grupo Ingenio Pánuco, S.A.P.I. de C.V., que es una sociedad mexicana que se dedica a la producción de azúcar en un ingenio localizado en Veracruz y pertenece a un grupo de interés económico de origen panameño.

Está también Ingenios Conasa, S.A. de C.V., que es una sociedad mexicana que pertenece a un grupo encabezado por [REDACTED] que cuenta con 3 ingenios localizados en Jalisco, Michoacán, Sinaloa y tiene una copropiedad al [REDACTED] del otro ingenio en Tabasco. Este grupo participa en diversos negocios relacionados con la producción de bebidas carbonatadas y refrescos, además de otros productos que utilizan los derivados de la caña de azúcar como insumo.

Y por último, está Ingenios San Sebastián, S.A. de C.V., que es una sociedad mexicana dedicada a la producción, comercialización y envasado de azúcar, que pertenece al grupo de interés económico conocido como Grupo Porres, que es propietario de 3 ingenios en Chiapas, Michoacán y Veracruz y cuenta además [REDACTED].

Los elementos más importantes que nos señala el proyecto de dictamen de la Secretaría Técnica son los siguientes:

En cuanto al mercado relevante.

Se nos señala que en los ingenios se procesa la caña de azúcar que contiene un jugo dulce rico en sacarosa, hidrato de carbono complejo, conocido comúnmente como azúcar.

Por lo general, estos ingenios se encuentran ubicados cerca de las zonas de la producción de la caña, debido a que después del corte de la misma, el contenido de la sacarosa se deteriora en un período de entre 24 y 48 horas. Todos los ingenios se encuentran dentro de los límites de las áreas de cultivo.

El producto primario obtenido es el azúcar, que en México se encuentra presente en el mercado a través de diversas presentaciones; como por ejemplo, la versión cruda que también se le llama mascabado o azúcar morena, el azúcar estándar, el azúcar blanco especial y el azúcar refinada. Las últimas 3 se obtienen a partir de la aplicación de procedimientos adicionales a la azúcar cruda. En estas etapas también se generan sub-productos como la melaza y el bagazo, así como la cachaza que se utiliza como fertilizante.

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

El [REDACTED] de la producción de los ingenios se destina a la producción de azúcar y el [REDACTED] a la melaza, pero en términos de ingreso, el azúcar representa el [REDACTED] y el restante [REDACTED] corresponde a la melaza. Por sus características y propiedades, el azúcar, la melaza y el alcohol implican usos distintos, por lo que cada uno pertenece a un mercado distinto.

El proyecto de dictamen considera que el mascabado es un mercado a parte del azúcar, ya que es utilizado por personas que buscan reducir la ingesta calórica para controlar el peso corporal, de manera similar a los endulzantes bajos en calorías como el aspartame, la estevia y la miel de agave, entre otros productos, o por un gusto particular respecto del producto. Entonces para estos consumidores el azúcar no constituiría una opción.

El proyecto de dictamen señala que los tipos de azúcar estándar, blanco especial y refinado tienen cualidades muy similares en cuanto al sabor y contenido calórico. Sin embargo, sus diferencias son en términos del color y el costo, pues el azúcar estándar es un poco más oscura y la refinada tiene precios mayores.

Las principales diferencias entre los azúcares se dejan ver en sus usos industriales, pues el azúcar refinado es un ingrediente importante en cuanto a las cualidades de color, claridad y textura. Por ejemplo, las industrias refresqueras, de conservas, láctea, dulcera y chocolatera requieren líquidos transparentes. Para los demás productos y usos, la sustitución entre los tres tipos de azúcar es factible.

Un posible sustituto del azúcar regulada en la industria refresquera, para la elaboración de productos lácteos y conservas en almíbar, es el jarabe de alta fructosa, cuyos precios al mayoreo son menores que de los azúcares. Sin embargo, en México se busca que los productores nacionales de azúcar cubran la mayor parte de la demanda interna y se beneficien de las ventas de los excedentes al exterior.

Esta regulación de la producción-consumo de azúcar y el hecho de que las empresas refresqueras también sean propiedades de ingenios, podría significar algunos límites para el crecimiento de la demanda del jarabe de alta fructosa.

Por el lado de la oferta, los ingenios cuentan con una unidad de refinación, los que puedan refinar, que tienen la capacidad de dirigir la producción de azúcar al tipo que más les convenga. Esta posibilidad se puede observar en los [REDACTED] ingenios con instalaciones de refinación que existen en el país, me parece que existen un total de 58 ingenios y de estos [REDACTED] pueden producir azúcares de tipo estándar o azúcares de los tipos refinados y en el paquete de los nueve, que son objeto de la licitación, hay tres que podrían encontrarse en esta circunstancia de también producir refinada. El proyecto de dictamen identifica que los mercados relevantes relacionados con el objeto de la licitación son:

En primer término, el de la producción de azúcar en sus modalidades estándar, blanca especial y refinada; el azúcar mascabado; la melaza y el alcohol de caña.

La dimensión geográfica de estos mercados es considerada nacional en virtud de los siguientes elementos:

Primer término: la infraestructura de almacenamiento y los equipos de transporte de los ingenios ponen a disposición de los consumidores sus productos en todo el territorio nacional.

En segundo término: las importaciones de azúcar están controladas y representan un porcentaje de 6.5% de la oferta interna.

