



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

México, Distrito Federal, a treinta de junio de dos mil cinco.- Visto el expediente administrativo al rubro citado, el Pleno de esta Comisión Federal de Competencia (en adelante CFC o Comisión), en sesión celebrada el catorce de junio de dos mil cinco, con fundamento en los artículos 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1, 2, 3, 8, 10, fracciones IV y V, 11, 12, 13, 23, 24, fracciones I, III y IX, 25, 30, 32, 33, 34, 35 y 36 de la Ley Federal de Competencia Económica (en adelante LFCE), así como 1, 8, fracciones I y III, 13 y 14 del Reglamento Interior de la CFC, resolvió de acuerdo a los antecedentes, consideraciones de derecho y resolutivos que a continuación se expresan.

### ANTECEDENTES

**Primero.** El doce de mayo de dos mil tres fue presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito de denuncia suscrito por la C. Raquel Chávez Paniagua<sup>1</sup> (C. Chávez) en contra de “(...) Propymex, S.A. de C.V. (...)”, distribuidor de productos de la marca Coca Cola, por la posible comisión de prácticas monopólicas relativas.

En el escrito de denuncia, se indicó que la empresa denunciada decidió retirarle a partir de marzo de dos mil tres el servicio de abasto de los productos marca Coca Cola, en particular el producto de sabor cola en envase con capacidad de 2.5 litros, ya que la denunciante se rehusó a aceptar la exigencia de tal distribuidor, en el sentido de no vender y exhibir los productos de la marca Big Cola en su establecimiento.

**Segundo.** El diecinueve de mayo del año referido, el Secretario Ejecutivo de esta Comisión acordó prevenir a la C. Chávez para que aclarara y completara su denuncia de conformidad con lo dispuesto por el artículo 24 en sus fracciones II, V, VI, XI y XII del RLFCE, a efecto de acordar lo conducente respecto de su procedencia y admisión. El acuerdo descrito fue notificado a la denunciante el veintiséis de mayo de dos mil tres.

**Tercero.** El dos de junio de dos mil tres, se presentó ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el escrito por el que la C. Chávez desahogó el acuerdo descrito en el antecedente previo.

**Cuarto.** Mediante proveído del cinco de junio de dos mil tres, se admitió a trámite la denuncia por posibles prácticas monopólicas relativas previstas en el artículo 10, fracciones IV y V de la LFCE, dando inicio a la investigación correspondiente en contra de quien o quienes resultaran responsables.

En cumplimiento del artículo 27 del RLFCE, el diecisiete de junio de dos mil tres, se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) un extracto del acuerdo a que se refiere el presente antecedente.

<sup>1</sup> [REDACTED] (Eliminado: un párrafo con tres renglones. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

**Quinto.** El cuatro de junio de dos mil tres el C. [REDACTED]<sup>2</sup> (C. [REDACTED]) presentó ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado un escrito de denuncia en contra del sistema Coca Cola, por la posible comisión de prácticas monopólicas relativas en el mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado. La referida denuncia se radicó en el expediente número DE-23-2003. (Eliminado: 3 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por proveído del trece de junio de dos mil tres, se acumuló tal denuncia al presente expediente, considerando la similitud de hechos y que esta Comisión no se había pronunciado en definitiva al respecto.

**Sexto.** Mediante oficio número DGI-10-096-2003-084 del dieciséis de julio de dos mil tres, se requirió diversa información y documentos relevantes a Ajemex, S.A. de C.V., (Ajemex). Tal oficio fue notificado el dieciocho de julio del citado año.

**Séptimo.** Mediante escrito presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el veintidós de agosto de dos mil tres<sup>3</sup> Ajemex desahogó en sus términos el oficio de requerimiento de información y documentos descrito en el antecedente previo y solicitó a esta Comisión se le reconociera tanto su carácter de coadyuvante en la etapa de investigación del presente expediente como su derecho de ampliar los hechos denunciados y en su caso presentar una denuncia en términos de la LFCE y su Reglamento.

El acuerdo que recayó al citado escrito fue emitido por el Director General de Investigaciones el veintiséis de agosto de dos mil tres y notificado el cinco de septiembre siguiente.

**Octavo.** El veintisiete de agosto de dos mil tres, el C. [REDACTED]<sup>4</sup> (C. [REDACTED]) presentó ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito de denuncia en contra del sistema Coca Cola, por la posible comisión de prácticas monopólicas relativas en el mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado. Tal denuncia se radicó en el expediente número DE-51-2003. (Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

---

<sup>2</sup> (Eliminado: un párrafo con dos renglones. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales) De la copia simple que se acompañó al escrito de denuncia (foja 0023 del presente expediente) se obtuvo que la empresa denunciada era Propimex, S.A. de C.V.

<sup>3</sup> Previa prórroga de diez días hábiles concedida para tales efectos mediante proveído del ocho de agosto de dos mil tres.

<sup>4</sup> (Eliminado: un párrafo con dos renglones. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales) Del recibo de compra que se acompañó al escrito de denuncia (foja 0253 del presente expediente) se obtuvo que la empresa denunciada era Panamco Bajío, S.A. de C.V.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Mediante proveído del tres de septiembre de dos mil tres se acumuló la denuncia referida en el párrafo que antecede al presente expediente, considerando la similitud de hechos y que esta Comisión no se había pronunciado en definitiva al respecto.

**Noveno.** El veintitrés de septiembre de dos mil tres el Director General de Investigaciones de esta Comisión emitió sesenta y nueve oficios de requerimiento de información y documentos.

Los oficios DGI-10-096-2003-146, DGI-10-096-2003-147, DGI-10-096-2003-148, DGI-10-096-2003-149, DGI-10-096-2003-150, DGI-10-096-2003-151, DGI-10-096-2003-152, DGI-10-096-2003-153, DGI-10-096-2003-154, DGI-10-096-2003-155, DGI-10-096-2003-156, DGI-10-096-2003-157, DGI-10-096-2003-158, DGI-10-096-2003-159, DGI-10-096-2003-160, DGI-10-096-2003-161, DGI-10-096-2003-162, DGI-10-096-2003-163, DGI-10-096-2003-164, DGI-10-096-2003-165, DGI-10-096-2003-166, DGI-10-096-2003-168, DGI-10-096-2003-169, DGI-10-096-2003-170, DGI-10-096-2003-175, DGI-10-096-2003-179, DGI-10-096-2003-180, DGI-10-096-2003-181, DGI-10-096-2003-182, DGI-10-096-2003-183, DGI-10-096-2003-184, DGI-10-096-2003-185, DGI-10-096-2003-186, DGI-10-096-2003-191, DGI-10-096-2003-192, DGI-10-096-2003-193, DGI-10-096-2003-194, DGI-10-096-2003-196, DGI-10-096-2003-197, DGI-10-096-2003-198, DGI-10-096-2003-199, DGI-10-096-2003-200, DGI-10-096-2003-201, DGI-10-096-2003-203, DGI-10-096-2003-204, DGI-10-096-2003-205, DGI-10-096-2003-206, DGI-10-096-2003-207, DGI-10-096-2003-208, DGI-10-096-2003-209, DGI-10-096-2003-210, DGI-10-096-2003-211, DGI-10-096-2003-213, DGI-10-096-2003-214, DGI-10-096-2003-215, y DGI-10-096-2003-217 fueron dirigidos a The Coca Cola Export Corporation (TCCEC), Grupo Continental, S.A. (Grupo Contal), Embotelladora Aguascalientes, S.A. de C.V. (Embotelladora Aguascalientes), Embotelladora Ameca, S.A. de C.V. (Embotelladora Ameca), Embotelladora de Coahuila, S.A. de C.V. (Embotelladora de Coahuila), Embotelladora de Fresnillo, S.A. de C.V. (Embotelladora de Fresnillo), Embotelladora Gómez Palacio, S.A. de C.V. (Embotelladora Gómez Palacio), Embotelladora Guadalupe Victoria, S.A. de C.V. (Embotelladora Guadalupe Victoria), Embotelladora Guadiana, S.A. de C.V. (Embotelladora Guadiana), Embotelladora La Bufa, S.A. de C.V. (Embotelladora La Bufa), Embotelladora La Favorita, S.A. de C.V. (Embotelladora La Favorita), Embotelladora Lagunera, S.A. de C.V. (Embotelladora Lagunera), Embotelladora Las Trojes, S.A. de C.V. (Embotelladora Las Trojes), Embotelladora Los Altos, S.A. de C.V. (Embotelladora Los Altos), Embotelladora Río Verde, S.A. de C.V. (Embotelladora Río Verde), Embotelladora San Luis, S.A. de C.V. (Embotelladora San Luis), Embotelladora Tangamanga, S.A. de C.V. (Embotelladora Tangamanga), Embotelladora Zapopan, S.A. de C.V. (Embotelladora Zapopan), Embotelladora Tecomán, S.A. de C.V. (Embotelladora Tecomán), Coca Cola Femsa, S.A. de C.V. (Coca Cola Femsa), Embotelladora de Tlalnepantla, S.A. de C.V. (Embotelladora de Tlalnepantla), Refrescos y Aguas Minerales, S.A. de C.V. (Refrescos y Aguas Minerales), Propimex, S.A. de C.V. (Propimex), Embotelladora Femsa, S.A. de C.V. (Embotelladora Femsa), Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V. (Industria Embotelladora de México), Embotelladora de Soconusco, S.A. de C.V. (Embotelladora de Soconusco), Panamco México, S.A. de C.V. (Panamco México), Panamco Bajío, S.A. de C.V.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

(Panamco Bajío), Panamco Golfo, S.A. de C.V. (Panamco Golfo), Embotelladoras Arca, S.A. de C.V. (Embotelladoras Arca), Embotelladora El Carmen, S.A. de C.V. (Embotelladora El Carmen), Refrescos de Matehuala, S.A. de C.V. (Refrescos de Matehuala), Embotelladora de Monclova, S.A. de C.V. (Embotelladora de Monclova), Embotelladora Tamaulipeca, S.A. de C.V. (Embotelladora Tamaulipeca), Bebidas Mundiales, S.A. de C.V. (Bebidas Mundiales), Embotelladora Internacional, S.A. de C.V. (Embotelladora Internacional), Embotelladora Reynosa, S.A. de C.V. (Embotelladora Reynosa), Compañía Topo Chico, S.A. de C.V. (Topo Chico), Corporativo Grupo Tampico, S.A. de C.V. (Corporativo Grupo Tampico), Embotelladora Mante, S.A. de C.V. (Embotelladora Mante), Embotelladora Ciudad Victoria, S.A. de C.V. (Embotelladora Ciudad Victoria), Embotelladora Poza Rica, S.A. de C.V. (Embotelladora Poza Rica), Embotelladora Tuxpam, S.A. de C.V. (Embotelladora Tuxpam), Yoli de Acapulco, S.A. de C.V. (Yoli de Acapulco), Agua de Taxco Yoli, S.A. de C.V. (Agua de Taxco Yoli), Coordinación Industrial Mexicana, S.A. de C.V. (Cimsa), Embotelladora de Altamirano, S.A. de C.V. (Embotelladora de Altamirano), Embotelladora de Cuernavaca, S.A. de C.V. (Embotelladora de Cuernavaca), Administración Peninsular Corporativa, S.A. de C.V. (Administración Peninsular Corporativa), Industria Embotelladora de Campeche, S.A. de C.V. (Industria Embotelladora de Campeche), Embotelladora del Caribe, S.A. de C.V. (Embotelladora del Caribe), Embotelladora Peninsular, S.A. de C.V. (Embotelladora Peninsular), Industria Refresquera Peninsular, S.A. de C.V. (Industria Refresquera Peninsular), Corporación Rica, S.A. de C.V. (Corporación Rica), Embotelladora de Cuautla, S.A. de C.V. (Embotelladora de Cuautla) y Embotelladora Las Margaritas, S.A. de C.V. (Embotelladora Las Margaritas),<sup>5</sup> respectivamente y notificados a sus destinatarios.

Por su parte los oficios DGI-10-096-2003-167, DGI-10-096-2003-171, DGI-10-096-2003-172, DGI-10-096-2003-173, DGI-10-096-2003-174, DGI-10-096-2003-176, DGI-10-096-2003-177, DGI-10-096-2003-178, DGI-10-096-2003-187, DGI-10-096-2003-188, DGI-10-096-2003-189, DGI-10-096-2003-195, DGI-10-096-2003-216 dirigidos a Refrescos y Aguas Nacionales, S.A. de C.V. (Refrescos y Aguas Nacionales), Refrescos de Oaxaca, S.A. de C.V. (Refrescos de Oaxaca), Embotelladora Sin Rival, S.A. de C.V. (Embotelladora Sin Rival), Industrial Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. (Industrial Envasadora de Querétaro), Distribuidora de Bebidas Valle de México, S.A. de C.V. (Bebidas Valle de México), Industria Embotelladora del Valle, S.A. de C.V. (Industria Embotelladora del Valle), Industria Refresquera del Valle, S.A. de C.V. (Industria Refresquera del Valle), Distribuidora Comercial Dico, S.A. de C.V. (Comercial Dico), Compañía Embotelladora de Sabinas, S.A. de C.V. (Embotelladora de Sabinas), Embotelladora de Piedras Negras, S.A. de C.V. (Embotelladora de Piedras Negras), Corporativo Arma, S.A. de C.V.

---

<sup>5</sup> Salvo por Embotelladora Aguascalientes (que no obstante que no obra en autos la cédula de notificación respectiva, esta empresa desahogó su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos) las respectivas cédulas de notificación de los referidos oficios obran a fojas 812, 2151, 849, 748, 2221, 841, 842, 843, 772, 1812, 760, 774, 854, 2076, 853, 850, 1809, 2150, 820, 756, 773, 821, 2797, 748, 2829, 822, 2218, 2219, 847, 3380, 2074, 2350, 1818, 818, 856, 763, 838, 2220, 2434, 2046, 2539, 2735, 823, 1807, 857, 2471, 858, 864, 827, 829, 859, 845, 757, 2435, 1804, 2756, 2755, 2759, 2757 y 3378 del presente expediente.

(Corporativo Arma), Cuncalin, S.A. de C.V. (Cuncalin) y Embotelladora La Minera, S.A. de C.V. (Embotelladora La Minera), respectivamente, no fueron notificados a sus destinatarios.

**Décimo.** El catorce de octubre de dos mil tres, Ajemex presentó ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito de denuncia en contra de las empresas integrantes del sistema Coca Cola, por la comisión de presuntas prácticas monopólicas relativas en el mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado. En la citada denuncia se señaló que las conductas instrumentadas por las diferentes empresas que integran el sistema Coca Cola así como su sistema de distribución y comercialización en nuestro país han tenido por objeto cerrar el canal de distribución de Ajemex en los establecimientos detallistas, en el cual se distribuyen y comercializan la mayoría de las bebidas carbonatadas en envase cerrado y en el que existe el mayor potencial de crecimiento del consumo de tales bebidas. Asimismo, la denunciante indicó que las conductas denunciadas eran constitutivas de prácticas monopólicas relativas en términos del artículo 10, fracciones IV, V y VII de la LFCE, así como de su correlativo artículo 7°, fracción V del RLFCE. Tal denuncia quedó radicada en el expediente número DE-55-2003.

Mediante proveído del veinte de octubre de dos mil tres se acumuló la denuncia referida en el párrafo que antecede al presente expediente, considerando la similitud de hechos y que esta Comisión no se había pronunciado en definitiva al respecto.

El catorce de octubre de dos mil tres fueron presentados ante la Oficialía de Partes de esta Comisión sendos escritos por los que Embotelladora Fresnillo, Embotelladora de Coahuila y Yoli de Acapulco manifestaron que se consideraban ajenas a la etapa de investigación del presente expediente y por lo tanto no contaban con información que aportar en desahogo de sus respectivos oficios de requerimientos de información y documentos. En igual sentido se manifestaron Embotelladora Lagunera<sup>6</sup>, Cimsa, Embotelladora de Cuernavaca, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora La Bufa<sup>7</sup> y Embotelladora Las Trojes.<sup>8</sup>

El veinte de octubre de dos mil tres el Director General de Investigaciones de esta Comisión reiteró la solicitud de información y documentos realizada a las empresas señaladas en el párrafo anterior.<sup>9</sup>

**Décimo Primero.** Mediante escritos presentados el dieciséis de octubre de dos mil tres ante la Oficialía de Partes de esta Comisión, TCCEC y Corporación Rica dieron cumplimiento a sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. Mediante proveídos del

---

<sup>6</sup> Mediante escrito presentado el quince de octubre de dos mil tres ante la Oficialía de Partes de esta Comisión.

<sup>7</sup> Mediante sendos escritos presentados ante la Oficialía de Partes de esta CFC el dieciséis de octubre de dos mil tres.

<sup>8</sup> Mediante escrito presentado ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado el diecisiete de octubre de dos mil tres.

<sup>9</sup> Mediante acuerdos que obran a fojas 2077, 2081, 2089, 2083, 2091, 2093, 2079, 2087 y 2085 respectivamente, del presente expediente.

veinte de octubre del citado año<sup>10</sup> se tuvieron por desahogados en tiempo y forma los referidos oficios de requerimiento.

En esa misma fecha, Embotelladora Reynosa dio cumplimiento de manera parcial al oficio de requerimiento de información y documentos a su cargo. Por lo anterior, mediante acuerdo del veinte de octubre de dos mil tres,<sup>11</sup> se reiteró el oficio de requerimiento por lo que hace a la información solicitada bajo los numerales 4 y 9 a 29.

**Décimo Segundo.** Por su parte, Bebidas Mundiales, mediante escrito presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el veinte de octubre de dos mil tres, dio respuesta parcial al oficio de requerimiento de información y documentos a su cargo. Al escrito citado recayó el acuerdo del veintitrés de octubre del citado año<sup>12</sup> por el que se reiteró el oficio de requerimiento respecto a la información identificada con los numerales 4 y 9 a 29.

**Décimo Tercero.** El veintiuno de octubre de dos mil tres fueron presentados ante la Oficialía de Partes de esta Comisión sendos escritos por los que Embotelladora Guadiana, Embotelladora Guadalupe Victoria, Embotelladora Gómez Palacio y Agua de Taxco Yoli manifestaron que se consideraban ajenas a la etapa de investigación del presente expediente y por lo tanto no contaban con información que aportar en desahogo de sus respectivos oficios de requerimientos de información y documentos. El veintitrés del citado mes y año el Director General de Investigaciones de esta Comisión reiteró la solicitud de información y documentos realizada a las empresas señaladas en el párrafo anterior.<sup>13</sup>

En esa misma fecha Topo Chico dio respuesta parcial a su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. El veintitrés de octubre del citado año, el Director General de Investigaciones de esta Comisión, reiteró el referido oficio de requerimiento por lo que hace a la información identificada con los numerales 4 y 9 a 29.<sup>14</sup>

El mismo día fue ingresado ante la Oficialía de Partes de esta CFC un escrito por el que el C. [REDACTED]<sup>15</sup> (C. [REDACTED]) presentó diversa información relativa al procedimiento en que se actúa. A tal escrito recayó el proveído del veinticuatro de octubre de dos mil tres<sup>16</sup> por el que se le tuvo como coadyuvante en el presente procedimiento. (Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>10</sup> Fojas 2070 y 2099 respectivamente, del expediente en que se actúa.

<sup>11</sup> Foja 2095 del expediente al rubro citado.

<sup>12</sup> Foja 2335 del presente expediente.

<sup>13</sup> Mediante acuerdos que obran en autos a fojas 2325, 2327, 2329 y 2323 respectivamente.

<sup>14</sup> Tal acuerdo obra en la foja 2331 del presente expediente.

<sup>15</sup> (Eliminado: un párrafo con tres renglones. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>16</sup> Foja 2349 del expediente al rubro citado.

**Décimo Cuarto.** El veintidós de octubre de dos mil tres fue notificado a esta Comisión que Propimex y Panamco México presentaron sendos juicios de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente y de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. De tales juicios de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 1695/2003-II y 1483/2003-IV, respectivamente.

Sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria de la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Unión al resolver el toca 1324/2004 se concedió la protección constitucional a Propimex y se ordenó dejar sin efectos el oficio de requerimiento de información y documentación. En cumplimiento a lo anterior mediante acuerdo del veinticinco de febrero de dos mil cuatro (sic) el Director General de Investigaciones de este órgano desconcentrado dejó insubsistente el oficio de requerimiento de información y documentación respectivo.

Por su parte, sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria del H. Primer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito al resolver el toca RA 167/2004 se confirmó concedió en definitiva el amparo solicitado por Panamco México. Por lo anterior, mediante acuerdo del ocho de diciembre de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones de este órgano desconcentrado dejó insubsistente el oficio de requerimiento de información y documentación respectivo.

