MEDIO: PORTAL FORBES
FECHA: 24/ABRIL/2017

Forbes MÉXICO

Un mercado más chico y la Cofece

Es sorprendente la ceguera con la que la Cofece otorgó el visto bueno, sin condiciones ni objeciones, a la compra de la tienda Suburbia por parte del Puerto de Liverpool.

Con una inversión de 19,000 millones de pesos (mdp), El Puerto de Liverpool le comprará a Walmart las 119 tiendas de la marca Suburbia, después de que la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) autorizara en definitiva, y sin condición alguna, dicha venta. Un total de 3,300 mdp se destinarán al pago de dividendos a los accionistas.

Pero es sorprendente la ceguera con la que el organismo regulatorio otorgó el visto bueno, sin condiciones ni objeciones, a la compra de Suburbia por Liverpool, cuando se calcula que Liverpool tiene un 50% del mercado, que se verá incrementado con el 10% de Suburbia.

Un 60% es *prima facie*, una fuerte presunción de que una empresa posee poder sustancial de mercado, como (en este caso) Liverpool, y las concentraciones que creen o refuercen un poder dominante en el mercado deben ser prohibidas, al menos en los países con autoridades de competencia creíbles, que no es la señal que manda la Cofece.

Las tiendas departamentales presentan una situación particular: en un establecimiento de este tipo, podemos adquirir una gran variedad de artículos personales y para el hogar y, en los últimos años, también acceder a servicios como los de agencias de viajes, compra y consumo de alimentos gourmet, y muchos otros.

Además, suelen ubicarse en centros comerciales, lo que multiplica aún más las posibilidades de encontrar todo lo que requerimos en un mismo lugar.

Una visita a uno de estos establecimientos puede implicar no sólo comprar un vestido, sino también zapatos, una lavadora y contratar un paquete turístico para las próximas vacaciones.

Por su parte, las tiendas departamentales son aquellas en donde se pueden encontrar diversas secciones dedicadas, ya sea a artículos personales (tales como ropa, zapatos, accesorios), zonas de artículos para el hogar (como muebles de diversos tipos, blancos, ferretería y otros), espacios de entretenimiento (entre los que están electrónicos y juguetería) y, en los últimos años, también algunos espacios dedicados a la venta de alimentos, sobre todo los de estilo gourmet.

Algunos ejemplos de este tipo de tiendas son El Palacio de Hierro, Liverpool, Coppel, Sears, Famsa, Suburbia, Sanborns y Fábricas de Francia, entre otros.

“Enfocado a los estratos de mercado medio, medio-alto y alto, Liverpool es líder dentro del sector comercio en el segmento de almacenes departamentales en la República Mexicana, con una participación de mercado, al cierre de 2010, de 63%, al incorporar también las ventas de las cadenas Palacio de Hierro y Sears”, detalló, en un análisis sectorial, Indalecio Riojas, especialista de la corporación financiera Fitch Ratings.

Sin embargo, durante el primer trimestre del año, las cifras se modificaron ligeramente. En el periodo, entre Liverpool, El Palacio de Hierro y Sears vendieron 16,872 mdp en diferentes artículos, que van desde productos electrónicos, hasta ropa y accesorios.

De tal forma que, de enero a marzo, las ventas de Liverpool ascendieron a 9,581 mdp, por lo que, al cierre del periodo, contaba con 56.78 % de participación de dicho mercado. Detrás de ella se colocó Sears, que, según datos de Grupo Carso, vendió 3,986 mdp, equivalentes a 23.62 % del mercado. Al final se ubicó El Palacio de Hierro, con ingresos de 3,305 mdp en su división comercial, representativos del 19.58 % del pastel.

Tan sólo Liverpool opera 85 almacenes y, según Fitch Ratings, podría llegar a 90 este año. Además, maneja 27 boutiques especializadas. Por su parte, Sears cuenta con 33 unidades y pretende incrementar el flujo de clientes en sus unidades. En tanto, El Palacio de Hierro opera 10 tiendas departamentales, dos outlets, dos tiendas dedicadas exclusivamente al hogar y 54 boutiques.

Esto evidencia que, en México, cualquiera se puede fusionar, en especial si se trata de monopolios. Pobres de los consumidores, quienes, debido a la sospecha de la posible existencia de cárteles entre las empresas departamentales, tenemos que pagar precios muy superiores por los productos de importación a los que adquieren los consumidores estadounidenses.

Y la concentración sólo va a acelerar esta tendencia. Con este trabajo, más le valiera a la Cofece no haber nacido, como Jesús se quejaba de Judas.