En cuanto al poder sustancial (aquí me corrijo), no existen 58 sino 55 ingenios en el país, de los cuales 45 conforman 18 grupos de interés económico.

Hay un ingenio más que le pertenece al Gobierno del Estado de Veracruz y los 9 restantes son justamente el objeto de licitación y son controlados por el Fideicomiso de Empresas Expropiadas del Sector Azucarero conocido como FEESA.

En dos mil catorce, FEESA tuvo una participación en la producción nacional de azúcar y melaza del [REDACTED]. En términos generales, los mercados de azúcar y melaza se encuentran relativamente poco concentrados, la mayor participación, en este momento, le corresponde al [REDACTED] quién cuenta con [REDACTED] de participación en la producción a nivel nacional.

Si bien la producción de mascabado se concentra en los grupos [REDACTED] esta situación está estrechamente relacionada con el pequeño tamaño de ese mercado, pues del total del azúcar producido solamente el 1.73% a nivel nacional es azúcar del tipo mascabado. Por otra parte, la producción de alcohol de caña se encuentra repartida en tres grupos de interés: [REDACTED]

De acuerdo con el proyecto de dictamen, el escenario que pudiera ser más adverso para la competencia sería: uno en el cual alguno de los solicitantes pudiera lograr la adquisición de los cinco portafolios que se someten a venta. En este contexto, el proyecto de dictamen indica que el índice de concentración de Herfindhal se encuentra por debajo de los umbrales para considerar que es poco probable que la operación pudiera tener problemas de competencia.

En lo que respecta a los mercados de mascabado y alcohol, no habría cambios, toda vez que los ingenios objeto de la licitación no producen estos bienes.

El proyecto de dictamen señala que un aumento unilateral de precios o restricción en el abasto en todos los bienes, es poco probable por distintas razones.

Primero: los consumidores y usuarios industriales tendrían la posibilidad de adquirir el azúcar de parte de otros oferentes;

Segundo: los usuarios industriales de azúcar refinada tienen la posibilidad de sustituirla por azúcar blanco especial y, principalmente por jarabe de alta fructosa.

Tercero: los demandantes de melaza podrían acudir a otros oferentes, ya que éstos tienen los incentivos para aumentar la producción de este bien; y,

Cuarto: para el caso del mascabado y el alcohol, los ingenios objeto de la licitación no participan en dichos mercados.

El proyecto de dictamen identifica barreras a la entrada, puesto que para la instalar un ingenio azucarero se requieren entre [REDACTED] dependiendo del tamaño de la inversión y, además, se requiere estar en una situación geográfica bastante cercana al lugar donde se genere el insumo, que es la caña de azúcar.

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

También se señala que la capacidad para fijar precios y restringir el abasto podría estar limitada por la regulación que se aplica a los precios de la caña y a las importaciones y exportaciones del azúcar.

En resumidas cuentas, el proyecto de dictamen considera que las regulaciones al sector azucarero dificultan el desarrollo pleno de la competencia y los mercados relevantes, principalmente en el del azúcar. Esta situación prevalecería independientemente de los resultados de la licitación y en virtud de ello es que derivado del ejercicio que se realizó en el proyecto de dictamen se nos presenta como propuesta de este documento el otorgar la opinión favorable para el conjunto de los participantes.

Yo voy a decir que coincido con la recomendación de la Secretaría Técnica; sin embargo, creo que hay algunos aspectos que es importante tomar en consideración a la luz de la experiencia de esta autoridad y de la anterior Comisión Federal de Competencia.

En primer término quiero señalar que sí es cierto que existe una regulación sobre el precio del insumo de la caña de azúcar; sin embargo, es una regulación que desafortunadamente sí genera incentivos para que tanto los productores de los insumos como quienes procesan el insumo y lo ponen a disposición del mercado mediante la forma de azúcar tengan el interés de que los precios se eleven, esto en razón de que la forma como se liquida el pago del insumo en México a los cañeros, es a través de una fórmula que fija mediante un porcentaje el precio de liquidación al precio del mercado del producto final, si el producto final, en este caso el azúcar, sube de precio los productores de caña de azúcar van a ver elevado en automático el precio al cual se paga el insumo.

Esta (yo en lo personal) creo que es una circunstancia desafortunada que genera una serie de incentivos negativos para que los precios puedan ser elevados. Sin embargo, también creo que es una circunstancia que es al margen de este concurso que estamos analizando, pero yo creo que es importante decirlo.

Por otro lado, no hay que perder de vista que entre los grupos participantes y también los que no están participando en la licitación, existen algunos grupos que dedican una porción significativa de su producción de azúcar para efectos de autoconsumo, principalmente estamos hablando de grupos vinculados con la producción de alimentos y sobre todo con la producción de bebidas carbonatadas; es decir de refrescos.

Entonces, yo hice un ejercicio en el cual resté de las participaciones de mercado y de la contabilización total de mercado, el azúcar que es producida por estos grupos y que se auto consume.

¿Por qué? pues porque si nosotros pensamos en términos de los modelos de monopolístico hipotético y demás y cuando vemos las posibilidades de reacción de los mercados ante incrementos unilaterales de precios, a mi parece más o menos evidente que si un grupo está integrado verticalmente, la producción de azúcar y el uso de ella para fines alimenticios y de producción de bebidas, es muy poco probable que la capacidad empleada en la producción de ese azúcar se pueda desviar para atender una demanda proveniente de otros sectores, lo que se llama "capacidad comprometida".