**Décimo Quinto.** El veintitrés de octubre de dos mil tres fueron presentados ante la Oficialía de Partes de esta Comisión sendos escritos por los que Embotelladora Ameca, Embotelladora San Luis, Embotelladora Tangamanga, Embotelladora Río Verde y Embotelladora Los Altos manifestaron que se consideraban ajenas a la etapa de investigación del presente expediente y por lo tanto no contaban con información que aportar en desahogo de sus respectivos oficios de requerimientos de información y documentos. El veinticuatro del citado mes y año el Director General de Investigaciones de esta Comisión reiteró la solicitud de información y documentos realizada a las empresas señaladas en el párrafo anterior.<sup>17</sup>

En tal fecha Embotelladoras Arca dio respuesta parcial a su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. El veinticuatro de octubre del citado año, el Director General de Investigaciones de esta Comisión, reiteró el referido oficio de requerimiento por lo que hace a la información identificada con los numerales 4 y 9 a 29.<sup>18</sup>

El veintitrés de octubre de dos mil tres el Pleno de esta Comisión acordó ampliar el plazo de la investigación por un periodo de noventa días hábiles adicionales, en términos del artículo 27 del RLFCE. En consecuencia, el nuevo plazo finalizó el veinticinco de marzo de dos mil cuatro.

<sup>17</sup> Mediante acuerdos que obran en autos a fojas 2339, 2341, 2343, 2345 y 2347 respectivamente.

<sup>18</sup> Tal acuerdo obra en la foja 2424 del presente expediente.

**Décimo Sexto.** El veinticuatro de octubre de dos mil tres fue presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito por el que Embotelladora Internacional desahogó parcialmente el oficio de requerimiento de información y documentos a su cargo. El veintisiete de octubre del citado año, el Director General de Investigaciones de esta Comisión, reiteró el referido oficio de requerimiento por lo que hace a la información identificada con los numerales 4 y 9 a 29.<sup>19</sup>

En la fecha indicada fue notificado a esta Comisión que Industria Embotelladora de Campeche presentó juicio de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente y de su respectivo oficio de requerimiento de información y documentos. Del referido juicio de garantías conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 1626/2003-VI. Sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria del H. Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca RA 115/2004 se sobreseyó el juicio de garantías.

El veinticuatro de octubre de dos mil tres, Coca Cola Femsa ingresó un escrito ante la Oficialía de Partes de esta Comisión mediante el cual solicitó el domicilio de la C. Raquel Chávez Paniagua, con objeto de exhibirlo en el juicio de amparo radicado bajo el número de expediente 1594/2003 del índice del H. Juzgado Octavo de Distrito "A" en Materia Administrativa en el Distrito Federal (en ese entonces órgano judicial competente para conocer del citado juicio de garantías). El Director General de Investigaciones acordó el veintisiete de octubre de dos mil tres, que no había lugar a proporcionar el domicilio solicitado, toda vez que la información correspondiente reviste carácter confidencial, según se prevé en el artículo 31 de la LFCE.

**Décimo Séptimo.** Mediante oficios DGI-10-096-2003-307, DGI-10-096-2003-308, DGI-10-096-2003-309 y DGI-10-096-2003-310, del veintinueve de octubre de dos mil tres, el Director General de Investigaciones de esta CFC requirió diversa información y documentos a los agentes económicos Fomento Queretano, S.A. de C.V. (Fomento Queretano), Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. (Embotelladora La Victoria), Refrescos Victoria del Centro, S.A. de C.V. (Refrescos Victoria del Centro) y Embotelladora de San Juan, S.A. de C.V. (Embotelladora de San Juan), respectivamente.<sup>20</sup>

**Décimo Octavo.** El treinta de octubre de dos mil tres Embotelladora Tamaulipeca dio respuesta parcial a su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. El cinco de noviembre del citado año, el Director General de Investigaciones de esta Comisión, reiteró el referido oficio de requerimiento por lo que hace a la información identificada con los numerales 4 y 9 a 29.<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Mediante acuerdo que obra a foja 2429 del expediente en que se actúa.

<sup>20</sup> Las respectivas cédulas de notificación de los oficios referidos obran a fojas 2756, 2755, 2759 y 2757 respectivamente.

<sup>21</sup> Tal acuerdo obra en la foja 2717 del presente expediente.



El treinta de octubre del citado año fueron presentados ante la Oficialía de Partes de esta Comisión sendos escritos por los que Embotelladora Tecomán, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan y Grupo Continental manifestaron que se consideraban ajenas a la etapa de investigación del presente expediente y por lo tanto no contaban con información que aportar en desahogo de sus respectivos oficios de requerimientos de información y documentos. El cinco de noviembre de dos mil tres el Director General de Investigaciones de esta Comisión reiteró la solicitud de información y documentos realizada a las empresas señaladas en el párrafo anterior.<sup>22</sup>

El treinta de octubre de dos mil tres fue notificado a esta Comisión que Embotelladora del Caribe, Coca Cola Femsa, Refrescos y Aguas Minerales y Administración Peninsular Corporativa presentaron sendos juicios de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente y de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. De tales juicios de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 43/2004-V y 1647/2003-II por lo que hace a Embotelladora del Caribe y Coca Cola Femsa respectivamente y el diverso expediente 1595/2003 por lo que hace tanto a Refrescos y Aguas Minerales como a Administración Peninsular Corporativa. En cumplimiento a la ejecutoria de amparo, el seis de diciembre de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones dejó insubsistentes los oficios de requerimiento de información y documentación formulados a Refrescos y Aguas Minerales y a Administración Peninsular Corporativa. Por su parte, el amparo interpuesto por Coca Cola Femsa y Embotelladora del Caribe se encuentran *sub-judice*.

En el juicio de garantías promovido por Embotelladora del Caribe al día de hoy se encuentra pendiente de resolución el recurso interpuesto por esta CFC en contra de la sentencia emitida por el H. Juzgado Noveno de Distrito por la que concedió el amparo solicitado respecto del oficio de requerimiento de información DGI-10-06-2003-219.<sup>23</sup>

Por su parte en el juicio de amparo promovido por Coca Cola Femsa se encuentra *sub judice* el recurso interpuesto por esta Comisión en contra de la sentencia emitida en el expediente 1647/2003-II por la que se concedió la protección constitucional al referido agente económico.<sup>24</sup>

En cuanto al juicio constitucional promovido por Refrescos y Aguas Minerales y Administración Peninsular Corporativa, sustanciado el procedimiento de ley, fue concedido en definitiva el amparo solicitado mediante la ejecutoria emitida por el H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa al resolver el toca RA 312/200. Por lo anterior, mediante acuerdos del seis de

<sup>22</sup> Mediante acuerdos que obran en autos a fojas 2709, 2711, 2713 y 2715 respectivamente.

<sup>23</sup> Toca RA 96/2005 del índice del H. Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa en el Primer Circuito Judicial.

<sup>24</sup> Toca RA-177-2005 del índice del H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa en el Primer Circuito Judicial.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

diciembre de dos mil cuatro, el Director General de Investigaciones dejó insubsistente los oficios de requerimiento de información y documentación DGI-10-096-2003-168 y DGI-10-096-2003-208 dirigidos a Refrescos y Aguas Minerales y Administración Peninsular Corporativa, respectivamente.

**Décimo Noveno.** El treinta y uno de octubre de dos mil tres fue notificado a esta Comisión que Embotelladora Peninsular e Industria Refresquera Peninsular presentaron sendos juicios de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente y de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. De los referidos juicios de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 1702/2003-II y 117/2004-IV, respectivamente.

En el juicio de amparo promovido por Embotelladora Peninsular al día de hoy se encuentra *sub judice* el recurso de revisión interpuesto por esta CFC en contra de la sentencia del H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa que concedió la protección constitucional a la empresa referida.<sup>25</sup>

Por su parte, en el juicio de garantías promovido por Industria Refresquera Peninsular, sustanciado el procedimiento de ley, el H. Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito al resolver el toca R.A. 380/2004 concedió en definitiva la protección constitucional respecto del oficio de requerimiento de información y documentación dirigido a la quejosa. En cumplimiento, por acuerdo del quince de febrero de dos mil cinco el Director General de Investigaciones dejó insubsistente el oficio referido.

**Vigésimo.** Mediante sendos escritos presentados ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el cuatro de noviembre de dos mil tres Refrescos de Matehuala y Embotelladora de Monclova desahogaron parcialmente sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. Por lo anterior, mediante proveídos del diez de noviembre de dos mil tres se determinó reiterar la solicitud de información y documentos respecto de los numerales 4 y 9 a 29.<sup>26</sup>

**Vigésimo Primero.** El cinco de noviembre de dos mil tres fue notificado a esta Comisión que Panamco Golfo, Embotelladora Las Margaritas y Corporativo Grupo Tampico presentaron sendos juicios de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente y de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. De esos juicios de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 1523/2003-V, 1521/2003-I y 1694/2003-IV respectivamente.

---

<sup>25</sup> Toca R.A. 220/2004 del índice del H. Décimo Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa en el Primer Circuito Judicial.

<sup>26</sup> Los referidos acuerdos obran a fojas 2738 y 2740 del expediente en que se actúa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

En el juicio de garantías promovido por Panamco Golfo, sustanciado el procedimiento de ley, el H. Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito al resolver el toca R.A. 125/2004 concedió en definitiva la protección constitucional respecto del oficio de requerimiento de información y documentación dirigido a la quejosa. En cumplimiento, por acuerdo del siete de abril de dos mil cinco el Director General de Investigaciones dejó insubsistente el oficio referido.

Por su parte, en el juicio de garantías promovido por Embotelladora Las Margaritas, sustanciado el procedimiento de ley, el H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito al resolver el toca R.A. 107/2004 concedió en definitiva el amparo y protección de la justicia de la Unión respecto del oficio de requerimiento de información y documentación dirigido a la empresa referida. En cumplimiento, por acuerdo del veinte de julio de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones dejó insubsistente el oficio descrito.

Asimismo, en el juicio de garantías promovido por Corporativo Grupo Tampico, sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria del H. Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca RA 140/2004 se concedió en definitiva la protección constitucional a la. Por lo anterior, mediante proveído del diez de noviembre del dos mil cuatro, el Director General de Investigaciones declaró insubsistente el oficio de requerimiento de información y documentación dirigido a Corporativo Grupo Tampico.

**Vigésimo Segundo.** El seis de noviembre de dos mil tres Embotelladora de Reynosa, Topo Chico, Bebidas Mundiales, Embotelladoras Arca y Embotelladora Internacional, presentaron ante la Oficialía de Partes de esta Comisión sendos escritos por los que manifestaron que al estar inconformes con el sentido de los acuerdos del veinte, veintitrés, veintitrés, veinticuatro y veintisiete de octubre de dos mil tres respectivamente,<sup>27</sup> no presentaban la información y documentos solicitados.

En ese orden de ideas, el once de noviembre de dos mil tres las citadas empresas interpusieron ante esta CFC sendos recursos de reconsideración (a los que les fueron asignados los números de expediente RA-49-2003, RA-47-2003, RA-45-2003, RA-48-2003 y RA-46-2003 respectivamente) señalando que tanto el acuerdo de inicio del presente expediente, sus respectivos oficios de requerimiento de información así como los acuerdos de veinte, veintitrés, veintitrés, veinticuatro y veintisiete de octubre de dos mil tres, respectivamente, les causaban agravio. Mediante proveídos del trece de noviembre de dos mil tres, los citados recursos de reconsideración fueron desechados por su notoria improcedencia. En contra de tales proveídos se promovieron sendos juicios de nulidad fiscal tal como se describe a continuación:

---

<sup>27</sup> Proveídos por los que el Director General de Investigaciones les reiteró la solicitud de información y documentos contenida en los numerales 4 y 9 a 29 de sus respectivos oficios de requerimiento.

Embotelladora de Reynosa promovió juicio de nulidad fiscal que fue radicado ante la H. Quinta Sala Regional Metropolitana del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa (TFJFA) bajo el número de expediente 5483/04-17-05-8. Al día de hoy se encuentra *sub judice* el juicio de amparo directo promovido por la empresa referida en contra de la resolución que reconoció la validez de la resolución controvertida.

Topo Chico promovió juicio de nulidad fiscal que fue radicado ante la H. Primera Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el número de expediente 5409/04-17-01-2 que al día de hoy se encuentra *sub judice*.

Por su parte, el juicio de nulidad promovido por Bebidas Mundiales fue radicado ante la H. Novena Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el número de expediente 5804/04-17-09-1 y al día de hoy se encuentra *sub judice*.

El juicio de nulidad promovido por Embotelladoras Arca fue radicado por la H. Primera Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el número de expediente 5410/04-17-01-7 y al día de hoy se encuentra *sub judice*.

Respecto del juicio de nulidad promovido por Embotelladora Internacional se indica que al día de hoy se encuentra *sub judice* en la H. Cuarta Sala Regional Metropolitanada del TFJFA bajo el número de expediente 5484/04-17-04-3.

Asimismo, el nueve de febrero de dos mil cuatro se emitieron sendos acuerdos por los que se hizo efectivo el apercibimiento decretado en los oficios de requerimiento de información y documentos correspondientes a las empresas citadas en el presente antecedente, imponiéndoseles sendas multas equivalentes a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal a Embotelladora de Reynosa, Topo Chico, Bebidas Mundiales, Embotelladoras Arca y Embotelladora Internacional. En contra de tales proveídos se presentaron sendas demandas de nulidad de conformidad con lo siguiente:

Embotelladora de Reynosa promovió juicio de nulidad que fue radicado en la H. Quinta Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el número de expediente 13491/04-17-05-7. Al día de hoy se encuentra *sub judice* el recurso de revisión fiscal interpuesto por esta Comisión en contra de la resolución que declaró la nulidad del acuerdo impugnado (toca R.F. 92/2005 del índice del H. Décimo Primer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial ).

Topo Chico, por su parte, presentó demanda de nulidad que fue radicada por la H. Segunda Sala Regional Metropolitana del TFJFA con el número de expediente 13489/04-17-02-8. Al día de hoy tal juicio se encuentra *sub judice*.

En cuanto a Bebidas Mundiales su demanda de nulidad fue radicada ante la H. Cuarta Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el número de expediente 13495/04-17-04-3, al día de hoy se encuentra *sub judice*.

Respecto de Embotelladoras Arca se indica que promovió juicio de nulidad radicado ante la H. Cuarta Sala Regional Metropolitana del TFJFA con el número de expediente 13492/04-17-04-5. Al día de hoy se encuentra *sub judice* el juicio de amparo directo promovido contra la resolución al recurso de reclamación interpuesto por Embotelladoras Arca que confirmó el desechamiento de la demanda presentada por la actora (toca A.D. 167/2005 del índice del H. Noveno Tribunal Colegiado del Primer Circuito).

Por último, Embotelladora Internacional promovió demanda de nulidad que fue radicada ante la H. Novena Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el expediente 13494/04-17-09-7 y al día de hoy se encuentra *sub judice*.

**Vigésimo Tercero.** El diez de noviembre de dos mil tres Yoli de Acapulco, Embotelladora Las Trojes y Embotelladora de Coahuila presentaron ante la Oficialía de Partes de esta CFC sendos escritos en desahogo a los acuerdos referidos en el cuarto párrafo del antecedente décimo de la presente resolución mediante los cuales reiteraron sus manifestaciones en el sentido de que eran ajenas a la investigación del presente expediente, por lo que no contaban con información que proporcionar.

En ese mismo sentido se manifestaron Embotelladora Gómez Palacio, Embotelladora Guadalupe Victoria, Embotelladora Río Verde, Embotelladora Fresnillo, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora Lagunera, Embotelladora Guadiana, Cimsa, Embotelladora de Cuernavaca, Agua de Taco Yoli, Embotelladora La Bufo (mediante escritos presentados ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el doce de noviembre de dos mil tres), Embotelladora Ameca y Embotelladora Los Altos (por escritos presentados ante esta CFC el veinticuatro de noviembre de dos mil tres).

Derivado de esto, el primero de diciembre de dos mil tres se emitieron sendos acuerdos por los que se hizo efectivo el apercibimiento decretado en los oficios de requerimiento de información y documentos correspondientes a las empresas citadas en el presente antecedente, imponiéndoseles sendas multas equivalentes a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.<sup>28</sup>

El doce de noviembre de dos mil tres, Embotelladora Altamirano presentó ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito por el que manifestó que se consideraba ajena a la etapa de investigación del presente expediente y por lo tanto no contaba con información que aportar como desahogo de su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. Por

---

<sup>28</sup> Proveídos que obran a fojas 3090, 3108, 3111, 3078, 3096, 3084, 3075, 3093, 3105, 3099, 3069, 3072, 3087, 3102, 3066 y 3081.

esto, mediante proveído del dieciocho de noviembre de dos mil tres el Director General de Investigaciones reiteró la solicitud de información y documentos a la empresa antes señalada.<sup>29</sup> No obstante que el plazo concedido para desahogar el acuerdo antes referido feneció el veintisiete de noviembre de dos mil tres Embotelladora Altamirano fue omisa en proporcionar la información solicitada. En atención a lo anterior, el diecinueve de enero de dos mil cuatro, se emitió el acuerdo por el que se hizo efectivo el apercibimiento decretado en el oficio de requerimiento de información y documentos correspondiente a Embotelladora Altamirano, imponiéndosele una multa equivalente a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.<sup>30</sup>

**Vigésimo Cuarto.** El diecisiete de noviembre de dos mil tres fue notificado a esta Comisión que Panamco Bajío presentó demanda de garantías en contra del acuerdo de inicio emitido en el presente expediente y de su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. De tal juicio de amparo conoció el H. Juzgado Segundo de Distrito en el estado de Guanajuato bajo el número de expediente 1001/2003-A quien, sustanciado el procedimiento de ley, sobreseyó el juicio de garantías adquiriendo el carácter de cosa juzgada tal sentencia al no haberse interpuesto en su contra medio de defensa alguno.

**Vigésimo Quinto.** El veinticuatro de noviembre de dos mil tres fue notificado a esta Comisión que Embotelladora de Cuautla promovió juicio de amparo en contra de su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. Del citado juicio de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 1653/2003-I.

Sustanciado el procedimiento de ley, fue concedido el amparo solicitado mediante ejecutoria del H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca RA 209/2004. En cumplimiento a la ejecutoria de amparo, mediante acuerdo del veinticuatro de agosto de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones dejó insubsistente el oficio de requerimiento de información y documentación dirigido a Embotelladora de Cuautla.

**Vigésimo Sexto.** El veintiocho de noviembre de dos mil tres Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora San Juan dieron cumplimiento de manera parcial a sus correspondientes oficios de requerimiento de información y documentos. Por lo anterior, mediante sendos acuerdos del uno de diciembre dos mil tres,<sup>31</sup> se reiteró el oficio de requerimiento por lo que hace a la información requerida bajo los numerales 4, 6 a 20, 25 y 27 a 29.

<sup>29</sup> Tal proveído obra a fojas 2830 del expediente al rubro citado.

<sup>30</sup> Acuerdo que obra a foja 3179 del expediente en que se actúa.

<sup>31</sup> Fojas 3062, 3060 y 3064 del presente expediente.

El veintiocho de noviembre de tal año Fomento Queretano dio contestación al oficio de requerimiento de información y documentos a su cargo. Mediante acuerdo del tres de diciembre de dos mil tres el Director General de Investigaciones de esta Comisión tuvo por desahogado el oficio de requerimiento de información y documentos.

**Vigésimo Séptimo.** El uno de diciembre de dos mil tres fue notificado a este órgano desconcentrado que Embotelladora Tuxpan y Embotelladora Poza Rica promovieron juicio de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente y de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. Del citado juicio de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 1611/2003-II.

Sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria emitida en el toca 208/2004 del índice del H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa en el Primer Circuito Judicial se concedió en definitiva la protección constitucional a las quejas. Por lo anterior, mediante proveídos del diez de diciembre de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones dejó insubsistentes los oficios correspondientes.

**Vigésimo Octavo.** El ocho de diciembre de dos mil tres fueron ingresados ante la Oficialía de Partes de esta Comisión sendos escritos presentados por los CC [REDACTED] por los que manifestaron que no obstante que los días uno y treinta y uno de octubre y catorce de noviembre de dos mil tres les fueron notificados los oficios de requerimiento de información DGI-096-2003-175, DGI-096-2003-166, DGI-096-2003-170 y DGI-096-2003-179 dirigidos a Embotelladora de México, Embotelladora de Tlalnepantla, Embotelladora Femsa y Embotelladora Soconusco, respectivamente, las primeras dos empresas fueron fusionadas por Propimex y que respecto de la tercer y cuarta empresa referidas fueron fusionadas por Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V. (Inmuebles del Golfo). (Eliminado: 10 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Mediante proveídos del doce de diciembre de dos mil tres se tuvieron por hechas las manifestaciones antes descritas.<sup>32</sup>

**Vigésimo Noveno.-** Por lo anterior, el diez de diciembre de dos mil tres el Director General de Investigaciones de esta Comisión emitió el oficio de requerimiento de información y documentos DGI-10-096-2003-321 dirigido a Inmuebles del Golfo que fue notificado el diecisiete de diciembre de dos mil tres.<sup>33</sup>

**Trigésimo.-** El quince de noviembre de dos mil tres Embotelladora Tamaulipeca, Refrescos de Matehuala y Embotelladora de Monclova presentaron ante la Oficialía de Partes de esta Comisión

<sup>32</sup> Fojas 3118 a 3121 del presente expediente.

<sup>33</sup> Su correspondiente cédula de notificación obra en la foja 3378 del presente expediente.

sendos escritos por los que manifestaron que al estar inconformes con el sentido de los acuerdos del cinco y diez de dos mil tres,<sup>34</sup> no proporcionaban la información y documentos solicitada.

En ese orden de ideas, el cuatro de febrero de dos mil cuatro las referidas empresas interpusieron ante esta CFC sendos recursos de reconsideración (a los que les fueron asignados los números de expediente RA-08-2004, RA-06-2004 y RA-07-2004, respectivamente) señalando que tanto el acuerdo de inicio del presente expediente, sus respectivos oficios de requerimiento de información así como los acuerdos del cinco y diez de noviembre les causaban agravio. Mediante proveídos del once de febrero de dos mil cuatro los citados recursos de reconsideración fueron desechados por su notoria improcedencia. Inconformes con tal determinación Embotelladora Tamaulipeca, Refrescos de Matehuala y Embotelladora de Monclova promovieron juicios de nulidad fiscal de conformidad con lo siguiente:

La demanda de Embotelladora Tamaulipeca fue desechada por la H. Quinta Sala Regional Metropolitana del TFJFA en el expediente 11402/04-17-05-3. Inconforme con tal determinación la empresa referida interpuso el recurso de reclamación que confirmó el desechamiento. Por lo anterior, se promovió juicio de amparo que fue radicado ante el H. Décimo Tribunal Colegiado del Primer Circuito Judicial bajo la toca D.A. 541/2004 en el cual, sustanciado el procedimiento de ley, fue negado el amparo solicitado.

Por su parte, Refrescos de Matehuala promovió juicio de nulidad que fue radicado ante la H. Sexta Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el expediente 11398/04-17-06-5. Sustanciado el procedimiento de ley se sobreseyó el juicio referido. Inconforme con tal determinación la acto promovió juicio de garantías.<sup>35</sup>

En el juicio de nulidad promovido por Embotelladora de Monclova identificado con el número de expediente 11400/04-17-07-1 del índice de la H. Séptima Sala Regional Metropolitana del TFJFA, la actora interpuso recurso de reclamación en contra del desechamiento de su demanda, sustanciado el procedimiento se confirmó el acto impugnado. Por lo anterior, promovió juicio de amparo que fue radicado ante el H. Primer Tribunal Colegiado del Primer Circuito Judicial bajo el toca D.A. 483/2004-6670 en el cual, sustanciado el procedimiento de ley, fue negado el amparo solicitado.

Por lo expuesto en el segundo párrafo de este antecedente, el dieciséis de febrero de dos mil cuatro se emitieron sendos acuerdos por los que se hizo efectivo el apercibimiento decretado en los oficios de requerimiento de información y documentos correspondientes a Embotelladora Tamaulipeca, Refrescos de Matehuala y Embotelladora de Monclova, imponiéndoseles sendas

---

<sup>34</sup> Proveídos por los que el Director General de Investigaciones les reiteró la solicitud de información y documentos contenida en los numerales 4 y 9 a 29 de sus respectivos oficios de requerimiento.

<sup>35</sup> Al respecto se indica que al día de hoy esta CFC no ha sido notificada de la admisión del referido juicio de garantías.



multas equivalentes a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.<sup>36</sup> Inconformes con tal determinación promovieron juicio de nulidad fiscal de conformidad con lo siguiente:

Embotelladora Tamaulipeca promovió juicio de nulidad que fue radicado ante la H. Quinta Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el número de expediente 13490/04-17-05-3, sustanciado el procedimiento de ley, se declaró la nulidad del acuerdo impugnado. Inconforme con tal determinación, esta CFC interpuso recurso de revisión fiscal que fue declarado improcedente por el H. Décimo Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial (toca R.F. 80/2005).

Al juicio de nulidad promovido por Refrescos de Matehuala le fue asignado el número de expediente 13496/04-17-11-4 del índice de la H. Décimo Primera Sala Regional Metropolitana del TFJFA, quien determinó desechar la demanda. Inconforme, la actora interpuso recurso de reclamación que al día de hoy se encuentra *sub judice*.

Por último, Embotelladora de Monclova solicitó la nulidad del acuerdo del dieciséis de febrero de dos mil cuatro mediante la demanda radicada ante la H. Quinta Sala Regional Metropolitana del TFJFA bajo el número de expediente 13493/04-17-05-5. Sustanciado el procedimiento de ley, la H. Sala declaró la nulidad del acuerdo impugnado. Inconforme, esta CFC interpuso recurso de revisión fiscal que fue desechado por el H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial (toca R.F. 50/2004). En contra de tal determinación este órgano desconcentrado interpuso el recurso de reclamación 9/2005 que se declaró infundado. Asimismo, Embotelladora de Monclova promovió juicio de garantías que fue radicado ante el H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial bajo el toca D.A. 56/2005. Sustanciado el procedimiento de ley se otorgó la protección constitucional para el efecto de que la H. Quinta Sala Regional Metropolitana del TFJFA emitiera una nueva resolución dentro del expediente 13493/04-17-05-5 la cual declaró la nulidad del acuerdo impugnado. Inconforme, esta CFC interpuso recurso de revisión fiscal que al día de hoy está *sub judice*.

**Trigésimo Primero.** El dieciocho de noviembre de dos mil tres Embotelladora San Luis, Embotelladora Tangamanga, Embotelladora Tecomán y Grupo Continental presentaron sendos escritos ante la Oficialía de Partes de esta Comisión por los que en desahogo a los acuerdos del veinticuatro de octubre y cinco de noviembre de dos mil tres reiteraron sus manifestaciones en el sentido de que eran ajenas a la investigación del presente expediente, por lo que no contaban con información que proporcionar. Por lo anterior, el nueve de enero de dos mil cuatro se emitieron sendos acuerdos por los que se hizo efectivo el apercibimiento decretado en sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos, imponiéndoles sendas multas equivalentes a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.<sup>37</sup>

<sup>36</sup> Fojas 3515, 3509 y 3512, respectivamente.

<sup>37</sup> Proveídos que obran a fojas 3163, 3157, 3160 y 3154, respectivamente del presente expediente.

**Trigésimo Segundo.** El siete de enero de dos mil cuatro fue notificado a este órgano desconcentrado que Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan promovieron juicio de amparo en contra de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. Del citado juicio de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 1638/2003-II.

Sustanciado el procedimiento de ley, fue concedido en definitiva el amparo y protección de la Justicia de la Unión por la ejecutoria emitida por el H. al resolver el toca RA 173/2004. En cumplimiento, el trece de diciembre de dos mil cuatro, el Director General de Investigaciones de esta CFC emitió sendos acuerdos por los que dejó insubsistentes los oficios referidos.

**Trigésimo Tercero.** El nueve de enero de dos mil cuatro fue notificado a esta CFC que Embotelladora Ciudad Victoria promovió juicio de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente así como en contra de su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. Del citado juicio de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 1/2004-III. Al día de hoy se encuentra *sub judice* el recurso de revisión interpuesto por esta Comisión en contra de la sentencia que concedió la protección constitucional a la empresa referida. Tal medio de impugnación fue radicado por el H. Primer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito bajo el número de expediente RA-69/2004-6169.

**Trigésimo Cuarto.** El doce de enero de dos mil cuatro fue presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito por el que Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan en desahogo de los proveídos del dieciocho de diciembre de dos mil tres realizaron diversas manifestaciones con relación a los proveídos antes citados y exhibieron copia certificada del auto inicial del incidente de suspensión del juicio de amparo 1638/2003-II<sup>38</sup> en el que el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal les concedió la suspensión provisional respecto de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. Mediante proveído del diecinueve de enero de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones de esta Comisión tuvo por presentada la copia certificada referida para los efectos legales a que hubiera lugar.

**Trigésimo Quinto.** El dieciséis de enero de dos mil cuatro fue notificado a esta CFC que Inmuebles del Golfo y Embotelladora Mante promovieron sendos juicios de amparo en contra del acuerdo de inicio del presente expediente y de sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos. De tales juicios de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 26/2004-V y 14/2004-IV, respectivamente.

---

<sup>38</sup> Que obra a fojas 3169 a 3177 del presente expediente.

Por lo que hace al juicio de garantías promovido por Inmuebles del Golfo se indica que, sustanciado el procedimiento de ley, el H. Noveno Tribunal Colegiado en Materia Administrativa en esta Ciudad determinó sobreseer el juicio de garantías mediante ejecutoria emitida en el toca RA 157/04-2127.

En cuanto al juicio de amparo promovido por Embotelladora Mante se indica que, sustanciado el procedimiento de ley la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación determinó, dentro en el toca RA 1065/2004, sobreseer el juicio de amparo.

**Trigésimo Sexto.** El veintiocho de enero de dos mil cuatro Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan presentaron sendos escritos ante la Oficialía de Partes de esta Comisión por los que en desahogo a los acuerdos del cinco de noviembre de dos mil tres, reiteraron sus manifestaciones en el sentido de que eran ajenas a la investigación del presente expediente por lo que no contaban con información que proporcionar. Por lo anterior, el nueve de febrero de dos mil cuatro se emitieron sendos acuerdos por los que se hizo efectivo el apercibimiento decretado en sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentos, imponiéndoseles sendas multas equivalentes a mil quinientas veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal.<sup>39</sup>

**Trigésimo Séptimo.** El treinta de enero de dos mil cuatro Ajemex presentó ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado un escrito por el que, en ánimo de ampliar los hechos denunciados en el escrito referido en el antecedente décimo de la presente resolución, exhibió diversas actas de fe de hechos levantadas en las ciudades de Acapulco, Guerrero; Mérida, Yucatán; Querétaro, Querétaro; y Guadalajara, Jalisco. Mediante proveído del nueve de enero de dos mil cuatro se tuvieron por presentadas las referidas actas de fe de hechos.<sup>40</sup>

**Trigésimo Octavo.** El diez de febrero de dos mil cuatro Embotelladora El Carmen dio respuesta parcial a su correspondiente oficio de requerimiento de información y documentos. A tal escrito recayó el acuerdo del dieciséis de febrero de dos mil cuatro por el que se reiteró el requerimiento de la información solicitada con los numerales 4 y 9 a 29.<sup>41</sup>

Con esa misma fecha y al no existir impedimento legal alguno,<sup>42</sup> el Director General de Investigaciones de esta CFC emitió un acuerdo por el que reiteró a Propimex tanto el requerimiento de información DGI-10-096-2003-169 como la medida de apremio en él decretada, otorgándole un plazo de cinco días hábiles para presentar la afirmación requerida.<sup>43</sup>

<sup>39</sup> Fojas 3402 y 399, respectivamente del expediente en que se actúa.

<sup>40</sup> Foja 3420 de este expediente.

<sup>41</sup> Tal acuerdo obra en la foja 3507 del presente expediente.

<sup>42</sup> De conformidad con lo descrito en el segundo párrafo del décimo cuarto antecedente de la presente resolución.

<sup>43</sup> Proveído que obra a fojas 3495 del presente expediente.

**Trigésimo Noveno.** El diecisiete de febrero de dos mil cuatro fue notificado a esta CFC que Yoli de Acapulco y Embotelladora Guadalupe Victoria (como representante común de Grupo Continental, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora de Coahuila, Embotelladora Guadiana, Embotelladora La Bufa, Embotelladora Lagunera y Embotelladora Las Trojes) promovieron sendos juicios de amparo en contra de los proveídos referidos en el tercer párrafo del antecedente Vigésimo Tercero y en el antecedente Trigésimo Primero (únicamente por lo que hace a Grupo Contal) del presente oficio. De tales juicios de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 114/2004-V y 112/2004-IV, respectivamente.

Yoli de Acapulco y Embotelladora Guadalupe Victoria

Por lo que hace al juicio de amparo promovido por Yoli de Acapulco, sustanciado el procedimiento de ley, fue concedida en definitiva la protección constitucional mediante ejecutoria del H. Décimo Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca 241/2004-3315. En cumplimiento a lo ordenado, el Director General de Investigaciones de esta CFC emitió el proveído del veintinueve de octubre de dos mil cuatro por el que: i) dejó insubsistente el acuerdo del uno de diciembre de dos mil tres por el que se impuso multa a Yoli de Acapulco; y, ii) solicitó la presentación de sus estados financieros auditados al último ejercicio fiscal.

Con relación al juicio de garantías promovido por Guadalupe Victoria se indica que, sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria del H. Décimo Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca 231/2004-3195 fue concedida la protección constitucional a las quejas. Por lo anterior, en cumplimiento a lo ordenado, mediante proveídos del dieciséis de noviembre de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones de este órgano desconcentrado: i) dejó sin efectos los proveídos del uno de diciembre de dos mil tres (por lo que hace Guadalupe Victoria, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora de Coahuila, Embotelladora Guadiana, Embotelladora La Bufa, Embotelladora Lagunera y Embotelladora Las Trojes) y nueve de enero de dos mil cuatro (únicamente por lo que hace a Grupo Contal); y, ii) solicitó la presentación de sus estados financieros auditados al último ejercicio fiscal.

**Cuadragésimo.** Mediante proveído del veinticinco de febrero de dos mil cuatro se hizo efectiva la medida de apremio decretada a Propimex mediante el acuerdo referido en el segundo párrafo del antecedente trigésimo octavo de la presente resolución al haber sido omiso en proporcionar la información requerida por el Director General de Investigaciones de esta CFC.

**Cuadragésimo Primero.** El veintiséis de febrero de dos mil cuatro fue notificado a esta Comisión que Embotelladora Gómez Palacio y Embotelladora Tecomán promovieron juicio de amparo en contra de los acuerdos del uno de diciembre de dos mil tres y nueve de enero de dos

mil cuatro, respectivamente. De este juicio de amparo conoce el H. Juzgado Primero de Distrito en La Laguna bajo el número de expediente 485/2005.

**Cuadragésimo Segundo.** El cuatro de marzo de dos mil cuatro fue notificado a esta Comisión que Embotelladora Tangamanga, Embotelladora Ameca, Embotelladora Los Altos, Embotelladora Río Verde y Embotelladora San Luis promovieron juicio de amparo en contra de los acuerdos del uno de diciembre de dos mil tres (por lo que hace a Embotelladora Ameca, Embotelladora Los Altos y Embotelladora Río Verde) y nueve de enero de dos mil cuatro (respecto de Embotelladora Tangamanga y Embotelladora San Luis). De tal juicio de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 207/2004-I.

Sustanciado el procedimiento de ley, les fue concedida en definitiva la protección constitucional por el H Décimo Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca RA 243/2004-3343. En cumplimiento a lo ordenado, el Director General de Investigaciones de esta Comisión emitió sendos acuerdos el acuerdo del veinticuatro de septiembre de dos mil cuatro por el cual dejó sin efectos los proveídos del uno de diciembre de dos mil tres (por lo que hace a Embotelladora Ameca, Embotelladora Los Altos, Embotelladora Río Verde) así como los acuerdos del nueve de enero de dos mil cuatro (respecto de Embotelladora San Luis y Embotelladora Tangamanga).

**Cuadragésimo Tercero.** El once de marzo de dos mil cuatro se notificó a esta Comisión que Agua de Taxco Yoli presentó juicio de amparo en contra del proveído del uno de diciembre de dos mil tres. Del referido juicio de amparo conoce el H. Juzgado Cuarto de Distrito en el estado de Guerrero bajo el número de expediente 186/2005-A.

**Cuadragésimo Cuarto.** El dieciséis de marzo de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones levantó el acta circunstanciada en la que hizo constar la diligencia practicada con motivo de la apertura del sobre lacrado (foja 1616 del presente expediente) que como anexo del acta número trescientos cincuenta, pasada ante la fe del licenciado Raúl González Rivera, corredor público número tres del estado de Veracruz, fue presentada ante esta Comisión. Con esa misma fecha se notificó a este órgano desconcentrado que Propimex presentó juicio de amparo en contra del acuerdo referido en el antecedente cuadragésimo de la presente resolución. Tal juicio de garantías fue radicado ante el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 251/2004-III.

Sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria del Décimo Primer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial emitida al resolver el toca RA 369/2004, se concedió la protección constitucional a la quejosa. Por lo anterior, mediante proveído del quince de febrero de dos mil cinco, el Director General de Investigaciones de este órgano desconcentrado dejó insubsistente el proveído del veinticinco de febrero de dos mil cuatro.

El diecisiete de marzo de dos mil cuatro el Director General de Investigaciones de esta Comisión emitió un acuerdo por el que clasificó como confidencial diversa información presentada por Ajemex, TCCEC y Corporación Rica.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**Cuadragésimo Quinto.** El dieciocho de marzo de dos mil cuatro se notificó a esta Comisión que Cimsa y Embotelladora de Fresnillo presentaron juicio de amparo en contra de los acuerdos del uno de diciembre de dos mil tres. De tales juicios de amparo conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 264/2004-IV y 265/2004-V.

En cuanto al juicio de garantías promovido por Cimsa se señala que, sustanciado el procedimiento de ley, se concedió el amparo y protección de la justicia de la Unión mediante ejecutoria emitida por el H. Décimo Tercer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca RA 362/2004. En cumplimiento, mediante acuerdo del uno de diciembre de dos mil cuatro, el Director General de Investigaciones de esta CFC: i) dejó insubsistente el proveído del uno de diciembre de dos mil tres; y, ii) requirió la presentación de sus estados financieros auditados al ejercicio fiscal de dos mil tres.

Respecto al juicio de amparo promovido por Embotelladora de Fresnillo se indica que, sustanciado el procedimiento de ley, le fue concedida la protección constitucional mediante ejecutoria del H. Décimo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el toca RA 340/2004. En cumplimiento a la ejecutoria, el dieciséis de diciembre de dos mil cuatro, el Director General de Investigaciones dejó insubsistente el acuerdo de uno de diciembre de dos mil tres. Con esa misma fecha se emitió el proveído que requirió la presentación de los estados financieros auditados al último ejercicio fiscal de Embotelladora de Fresnillo.

**Cuadragésimo Sexto.** El doce de abril de dos mil cuatro se notificó ante la Oficialía de Partes de esta Comisión que Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita presentaron juicio de amparo en contra de los acuerdos emitidos el nueve de febrero de dos mil cuatro. De tal juicio de garantías conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal bajo el número de expediente 383/2004-IV.

Sustanciado el procedimiento de ley, mediante ejecutoria del H. Décimo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial emitida al resolver el toca RA 287/2004 fue concedida la protección constitucional solicitada por las quejas. En cumplimiento a tal ejecutoria, el veintitrés de noviembre de dos mil cuatro, el Director General de Investigaciones emitió sendos acuerdos por los que dejó insubsistentes los proveídos del nueve de febrero de dos mil cuatro dirigidos a Embotelladora Zapopan y a Embotelladora La Favorita. Asimismo, requirió a las empresas referidas para que en un plazo de cinco días exhibieran sus estados financieros auditados correspondientes al ejercicio fiscal dos mil tres.

**Cuadragésimo Séptimo.** El doce de abril de dos mil cuatro se notificó ante la Oficialía de Partes de esta Comisión que Embotelladora de Cuernavaca presentó juicio de amparo en contra del acuerdo del uno de diciembre de dos mil cuatro. De tal juicio de garantías conoció el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal bajo el número de expediente 384/2004-V.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Desahogado el procedimiento de ley, se concedió en definitiva la protección constitucional mediante ejecutoria del H. Séptimo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito Judicial al resolver el RA 2617/2004. En cumplimiento, el Director General de Investigaciones de este órgano desconcentrado emitió el proveído del ocho de octubre de dos mil cuatro por el que: i) dejó sin efectos el acuerdo del uno de diciembre de dos mil tres; y, ii) requirió la presentación de sus estados financieros auditados al ejercicio fiscal dos mil tres.

**Cuadragésimo Octavo.** El tres de mayo de dos mil cuatro fue notificado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el juicio de amparo promovido por Embotelladora de Altamirano en contra de los acuerdos emitidos el diecinueve de enero del mismo año. De tal juicio de garantías conoce el H. Juzgado Quinto de Distrito en el estado de Guerrero bajo el número de expediente 274/2005-I.

**Cuadragésimo Noveno.** De la foja 3536 a la 4509 del presente expediente obra diversa información pública obtenida por esta Comisión en uso de las facultades de investigación que le conceden los artículos 24, fracción I y 31 de la LFCE.

**Quincuagésimo.-** De la información proporcionada y recabada a lo largo de la investigación se obtuvo que TCCEC, Coca Cola Femsa, Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Grupo Continental, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Yoli de Acapulco, Agua de Taxco Yoli, Fomento Queretano, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Administración Peninsular Corporativa, Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular incurrieron presuntamente en la comisión de prácticas monopólicas violatorias de los artículos 10, fracciones IV y V de la LFCE, por lo que del dos de agosto de dos mil cuatro al primero de septiembre de ese año se les emplazó con el oficio de presunta responsabilidad de dieciséis de julio de dos mil cuatro, copia de las denuncias y los anexos respectivos, otorgándoseles un plazo de treinta días naturales para que manifestaran lo que a su derecho conviniera y ofrecieran las pruebas que estimaran necesarias.

**Quincuagésimo Primero.-** Del uno de septiembre de dos mil cuatro al veintidós del citado mes y año Agua de Taxco Yoli, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Fomento Queretano, Industria Embotelladora de Campeche, Yoli de Acapulco, Coca Cola Femsa, Panamco México, TCCEC, Propimex, Panamco Golfo, Panamco Bajío, Embotelladora del Caribe, Grupo Contal, Refrescos y Aguas Minerales, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, Industria Refresquera Peninsular, Embotelladora Peninsular y Administración Peninsular Corporativa dieron contestación al oficio de presunta responsabilidad. Mediante proveídos del ocho, nueve, diez, trece, quince, diecisiete, veinte, veinticuatro, veintiocho y veintinueve de septiembre de dos mil cuatro el Director General de

Asuntos Jurídicos tuvo por contestado en tiempo y forma el oficio de presunta responsabilidad acordando la admisión, desahogo y desechamiento de las pruebas ofrecidas.