Entonces, haciendo este ejercicio, a mí me da que descontando el autoconsumo, FEESA representa aproximadamente el [REDACTED] de la producción del

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

azúcar que no está comprometida y bajo este escenario, efectué también un cálculo de los índices de concentración tanto de Herfindhal como de dominancia, aplicando el criterio de índices del año 98, que es el aplicable a este asunto, y concluí que haciendo el ejercicio de posible concentración para todos los grupos, en los peores escenarios el índice de Herfindhal se ubicaría en el peor de los casos en un nivel de 2,043 puntos que me parece que resulta insuficiente por sí mismo para señalar que hay un riesgo de afectación al mercado derivado de que un solo grupo, el grupo más grande de los que están participando la licitación se pudiera quedar con todo el paquete.

También es cierto que si se concretara ese escenario, ese grupo podría tener una participación de alrededor de [REDACTED] en esta azúcar, en este mercado de azúcar, descontando el autoconsumo, pero también es cierto que en el expediente y en el proyecto de dictamen, se hacen señalamientos en el sentido de que para algunos consumidores del azúcar, dependiendo del tipo, podrían existir algunas otras alternativas que les podrían a ellos facilitar el acceso a endulzantes.

Entonces aún bajo este escenario yo creo que es factible seguir la recomendación que se nos presentó en el proyecto de dictamen en el sentido de emitir la opinión favorable para la totalidad de los solicitantes que calificaron con los requisitos que se pidieron para poder dar trámite a su solicitud. También considerando que el escenario de que un solo grupo concentrara la totalidad de los ingenios que están siendo objeto de la licitación, pues es un escenario extremo que muy probablemente no se va a producir.

En resumidas cuentas, mi proyecto de resolución es emitir opinión favorable para Impulsora Azucarera del Noreste, S. A. de C.V.; Beta San Miguel, S.A. de C.V., Sucden Trading México, S.R.L. de C.V.; JV Santos Company, S.A. de C.V.; Minsa, S.A. de C.V.; Destilados del Trópico, S. A. de C.V.; Promotora Industrial Azucarera, S.A. de C.V.; ¡no perdón esa no! ¡Perdón! ASR Holding de México, S.A. de C.V. (la que señalé anteriormente ¡perdón! fue una solicitante que inició el trámite pero para la cual se le tuvo como no presentada su solicitud de opinión por razones procedimentales... bueno, regreso), Ingenio Pánuco, S.A.P.I. de C.V.; Ingenios Conasa, S.A. de C.V. e Ingenio San Sebastián, S.A. de C.V., y ASR Holding de México, S.A. de C.V. que creo que ya había comentado pero ante la duda lo reitero, sería todo.

APP: Mucha gracias, Comisionado Núñez.

¿Alguien tiene algún comentario? ¿Nada?

Bueno, entonces, ¿quién estaría a favor de lo que señala el proyecto de resolución [REDACTED]

Secretario Técnico, entonces, [REDACTED]

Paso entonces al siguiente punto del orden del día. Presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la opinión a los participantes de la licitación [REDACTED]

[REDACTED] LI-009-2014, [REDACTED]

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

[REDACTED] Le cedo la palabra al Comisionado Ponente Alejandro Ildelfonso Castañeda Sabido.

Alejandro Ildelfonso Castañeda Sabido (AICS): Muchas gracias, Jana.

Pues sí, es el expediente LI-009-2014, con sus respectivas numeraciones en torno a la opinión de los diversos participantes.

El tema que me atañe hoy es la solicitud de opinión favorable, por parte de varias empresas entre ellas:

[REDACTED]
[REDACTED] para participar en la licitación pública internacional para [REDACTED]

Procedo ahora a describir más detalladamente a los solicitantes.

Por un lado tenemos [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

[REDACTED]

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

[REDACTED]

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción XI de la Ley Federal de Competencia Económica, 104 y 113 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

[REDACTED]

[REDACTED]

Muchas gracias, y perdón por tanto tiempo.

APP: Muchas gracias.

¿Alguien tiene algún comentario sobre esta ponencia?

¿Quién estaría a favor de la recomendación de la ponencia en el sentido de

[REDACTED]

Entonces queda, Secretario Técnico, [REDACTED]

[REDACTED]

Paso entonces al siguiente punto en el orden del día, que es el punto número siete, que es la presentación, discusión y, en su caso, resolución sobre la concentración entre Cadena Comercial de Farmacias, S.A.P.I. de C.V., Grupo Industrial GP Romo, S.A. de C.V. y otros [CNT-122-2014].

Le cedo la palabra al Comisionado Ponente Eduardo Martínez Chombo, no sin antes señalar que el Secretario Técnico de esta Comisión, por quedar excusado de este asunto salió de la sala, y tenemos con nosotros al Director General de Asuntos Jurídicos de la Comisión que lo va a suplir para este caso; Fidel si dices tu nombre al micrófono nada más para que quede constancia de tu presencia.

Fidel [G] Sierra Aranda, Director General de Asuntos Jurídicos (**FGSA**).

APP: Muchas gracias Director, le cedo la palabra al Comisionado Ponente Eduardo Martínez Chombo.

Eduardo Martínez Chombo (EMC). Muchas gracias.

Esta operación consiste en que la Cadena Comercial de Farmacias, S.A.P.I. de C.V. (en adelante CCF) adquirirá a Farmacón, S.A. de C.V. (en adelante Farmacón), que es propiedad de Grupo Industrial GP Romo, S.A. de C.V. (en adelante Grupo Romo) y además es dueña de las Farmacias Farmacón, un grupo de once personas físicas.

La operación actualiza la fracción I del artículo 86 y contempla una cláusula de no competencia.

Los datos suprimidos en este apartado contienen información reservada y confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracciones IX y XI de la Ley Federal de Competencia Económica; 104, 113 y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública, toda vez que su divulgación podría causar un daño sustancial al interés protegido por la ley aplicable.

En la descripción de las partes el adquirente que es CCF, es una sociedad dueña y operadora de dos cadenas de farmacias en México: Yza y Moderna. [REDACTED]

[REDACTED]. Moderna que es parte de la Cadena de farmacias que tiene CCF cuenta con [REDACTED] farmacias, puntos de ventas o sucursales, distribuidas en los estados de [REDACTED]. Mientras que las Farmacias Yza [REDACTED]

La sociedad objeto es Farmacón, que es una cadena de farmacias dedicada a la venta al menudeo de productos farmacéuticos, salud, higiene y cuidado personal y de belleza. Farmacón cuenta con [REDACTED] sucursales en los estados de [REDACTED]. De la información que señalé anteriormente, se deriva que las partes a través de Moderna y Farmacón coinciden en el comercio minorista de medicamentos y otros artículos para el cuidado de la salud en dos poblaciones de Baja California Sur y en nueve poblaciones de Sinaloa.

Sobre el análisis del mercado relevante.

Inicio con el producto relevante, dice: "Los medicamentos para consumo humano medicamentos y otros artículos de higiene y cuidado personal y de belleza se comercializan al por menor en farmacias *standalone* (o sea que no forman parte de un autoservicio, sino que se encuentran independientes en su zona de venta) y de cadenas, farmacias de cadena que puede ser nacional o regional, y en farmacias ubicadas dentro de tiendas (estas pueden ser autoservicios o departamentales).

Los consumidores visitan las farmacias para adquirir medicamentos y, en menor medida para adquirir otros productos. Una vez en la farmacia los clientes pueden adquirir estos otros productos, principalmente son de cuidado personal, bebidas y otro tipo de mercancías.

Los medicamentos son vendidos principalmente en farmacias y su único canal diferente es el de supermercados.

Para los otros productos que se pueden consumir en las farmacias como productos de belleza, cuidado personal, etcétera, las farmacias no es su principal canal de venta; es por ello que nos enfocamos en el análisis de los productos farmacéuticos. Cada tipo de farmacia puede diferenciarse por diversos factores relacionados con el precio, calidad, variedad y servicios complementarios. Esta diferenciación puede ser tal que un tipo de farmacias puede generar o no una presión competitiva a otro tipo de farmacias. Es por ello que se hace necesario hacer un análisis de sustitución entre los diferentes formatos de farmacias considerando sus diferencias.

Por ejemplo, primero, las diferencias entre una farmacia independiente contra una farmacia de cadena; las diferencias asociadas con tener o no un área de ventas de otros productos o un minisúper; las diferencias que se pueden obtener de servicios complementarios que se ofrecen, y diferencias en los medicamentos comercializados.

A continuación hago este análisis de sustitución. El mercado está en general en un proceso de transformación, de modernización, existe una tendencia de sustituir farmacias independientes por farmacias de cadena. Así, se ha[n] registrado en estadísticas; por ejemplo, entre el dos mil siete y el dos mil trece,

Los datos suprimidos en este apartado contienen información confidencial, lo anterior con fundamento en los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica y 116 de la Ley General de Acceso a la Información Pública.

la participación de farmacias independientes disminuyó del 31% a 14% en el total de ventas anuales; mientras que las ventas de las farmacias de cadena y dentro de supermercados ha aumentado. De acuerdo a algunos estudios de algunas consultoras, esta tendencia se continuará en el futuro.

Algunas de las razones por las cuales sucede esta sustitución de farmacias independientes por farmacias en cadena, se puede explicar por dos razones, que son la razón precio-costos y otras variables que pueden ayudar a la diferenciación de los productos.

En el caso de la razón precio-costos, consultores señalan que hay una transición hacia la creación de farmacias de cadenas con mayor número de sucursales para aprovechar las economías de escala, con estas economías de escala, se pueden obtener menores costos por producto por mayores volúmenes de compra de medicamentos, esto puede generar menores precios para los clientes de dichas farmacias y lo que parcialmente podría explicar el cambio en la participación de las ventas a favor de las farmacias de cadena.

Otro factor posible son variables diferentes al de los precios, en general las farmacias de cadena diseñan e instrumentan estrategias comerciales enfocadas a generar valor agregado y a diferenciarse con respecto a sus competidores; por ejemplo, por medio de la introducción de marcas propias, medicamentos genéricos, establecimiento de consultorios, establecimiento de servicios a domicilio y establecimiento de programas de lealtad, entre otras prácticas.

Estos doce factores pueden contribuir a esta tendencia que se ha venido dando entre las farmacias. Sin embargo, la sustitución de farmacias independientes por farmacias de cadena.