**Quincuagésimo Segundo.-** El tres de septiembre de dos mil cuatro fue presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito mediante el cual Inmuebles del Golfo pretendía dar contestación al oficio de presunta responsabilidad a través de su representante legal así como de diversa persona que se ostentaba con tal carácter. Mediante proveído del diez siguiente el Director General de Asuntos Jurídicos previno a la promovente para que acreditara su personalidad. Así, por escrito presentado ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado el cinco de octubre de dos mil cuatro se desahogó la prevención decretada. Sin embargo, mediante acuerdo del doce de octubre de dos mil cuatro se tuvo por contestado en tiempo y forma el oficio de presunta responsabilidad únicamente por lo que hace al representante legal de Inmuebles del Golfo acordándose la admisión y desechamiento de las pruebas ofrecidas.

**Quincuagésimo Tercero.-** Mediante proveídos del doce de octubre de dos mil cuatro, el Director General Investigaciones de esta Comisión requirió a Embotelladora San Luis, Embotelladora Río Verde, Embotelladora Los Altos, Embotelladora Tangamanga y Embotelladora Ameca la presentación de sus estados financieros auditados del ejercicio fiscal dos mil tres.

**Quincuagésimo Cuarto.-** El cinco y doce de noviembre de dos mil cuatro, respectivamente, el representante legal de Ajemex y Raquel Chávez Paniagua presentaron ante la Oficialía de Partes de esta CFC las adiciones al interrogatorio que deberían desahogar los testigos designados por Propimex en la audiencia fijada para tal efecto.

**Quincuagésimo Quinto.-** Por escrito presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el once de noviembre de dos mil cuatro el representante legal de Ajemex objetó la prueba 9.1.2 ofrecida por Propimex al dar contestación al oficio de presunta responsabilidad del presente expediente. Mediante acuerdo del dieciocho de noviembre de ese mismo año, el Director General de Asuntos Jurídicos determinó que no había lugar a acordar de conformidad lo solicitado en virtud de que en este procedimiento no existe una controversia entre partes.

**Quincuagésimo Sexto.-** Mediante escritos presentados ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado el dieciocho, diecinueve, veintidós y veintitrés de noviembre, uno, dos y seis de diciembre de dos mil cuatro y veinticinco de enero de dos mil cinco Embotelladora Ameca, Yoli de Acapulco, Embotelladora San Luis, Embotelladora Río Verde, Embotelladora Los Altos, Embotelladora de Cuernavaca, Embotelladora Lagunera, Grupo Contal, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, Embotelladora La Bufa, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora Las Trojes, Embotelladora de Coahuila, Embotelladora Guadiana, Embotelladora Guadalupe Victoria, Cimsa y Embotelladora Fresnillo estimaron improcedente el requerimiento de sus estados financieros auditados al ejercicio fiscal de dos mil tres.



**Quincuagésimo Séptimo.-** Mediante acuerdo del veinticuatro de noviembre de dos mil cuatro, el Director General de Asuntos Jurídicos señaló las nueve horas del tres de diciembre de dos mil cuatro para que tuviera verificativo el desahogo de la diligencia de desahogo de las pruebas testimoniales ofrecidas por Propimex.

**Quincuagésimo Octavo.-** El dos de diciembre de dos mil cuatro, Propimex presentó ante la Oficialía de Partes de esta Comisión un escrito por el que manifestó: i) su imposibilidad para presentar oportunamente al testigo C. [REDACTED] (C. [REDACTED]); y, ii) el diferimiento del desahogo de la prueba testimonial a cargo del C. [REDACTED], (C. [REDACTED]) por tratarse de una prueba indivisible. (Eliminado: 8 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

**Quincuagésimo Noveno.-** El tres de diciembre de dos mil cuatro, día y hora señalados para llevar a cabo el desahogo de las pruebas testimoniales ofrecidas por Propimex, el Director General de Asuntos Jurídicos hizo constar la incomparecencia de los CC. [REDACTED] y declaró desiertas las probanzas referidas. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

**Sexagésimo.-** Mediante proveídos del trece de diciembre de dos mil cuatro, el Director General de Investigaciones reiteró por última vez el requerimiento de exhibición de sus estados financieros auditados a Grupo Contal, Embotelladora Guadalupe Victoria, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Yoli de Acapulco, Embotelladora de Cuernavaca, Embotelladora Río Verde, Embotelladora Ameca, Embotelladora Los Altos, Embotelladora Tangamanga, Embotelladora Guadiana, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora de Coahuila, Embotelladora Las Trojes, Embotelladora Lagunera, Embotelladora La Bufa y Embotelladora San Luis, concediéndoles un plazo de cinco días para su desahogo, y apercibiéndolas con fundamento en la fracción I del artículo 34 de la LFCE de que en caso de incumplimiento se les impondría la multa máxima prevista en tal precepto.

Con esa misma fecha el Presidente de esta CFC emitió el acuerdo PRES-10-096-2005-065 por el que delegó al Director General de Asuntos Jurídicos las facultades que le confieren los artículos 31 de la LFCE, 36 de su Reglamento y 22, fracción VII del Reglamento Interior de esta CFC para que, en términos de los artículos 33 de la LFCE, 36 y 39 de su Reglamento de estimarlo conveniente, se acordara la práctica de diligencias probatorias adicionales dentro del presente expediente y se expidieran las órdenes de presentación de documentación necesarias así como se citara a declarar a quienes tuvieran relación con el procedimiento utilizando, en su caso, las medidas de apremio correspondientes.

**Sexagésimo Primero.-** El catorce de diciembre de dos mil cuatro se acordó para mejor proveer la práctica de diligencias probatorias adicionales. Del citado acuerdo se dio vista a los agentes económicos involucrados en el expediente al rubro referido, para que manifestaran lo que a su derecho convenía, manifestaciones que fueron realizadas en tiempo por Industria Refresquera



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Peninsular, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Propimex e Inmuebles del Golfo. En cuanto a Yoli de Acapulco, Agua de Taxco Yoli, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan se tuvo por precluido su derecho.

Mediante oficios consecutivos del DGJ-10-096-2005-001 al DGJ-10-096-2005-012 de doce de enero de dos mil cinco, se requirió diversa información y documentación a Agua de Taxco Yoli, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Embotelladora La Victoria, Yoli de Acapulco, Propimex, Panamco Golfo, Panamco Bajío, Inmuebles del Golfo, Industria Refresquera Peninsular, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, respectivamente.

**Sexagésimo Segundo.** Mediante escritos presentados ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado el doce, veinte, veinticuatro, veinticinco, veintisiete y treinta y uno de enero y uno, cuatro, siete y ocho de febrero del presente año, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, Yoli de Acapulco, Grupo Contal, Embotelladora Guadiana (como empresa que subsiste después de la fusión con Embotelladora Guadalupe Victoria), Embotelladora Lagunera (como empresa que subsiste después de la fusión con Embotelladora Gómez Palacio y Embotelladora Coahuila), Grupo Embotellador Cimsa, S.A. de C.V., (Grupo Embotellador Cimsa),<sup>44</sup> Embotelladora de Zacatecas, S.A. de C.V. (Embotelladora de Zacatecas),<sup>45</sup> Embotelladora Las Trojes, Embotelladora Ameca, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora Río Verde, Embotelladora Tangamanga, Embotelladora San Luis y Embotelladora Los Altos, estimaron improcedente la reiteración del requerimiento de sus estados financieros auditados.

**Sexagésimo Tercero.-** Mediante escritos presentados ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado el veintiocho de enero y dos de febrero de dos mil cinco Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, Propimex, Agua de Taxco Yoli, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan desahogaron sus correspondientes oficios de requerimiento de información referidos en el segundo párrafo del antecedente sexagésimo primero.

Por acuerdos del uno, tres y cuatro de febrero el Director General de Asuntos Jurídicos tuvo por cumplimentados los requerimientos formulados a los agentes económicos referidos en el párrafo que antecede.<sup>46</sup>

**Sexagésimo Cuarto.-** Mediante proveído del uno de febrero de dos mil cinco, el Director General de Asuntos Jurídicos, hizo efectivo el apercibimiento decretado el doce de enero de dos mil cinco a Panamco Golfo, Panamco Bajío, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera

<sup>44</sup> Empresa que subsiste después de la fusión con Embotelladora de Cuernavaca.

<sup>45</sup> Actual razón social de Embotelladora La Bufa.

<sup>46</sup> Se indica que por lo que hace a Propimex el requerimiento que le fue formulado se tuvo por parcialmente cumplido.

Peninsular en los oficios de requerimiento DGJ-10-096-2005-007, DGJ-10-096-2005-008, DGJ-10-096-2005-009 y DGJ-10-096-2005-010.

**Sexagésimo Quinto.-** Por acuerdo del tres de febrero de dos mil cinco, el Director General de Asuntos Jurídicos, determinó que resultaba necesario requerir a AC. [REDACTED], S.A. de C.V. (AC [REDACTED]), diversa información. En consecuencia, el cuatro del citado mes y año fue emitido el oficio DGJ-10-096-2005-015 dirigido a la empresa referida. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Tal oficio fue satisfecho en tiempo y forma previa concesión de una prórroga. Por lo anterior, mediante acuerdo del veintiocho de marzo de dos mil cinco se tuvo por cumplimentado el requerimiento correspondiente.

**Sexagésimo Sexto.-** El dieciséis de febrero de dos mil cinco, fue notificado a esta Comisión que Inmuebles del Golfo presentó juicio de amparo en contra del oficio PRES-10-096-2004-065 del trece de diciembre de dos mil cuatro, el acuerdo del catorce de diciembre de dos mil cuatro y el oficio de requerimiento de información y documentación DGJ-10-096-2005-009 del doce de enero de dos mil cinco. Del referido juicio de garantías conoce el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo el número de expediente 634/2005-IV.

**Sexagésimo Séptimo.-** El dieciocho de febrero de dos mil cinco, fue notificado a esta Comisión que Industria Refresquera Peninsular, Panamco Bajío y Panamco Golfo presentaron sendos juicios de garantías en contra del oficio PRES-10-096-2004-065 del trece de diciembre de dos mil cuatro, el acuerdo del catorce de diciembre de dos mil cuatro y los oficios de requerimiento de información y documentación DGJ-10-096-2005-010, DGJ-10-096-2005-008 y DGJ-10-096-2005-007 del doce de enero de dos mil cinco, respectivamente. De tales juicios de amparo conoce el H. Juzgado Noveno de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad bajo los números de expediente 182/2005-II, 183/2005-III y 184/2005-IV, respectivamente.

**Sexagésimo Octavo.-** Por acuerdo del veintiocho de marzo de dos mil cinco, se concedió a TCCEC Coca Cola Femsa, Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Grupo Continental, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Yoli de Acapulco, Agua de Taxco Yoli, Fomento Queretano, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Administración Peninsular Corporativa, Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular, un plazo de treinta días naturales para formular los alegatos que en derecho correspondían.

Salvo por Grupo Contal, Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita (agentes económicos que presentaron extemporáneamente sus escritos) y Agua de Taxco Yoli (a quien se le tuvo por precluido su derecho) los alegatos fueron formulados en tiempo y forma.

**Sexagésimo Noveno.-** Mediante proveído del veinticinco de abril de dos mil cinco el Director General de Investigaciones de esta Comisión hizo efectivos los apercibimientos decretados mediante acuerdos del uno, tres y dieciséis de diciembre de dos mil cuatro e impuso sendas multas a Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, Grupo Contal, Yoli de Acapulco, Embotelladora Guadiana, Embotelladora Guadalupe Victoria, Embotelladora Lagunera, Embotelladora de Coahuila, Embotelladora de Cuernavaca, Cimsa, Embotelladora Zacatecas, Embotelladora Las Trojes, Embotelladora Ameca, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora Río Verde, Embotelladora Tangamanga, Embotelladora San Luis, Embotelladora Los Altos y Embotelladora de Fresnillo.<sup>47</sup>

**Septuagésimo.-** El cinco de mayo de dos mil cinco, se tuvo por integrado el expediente al rubro citado para los efectos del artículo 33, fracción IV de la LFCE.

### CONSIDERACIONES DE DERECHO

**Primera.-** Esta CFC tiene a su cargo la protección del proceso de competencia y libre concurrencia mediante la prevención, investigación y combate de los monopolios, prácticas monopólicas, concentraciones prohibidas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios en los Estados Unidos Mexicanos.

**Segunda.-** De conformidad con el artículo 8 de la LFCE, quedan prohibidos los monopolios y estancos, así como las prácticas monopólicas que, en los términos de la misma ley, disminuyan, dañen o impidan la competencia y la libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios.

Por su parte, el artículo 10 de la LFCE dispone que sujeto a que se comprueben los supuestos a que se refieren los artículos 11, 12 y 13 de la ley de la materia, se consideran prácticas monopólicas relativos los actos, contratos, convenios o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado, impedirles sustancialmente su acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, señalando entre otros supuestos, en su fracción IV “ (...) *La venta o transacción sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o proporcionar los bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero (...)*” y la fracción V “(...) *La acción unilateral consistente en rehusarse a vender o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros (...)*”.

---

<sup>47</sup> En el entendido de que la multa impuesta a Embotelladora Guadalupe Victoria, Embotelladora de Coahuila y Embotelladora de Cuernavaca deberían ser cubiertas por Embotelladora Guadiana, Embotelladora Lagunera y Grupo Embotellador Cimsa, respectivamente, al ser estas sociedades causahabientes de aquéllas.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

**Tercera.-** De la investigación realizada por esta CFC, se obtuvo que Yoli de Acapulco, Agua de Taxco Yoli, Coca Cola Femsá, Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Grupo Contal, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Administración Peninsular Corporativa, Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe, Embotelladora Peninsular, Fomento Queretano, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan (agentes económicos pertenecientes al sistema Coca Cola) sujetan la venta de bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (de Ajemex) y además, de manera unilateral se rehusan a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, si en esos puntos de venta se comercializan las bebidas de las marcas de Big Cola, aún cuando las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior desplaza indebidamente a Ajemex e impide sustancialmente su acceso al mercado.

A continuación se describen los hechos que sustentan lo anterior.

Tomando en consideración que la mayoría de las empresas requeridas omitieron desahogar en sus términos los oficios de requerimiento de información y documentación emitidos por el Director General de Investigaciones de esta Comisión, la información obtenida en uso de las facultades que le confieren los artículos 31 de la LFCE y 31, fracción II del Reglamento Interior de esta CFC, fue la proporcionada por algunas de las empresas requeridas, la contenida en los informes que al treinta y uno de diciembre de dos mil uno y/o dos mil dos fueron presentados ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y la de diversas páginas de Internet, las cuales se citan al hacer referencia a la información correspondiente.

#### The Coca Cola Company (TCCC).

Es una compañía establecida y existente conforme a las leyes del estado de Delaware, Estados Unidos de Norteamérica (EUA), con oficinas principales en la ciudad de Atlanta, Georgia. Se dedica a la fabricación y venta de concentrados y bases de bebidas, a partir de los cuales se preparan jarabes para bebidas no alcohólicas.

Es la cabeza de un grupo de interés económico dedicado a producir, embotellar y distribuir las bebidas carbonatadas, comúnmente conocidas como refrescos, de la marca Coca Cola, a través de un sistema de contratos de carácter territorial establecido con diversos embotelladores nacionales. Asimismo, es el fabricante, comercializador y distribuidor de concentrados y jarabes para bebidas no alcohólicas más grande del mundo. Tiene publicado en su página de Internet<sup>48</sup> que ha

---

<sup>48</sup> [www.cocacola.com](http://www.cocacola.com)

invertido en otras compañías con el método de capital. Define el sistema Coca Cola como la empresa y sus socios embotelladores.

Como titular de las marcas es quien generalmente induce y coordina la promoción del producto en los diversos medios de comunicación, particularmente a través de la televisión, radio, cine, periódicos y revistas. Además de llevar a cabo el patrocinio de actividades deportivas, musicales y culturales tendientes a promover la imagen de la marca Coca Cola. El costo de la referida promoción se comparte por lo general con los embotelladores. Ha designado y autorizado a terceros para fabricar las bases de bebidas para su venta a embotelladores debidamente designados. Tales terceros se denominan proveedores autorizados.

The Coca Cola Export Corporation (TCCEC).

Es una sociedad mercantil constituida de conformidad con las leyes del estado de Delaware, Estados Unidos de América, que está autorizada para operar en México como sucursal desde el treinta y uno de diciembre de mil novecientos cincuenta y uno, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 251 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, fecha en que se realizó su inscripción en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio.

Su domicilio fiscal es el ubicado en [REDACTED]. (Eliminado: 19 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Su objeto social es, entre otros, fabricar concentrados y bases para bebidas carbonatadas y no carbonatadas, así como desarrollar y llevar a cabo procedimientos comerciales para su venta. Dentro de los referidos procedimientos comerciales colabora con los diferentes embotelladores de los productos de las marcas propiedad de TCCC, así como en la elaboración de planes y apoyos de mercadotecnia y publicidad.

Otorga, a solicitud del embotellador, una licencia de TCCC para utilizar las marcas con relación a la preparación y envase de las bebidas, así como para la distribución y venta de las bebidas en el territorio definido y descrito en cada contrato.

Las marcas más relevantes que representa TCCEC son: Coca-Cola, Coca-Cola Light, Coca-Cola Vainilla, Fanta, Sprite, Sprite Cero, Fresca, Manzana Lift, Senzao, Beat, Delaware Punch, (refresco no carbonatado), Powerade (bebida isotónica) y Ciel (agua purificada).

Por otro lado, a partir de los concentrados que los embotelladores compran a TCCC, se lleva a cabo el envasado, la distribución y la venta del producto final (resultante del concentrado) dentro de un territorio previamente asignado a cada empresa embotelladora por el titular de las respectivas marcas.

Los embotelladores se encargan de mantener los contactos con su clientela y de establecer los precios, teniendo la responsabilidad de las ventas. Asimismo, visitan rutinariamente los puntos de venta para colocar publicidad, asegurarse de la correcta implementación de las diversas actividades que se pactan con los expendios, confirmar que los productos están adecuadamente colocados y para llevar a cabo las actividades promocionales, tales como descuentos y ofertas especiales de productos.

TCCEC es la empresa titular del sistema Coca Cola en México, en tanto sucursal de TCCC, que participa en la política comercial y de negocios del grupo al otorgar a los embotelladores una licencia de TCCC para utilizar las marcas con relación a la preparación y envase de las bebidas, así como para la distribución y venta de las bebidas en territorios previamente definidos, otorgar el concentrado de los productos a los embotelladores y participar con éstos en la elaboración de programas comerciales del grupo.

Conforme a lo anterior, el proceso de producción y comercialización de bebidas embotelladas de la marca Coca Cola en la República Mexicana, como estrategia de negocios, se desarrolla en dos etapas:

- La producción de fórmulas o concentrados y titularidad de marcas a través de TCCEC, es decir, la elaboración de la fórmula para el concentrado que sirve de base para la producción de bebidas, la cual es vendida a los embotelladores exclusivos. El titular de las marcas promueve y publicita los productos a través de los medios de comunicación y diversos tipos de patrocinio; y
- El embotellado, distribución y comercialización de productos terminados a través de los embotelladores exclusivos, los que se dedican a preparar, embotellar, distribuir y comercializar las bebidas, teniendo la responsabilidad de promover las ventas entre los establecimientos detallistas.

#### Coca Cola Femsa-Panamco (CCFP).

Tiene como actividad principal la de constituir, promover y organizar toda clase de sociedades civiles o mercantiles, así como adquirir, construir, fabricar, importar, exportar, enajenar y en general, negociar con toda clase de maquinaria, equipo, materias primas y cualesquiera otros elementos necesarios para las empresas en las que tenga participación social o relación comercial.

Su domicilio fiscal es el ubicado en [REDACTED] (Eliminado: 20 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Es una tenedora de acciones de sociedades que pertenece al sistema Coca Cola que distribuye y comercializa los productos de las marcas de tal grupo en las localidades del Valle de México



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

(Distrito Federal y Estado de México) y el territorio del sureste que incluye parte del estado de Oaxaca, el sur del estado de Veracruz, así como los estados de Tabasco y Chiapas.

De acuerdo con el reporte anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos de la empresa Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V., (Femsa),<sup>49</sup> CCFP cuenta entre sus accionistas con Femsa, quien posee indirectamente el 45.7% del capital social y TCCC quien posee indirectamente un 39.6%. Las acciones representativas del 14.7% restante de su capital social se cotizan en la BMV y en The New York Stock Exchange, Inc.