Sin embargo, han existido acciones por parte de las farmacias independientes que tratan de revertir esta esta tendencia precisamente. Esto es, a través de la de la generación de grupos de compra y servicios para competir, actualmente hay seis organizaciones de distribuidores minoristas de medicamentos, que tienen como miembros a farmacias independientes y de cadena, lo que podría contrarrestar un poco este efecto que he mencionado, efecto de la escala.

Sin embargo, aun cuando hay asociaciones que pueden tener el poder de compra de las grandes cadenas y ofrecer productos de marca propia, no resulta claro de las estadísticas, que éstas compensen el poder de negociación [de] economías de escala de las farmacias de cadena, esto es, no ha disminuido la caída de las farmacias independientes como se pueden ver en las estadísticas.

Sin embargo, existen este tipo de acciones que tratan de contrarrestar esta tendencia, diversos reportes señalan que las farmacias de cadena reconocen como sus principales competidores a otras farmacias de cadena.

Sin embargo, también reconocen que el mercado está muy fragmentado por la presencia de una gran cantidad de farmacias independientes, de pequeñas cadenas y farmacias ubicadas en tienda.

Ahora, respecto a las farmacias que venden otros productos como minisúper y que tratan de aprovechar las economías de alcance. Se encuentra que estas farmacias sin minisúper, que no se dedican a vender otro tipo de productos, se dedican principalmente al comercio al por menor de medicamentos, mientras que

el otro grupo con minisúper están las farmacias que ofrecen medicamentos así como productos de perfumería, abarrotes o productos higiénicos, etcétera.

De acuerdo a las estadísticas se observa que el tamaño de las farmacias varía de acuerdo a su tipo y se asocia con el hecho de contar o no precisamente con minisúper.

Destaca que la participación de las ventas de medicamento en el total de ventas presenta una relación negativa con el tamaño promedio de las farmacias, así farmacias grandes que tienen minisúper, el porcentaje de sus ventas por parte de medicamentos tiende a disminuir en comparación con farmacias que únicamente se dedican a la venta de medicamentos.

Si bien no se cuenta con información adicional para determinar la importancia de la disponibilidad y otro tipo de productos que no sean medicamentos en la selección de farmacias por parte de los consumidores, la identificación de los propios competidores a los promoventes nos permite considerar que estas farmacias con minisúper o sin minisúper forman parte del mismo mercado.

Ahora discutiré, respecto a la disponibilidad y variedad de productos de medicamentos. La disponibilidad de medicamentos es relevante para la identificación de las de las presiones competitivas, si una farmacia carece de cierto medicamento, el consumidor va a salir y buscar a otra farmacia. Esta situación es más notoria para los medicamentos éticos que son los medicamentos que vienen con receta o de patente vigente, que no son fácilmente remplazados por otros medicamentos o marcas; ante la posible carencia de medicamentos, algunas farmacias han adoptado estrategias para no perder por completo las ventas; una de ellas podría ser el establecimiento de consultorios cerca de la farmacia que muy probablemente van a recetar medicamentos que estén disponibles en la propia farmacia.

Por otra parte, las farmacias se pueden diferenciar por su portafolio de medicamentos en términos de posicionamiento de la marca de los productos, los medicamentos de patente vigente únicamente pueden ser producidos por el dueño de la patente, pero una vez vencida ésta, pueden existir múltiples proveedores quienes buscan diferenciarse a través del posicionamiento de su marca.

Así, podemos encontrar cuatro grupos de medicamentos: las de patente; las de patente vencida; los genéricos de marca, que son genéricos modificados para un mayor resalto de algún atributo; los genéricos con nombres, que generalmente van bajo el nombre de algún laboratorio una marca propia; y, los genéricos de marca.

Para tener una dimensión de la demanda de diferentes categorías de medicamentos en dos mil doce, los medicamentos de patente vigente representaron en volumen el 1.8[%] de las compras del sector privado; en cambio, las de patente vencida representaron el 24%; los genéricos con nombres, los cuales están asociados a una farmacia o tienda, representaron el 53.2% del volumen de venta de medicamentos y los genéricos de marca, el 15%, y los genéricos sin marca el 5.1%.

Cabe también señalar que documentos internos de las empresas también identifican algunas farmacias que venden principalmente productos genéricos, como competidores.

Asimismo, empresas dedicadas a la recolección de la información sobre la salud señalan, en general, que los genéricos y genéricos de marca son los segmentos que [REDACTED] y abundan que hay dos tipos de farmacias independientes los que están migrando hacia genéricos y los que buscan mantener el portafolio de enfermedades crónicas.

De toda esta información, acerca de los productos (diferentes medicamentos), se puede desprender que ciertas farmacias están tendiendo a ampliar su portafolio de medicamentos genéricos, lo cual acorta las ventajas entre farmacias dedicadas principalmente a genéricos y las que tienen un portafolio más balanceado.

Como conclusión de esta sección de sustitución entre los diferentes formatos de farmacia, puedo señalar lo siguiente:

Para fines de este asunto, el producto relevante se define entonces como la venta minorista de medicamentos y otros artículos para el cuidado de la salud a través de farmacias.

Se reconoce que éstas pueden enfrentar presión competitiva de farmacias de cadena con minisúper o de las ubicadas dentro de supermercados.

Asimismo, se reconoce que existe una tendencia a ampliar el portafolio de medicamentos que ofrecen ciertas farmacias, por lo que la diferenciación con respecto a las farmacias enfocadas principalmente a productos genéricos tiende a acortarse.

Asimismo, con respecto a las farmacias independientes, dados los diferentes aspectos que señalé, en términos de organización para incrementar su poder de negociación, considero que no existe evidencia contundente para justificar su exclusión en el análisis, para este caso en particular que estamos analizando.

Ahora, una vez identificado cual es el producto relevante, los posibles competidores, paso al análisis del ámbito geográfico, que en términos en general de ventas al menudeo, siempre se ha hecho un enfoque de áreas de influencia de los puntos de venta.

Para determinación del ámbito geográfico, la Secretaría Técnica, así como los promoventes; así como esta ponencia y la experiencia internacional coinciden en proponer un área de influencia de los puntos de venta.

En este caso, en particular, con un radio de 1.5 kilómetros y circuncentro en las farmacias de Farmacón, que es el objeto de la concentración.

Así, yo identifico [REDACTED] mercados relevantes. A partir de esta identificación del mercado relevante se hace la identificación de los competidores y del producto relevante, se parte a hacer el análisis de las cuotas de la estructura del mercado iniciando con una estimación de los índices de concentración.

Se considera el número de puntos de ventas y el tamaño del piso de venta medido en metros cuadrados, dado que no se contó con información del volumen o el valor de las ventas a nivel de establecimiento. De acuerdo a estas estimaciones, se obtiene que en la mayoría de los mercados no se puede asegurar que no existan problemas de competencia debido a que algunos de ellos sí sobrepasan los umbrales considerados por la Comisión.

Tomando en cuenta estos índices de concentración, se observa que los mercados relevantes con posibles riesgos a la competencia se encuentran concentrados en 11 poblaciones;

Poblaciones, ¡perdón!

En estas poblaciones, la mayoría de los mercados relevantes presentan después de la concentración, índices de Herfindhal menores a tres mil puntos, si bien sobrepasan algunos de ellos los dos mil puntos, algunos de ellos no rebasan los tres mil puntos, excepto en las poblaciones de Cabo San Lucas, Culiacán y Mazatlán.

Bueno, dado este resultado del índice de concentración y viendo que la evidencia no es tan contundente en cuanto a observar que existan problemas de riesgo a la competencia, hace necesario hacer un análisis mucho más detallado sobre los mismos.

En principio, se trata de analizar si existen competidores que puedan hacer presión a los agentes que tratan de concentrarse. Este análisis fue el que se realizó. Los resultados del análisis de la presencia de competidores de cuotas en mercados similares que puedan hacer presión competitiva, indican que los mercados relevantes que presentarían las mayores probabilidades de tener riesgos a las condiciones de competencia son los que se encuentran en las ciudades de Cabo San Lucas, Culiacán y Mazatlán, por lo que demandan estas poblaciones un análisis mucho más detallado.

Cabe señalar que la Secretaría Técnica realizó un análisis de *fascia*, considerando farmacias de cadena y ubicadas dentro de tiendas departamentales en donde la Secretaría Técnica obtiene que existen 11 mercados relevantes con posibles problemas de competencia, que son aquellos en los que el número de competidores se reduce de dos a menos de dos competidores.

Esto lo señalo como complemento al análisis de los índices de concentración que se realizó.

A continuación se hace en el escrito de ponencia que presenté, el análisis de los efectos de la concentración que trata de buscar características que nos permiten identificar que tan serias (sic) son precisamente estos posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia.

En principio, se hace un análisis sobre los márgenes de ganancia y se muestra, como se señala en el estudio, en los márgenes de ganancia de las cadenas que se analizan son márgenes de utilidades muy similares entre ellas.

Asimismo, se hace un análisis sobre la alineación de posibles presiones competitivas. Una concentración puede perjudicar, entre otras razones, al consumidor cuando se absorbe a un agente que genera una fuerte presión competitiva porque eso cambiaría la naturaleza y la intensidad de la competencia; es por ello que me doy a la tarea de hacer precisamente ese análisis, si las empresas que se están fusionando eliminaría[n] una cuestión competitiva significativa en estos mercados que estamos analizando.

Para eso se hace análisis de precios con la información que se provee por parte de los agentes, y de esta información se puede derivar que en el caso de Sinaloa, las [REDACTED] genera[n] una mayor presión competitiva que en el caso de Farmacón, por lo cual si se lleva a cabo la concentración, Moderna al absorber a Farmacón seguiría compitiendo con [REDACTED] después de la operación, por lo que esta presión competitiva se mantendría.

En el caso de Baja California y Baja California Sur se observa que [REDACTED] genera presión competitiva a Farmacón que de acuerdo a algunos análisis de precios, Farmacón es la que ofrece los precios más bajos en algunos de los productos que se analizaron en la muestra.

Dada la concentración de Moderna-Farmacón todavía permanecerían las Farmacias [REDACTED] que son precisamente las farmacias que ofrecen presión competitiva en estos estados. Esto podríamos decir que es la evidencia más clara de todo el análisis que se hizo de niveles de precio.