Por otra parte, de conformidad con el reporte mencionado en el párrafo inmediato anterior, se transcriben a continuación algunas de las manifestaciones realizadas por Femsa con relación a CCFP:

*“(...) El negocio de Coca Cola Femsa depende significativamente de la relación con The Coca Cola Company.*

*Aproximadamente el 98% de las ventas netas de Coca Cola Femsa, en el año 2002, derivaron de la distribución de productos Coca Cola. Coca Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye productos Coca Cola de acuerdo con ciertos contratos de embotellador. Estos contratos de embotellador cubren todos los territorios actuales de Coca Cola FEMSA, incluyendo los territorios de Panamco. En virtud de lo establecido en los contratos de embotellador, The Coca Cola Company tiene derecho a influenciar significativamente la conducción del negocio de Coca Cola Femsa.*

*De conformidad con lo establecido en los contratos de embotellador, The Coca Cola Company puede fijar el precio para su concentrado de forma unilateral. Además, dichos contratos señalan que, conjuntamente con The Coca Cola Company, Coca Cola FEMSA preparará un plan comercial general de tres años que se presenta para la aprobación del consejo de administración de Coca Cola FEMSA. The Coca Cola Company puede requerir a Coca Cola FEMSA que demuestre su capacidad financiera para cumplir con dichos planes, y puede terminar con los derechos de producir, comercializar y distribuir productos Coca Cola en los territorios donde no se cumpla lo establecido. Coca Cola FEMSA tiene prohibido embotellar cualquier otro refresco sin el consentimiento de The Coca Cola Company. The Coca Cola Company tiene el derecho exclusivo de importar y exportar productos Coca Cola desde y hacia los territorios de Coca Cola FEMSA. Además, Coca Cola FEMSA no puede transferir el control de los derechos de embotellado para cualquiera de los territorios, sin el consentimiento de The Coca Cola Company.*

<sup>49</sup> Que obra a fojas 4510-4729 del presente expediente.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Dependemos de The Coca Cola Company para renovar nuestros contratos de embotellador.*

...

*The Coca Cola Company es propietaria indirectamente del 39.6% de las acciones representativas de capital social en circulación de Coca Cola FEMSA, lo que representa el 46.4% de las acciones con derecho de voto. The Coca Cola Company tiene derecho a nombrar a cuatro de los 18 Consejeros de Coca Cola FEMSA y a algunos directores ejecutivos, y en algunos casos, tiene la facultad de vetar decisiones importantes del consejo de administración. The Coca Cola Company tiene por lo tanto la facultad de afectar el resultado de todas las decisiones que requieren la aprobación del consejo de administración de Coca Cola FEMSA, y en ciertos casos especiales, tienen la facultad de afectar el resultado de las decisiones que requieren la aprobación de los accionistas de Coca Cola FEMSA.*

...

*En virtud de los contratos de embotellador con The Coca Cola Company, Coca Cola FEMSA está obligada a comprar concentrado exclusivamente de The Coca Cola Company. Además, debe comprar otros suministros, incluyendo contenedores, tapas, cajas y otros empaques y etiquetas, sólo de los fabricantes autorizados por The Coca Cola Company.*

...

*Los descuentos han sido una herramienta para mantener e incrementar la participación de mercado en nuestros territorios.*

...

*La adquisición de Panamco incrementa significativamente la diversidad geográfica de las operaciones de Coca Cola FEMSA (...). [énfasis añadido]*

Adicionalmente, en el referido informe Femsa indicó lo siguiente:

*“(...) Somos una compañía mexicana con sede en Monterrey, México. Nuestras oficinas ejecutivas principales están ubicadas en General Anaya No. 601, Colonia Bella Vista, Monterrey, NL 64410, México. Nuestro número de teléfono en este domicilio es (52-81) 8328-6000 y nuestra página en Internet es <http://www.femsa.com>. Estamos organizados como sociedad anónima de capital variable (“S.A. de C.V.”) bajo las leyes de México. Nuestra compañía se incorporó el 30 de mayo de 1936 con una duración de 99 años.*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Tenemos en forma directa o indirecta todo o la mayoría del capital social de las siguientes compañías subtenedoras principales (cada una, junto con sus subsidiarias consolidadas, una “compañía subtenedora”):*

...

*Coca Cola FEMSA, dedicada a la producción, distribución y comercialización de refrescos;*

...

*Poseemos una participación accionaria de 99.99% en Emprex, quien posee el capital social de todas las Compañías Subtenedoras, a excepción de Coca Cola FEMSA, cuya propietaria indirecta es Femsa a través de CIBSA. Nuestras participaciones en Emprex y CIBSA representaron, al 31 de diciembre del 2002, el 98% del total de nuestros activos consolidados. (...)*

Respecto a la adquisición de Panamco, Femsa señaló en su informe lo siguiente:

*“(...) El 6 de mayo del 2003 Coca Cola FEMSA completó la adquisición de Panamco (la “adquisición de Panamco”). La transacción se anunció inicialmente el 23 de diciembre del 2002. De acuerdo con la adquisición de Panamco, los tenedores de las acciones de Panamco, a excepción de The Coca Cola Company, recibieron un monto total de 2,150 millones de dólares en efectivo, mientras que The Coca Cola Company recibió aproximadamente 304 millones de acciones Serie D de Coca Cola Femsa (no-listadas) a cambio de todas sus acciones de Panamco, las cuales se valuaban al cierre de la transacción en 674 millones de dólares. Adicionalmente, Coca Cola FEMSA asumió 885 millones de dólares de deuda neta de Panamco al 31 de diciembre del 2002. La transacción se financió con 1,978 millones de dólares de deuda nueva tomada por Coca Cola FEMSA, una contribución de capital de 260 millones de dólares por parte de Femsa a través de su subsidiaria CIBSA, y efectivo disponible. El nombre corporativo actual de Panamco es Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., una empresa establecida ya bajo las leyes de México.*

*Esta combinación creó al segundo embotellador de Coca Cola más grande del mundo, con franquicias en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina, incluyendo la mayoría de las capitales de estos países y otros importantes centros urbanos. Al cierre de la transacción, la participación accionaria de Femsa en Coca Cola FEMSA se redujo a 45.7% y la participación de voto ahora es de 53.6%.*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Nuestros negocios de bebidas se apoyan en una vasta cadena de tiendas de conveniencia, FEMSA Comercio, así como en los negocios de lata de aluminio y botella de vidrio de FEMSA Empaques, ambos de clase mundial. Estos negocios nos ofrecen ventajas competitivas estratégicas, y se complementan por otros negocios de apoyo que fabrican hermetapas, taparrosas, refrigeradores comerciales, etiquetas y empaques flexibles, plásticos termo-moldeados y productos químicos.*

...

*Asimismo, buscamos aumentar la colocación de equipos de refrigeración, incluyendo anuncios promocionales en los refrigeradores, a través de la colocación estratégica del equipo en tiendas de detallistas para exhibir y promocionar nuestros productos.*

*Adicionalmente, como consideramos la relación con The Coca Cola Company como un componente fundamental de la estrategia comercial de Coca Cola FEMSA, se utilizan sistemas de información de mercado y estrategias desarrolladas en conjunto con The Coca Cola Company para mejorar la coordinación con las iniciativas mundiales de The Coca Cola Company.*

...

*Coca Cola Femsa está obligada a:*  
*Adoptar las debidas medidas de control de calidad fijadas por The Coca Cola Company;*

...

*Presentar anualmente a The Coca Cola Company planes de mercadeo, gerencia, promoción y publicidad para el año siguiente (...) [énfasis añadido]*”.

Asimismo, de conformidad con el reporte anual presentado ante la CNBV al treinta y uno de diciembre de dos mil dos por Coca Cola Femsa,<sup>50</sup> sus empresas filiales que distribuyen y comercializan los productos Coca Cola en México en la actualidad son: Propimex, Refrescos y Aguas Minerales e Inmuebles del Golfo. Las áreas geográficas atendidas por Propimex y Refrescos y Aguas Minerales, corresponden al Distrito Federal, incluida una parte considerable del estado de México. Por su parte a Inmuebles del Golfo le corresponde el sureste del país.

El domicilio fiscal de Propimex es el ubicado en [REDACTED] (Eliminado: 20 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>50</sup> Fojas 3536 a 3641 del presente expediente.

El domicilio fiscal de Refrescos y Aguas Minerales es el ubicado en [REDACTED] (Eliminado: 18 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El domicilio fiscal de Inmuebles del Golfo es el ubicado en la calle [REDACTED] (Eliminado: 18 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por lo que hace a la adquisición de Panamerican Beverages, Inc.,<sup>51</sup> aunado a lo señalado en la transcripción que antecede se indicó que esta Comisión autorizó en marzo de dos mil tres la concentración entre Coca Cola Femsa y la referida empresa (expediente número CNT-111-2003), toda vez que tales sociedades participaban en zonas geográficas distintas y las empresas involucradas son operadoras de franquicias de TCCC, por lo que no se previeron efectos adversos al proceso de competencia y libre concurrencia. Por lo anterior, a partir del seis de mayo de dos mil tres, las empresas integrantes del grupo Panamco México forman parte del grupo Coca Cola Femsa. Las empresas embotelladoras de Panamco México que distribuyen y comercializan las bebidas carbonatadas en envase cerrado bajo la marca Coca Cola son: Panamco Bajío y Panamco Golfo. Tales empresas abarcan en su operación en conjunto los estados de Guanajuato, Michoacán, Puebla, Tlaxcala y Veracruz.<sup>52</sup>

El domicilio fiscal de Panamco México es el ubicado en [REDACTED] (Eliminado: 20 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por su parte, Panamco Bajío tiene su domicilio fiscal en la calle [REDACTED] (Eliminado: 13 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En cuanto a Panamco Golfo tiene su domicilio fiscal en la calle [REDACTED] (Eliminado: 13 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

#### Grupo Contal.

Es una sociedad controladora de compañías cuya actividad principal es la fabricación y venta de refrescos y agua purificada, a través de diecisiete franquicias otorgadas por TCCC que operan en siete estados del país: Durango, Coahuila, San Luis Potosí, Zacatecas, Aguascalientes, Colima y Jalisco.

Su domicilio fiscal es el ubicado en [REDACTED] (Eliminado: 12 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>51</sup> Actualmente Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V.

<sup>52</sup> De conformidad con la información contenida en el Reporte Anual correspondiente al ejercicio fiscal dos mil dos presentado por Panamco México, S.A. de C.V. ante la CNBV (fojas 3865 a 3948 del expediente en que se actúa).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

En el reporte anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos publicado en la página de Internet de la BMV<sup>53</sup> se señaló:

*“(...) Grupo Continental, S.A., es una empresa enfocada a la producción, venta y distribución de bebidas no alcohólicas, carbonatadas y no carbonatadas, listas para tomar, de marcas que son propiedad de The Coca-Cola Company (...)”.*

Asimismo, se indicó que TCCC posee indirectamente el 20% de las acciones de Grupo Contal. Al respecto se transcribieron las manifestaciones realizadas por Grupo Contal, respecto a su organización y sistema de operación:

*“(...) Embotellador de Coca Cola o Planta Embotelladora: Es la empresa que compra concentrados o jarabes de The Coca Cola Company, para convertirlos en productos terminados, para empacarlos y venderlos a sus clientes.*

...

*Las embotelladoras de Grupo Continental, S.A. manufacturan, distribuyen y venden bebidas de la marca Coca Cola en determinados territorios, conforme a los contratos de franquicia celebrados por cada una de ellas con The Coca Cola Company.*

...

*Fecha de constitución: Grupo Continental, S.A., se constituyó con el nombre de Sociedades Industriales, S.A., en la ciudad de Tampico, Tamaulipas, con fecha 21 de diciembre de 1974, mediante escritura pública No. 695, ante la fe del Notario Público No. 13 de Tampico, Tamaulipas, Lic. Ricardo Hinojosa Sánchez, e inscrita en la Sección Comercio del Registro Público de la Propiedad de dicha entidad, bajo el número 9 del libro 73, el 19 de febrero de 1975.*

*Posteriormente, mediante escritura pública No. 3428, del 8 de febrero de 1979, Sociedades Industriales, S.A., cambia su denominación a la de Grupo Continental, S.A. y modifica sus estatutos sociales, ante la fe del Notario Público No. 13, de Tampico, Tamaulipas, Lic. Ricardo Hinojosa Sánchez, quedando inscrita en la Sección de Comercio del Registro Público de la Propiedad de dicha entidad, bajo el No. 65, libro 76, con fecha 12 de febrero de 1979.*

...

---

<sup>53</sup> Fojas 3949 a 4017 del expediente al rubro citado.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*1973... Se adquiere Embotelladora La Favorita, S.A. que en la zona metropolitana de Guadalajara contaba con dos plantas embotelladoras y una sucursal urbana.*

...

*1991*

...

*Dentro de la zona metropolitana de Guadalajara, inicia operaciones Embotelladora Zapopan, S.A.*

...

*Los canales de distribución más importantes son los abarrotes y misceláneas, en los cuales se vende un total de 15.8 millones de cajas unidad de productos Coca Cola al mes, lo que representa un 69.7% de las ventas de nuestros productos, seguidos por los restaurantes y fondas, los cuales representan el 10.2% de la venta de nuestros productos.*

...

*En el renglón de distribución, al término del año 2002, contamos con 17 Embotelladoras y 73 Sucursales, que atienden a más de 217 mil leales clientes que reciben constante apoyo a través de 1,703 rutas de refrescos (925 convencionales y 778 de preventa), con una frecuencia de visita promedio de 3 veces por semana.*

...

*En nuestra franquicia competimos principalmente con 2 grupos embotelladores de Pepsi Cola, siendo estos Geupec en la Zona Occidente, que comprende parte de los estados de Jalisco y Colima, y Pepsi Bottling Group (PBG) en el resto de nuestros territorios, dentro de los estados de Aguascalientes, San Luis Potosí, Zacatecas, Coahuila y Durango. Asimismo, el año 2002 será recordado por el inicio del desarrollo de marcas de bajo precio así como por el surgimiento de diversas y nuevas categorías de bebidas listas para tomar y participación de nuevos competidores. Ante un entorno cada día más competitivo, en el futuro la Empresa tendrá como estrategia básica, la máxima diferenciación mediante el servicio al cliente y atención al consumidor. (...)"*

Por último se indicó que Grupo Contal es propietario del [REDACTED] de las acciones de las empresas embotelladoras siguientes: Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora Ameca, Embotelladora de Coahuila, Embotelladora Fresnillo, Embotelladora Gómez Palacio, Embotelladora Guadalupe Victoria, Embotelladora Guadiana, Embotelladora La Bufa,

Embotelladora La Favorita, Embotelladora Lagunera, Embotelladora Las Trojes, Embotelladora Los Altos, Embotelladora Río Verde, Embotelladora San Luis, Embotelladora Tangamanga Embotelladora de Tecomán y Embotelladora Zapopan. (Eliminado un porcentaje. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

El domicilio fiscal de Embotelladora La Favorita es el ubicado en la calle [REDACTED] (Eliminado: 15 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por su parte, Embotelladora Zapopan tiene su domicilio fiscal en [REDACTED] (Eliminado: 14 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

#### Grupo Yoli.

Grupo autorizado para embotellar, envasar, distribuir y comercializar los productos de TCCC en el estado de Guerrero. Está conformado por dos empresas dedicadas al proceso de embotellado, distribución y comercialización de bebidas carbonatadas: Yoli de Acapulco y Agua de Taxco Yoli.

El domicilio fiscal de Yoli de Acapulco es el ubicado en [REDACTED] (Eliminado: 14 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por su parte, Agua de Taxco Yoli tiene su domicilio fiscal en [REDACTED] (Eliminado: 14 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

#### Grupo Fomento Queretano.

Grupo embotellador encabezado por la sociedad Fomento Queretano, empresa responsable de administrar las licencias para embotellar, envasar, distribuir y comercializar los productos de TCCC en el estado de Querétaro. Además de la empresa citada el grupo está conformado por Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan.

El domicilio fiscal de Fomento Queretano es el ubicado en la calle [REDACTED] (Eliminado: 10 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Embotelladora La Victoria tiene su domicilio fiscal en la calle [REDACTED] (Eliminado: 8 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Por su parte, el domicilio fiscal de Refrescos Victoria del Centro es el ubicado en la calle [REDACTED] (Eliminado: 15 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En cuanto a Embotelladora de San Juan tiene su domicilio fiscal en la [REDACTED] (Eliminado: 10 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

### Grupo Peninsular.

Grupo embotellador autorizado para embotellar, envasar, distribuir y comercializar los productos de TCCC en los estados de Yucatán, Quintana Roo y Campeche. Está conformado por Administración Peninsular Corporativa, que lo encabeza y por Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular.

El domicilio fiscal de Administración Peninsular Corporativa es el ubicado en la calle [REDACTED] (Eliminado: 18 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Industria Refresquera Peninsular tiene su domicilio fiscal en la calle [REDACTED] (Eliminado: 9 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por su parte, Industria Embotelladora de Campeche tiene su domicilio fiscal en la [REDACTED] (Eliminado: 15 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En cuanto a Embotelladora del Caribe tiene su domicilio fiscal ubicado en la [REDACTED] (Eliminado: 9 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Embotelladora Peninsular tiene su domicilio fiscal en la calle [REDACTED] (Eliminado: 17 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Expuesto lo anterior se indicó que en desahogo de los diversos oficios de requerimiento de información y documentación<sup>54</sup> emitidos por el Director General de Investigaciones de esta

<sup>54</sup> Los oficios de requerimiento de información contienen, entre otras, las siguientes preguntas: “(...) 5. Estructura accionaria actual de su representada; 6. Indique la actividad o actividades desarrolladas por su representada y las áreas, localidades o zonas geográficas autorizadas por The Coca Cola Company para embotellar y/o envasar, distribuir y comercializar sus productos de bebidas carbonatadas; 7. Describa la estructura corporativa actual de su representada, mostrando la evolución de la misma durante el periodo comprendido entre los años 2001 a 2003; 8. Indique el nombre, denominación o razón social del grupo embotellador autorizado por The Coca Cola Company del cual forma parte su representada, para la venta de sus bebidas carbonatadas en la zona geográfica asignada a su representada (...)”. Por lo que hace a TCCEC, la pregunta 7 contenida en su oficio de requerimiento de información señala lo siguiente: “7. Liste a cada uno de los agentes embotelladores, envasadores, distribuidores y comercializadores de bebidas carbonatadas autorizados por su representada y/o The Coca Cola Company en el





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Comisión únicamente las empresas descritas a continuación realizaron las siguientes manifestaciones.

TCCEC señaló:

“(...) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 45 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Por su parte Grupo Contal, Embotelladora de Fresnillo, Embotelladora de Coahuila, Yoli de Acapulco, Embotelladora Lagunera, Embotelladora Aguascalientes, Embotelladora La Bufa, Cimsa, Embotelladora de Cuernavaca, Embotelladora Las Trojes, Embotelladora Gómez Palacio, Embotelladora Guadalupe Victoria, Embotelladora Guadiana, Agua de Taxco Yoli, Embotelladora Ameca, Embotelladora Los Altos, Embotelladora Río Verde, Embotelladora San Luis, Embotelladora Tangamanga, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan y Embotelladora de Tecoman, manifestaron:

*“(...) 2. Respecto a la información relacionada en los numerales 6 al 29 del oficio de referencia, manifiesto, bajo protesta de decir verdad, que mi representada desconoce a la persona moral denominada “Propimex, S.A. de C.V.”, que no tiene relación alguna con la misma, así como que no cuenta con política, programa o estrategia comercial alguno que haya sido coordinado, dirigido o diseñado con, por, o para dicha empresa, así como que desconoce aquellos que la misma pudiera tener con relación a los productos a que se hace referencia en dichos numerales (...).*

Bebidas Mundiales arguyó:

“(...) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 15 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Compañía Topo Chico expresó:

---

territorio nacional. Por cada uno de los listados deberá señalar nombre, denominación o razón social; domicilio fiscal, si es filial, subsidiaria, franquiciataria o es agente independiente con autorización para embotellar, envasar, distribuir y/o comercializar; así como el grupo embotellador al que pertenece dicho agente”.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 14 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Embotelladoras Arca adujo:

*“(…) La única actividad realizada por el agente económico que represento, es la de ser controladora de acciones, por lo que no se encuentra autorizada por The Coca Cola Company para llevar a cabo el envase, distribución o venta de refrescos con las marcas propiedad de dicha empresa, y no las realiza con ninguna otra marca ni lleva a cabo actividad comercial alguna relacionada y por lo tanto, no puede ser realizar las prácticas monopólicas que se investigan en dicho procedimiento (...)”.*

Aunado a lo antes referido, no dio respuesta a las preguntas 5, 7 y 8, por considerar que:

*“(…) mi representada no guarda relación alguna con la señora Raquel Chávez Paniagua, denunciante en el procedimiento identificado con el número de expediente citado al rubro; ni tampoco con Propimex, S.A. de C.V., la parte denunciada en dicho procedimiento, por lo anterior, mi poderdante considera innecesario revelar información adicional a la proporcionada anteriormente, en virtud de no ser relevante para la resolución de dicho caso (...)”.*

Corporación Rica señaló:

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 17 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Embotelladora de Reynosa indicó:

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 13 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Embotelladora Internacional arguyó:



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 14 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Embotelladora Tamaulipeca manifestó:**

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 13 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Refrescos de Matehuala señaló:**

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 13 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Embotelladora de Monclova manifestó:**

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 13 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Fomento Queretano indicó:**

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 22 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Embotelladora El Carmen apuntó:**

“(…) [REDACTED] (...)”. (Eliminado 1 párrafo de 34 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener información proporcionada por los investigados, que debe mantenerse con ese carácter por contener información que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Como se aprecia, las empresas requeridas no contestaron la totalidad de las preguntas contenidas en sus respectivos oficios de requerimiento de información y documentación ya que a su juicio eran ajenas a la presente investigación al no tener relación con la C. Raquel Chávez Paniagua o con Propimex. No obstante, de la información referida así como de las manifestaciones vertidas por Ajemex en su escrito de denuncia destacó que TCCEC es una sucursal de TCCC en México encargada de la venta de los concentrados de las marcas de ésta en el territorio nacional que no tiene sucursales o filiales que se dediquen a la producción, envasado, distribución, venta y comercialización de bebidas carbonatadas. Sin embargo, sí interviene en el desarrollo y programas de publicidad y mercadotecnia relacionada con la publicidad de los productos finales que resultan de los concentrados y bases de bebidas previamente referidos, cuestión que confirma su pertenencia al sistema Coca Cola.