También se hizo análisis sobre otras variables que señalan el procedimiento de las farmacias en el mercado; por ejemplo, en caso de encuestas sobre preferencias, de acuerdo a ciertas características de las (sic) establecimientos, de las farmacias; por ejemplo, el surtido, el trato en estos establecimientos, la ubicación, la rapidez del servicio, el tipo de instalaciones y estacionamiento. Estas encuestas señalan que Farmacón, tiene la mejor posición en este tipo de variables en [REDACTED], mientras que la Moderna tiene una mejor posición en [REDACTED] (esto únicamente lo señalo en términos de presencia de éstas farmacias).

A continuación se hace un análisis sobre el fortalecimiento de la presencia de Moderna, producto de la adquisición.

Una concentración puede crear o fortalecer la presencia de un agente en los mercados relevantes cuando existen productos diferenciados y se concentran los dos productos más preferidos por los clientes. Si una parte significativa de los consumidores ven los productos combinados de la concentración como su primera y segunda opción, la concentración puede dar lugar a la creación o fortalecimiento de la presencia del agente resultante de la operación.

De acuerdo con la información disponible en expediente, no se puede concluir que Farmacón y Moderna sean la primera y segunda mejor opción para los clientes y ahí se revisa[n] una serie de datos que fueron proporcionados para el expediente.

Los resultados de estas encuestas, proporcionados por los agentes, sugiere[n] que ante un aumento de precios unilaterales por parte de Moderna, sus consumidores irían a otras farmacias que no son parte de la presente concentración, se irían a otras farmacias como es el caso de [REDACTED].

Asimismo, no existe evidencia de que estas preferencias cambien después de la operación o que la concentración altere estas preferencias.

Por supuesto, esta información parte de la información para hacer un análisis más global.

Como conclusión de este análisis, en términos de precios de presencia, a través de diferentes encuestas, me hace concluir lo siguiente:

La evidencia disponible a través del comparativo de precios y de cuenta y de encuestas de percepción de los consumidores, indica que la operación no elimina una presión competitiva fundamental en el mercado, pues el agente comprador ha sido igual o más agresivo en precios con su presencia que el agente requerido.

Segundo. La operación no fortalece significativamente el posicionamiento en términos de percepción de los consumidores de la empresa Moderna en el mercado dado el posicionamiento de otras marcas en las preferencias de los consumidores.

Tercero. En términos de política de precios y posicionamiento en las preferencias de los consumidores existen competidores que considero... (y más adelante se señalará también) son competidores que tengan la capacidad de disciplinar al adquirente.

En particular, estamos pensando en [REDACTED] y en el caso de Baja California, [REDACTED].

Posteriormente, se hace un análisis de las condiciones de entrada, para ello en el escrito de notificación, los promoventes realizaron [un] *check list* [listado] sobre estas condiciones de entrada, en las cuales los principales puntos señalados son los siguientes: sobre la capacidad financiera para abrir una Farmacia, la empresa que va a adquirir realiza una inversión de [REDACTED], que según ella está al alcance de cualquier cadena nacional y regional, incluso las farmacias independientes.

También señala restricciones normativas en las cuales los requisitos regulatorios federales y locales para abrir una farmacia se señalan (y estos son los mismos para todos los participantes) y respecto al acceso a insumo se señala que no existen insumos esenciales ni cuellos de botella importantes que impidan la expansión de los jugadores existentes.

Por su parte, la Secretaría Técnica analiza elementos adicionales de los anteriores, por respecto a lado de la demanda señala que en los últimos años la demanda de medicamentos ha aumentado en México.

Además se señala que dicha demanda aumenta en los estados de Baja California Sur y Sinaloa donde se ubican los mercados relevantes. También señala cuestiones de lealtad en la marca, en la cual puntualiza que la lealtad de la marca no es un atributo que sea significativamente valorado por los consumidores, sino que otros activos son los importantes tales como: precio, existencia de medicamento, etcétera.

En términos de distribución, la Secretaría Técnica también señala que las cadenas no siempre requieren centros de distribución para abastecer sus sucursales, toda vez que esa tarea la realizan en ocasiones los distribuidores y esto está relacionado con la parte de asociaciones que se están formando por parte de farmacias independientes.

Y, finalmente, señala la Secretaría Técnica en la escala de compra, en donde aquí se hace la puntualización que se debe de contar con cierta escala para tener acceso directo a laboratorios para proveedores.

Si bien el *check list* es importante, cabe resaltar que es importante sopesar la relevancia en los lineamientos que apuntan hacia una dirección y aquellos que

apuntan en la dirección opuesta, buscando precisamente hacer esta ponderación y basándonos en el criterio de que una entrada probable, oportuna y suficiente tiene la capacidad de disuadir y contrarrestar los efectos competitivos de la concentración.

A continuación haré un análisis global de estas barreras a la entrada en los mercados que analizamos. En términos de suficiencia de la entrada considero que existen diversos agentes que pueden intentar entrar a los mercados relevantes analizados; sin embargo, agentes de escala regional o nacional (que en su conjunto los llamaré "rivales") son quienes con su entrada tienen la mayor posibilidad de disciplinar el comportamiento competitivo de, en este caso, de Moderna.

Cabe señalar que los rivales; como ejemplo, [REDACTED] no han entrado por completo o sólo parcialmente a la región pacífico-norte que es la que nos ocupa.

También, otras empresas dedicadas al análisis del sector señalan que existe precisamente en esta región gran oportunidad de expansión para las farmacias de cadena.