Con relación a las manifestaciones vertidas por los agentes económicos Bebidas Mundiales, Embotelladora de Reynosa, Embotelladora Internacional, Embotelladora Tamaulipeca, Embotelladora de Matehuala, Embotelladora de Monclova y Embotelladora El Carmen, se destacó que reconocieron pertenecer al grupo Embotelladoras Arca. Asimismo, que indicaron contar con autorización directa de TCCC para embotellar y distribuir las marcas de tal empresa.

Por su parte se mencionó que Corporación Rica<sup>55</sup> y Fomento Queretano establecieron que no realizan actividades relacionadas con el mercado investigado. Sin embargo, que esta última al tener participación accionaria en Embotelladora La Victoria, sí interviene en actividades de producción, envasado, distribución y comercialización de bebidas carbonatadas aunado a que existe la posibilidad de que forme parte del establecimiento de las políticas de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas con relación a tal embotelladora.

Por lo que hace a la existencia del sistema Coca Cola se hizo referencia a los Informes Anuales al treinta y uno de diciembre de dos mil dos presentados por la BMV en su página de Internet que a continuación se mencionan, respecto de Embotelladoras Arca,<sup>56</sup> Grupo Contal y Coca Cola Femsa, esta última sociedad considerada como el más grande embotellador de refrescos de la marca Coca Cola en México.

<sup>55</sup> Esta Comisión tiene conocimiento que su actividad no está relacionada con la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas.

<sup>56</sup> Fojas 4949 a 5082 del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Embotelladoras Arca.

Empresa obligada a seguir las políticas de operación y comercialización que le dicte TCCC. Lo anterior se observa del hecho de que tal empresa es:

*“(...) una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas refrescantes de las marcas propiedad de TCCC... es la empresa resultante de la integración en 2001 de tres de los grupos embotelladores más antiguos de México -- Argos, Arma y Procor – y se constituyó en el segundo embotellador de productos Coca-Cola en México... distribuye sus productos en la región norte de la República Mexicana principalmente en los estados de Tamaulipas, San Luis Potosí, Nuevo León, Coahuila, Chihuahua, Sonora, Sinaloa, Baja California y Baja California Sur*

...

*El 9 de agosto de 2001, Arca adquirió por parte de Inmex el [REDACTED] de las acciones de Arma, en un precio de [REDACTED]*

...

*El 10 de diciembre de 2001, Arca adquirió por parte de Inmex el [REDACTED] de las acciones de Argos, en un precio de [REDACTED]*

...

*[E] Concentrado de los productos Coca-Cola representó durante el 2002 aproximadamente un [REDACTED] del total del costo de producción. [REDACTED]*

[REDACTED]

...

*Las campañas publicitarias de los productos Coca-Cola son coordinadas a nivel nacional, mientras que algunas promociones son coordinadas a nivel regional y otras a nivel nacional... Las campañas publicitarias nacionales siguen la línea de las campañas publicitarias lanzadas mundialmente por TCCC... Las campañas nacionales son lanzadas por Coca-Cola de México, [REDACTED]*

...



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*En algunos casos, las embotelladoras instruyen y aconsejan a los minoristas pequeños establecimientos a optimizar la presentación de sus productos en sus anaqueles y refrigeradores con el fin último de incrementar las ventas de productos Coca-Cola... A este respecto se tiene un programa institucional denominado "Club Mercadeo", el cual tiene por objeto la activación de clientes, que consisten en la decoración del local, apoyo publicitario de Coca-Cola, así como el otorgamiento en comodato de un refrigerador*

...

*Aproximadamente el [REDACTED] de las ventas de Arca al 31 de diciembre de 2002 fueron de productos Coca Cola. Se producen y comercializan productos de TCCC a través de contratos de embotellador celebrados con esta empresa. Actualmente se tienen los siguientes contratos de embotellador con TCCC que cubren todos los territorios actualmente atendidos por Arca:*

- *[REDACTED] contratos que cubren los territorios de Arca en Monterrey y Tamaulipas, cuyo vencimiento fue el 31 de diciembre de 2002, pero que TCCC ha confirmado por escrito la renovación de los mismos por [REDACTED]*
- *[REDACTED] contratos que cubren los territorios de Arca en Coahuila, Matehuala, Mazatlán y La Paz, cuyo vencimiento fue el 14 de enero de 2003, pero que TCCC ha confirmado por escrito la renovación de los mismos por [REDACTED]*
- *[REDACTED] que cubre los territorios que antes operaba Argos, que vence [REDACTED]. La renovación respectiva debe solicitarse [REDACTED] antes de su vencimiento al finalizar dicho plazo y está sujeta al cumplimiento de los términos y condiciones previstos en el contrato de embotellador y al cumplimiento de diversos compromisos que el embotellador adquiere. Dichos compromisos son, en términos generales, esfuerzos de promoción, desarrollo y explotación continua de los productos Coca Cola.*

[REDACTED]

*Adicionalmente, TCCC está facultada para dar por terminados en forma anticipada los contratos de embotellador si cualquier otro tercero o terceros obtienen un interés directo o indirecto en la propiedad o control de las embotelladoras, aún cuando las embotelladoras no tengan medios para evitar tal cambio, si, en la opinión de TCCC, tal cambio puede permitir a tal tercero o terceros ejercer cualquier influencia sobre la dirección de las embotelladoras o materialmente afectar la capacidad de las embotelladoras para cumplir cabalmente con los términos, obligaciones y con condiciones de los contratos de embotellador.*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

...

*A través de los derechos que le otorgan estos contratos, TCCC tiene la capacidad de ejercer influencia sobre [REDACTED]*

...

*En caso de que alguno de los contratos de embotellador no fuera renovado, las operaciones de la Compañía se verían seriamente afectadas*

...

*[REDACTED] es el único y exclusivo proveedor de concentrados y jarabes de productos Coca Cola, [REDACTED]. Adicionalmente, [REDACTED] tiene el derecho de supervisar y aprobar las actividades de mercadeo, operación y publicidad de productos Coca Cola, así como regular las distintas presentaciones de éstos. Nuestra expansión geográfica también está sujeta a la aprobación de [REDACTED].*

...

*Los precios de venta de los productos a los detallistas son determinados por cada una de las embotelladoras de Arca, las cuales sugieren a aquellos un precio al público (...)*

(Eliminado 316 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

De conformidad con el informe referido, las empresas operadoras y embotelladoras en las que Embotelladoras Arca tiene el 100% de participación son: Embotelladora de la Frontera, S.A. de C.V., Embotelladora Pitic, S.A. de C.V., Compañía Embotelladora de Nueva Obregón, S.A. de C.V., Compañía Embotelladora de Culiacán, S.A. de C.V., Embotelladora de Mexicali, S.A. de C.V., Embotelladora de Chihuahua, S.A. de C.V., Compañía Embotelladora de Baja California Sur, S.A. de C.V., Compañía Embotelladora del Pacífico, S.A. de C.V., Distribuidoras Argos de Bebidas Arca, S.A. de C.V., Bebidas Mundiales, Compañía Topo Chico, Embotelladora de Reynosa, Embotelladora Internacional, Embotelladora Tamaulipeca, Embotelladora El Carmen, Embotelladoras del Norte de Coahuila, Refrescos de Matehuala y Embotelladora de Monclova.

Por lo expuesto, se concluyó que Embotelladoras Arca es parte del sistema Coca Cola ya que mediante los contratos de embotellador celebrados con TCCC, tiene derechos exclusivos para la



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

distribución de bebidas de las marcas Coca Cola en los territorios que le son autorizados a través de tales contratos.

Grupo Contal, al igual que Embotelladoras Arca, forma parte del sistema Coca Cola. Lo anterior se dedujo de la información contenida en el informe anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos que indica:

*“(...) Las embotelladoras de Grupo Continental, S.A. manufacturan, distribuyen y venden bebidas de la marca Coca Cola en determinados territorios, conforme a los contratos de franquicia celebrados por cada una de ellas con The Coca Cola Company.*

...

*1989... La compañía Coca-Cola se convierte en el segundo mayor accionista de Grupo Continental, S.A.*

...

*1993... La Compañía Coca-Cola extiende sus contratos de franquicia a Grupo Continental hasta el año 2002. Grupo Continental adquiere el 17% accionario de la planta enlatadora de productos Coca Cola más grande de México, siendo el segundo accionista en importancia.*

...

*1996.... The Coca Cola Company aumentó a 17.3% su participación accionaria en Grupo Continental, S.A.*

...

*1997... The Coca Cola Company aumentó a 20.0% su participación accionaria en Grupo Continental, S.A.*

...

*2000... La Compañía Coca Cola nos renovó los contratos de franquicia por 10 años más con un año de anticipación, iniciando su vigencia a partir del 1 de enero de 2003.*

...





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Grupo Continental, S.A. es una empresa enfocada a la producción, venta y distribución de bebidas no alcohólicas, carbonatadas y no carbonatadas, listas para tomar, de marcas que son propiedad de The Coca Cola Company (...)*”.

En su correspondiente informe Coca Cola Femsa indicó que:

*“(...) Aproximadamente el 98% de las ventas netas de la Compañía, en el año 2002, derivaron de la distribución de Productos Coca Cola. La Compañía produce, comercializa y distribuye Productos Coca Cola con base en los Contratos de Embotellador. Estos Contratos de Embotellador cubren todos los Territorios. En virtud de lo establecido en los Contratos de Embotellador, The Coca Cola Company tiene derecho a influenciar significativamente la conducción del negocio de la Compañía.*

...

*Dependemos de The Coca Cola Company para renovar nuestros Contratos de Embotellador. Los 2 (dos) Contratos de Embotellador que corresponden a los Territorios Mexicanos (diferentes a los adquiridos con Panamco) cada uno de ellos vencerá en el año 2013.*

...

*The Coca Cola Company y FEMSA tienen una influencia significativa sobre la conducción del negocio y el control de la Compañía. The Coca Cola Company es propietaria indirectamente del 39.6% de las acciones representativas de capital social en circulación de Coca-Cola-FEMSA, lo que representa el 46.4% de las acciones con derecho a voto. The Coca Cola Company tiene derecho a nombrar a 4 (cuatro) de los 18 (dieciocho) consejeros de Coca Cola FEMSA... y en algunos casos, tiene la facultad de vetar decisiones importantes del consejo de administración... The Coca Cola Company y FEMSA... tienen la facultad de tomar, por sí solas, todas las decisiones que requieren la aprobación del consejo de administración de Coca Cola FEMSA. FEMSA y The Coca Cola Company, tienen la facultad de tomar, por sí solas, todas las decisiones que requieren la aprobación de los accionistas de Coca Cola FEMSA.*

...

*La Compañía lleva a cabo transacciones con subsidiarias tanto de FEMSA como de The Coca Cola Company... Además la Compañía ha celebrado un contrato de mercadotecnia con The Coca Cola Company*

...



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*La Compañía es el embotellador más grande de productos Coca Cola en Latinoamérica, representando aproximadamente el 40% del volumen de Coca Cola en la región.*

...

*El 6 de mayo de 2003, se llevó a cabo la adquisición de Panamco... Panamco ahora es una subsidiaria de la Compañía.*

...

*La adquisición de Panamco incrementa significativamente la diversidad geográfica de nuestras operaciones, aunque las operaciones mexicanas de ambas compañías representan por mucho la parte más grande del negocio, representando el 53% del volumen combinado de las dos compañías en el año 2002.*

...

*Con la adquisición de Panamco, ahora somos el embotellador más grande de refrescos de las marcas Coca Cola en Latinoamérica*

...

*Las campañas de publicidad nacionales son diseñadas y propuestas por las afiliadas locales de The Coca Cola Company, con nuestra asistencia al nivel local o regional.*

...

*Los contratos de embotellador son los contratos estándar que The Coca Cola Company celebra con embotelladores fuera de los Estados Unidos para la venta de concentrados de ciertas bebidas de marcas Coca Cola. Fabricamos, embotellamos, distribuimos y vendemos bebidas de refrescos y agua embotellada en nuestros Territorios Mexicanos bajo dos contratos de embotellador mexicanos celebrados con The Coca Cola Company.*

...

*Estos contratos de Embotellador estipulan que compraremos todos nuestros requerimientos de concentrado para bebidas de marcas Coca Cola a The Coca Cola Company y otros proveedores autorizados a precios, con condiciones de pago, y otros términos y condiciones de suministro que determine de forma periódica The Coca Cola Company a su entera discreción.*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

...

*Los Contratos de Embotellador incluyen un reconocimiento por parte nuestra de que The Coca Cola Company es el propietario exclusivo de las marcas que identifican las bebidas de marcas Coca Cola y de las fórmulas secretas con las que se hacen los concentrados de The Coca Cola Company.*

...

*The Coca Cola Company ha aportado en cada uno de los pasados cinco años aproximadamente la mitad de nuestro presupuesto de publicidad y mercadotecnia en los Territorios Mexicanos.*

...

*El 2 de noviembre de 2001, formalizamos dos contratos de franquicia de embotellado con Promotora de Marcas Nacionales, una subsidiaria indirecta de FEMSA, a través de los cuáles nos convertimos en el único franquiciatario para la producción, embotellado, distribución y venta de las marcas Mundet en el Valle de México y en la mayoría de nuestros territorios en el Sureste de México.*

...

*La tabla que sigue... indica nuestras subsidiarias importantes directas e indirecta (sic) y el porcentaje de participación en cada una de ellas al 31 de diciembre de 2002:*

...

<i>Propimex, S.A. de C.V., una corporación mexicana.....</i>	<i>99.99%</i>
<i>Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V., una corporación mexicana.....</i>	<i>99.99%</i>
<i>Refrescos y Aguas Minerales, S.A. de C.V., una corporación mexicana....</i>	<i>99.99%</i>

...

*El 6 de mayo de 2003, llevamos a cabo la adquisición de Panamco y como resultado de ésta, adquirimos subsidiarias con operaciones en México (...)"*

De la información antes transcrita se concluyó que tanto Embotelladoras Arca, Grupo Contal y Coca Cola Femsa así como sus subsidiarias embotelladoras operan bajo los contratos que tienen firmados con TCCC y sólo a través de autorizaciones expresas de esta última, a través de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

TCCEC, pueden envasar, distribuir y comercializar los productos de la marca Coca Cola que embotellan. Asimismo, por medio de los derechos que les otorgan tales contratos TCCC tiene la capacidad de ejercer influencia sobre la conducción del negocio de cada empresa. Aunado a lo anterior se indicó que, de conformidad con los contratos celebrados con TCCC, los embotelladores del sistema Coca Cola se encuentran obligados a comprar ciertos suministros y materiales para el empaque, incluyendo cajas, envases, etiquetas, entre otros, de proveedores previamente autorizados por TCCC. Adicionalmente, tiene el derecho de supervisar y aprobar las actividades de mercadeo, operación, publicidad y mercadotecnia de productos Coca Cola, así como regular las distintas presentaciones de éstos. Incluso la situación geográfica en que operan las referidas empresas también está sujeta a la aprobación de TCCC.

Por lo antes expuesto y de conformidad con las propias afirmaciones de Embotelladoras Arca, Grupo Contal y Coca Cola Femsa, contenidas en sus respectivos informes anuales, se concluyó que el sistema Coca Cola es un grupo económico de interés común integrado por TCCEC, diversas cabezas de grupo territoriales y por cada una de las empresas embotelladoras que les son subsidiarias. Por lo anterior, los embotelladores de cada empresa cabeza de grupo se encontraron vinculados a través de ésta al denominado sistema Coca Cola.

### **Diversas denuncias presentadas ante esta Comisión.**

Tal como se indicó en el capítulo de antecedentes los CC. Raquel Chávez Paniagua, [REDACTED] y [REDACTED] así como la empresa Ajemex presentaron sendos escritos por los que denunciaron que diversos establecimientos detallistas al iniciar la venta de bebidas carbonatadas marca Big Cola, Doble Big y First, se vieron condicionados por distintos distribuidores de los productos Coca Cola a no vender los productos referidos. (Eliminado: 5 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Al respecto, el oficio de presunta responsabilidad señaló que los escritos de denuncia indicaron lo siguiente.

Escrito de la C. Raquel Chávez Paniagua.

*“(...) El mayor problema se origina ante la introducción en mi negocio del nuevo refresco Big Cola, desde que comencé a venderlo empezaron una serie de amenazas y presiones verbales para que dejara de vender dicho refresco, en un principio me ofrecieron un trato carente de ética profesional y de competencia que consistía en que Coca Cola me cambiaba todas las cajas de Big Cola por producto Coca Cola, a razón del doble, ante mi negativa decidieron retirarme el servicio arbitrariamente desde marzo, jactándose de su poderío económico el Sr . [REDACTED] (quien es jefe de ventas) dijo de manera prepotente “haga lo que quiera, a fin de cuentas Coca Cola tiene tantos abogados que nadie puede hacerles nada”. Cabe aclarar que nunca he firmado un contrato de exclusividad con Coca*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Cola. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)*

*La empresa que me da el servicio a la cual pertenece el Sr. [REDACTED] es Propimex, S.A. de C.V., . (Eliminado: 12 palabras y un número telefónico. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)*

...

*El martes 27 de mayo de 2003 llegaron a mi establecimiento y me dijo el Sr. [REDACTED] (Gerente de distribuidora) que me devolvían el servicio pero sin derecho a la venta de Coca Cola 2 ½ litros hasta que deje de vender Big Cola, porque a ese producto solo tienen derecho los clientes que “los han apoyado”, además se niegan a cambiarme los envases y cajas de Coca Cola 2 litros por los nuevos de 2 ½ litros, con esto mi economía se ve perjudicada pues el nuevo producto de 2 ½ litros es el producto con fuerza de ventas (...). (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)*

Escrito del C. [REDACTED] (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

*“(...) La presente es con el fin de denunciar a coca cola y quien resulte responsable por amenaza cumplida de que si yo vendo big cola, coca cola company no me surte de coca dos litros y medio por lo cual presento mi denuncia en contra de coca cola y el señor [REDACTED] (promotor), por condicionar la venta de coca cola dos litros y medio. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)*  
*Esto sucedió a partir del día 20 de mayo del 2003 (...).”*

Escrito del C. [REDACTED]. (Eliminado: 3 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

*“(...) El que suscribe C. [REDACTED]. se dirige ante ustedes, respetuosamente, para manifestar que cuento con un pequeño negocio en el cual, entre otros productos, vendo producto “Coca Cola”. Recientemente, aproximadamente un mes, se me presentó la oportunidad de vender otro producto más, me refiero al llamado “Big Cola”, lo cual no le pareció a la empresa de Coca-Cola, para ser preciso al depósito ubicado en el [REDACTED], a cargo del Gerente de Distrito, Ing. [REDACTED], suspendiéndome el servicio y condicionándome dejara de vender Big Cola, para ellos seguir vendiéndome Coca Cola, y lo que es peor, existe un pequeño revendedor de Coca Cola, cerca de mi domicilio al cual le prohibieron me vendiera producto o que de lo contrario a él le dejarían de vender también. (Eliminado: 17 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*La actuación por parte de la empresa Coca Cola antes expuesta, es una práctica monopólica declarada misma que denunció ante ustedes, solicitando su intervención a fin de poder corregir conforme a la ley, tan grave situación (...)*”.

Escrito presentado por el representante legal de Ajemex.

*“(...) mi representada ante el movimiento vertiginoso del mercado y a efecto de lograr su permanencia y posicionamiento en el mismo, ha tenido la necesidad de reaccionar ante los embates de sus principales competidores, por lo que en el mes de julio del año en curso [dos mil tres] lanzó al mercado un nuevo producto de sabor toronja... denominado First; en el mes de agosto del presente año Ajemex introdujo en el mercado la presentación... del denominado Doble Big, y por último la primera semana de septiembre anunció el nuevo lanzamiento de la presentación... denominado Mega Big, todos los productos siguen la misma tendencia cuya razón precio-calidad resulta atractiva para el consumidor y así consolidarse como “la bebida del precio justo”.*

*No obstante lo anterior, las denunciadas además de su estrategia de negocio... desde el inicio de operaciones de Ajemex y particularmente desde el mes de abril del presente año a la fecha, han desplegado una serie de conductas anticompetitivas violatorias de la LFCE, apoyadas en su poder sustancial, fuera de toda lógica económica, con el objeto de restringir el abasto exclusivamente de los productos de Ajemex y en consecuencia desplazar indebidamente a mi representada del mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado (...)*”.