En términos de oportunidad, las características relativamente sencillas de los establecimientos, el local acondicionado y surtido productos para incursionar o ampliar participación en los mercados analizados, permite considerar que la entrada puede darse en tiempos muy aceptables, oportunos, para detener o disuadir cualquier abuso de poder de mercado, debido a las manifestaciones que se hicieron y que se encuentran en el expediente.

Esto es que el establecimiento de una farmacia dura alrededor de seis meses, el plazo de recuperación de la inversión es relativamente corto de cinco años y, por supuesto, la inversión es relativamente baja, como se señaló anteriormente, algunos hablan de [REDACTED], otros hasta un [REDACTED]

Respecto a la posibilidad de entrada exitosa, dado el crecimiento exhibido por los rivales que podríamos considerar los regionales y los nacionales, considero que hay una elevada posibilidad de que entren exitosamente a los mercados relevantes, ya sea esto de forma orgánica o vía adquisiciones.

Por ejemplo, los crecimientos sostenidos a nivel nacional durante los últimos cinco años con tasas medias de crecimiento anual, que son mayores al 10% de algunas de estas rivales que he señalado.

Asimismo, destaca que estas cadenas regionales que podrían incursionar en el mercado, en términos de respaldo financiero, experiencia, infraestructura, pues garantiza que puedan tener alguna presencia exitosa, en caso de incursionar en estos mercados.

Con base en las consideraciones anteriores, considero que ante una posible alza en precios derivada de la operación, las condiciones del mercado permitirían que existiera entrada (por probable, oportuna y suficiente) para disuadir y contrarrestar los efectos anticompetitivos de la concentración. Esto reduciría las posibilidades que la operación tenga efectos contrarios al proceso de competencia y libre concurrencia.

Finalmente, en la operación se señala que hay una cláusula de no competir y a continuación hago el análisis de la misma.

En términos de sujeto obligado, se señala que [REDACTED] en términos de cobertura [REDACTED] en términos de cobertura geográfica, [REDACTED] y en términos de duración, [REDACTED]

En términos de sujeto obligado y cobertura producto estos se encuentran dentro de lo que la Comisión ha considerado como que no existe riesgo a la competencia; sin embargo, cabe hacer algunos señalamientos sobre cobertura geográfica y la duración.

Sobre la cobertura geográfica de la cláusula de no competencia, la Secretaría Técnica considera justificado que sea [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Sobre la duración de la cláusula de no competencia, la Secretaría Técnica informa a los promoventes de que su duración era excesiva para garantizar la transacción, por lo cual los promoventes se comprometieron a [REDACTED]

A la fecha de este Pleno, los promoventes no han presentado el convenio modificatorio que así lo acredite.

Como conclusión de toda la operación, si bien los índices de concentración no son contundentes en cuanto a que no existen riesgos a la competencia, eso hizo necesario el análisis del posicionamiento de los diferentes agentes económicos que participan en estos mercados en términos de precios, en términos de reconocimientos por parte de los consumidores y preferencia de los consumidores, así como un análisis más detallado sobre las condiciones de entrada al mercado.

Estos análisis más generales sobre las condiciones que podrían enfrentar el mercado ante esta concentración, me hace considerar que de realizarse la operación tendría pocas posibilidades de tener efectos contrarios al proceso de competencia y libre concurrencia.

Es por ello que yo recomiendo al Pleno de esta Comisión, autorizar la operación sujeta a que se modifique la cláusula de no competencia [REDACTED]

Gracias.

APP: Muchas gracias, Comisionado Martínez Chombo.

¿Alguien tiene algún comentario sobre la ponencia? ¿Nadie? ¿De ningún tipo?

Bueno entonces, ¿quién estaría a favor de autorizar la concentración en el sentido que lo comentan en la ponencia, incluida la modificación a la cláusula de [REDACTED]?

Nada más para que quede constancia, Comisionado Martínez Chombo ¿se refiere a que esto quede acreditado, esta modificación, cuando traigan sus documentos de cierre?

EMC: Sí, está plasmado en el proyecto de resolución que circulé.

APP: Muchas gracias, bueno pues queda autorizada esta concentración por unanimidad.

Llamamos de regreso al Secretario Técnico, por favor.

Gracias, tenemos de regreso con nosotros al Secretario Técnico.

Entonces paso al octavo y último punto de la agenda del día de hoy asuntos generales: es la presentación, discusión y, en su caso, aprobación de la opinión sobre el impacto de los servicios de transporte de personas por medio de plataformas móviles que permiten intercambios entre particulares en el proceso de libre concurrencia y competencia económica. Es el asunto OPN-008-2015.

Secretario Técnico le cedo la palabra, si quiere comentar algo sobre esta opinión.

RIVG: Muchas gracias, Presidenta.

Bueno, esta opinión ha sido discutida ampliamente de manera informal con los Comisionados, se han incorporado en sucesivas versiones los comentarios que se han venido recibiendo de todos ellos, estaría listo ya para su resolución final.

APP: Gracias, Secretario Técnico.

¿Alguien tiene algún comentario sobre la opinión que se nos presentó? ¿No?

Entonces, no habiendo más comentarios pregunto, ¿quién estaría a favor de su aprobación?

Secretario Técnico, queda autorizada esta opinión por unanimidad.

¿Hay algún otro asunto?

Entonces, damos por terminada la sesión de hoy, muchas gracias.