Asimismo, se estableció que de los documentos anexos a los escritos de denuncia de los CC. Raquel Chávez Paniagua, [REDACTED] y [REDACTED] se desprendió que las empresas que denunciaban eran Propimex y Panamco Bajío. Por su parte Ajemex señaló como empresas denunciadas a: (Eliminado: 5 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

*“(...) diferentes sociedades que forman parte del grupo económico Coca Cola en la República Mexicana y de su sistema de distribución y comercialización de los productos bajo la marca Coca Cola, que participan o pudieren participar, directa o indirectamente, en carácter de filiales, sucursales, subsidiarias, tenedoras, distribuidores exclusivos, licenciarios, franquiciarios o embotelladores, en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado dentro del canal detallista en las localidades...de... Acapulco, Valle de México (Ciudad de México y el Estado de México), Guadalajara, Mérida, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Veracruz, Xalapa y León (...)*”.

Así, las localidades donde se estableció que se han desarrollado las conductas denunciadas son: Acapulco, y las zonas metropolitanas (ZM) de la Ciudad de México (Distrito Federal y parte del Estado de México) y las ZM de las siguientes ciudades: Guadalajara, Mérida, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Veracruz, Xalapa y León que fueron las que se consideraron en el análisis tanto del mercado relevante como del poder sustancial en el momento de la emisión del oficio de presunta responsabilidad.

Adicionalmente, en el documento con el cual se emplazó en el expediente citado al rubro de mencionó respecto a Ajemex que esta indicó que:

*“(...) las denunciadas... desde el inicio de operaciones de Ajemex y particularmente desde el mes de abril del presente año a la fecha, han desplegado una serie de conductas anticompetitivas violatorias de la LFCE, apoyadas en su poder sustancial, fuera de toda lógica económica, con el objeto de restringir el abasto exclusivamente de los productos de Ajemex y en consecuencia desplazar indebidamente a mi representada del mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado. (...)”.*

Asimismo, que Ajemex manifestó que el supuesto desplazamiento indebido del cual es objeto es resultado del desplazamiento indebido de sus productos en el mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado dentro del canal detallista, así como la restricción sustancial para acceder a tal mercado, conductas presuntamente cometidas por el sistema Coca Cola en las ciudades descritas. Igualmente se expusieron las siguientes acciones a través de las cuales, según Ajemex se realiza su desplazamiento:

1) La imposición a los establecimientos detallistas (misceláneas, abarrotes, papelerías, tienditas y depósitos) de una serie de condicionamientos en la comercialización de los productos Coca Cola, ante la venta de los productos de Ajemex. Tal conducta de acuerdo con Ajemex presuntamente actualiza el supuesto contenido en términos de la fracción IV del artículo 10 de la LFCE. Según Ajemex, tales condicionamientos se materializan en:

- a) La venta de los productos Coca Cola a las tiendas detallistas condicionada a no vender, exhibir y/o publicitar los productos Big Cola, Doble Big, Mega Big y First (productos Big Cola).
- b) La venta de los productos Coca Cola a las tiendas detallistas condicionada a no vender los productos Big Cola, con la contraprestación adicional del otorgamiento de bonificaciones, promociones y subsidios (seguros de vida, pintura, dinero en efectivo, cajas de refrescos Coca Cola, entre otros).
- c) La venta de los productos Coca Cola a las tiendas detallistas con la instrucción de no vender los productos Big Cola, así como la amenaza del retiro del servicio de entrega de los productos Coca Cola, refrigeradores, continuidad de servicios como centros de

canje, programa detallista leal, otorgamiento de promociones y subsidios generalmente ofrecidos, como pintura exterior e interior, toldos y regalos como electrodomésticos.

De acuerdo con Ajemex, lo que busca el sistema Coca Cola con los condicionamientos anteriores es desplazarlo como competidor en el canal detallista e impedirle sustancialmente el acceso ya que los referidos condicionamientos van dirigidos a no comercializar sus productos.

2) La negativa de venta de productos de la marca Coca Cola por parte de las empresas denunciadas a las tiendas detallistas como consecuencia de la comercialización de los productos Big Cola, siendo que aquellos se encuentran disponibles y son normalmente ofrecidos a terceros. Tal conducta de acuerdo con Ajemex presuntamente actualizó el supuesto contenido en términos de la fracción V del artículo 10 de la LFCE. Al respecto manifestó que la conducta comprende:

- a) La negativa de venta de los productos Coca Cola, como consecuencia de la comercialización de los productos Big Cola.
- b) La negativa de canjear los productos Coca Cola, como consecuencia de la comercialización de los productos Big Cola.
- c) La negativa de levantar pedidos de productos Coca Cola, como consecuencia de la comercialización de los productos Big Cola.
- d) El retiro de refrigeradores propiedad de Coca Cola, la terminación de servicios como centros de canje y programa detallista leal y el otorgamiento de subsidios generalmente ofrecidos, como promociones, artículos publicitarios y regalos diversos como electrodomésticos, como consecuencia de la comercialización de los productos Big Cola.

De ahí que se mencionara que por lo anterior, Ajemex indicó que sufre un desplazamiento con motivo de la negativa de venta por parte de los distribuidores de los productos Coca Cola a los establecimientos detallistas, ya que el sistema Coca Cola induce a éstos a escoger entre la comercialización de productos Coca Cola o productos de Ajemex. Asimismo, que consideró que al ofrecer el sistema Coca Cola múltiples productos, que no compiten con los productos de Ajemex y que representan ventas significativas en los establecimientos detallistas, éstos deciden quedarse únicamente con los productos de Coca Cola.

Se agregó que Ajemex manifestó que tal conducta debe ser analizada a la par de la conducta referida en el inciso 1), toda vez que la negativa de venta de los productos Coca Cola a los establecimientos detallistas que venden también productos de Ajemex, es consecuencia directa del cumplimiento o ejecución de los condicionamientos realizados por las denunciadas, ante la venta en tales establecimientos de los productos de Ajemex.

Por lo anterior, se estableció en el oficio de presunta responsabilidad que de conformidad con Ajemex, las prácticas monopólicas relativas en análisis se ubican en los supuestos contenidos en términos de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE.



### Elementos de convicción presentados por Ajemex.

Con relación a este punto se mencionó que Ajemex proporcionó diversas actas de fe de hechos levantadas en diferentes establecimientos detallistas en las localidades en las que se comercializan sus productos conjuntamente con los productos de la marca Coca Cola. La mecánica para el levantamiento de tales actas fue que un corredor público se trasladó con personal de Ajemex a diversos establecimientos ubicados en diferentes localidades del país a fin de dar fe de las entrevistas realizadas a los propietarios u operadores de tales establecimientos. La metodología consistió en realizar un cuestionario a los propietarios, despachadores y/o encargados de los referidos establecimientos detallistas.

Cada acta contiene la entrevista realizada a los propietarios u operadores de negocios, entre los que se consideran misceláneas, abarroterías, papelerías, “tienditas” y depósitos en las localidades de la ZM de la Ciudad de México (Distrito Federal y el Estado de México); así como las ZM de las ciudades de: Guadalajara, Jalisco; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz; Mérida, Yucatán; Querétaro, Querétaro; León, Guanajuato y en la ciudad de Acapulco, Guerrero, encaminadas a demostrar las conductas desarrolladas por las empresas denunciadas. La mayoría de las actas de fe de hechos fueron levantadas el veintiocho de julio de dos mil tres, con excepción de las correspondientes a las ciudades de Acapulco, Guerrero; Mérida, Yucatán; y Querétaro, Querétaro que se levantaron el uno de octubre de dos mil tres. El cuestionario aplicado fue el siguiente:

1. ¿Cuál es el nombre de la persona a cargo de la tienda y si es dueño o despachador del local?
2. ¿Desde cuándo existe la tienda y si cuenta con algún documento que acredite su existencia?
3. ¿Qué refrescos se venden, en qué presentaciones y a qué precios. (Coca Cola, Pepsi, Big Cola, Squirt, Sprite, Mirinda, Sidral, Delaware Punch, Fanta Canada Dry, Orange Crush)?
4. ¿Cómo piden los clientes un refresco de cola?
5. ¿Si vende el refresco Big Cola y desde cuándo?
6. ¿Cuál es el nivel aproximado de venta del refresco Big Cola en comparación con el refresco Coca Cola?
7. ¿Si con la venta del refresco Big Cola se redujo el nivel de ventas del refresco Coca Cola, y en qué proporción?
8. ¿Si de la venta del refresco Big Cola ha tenido variaciones, diferencias, condicionamientos, o ha sufrido presión o amenazas, en su relación comercial con la persona de la cual adquiere el producto Coca Cola, y en qué han consistido?
9. ¿En caso de que no venda Big Cola, señale las razones por las cuáles no vende el refresco Big Cola?



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

10. ¿Si existe alguna conducta de intercambio, retiro o compra de los refrescos Big Cola por productos Coca Cola por parte del proveedor de Coca Cola y desde cuándo?
11. ¿En caso afirmativo de la pregunta anterior, cuál es la proporción de intercambio, retiro o compra por parte del proveedor de Coca Cola, y si sabe cuál es el destino de los productos Big Cola?
12. ¿Además de la ganancia por la venta del refresco Coca Cola, cuáles son otros beneficios que obtiene por el proveedor de Coca Cola, ya sea, pintura exterior, publicidad, refrigeradores, pago de luz u otro subsidio?

En el cuadro que se transcribe se detallaron los datos de las referidas actas de fe de hechos:

Localidad	Acta (s) número (s)	Corredor Público		Detallistas visitados	Fojas del expediente
		Número	Entidad		
<b>A. Valle de México</b>					
<b>Distrito Federal</b>					
Iztapalapa	1740	23	D.F.	9	1214 a 1271
Miguel Hidalgo	703	28	D.F.	7	1273 a 1295
Iztapalapa	1,950	6	D.F.	15	1298 a 1320
Gustavo A. Madero	2,308	6	D.F.	12	1322 a 1352
<b>Estado de México</b>					
Tlalnepantla	9,641	1	Estado de México	14	1354 a 1365
Naucalpan	2,911	3	Estado de México	9	1366 a 1374
<b>B. Jalisco</b>					
Guadalajara	931	27	Jalisco	11	1375 a 1402
Guadalajara	547	36	Jalisco	8	3320 a 3362
Guadalajara	1248	38	Jalisco	6	3363 a 3369
<b>C. Oaxaca</b>					
Ánimas Trujano y Zaachila	1,767	2	Oaxaca	3	1403 a 1422
<b>D. Puebla</b>					
Puebla	1,945	7	Puebla	6	1423 a 1455
Puebla	125	10	Puebla	7	1458 a 1493
Puebla	182	5	Puebla	9	1494 a 1533
<b>E. Veracruz</b>					
Veracruz	18 y 19	s/n	Veracruz	4	1534 a 1563
Veracruz	1,849	1	Veracruz	11	1564 a 1592
Jalapa	349, 350, 352 y 353	3	Veracruz	4	1593 a 1616 y 1637 a 1703
<b>F. Guanajuato</b>					
León	4,478	2	Guanajuato	16	1704 a 1727
León	605	1	Guanajuato	16	1728 a 1759
<b>G. Guerrero</b>					
Acapulco	5251	2	Guerrero	6	3217 a 3238
<b>H. Yucatán</b>					
Mérida	255	3	Yucatán	2	3253 a 3265
<b>I. Querétaro</b>					
Querétaro	827 a 835	5	Querétaro	9	3266 a 3319
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>184</b>	



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Del cuadro anterior se indicó que fueron visitados ciento ochenta y cuatro establecimientos: sesenta y seis en la ZM de la Ciudad de México (Delegaciones Iztapalapa, Gustavo A. Madero y Miguel Hidalgo en el Distrito Federal así como los municipios de Tlalnepantla y Naucalpan en el Estado de México); veinticinco en la ZM de Guadalajara, Jalisco; tres en Ánimas Trujano y Zaachila, municipios que integran la ZM de Oaxaca, Oaxaca; veintidós en la ZM de Puebla, Puebla; diecinueve en la ZM de Veracruz y ZM Xalapa, Veracruz; treinta y dos en la ZM de León, Guanajuato; seis en la ciudad de Acapulco, Guerrero; dos en la ZM de Mérida, Yucatán y nueve en la ZM de Querétaro, Querétaro; las actas de fe de hechos fueron levantadas por veinte corredores públicos adscritos a cada una de las entidades federativas antes descritas.

En el cuadro siguiente se detalló la información contenida en los instrumentos públicos antes referidos:

Localidades	Detallistas Visitados	Establecimientos condicionados por el sistema Coca Cola					Establecimientos que no exhiben el Producto Big Cola pero sí lo venden	Establecimientos con exclusividad de productos Coca Cola
		No vender producto Big Cola	Le retiran promoción	Le retiran refrigerador	Intercambio de producto Big Cola por producto Coca Cola destruyendo aquél	Destrucción y/o alteración de publicidad de Big Cola		
D.F.	43	43	43	43	12	3	11	9
Edomex.	23	23	23	19	8	2	13	1
Guadalajara	25	25	19	16	2	1	4	5
Oaxaca	3	3	3	3	1	- o -	2	- o -
Puebla	22	22	22	4	12	1	5	6
Veracruz	15	12	12	3	5	1	3	5
Xalapa	4	4	4	4	2	1	2	- o -
León	32	29	29	18	10	1	12	3
Acapulco	6	6	4	6	- o -	2	5	- o -
Mérida	2	2	- o -	- o -	- o -	- o -	2	- o -
Querétaro	9	9	9	- o -	- o -	- o -	3	2
<b>Total</b>	<b>184</b>	<b>178</b>	<b>168</b>	<b>116</b>	<b>52</b>	<b>12</b>	<b>62</b>	<b>31</b>

De acuerdo con la información contenida en el cuadro que antecede se estableció que las empresas requeridas que comercializan bebidas carbonatadas en la Ciudad de México, Distrito Federal; municipios de Tlalnepantla y Naucalpan, Estado de México; ZM de Oaxaca, Oaxaca; ZM de Puebla, Puebla; ZM de Veracruz y ZM Xalapa, ambas en el estado de Veracruz; ZM de León, Guanajuato (Coca Cola Femsa y sus subsidiarias Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo); ZM de Guadalajara, Jalisco (Grupo Contal y sus subsidiarias Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan);

la ciudad de Acapulco, Guerrero (Yoli de Acapulco y Agua de Taxco Yoli); ZM de Mérida, Yucatán (Administración Peninsular Corporativa y sus subsidiarias Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular) y la ZM de Querétaro, Querétaro (Fomento Queretano y sus subsidiarias Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan) impusieron condicionamientos a diversos establecimientos detallistas consistentes en que para estar en posibilidad de vender productos Coca Cola deberían de abstenerse de vender, exhibir y/o publicitar los productos Big Cola. Asimismo, que se condicionó la venta de productos Coca Cola con la instrucción de no vender los productos Big Cola bajo la amenaza del retiro del servicio de proveeduría y de los refrigeradores proporcionados en comodato por el sistema Coca Cola.

Además, de la información contenida en el cuadro anterior se observó que:

Ciento setenta y ocho establecimientos tomaron la decisión de no vender productos Big Cola y mantuvieron el surtimiento y venta de productos Coca Cola debido a la amenaza de: a) ver reducidas sus ganancias en la venta de estos productos; b) dejar de contar con las promociones ofrecidas; y c) que les fuera retirado el servicio de refrigerador entregado en comodato por parte del sistema Coca Cola. Ese número de establecimientos indicó que sufrió la amenaza por parte del sistema Coca Cola de que se les retirarían las promociones recibidas si vendían productos Big Cola.

Ciento dieciséis establecimientos señalaron que recibieron la amenaza de que se les retiraría el refrigerador otorgado en comodato por el sistema Coca Cola si continuaban vendiendo productos Big Cola.

En este orden de ideas, los elementos de convicción proporcionados por Ajemex apuntaron a que el sistema Coca Cola presuntamente había realizado conductas contrarias al proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante, ya que había pretendido desplazar indebidamente a Ajemex del mercado investigado y le había impedido distribuir sus productos en el canal detallista.

Asimismo, otras conductas presuntamente violatorias de la legislación en materia de competencia económica que se desprendieron de las actas de fe de hechos previamente referidas son las relacionadas con la negativa de venta, por parte del sistema Coca Cola de sus productos a las tiendas detallistas, así como la negativa de canje y levantamiento de pedidos de los productos Coca Cola a consecuencia de la comercialización de los productos Big Cola.

Corroboró lo anterior lo asentado en las actas de fe de hechos llevadas a cabo en los mercados relevantes materia de la presente resolución. En la ZM de la Ciudad de México se realizaron los siguientes: 1. Establecimiento con domicilio en . El veintiocho de julio de dos mil tres, el despachador y miembro de la familia propietaria del establecimiento indicó que vende



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en los mismos; que ha sufrido amenazas y condicionamientos en su relación comercial por parte de Coca-Cola por la venta de Big-cola, en el sentido de que si no deja de vender Big-Cola le dejarán de vender Coca-Cola, le retirarán el refrigerador o no le darán promociones. Asimismo dijo que vende el refresco Big-Cola pero no lo exhibe por problemas con los vendedores y supervisores de Coca-Cola. Testificó que aproximadamente dos meses antes, Coca-Cola le intercambió un paquete de Big-Cola por dos de Coca-Cola, llevándose las taparrosas de Big-Cola y tirando el líquido al drenaje. Lo anterior consta en el acta número 1740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño.

2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento indicó que vende casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en los mismos; que ha sufrido condicionamiento, presión y amenazas en su relación comercial con las personas de las que adquiere Coca-Cola por la venta de Big-Cola, en el sentido de que si no deja de vender Big-Cola, ellos dejarán de venderle Coca-Cola o no le otorgarán promociones o crédito. Señaló que sí vende Big-Cola, pero no lo exhibe porque no cabe en su vitrina. Lo anterior consta en el acta número 1740, de veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño.

3. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el despachador y miembro de la familia propietaria del establecimiento indicó que vende casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en los mismos; que ha sufrido condicionamiento, presión y amenazas en su relación comercial con las personas de la que adquiere Coca-Cola por la venta de Big-Cola, pero por ser la tienda representativa en la zona, Coca-Cola no cumplió sus condicionamientos y en ese sentido no le quitaron ni promociones, ni refrigerados, ni crédito, que incluso por permitirles poner un refrigerador de Coca-Cola le regalaron un seguro de vida. Asimismo testificó que por lo menos en cinco ocasiones el proveedor de Coca-Cola ha intercambiado refresco Big-Cola por Coca-Cola, en una proporción de uno a uno, la última ocasión fue aproximadamente hace un mes, indicando que lo permitió porque económicamente le convenía; señalando que en todos los casos, se llevaron las taparrosas de Big-Cola y tiraron el líquido al drenaje. Finalmente señaló que recibe muchos beneficios por parte de Coca-Cola como refrigerador, pintura, publicidad, promociones, crédito, regalos e incluso un seguro de vida por colocar el refrigerador de Coca-Cola en determinado lugar de la tienda. Lo anterior consta en el acta número 1740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño.

4. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la propietaria del establecimiento indicó que vende varias marcas de refrescos pero no Pepsi y sus conexos, también Coca-Cola pero que desde hace aproximadamente un mes dejaron de surtirle ya que tuvo que colocar unos refrescos de Big-Cola en el refrigerador de Coca-Cola porque su otro refrigerador estaba descompuesto; que tiene que ir a comprar Coca-Cola directamente a la central de abastos. Aseveró que ha sufrido condicionamiento, presión y amenazas en su relación comercial con las personas de la que adquiere Coca-Cola en el sentido



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

de que si no deja de vender Big-Cola le dejarán de vender Coca-Cola, le retirarán el refrigerador o no le darán promociones; que Coca-Cola ofreció intercambiarle producto de Big-Cola por Coca-Cola y que no lo permitió; y que conserva el refrigerador de Coca-Cola pero ya no le surten. Lo anterior consta en el acta número 1740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño.

5. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento indicó que vende casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en los mismos; que ha sufrido condicionamiento, presión y amenazas en su relación comercial por las personas de las que adquiere Coca-Cola en el sentido de que si no deja de vender Big-Cola le dejarán de vender Coca-Cola, le retirarán el refrigerador o no le darán promociones, por lo que manifestó que decidió quitar el refrigerador de Coca-Cola y que al principio dejaron de venderle Coca-Cola, pero que ya regresaron. Testificó que Coca-Cola le ofreció llevar a cabo intercambio de producto de Big-Cola por Coca-Cola, pero que no lo permitió y por eso decidió poner sus propios refrigeradores. Aseveró que ya no conserva el refrigerador de Coca-Cola y que antes le regalaban cajas de refresco pero que ahora ya no. Lo anterior consta en el acta número 1740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño.

6. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la propietaria indicó que vende casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en los mismos; que ha sufrido condicionamiento, presión y amenazas en su relación comercial por las personas de las que adquiere Coca-Cola, consistentes en que si no deja de vender Big-Cola le dejarán de vender Coca-Cola, le retirarán el refrigerador o no le darán promociones. Indicó que sí vende Big-Cola pero no la exhibe por problemas con los vendedores y supervisores de Coca-Cola. Testificó que aproximadamente hace seis o siete meses Coca-Cola le intercambió dos paquetes de Big-Cola por dos de Coca-Cola, llevándose las taparrosas de Big-Cola y tirando el líquido al drenaje, y que conserva el refrigerador de Coca-Cola ya que ante ellos niega que vende Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño.

7. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la propietaria indicó que vendía casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en los mismos, pero que desde hace aproximadamente un mes los de Coca-Cola ya no le surten porque vende Big-Cola. Señaló que sí vende pero no exhibe Big-Cola ya que ha tenido varios problemas con los proveedores, vendedores y supervisores de la empresa Coca-Cola. Indicó que ha sufrido amenazas y condicionamientos por las personas de las que adquiere Coca-Cola, en el sentido de que si no deja de vender Big-Cola ellos dejarán de venderle Coca-Cola o bien le van a retirar el refrigerador o no le van a dar promociones, y que efectivamente ya se cumplieron y que por lo tanto ya no le surten Coca-Cola. Manifestó que hace aproximadamente tres o cuatro meses el proveedor de Coca-Cola le cambió un paquete de Big-Cola por dos de Coca-Cola, se llevaron las Big-Cola y no sabe que hicieron con ellas; que conserva el refrigerador de Coca-Cola pero de cualquier forma ya no le hacen caso. Lo anterior



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

consta en el acta número 1740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño. 8. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario indicó que vendía casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en los mismos. Señaló que sí vende Big-cola y que a diferencia de las tiendas aledañas, él no oculta la Big-Cola y por tanto exhibe los refrescos abiertamente, por lo que ha tenido problemas con los proveedores, vendedores y supervisores de la empresa Coca-Cola, mencionando que lo fue a ver el gerente y que se molestó mucho, por lo que le quitaron su refrigerador, los beneficios de cliente frecuente, centro de canje, el resurtido y cualquier promoción. Indicó que adquiere directamente la Coca-Cola de la Central de Abastos. Manifestó que la empresa Coca-Cola le ofreció el intercambio de Big-Cola por Coca-Cola y no accedió y desde entonces le suspendieron el servicio. Lo anterior consta en el acta número 1740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 23 del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño. 9. Establecimiento sin nombre, con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, ante la pregunta del Señor [REDACTED], repartidor de refrescos de la marca Big-Cola, de que si podía promocionar y distribuir los refrescos en dicho establecimiento, la despachadora del lugar manifestó que no le conviene vender Big-Cola ya que la empresa Coca-Cola le da recompensas, como refrigeradores y promociones mensuales y que no le permiten tener otros refrescos en los refrigeradores que les proporciona Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 703, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 28 del Distrito Federal, Lic. José Eduardo Núñez Durán. 10. Establecimiento [REDACTED], con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, ante la pregunta del Señor [REDACTED], repartidor de refrescos de la marca Big-Cola, de que si podía promocionar y distribuir los refrescos en dicho establecimiento, la despachadora respondió que no podía hacerlo ya que tiene un refrigerador de la marca Coca-Cola y que en caso de que se distribuyese ese refresco podía haber sanciones. Se constató que en el establecimiento existen refrigeradores de las marcas Coca-Cola y Pepsi. Lo anterior consta en el acta número 703, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 28 del Distrito Federal, Lic. José Eduardo Núñez Durán. 11. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el despachador del lugar manifestó que la compañía Coca-Cola amenaza a la gente para que no distribuya refrescos de la marca Big-Cola, que él fue severamente sancionado por distribuir Big-Cola, que le quitaron el crédito que normalmente le ofrecía Coca-Cola, que le quitaron el refrigerador de Coca-Cola y dejaron de surtirle Coca-Cola, que posteriormente en un término de tres meses Coca-Cola le acaba de devolver un refrigerador, por lo que está en espera de ver si no lo vuelven a sancionar por distribuir Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 703, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 28 del Distrito Federal, Lic. José Eduardo Núñez Durán. 12. Establecimiento sin nombre, con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, ante la pregunta del Señor [REDACTED], repartidor de refrescos



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

de la marca Big-Cola, de que si podía promocionar y distribuir los refrescos en dicho establecimiento, el despachador del lugar manifestó que sí llegó a vender refrescos Big-Cola pero aclaró que está amenazado ya que no puede vender el refresco; señaló que a cambio de no vender refresco Big-Cola, Coca-Cola le ofreció un seguro de vida, le acaba de dar un refrigerador y además le da crédito, por lo que si vende el producto Big-Cola le quitarán todos esos beneficios. Lo anterior consta en el acta número 703, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 28 del Distrito Federal, Lic. José Eduardo Núñez Durán. 13. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, ante la pregunta del Señor [REDACTED], repartidor de refrescos de la marca Big-Cola, de que si podía promocionar y distribuir los refrescos en dicho establecimiento, la persona encargada del lugar manifestó que no podía hacerlo ya que tiene un contrato de exclusividad con Coca-Cola y que por ello le han proporcionado refrigeradores, un seguro contra accidentes que cubre cuarenta mil pesos, bajo una póliza de GNP, y muchas promociones, tales como si compra cuarenta cajas de ocho refrescos le regalan diez de refrescos en la presentación de dos y medio litros, por lo que dijo que si llegara a distribuir Big-Cola le quitarían todos esos beneficios. Lo anterior consta en el acta número 703, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 28 del Distrito Federal, Lic. José Eduardo Núñez Durán. 14. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la persona encargada del establecimiento refirió que cuando empezaron a distribuir Big-Cola el supervisor de Coca-Cola “se puso muy pesado” y amenazaron con retirar el refrigerador de Coca-Cola, mismo que no se llevaron pero sí le quitaron el servicio de distribución y suministro de refrescos Coca-Cola por un lapso de tres a cuatro meses, y señala que nuevamente y de manera reciente personal de la empresa Coca-Cola les ha dicho que ya no distribuyan refresco de la marca Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 703, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 28 del Distrito Federal, Lic. José Eduardo Núñez Durán. 15. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, ante la pregunta del Señor [REDACTED], repartidor de refrescos de la marca Big-Cola, de que si podía promocionar y distribuir los refrescos en dicho establecimiento, la persona encargada del lugar manifestó que para cuestiones de distribución debe dirigirse al corporativo de la cadena de la Vaca Suiza, por lo que es empleado y no puede decidir nada respecto de la tienda, ya que les han llegado a llamar la atención inclusive si les llegan a ver en la mano refrescos de otras marcas que no sean Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 703 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 28 del Distrito Federal, Lic. José Eduardo Núñez Durán. 16. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del local se negó a comprar los productos Big-Cola y First, señalando que los repartidores de Coca-Cola le han indicado que debe vender exclusivamente los productos de





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

esa empresa, que en una ocasión tomaron tres refrescos Big-Cola y lo derramaron y posteriormente lo sustituyeron por producto de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 17. Establecimiento sin nombre, con domicilio en la [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del local se negó a comprar los productos Big-Cola y First y señaló que los repartidores de Coca-Cola lo han amenazado con suprimir el servicio de reparto de sus productos, que le han propuesto sustituir el refresco Big-Cola por Coca-Cola y le han solicitado no hacer promoción al refresco Big-Cola. Asimismo señaló que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 18. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del local se negó a comprar los productos Big-Cola y First ya que señaló haber celebrado un convenio con Coca-Cola por el que le dan el 15% de descuento global por la compra y venta exclusiva de sus productos, que si vende ciento veinte cajas extras mensualmente podría obtener un premio consistente en una televisión, un microcomponente o un reproductor de videodiscos, y que desde hace tres meses tampoco vende productos de Pepsi, excepto Squirt además de Peñafiel, que son vendidos con autorización de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 19. Establecimiento [REDACTED], con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del local manifestó que vende a escondidas el refresco Big-Cola y First porque los repartidores de Coca-Cola le han prometido hacer mejoras en su establecimiento como colocarle toldo, pintarlo, además de prestarle refrigeradores nuevos. Manifestó que desde hace un mes no compra Big-Cola y que lo va a comprar hasta que el personal de Coca-Cola le cumpla lo prometido y que después seguirá vendiendo Big-Cola a “escondidas”, ya que es un refresco muy solicitado por los consumidores. Señaló que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 20. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento manifestó que los repartidores de Coca-Cola lo han amenazado con suprimir el servicio de reparto de sus productos y retirarles los refrigeradores de Coca-Cola, no obstante que en ellos no introduce productos de otras empresas; que en una ocasión derramaron cuatro refrescos Big-Cola y los sustituyeron por refrescos Coca-Cola, y que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 21. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

de julio de dos mil tres, se constató que la propietaria del establecimiento se negó a comprar los productos Big-Cola y First aduciendo que los repartidores de Coca-Cola le quitaron durante una semana los refrigeradores no obstante que en ello no existían productos de otras empresas y que además en dicho lapso le suspendieron el servicio de reparto de productos de Coca-Cola y que para evitarse problemas prefiere no vender Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 22. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, se constató que el propietario del establecimiento se negó a comprar los productos Big-Cola y First, aduciendo que Coca-Cola le prometió obsequiarle refrigeradores nuevos siempre y cuando no comprara ni vendiera el producto Big-Cola. Asimismo señaló que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 23. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la propietaria del establecimiento manifestó que sí vende los productos Big-Cola y First, pero que los repartidores de Coca-Cola la amenazan con suspenderle el servicio de reparto de sus productos y con retirarle el refrigerador que le han prestado, no obstante que en dicho refrigerador conserva exclusivamente los productos de Coca-Cola; que en más de una ocasión le han retirado la propaganda o publicidad que coloca Big-Cola. Asimismo señaló que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 24. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en la calle [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento manifestó que sí vende a escondidas los productos Big-Cola y First, pero que los repartidores de Coca-Cola lo amenazan con suspenderle el servicio de reparto de sus productos y con retirarle el refrigerador que le han prestado, no obstante que en dicho refrigerador conserva exclusivamente los productos de Coca-Cola. Asimismo señaló que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 25. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la esposa del propietario del establecimiento manifestó que no compra los productos Big-Cola y First porque celebró un convenio con Coca-Cola por el que a cambio de comprar y vender exclusivamente sus productos, le puso un toldo en la cochera de su casa de superficie aproximada de quince metros cuadrados, además de haberle obsequiado sillas de plásticos y mesas plegables de lámina. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 26. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la propietaria del establecimiento manifestó que sí vende



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

los productos Big-Cola y First; que los repartidores de Coca-Cola le propusieron sustituir el producto Big-Cola por Coca-Cola y que se negó por lo que Coca-Cola le suspendió el servicio de reparto de productos y le retiraron desde hace dos meses aproximadamente el refrigerador que le habían prestado, no obstante que en dicho refrigerador conserva exclusivamente los productos de Coca-Cola; que los productos de Coca-Cola que vende los adquiere de la Central de Abastos. Asimismo señaló que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 27. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento manifestó que sí vende los productos Big-Cola y First pero que los repartidores de Coca-Cola lo amenazan con suspenderle el servicio de reparto de sus productos y con retirarle el refrigerador que le han prestado, no obstante que en dicho refrigerador conserva exclusivamente los productos de Coca-Cola; que en más de una ocasión los repartidores de Coca-Cola le han propuesto sustituir el producto Big-Cola por Coca-Cola. Asimismo señaló que vende casi todas las marcas de refrescos en sus diversas presentaciones y a los precios del mercado. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 28. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento manifestó que vende a escondidas los productos Big-Cola y First pero que los repartidores de Coca-Cola lo amenazan con suspenderle el servicio de reparto de sus productos y con retirarle el refrigerador que le han prestado, que como dichos repartidores y en específico una persona llamada Janet García se han dado cuenta de que vende Big-Cola por ello no le han cambiado los envases de dos litros por los de dos litros y medio, y que desde hace dos semanas aproximadamente no le han surtido el producto de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 29. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la copropietaria del local manifestó que no vende los productos Big-Cola y First, pero que los repartidores de Coca-Cola le suspendieron el servicio de reparto de sus productos y amenazaron con retirarle el refrigerador que le han prestado; que para obtener el producto Coca-Cola su marido tenía que ir a la Central de Abastos, pero que como se trata de un hombre de mayor edad le representaba muchos inconvenientes surtirse de Coca-Cola y prefirió dejar de vende Big-Cola, no obstante se trataba de un producto con mucha demanda en la unidad habitacional. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 30. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la propietaria del establecimiento manifestó que no vende los productos Big-Cola y First, pero que los repartidores de Coca-Cola le daban el servicio de reparto de sus productos en forma irregular, que en lugar de ir tres veces por semana, iban una vez cada dos semanas; que los



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

productos de Coca-Cola se dejan a crédito, mismo que le retiraron por vender Big-Cola, aunque tuvo mucha demanda en la unidad habitacional. Lo anterior consta en el acta número 1950, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 6 del Distrito Federal, Lic. Pedro Eduardo Silva Durán. 31. Establecimiento [REDACTED] con domicilio enxxxxxxxxxxxxxxxx. El veintiocho de julio de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que ha recibido amenazas por parte de los vendedores de Coca-Cola para que no venda el refresco Big-Cola, porque le retirarían el refrigerador y ya no le venderían más producto. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 32. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que el refresco Big-Cola se está vendiendo poco a poco porque la gente ya lo empieza a buscar, pero que los repartidores de Coca-Cola arrancaban la publicidad que había colocado los de la Big-Cola y lo habían amenazado para que no siguiera vendiendo los refrescos de Big-Cola porque le retirarían el refrigerador y los refrescos de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 33. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la Sr. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que tenía prohibido dejar que se colocara en su tienda publicidad de Big-Cola, ya que los repartidores de Coca-Cola le habían dicho en tono amenazador que el negocio era exclusivo de Coca-Cola, y que no podía manejar otro producto, concretamente Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 34. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la encargada del establecimiento manifestó que ya tiene en su tienda exclusividad con la Coca-Cola y que por lo tanto no podía vender otros productos. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 35. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó que no le convenía vender el producto Big-Cola ya que lo habían amenazado los repartidores de Coca-cola con retirarle el refrigerador y no venderle sus productos, por lo que ya no quería seguir comprando otros productos, concretamente Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 36. Establecimiento [REDACTED], con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó que tenía prohibido vender Big-Cola, ya que lo habían amenazado los de la Coca-Cola con retirarle el refrigerador y no venderle sus productos, por lo que no podía seguir comprando Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 37. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento indicó que no permitía anunciar el producto Big-Cola en el exterior de inmueble porque lo tenía prohibido por la dueña, pero que en el interior sí se podía; señaló que por el momento no quería el producto Big-Cola porque los repartidores de Coca-Cola lo habían amenazado con retirarle el refrigerador y en ya no venderle sus productos. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 38. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que había empezado a vender Big-Cola con buenas ventas pero que los repartidores de Coca-Cola se lo habían prohibido y que lo tenía que hacer clandestinamente, porque lo tenían amenazado con retirarle el refrigerador y en no venderle sus productos. Señaló que no podía comprar más Big-Cola ya que no le veía el caso arriesgarse con dejar de vender Coca-Cola que era un producto gancho para los clientes. Indicó que insistió con los de Coca-Cola, ya que no tenía el refresco Big-Cola en su refrigerador, pero que ni así se lo habían permitido; que los de Coca-Cola empezaron a dar premios a él y a su esposa. Finalmente manifestó que habían llegado a cambiarle refrescos Big-Cola por los de sabor de Coca-Cola, y que tiraban en la calle el líquido de los Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 39. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que le habían prohibido los repartidores de Coca-Cola seguir vendiendo el refresco Big-Cola, porque en caso de seguir haciéndolo le retirarían el refrigerador y no le venderían sus productos. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 40. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que el producto Big-Cola se vendía bastante bien y que él había hecho un pedido de varias cajas pero que los repartidores de Coca-Cola la detectar la venta, le habían prohibido seguir vendiéndolo, y que habían llegado al extremo de obligar a su esposa a tirar el refresco Big-Cola, y en otra ocasión le habían obligado a darles las tapaderas de esos refrescos a cambio de productos de sabor de Coca-Cola, por lo que de momento vendía Big-Cola en bolsas de plástico negras para que nadie se diera cuenta, porque luego los mismos negocios competidores lo delataban, y señaló que en ese momento no podía comprar más Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 41. Establecimiento "[REDACTED]", con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que en ese negocio tenían la exclusividad los de Coca-Cola y que no vendía ningún otro refresco. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 42. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó que no le interesaba vender los refrescos Big-Cola y First porque lo tenían amenazado los repartidores de Coca-Cola, por lo que no podía ni exhibirlos. Lo anterior consta en el acta número 2,318, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 40 de la Plaza Distrito Federal, Lic. José Gabriel Bastidas Salcido. 43. Establecimiento “[REDACTED]” con domicilio en calle [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] quien dijo ser dueña del establecimiento, indicó que vende todo tipo de refrescos y desde enero del presente año el de Big-Cola en forma clandestina; que ha sufrido presiones por parte de Coca-Cola por la venta de Big-Cola, en el sentido de que si seguía vendiendo el refresco de Big-Cola, le retirarían el refrigerador, descuentos y promociones de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 9641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 44. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento indicó que vende producto de todas las marcas, incluyendo Big-Cola que lo vende desde septiembre de dos mil dos, pero que no lo tiene a la vista porque los proveedores de Coca-Cola le prohíben la venta de Big-Cola, y que si así fuera le quitarían los refrigeradores, promociones, publicidad, pintura exterior y otro subsidio. Manifestando también que la gente al no alcanzarles el dinero para la compra del refresco Coca-Cola optan por llevarse el refresco Big-Cola y desde hace tiempo sólo le piden esa marca. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 45. Establecimiento “[REDACTED]” con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el Sr [REDACTED] indicó que tiene a la venta producto de todas las marcas; que en varias ocasiones ha tenido producto de Big-Cola a la vista del público y sí en esos momento llegan los proveedores de Coca-Cola hacen que tiren el líquido y envase del refresco Big-Cola a la coladera y a la basura y se lo reponen con producto de Coca-Cola, por lo que venden el refresco de Big-Cola atrás del mostrador, ya que la gente llega preguntando si tienen a la venta dicho refresco; además que los proveedores de Coca-Cola los presionan de que les quitan sus puntos, los cuales canjean cada mes o seis meses por premios como televisiones, secadoras y aparatos electrodomésticos. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 46. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la propietaria del establecimiento indicó que tiene a la venta producto de todas las marcas; que no vende refresco de Big-Cola ya que en una ocasión al tener el producto a la vista del público, los proveedores de Coca-Cola le abrieron dos cajas y se las tiraron al W.C., reponiéndoselas con refrescos de Coca-Cola y por tener exclusividad con Coca-Cola ya que le dieron dos seguros de vida. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 47. Establecimiento [REDACTED], con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

dos mil tres, el propietario del establecimiento indicó que tiene a la venta producto de todas las marcas incluyendo Big-Cola; que no cuenta con refrigeradores porque los proveedores de Coca-Cola lo presionaban mucho para que no vendiera el producto Big-Cola y que en una ocasión se llevaron cincuenta cajas del refresco Big-Cola, quitándoles los refrigeradores y sin reponerles esas cajas y que tenían aproximadamente nueve meses de vender el refresco Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 48. Establecimiento sin nombre, con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento indicó que tiene a la venta producto de todas las marcas, que también vende el refresco de Big-Cola desde hace aproximadamente nueve meses pero que no la exhibe al público ya que se lo prohíben los proveedores de la Coca-Cola y en caso de que así fuera le quitarían los refrigeradores ya que en una ocasión al encontrar producto del refresco Big-Cola lo recogieron y se lo cambiaron por Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 49. Establecimiento "[REDACTED]", con domicilio [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, los dueños del establecimiento indicaron que tienen a la venta producto de todas las marcas, que vende el refresco Big-Cola sin tapujos y que han recibido amenazas por parte de los proveedores de Coca-Cola de que se van a llevar sus refrigeradores y también su producto, respondiendo los propietarios que no habría inconveniente ya que hay libre expresión de comercio. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 50. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la dueña del establecimiento indicó que tiene a la venta producto de todas las marcas, incluyendo el refresco de Big-Cola; que los proveedores de la Coca-Cola le quitaron el descuento que le hacían por vender el refresco Big-Cola, llevándose las promociones y publicidad, manifestando que hay libre expresión de comercio. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 51. Establecimiento "[REDACTED]", con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la dueña del establecimiento indicó que tiene a la venta producto de todas las marcas, que tiene a la venta el refresco de Big-Cola pero lo vende atrás del mostrador ya que los proveedores de Coca-Cola en varias ocasiones le han reemplazado el refresco Big-Cola por el de Coca-Cola, por tal motivo no tiene tanta venta del refresco Big-Cola, pero cuando la gente llega preguntando si vende dicho refresco, les dice que sí y así es como lo vende a escondidas. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 52. Establecimiento "[REDACTED]", con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, los dueños del establecimiento manifestaron que venden todo tipo de refrescos de diferentes marcas y que venden a escondidas el refresco Big-Cola. Asimismo manifestaron que han tenido amenazas por parte de los proveedores de Coca-Cola para que no tuvieran a la venta el refresco Big-Cola, porque de ser así



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

les quitarían la publicidad, promociones y descuentos. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 53. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento señaló que tiene a la venta todas las marcas de refresco y que ha tenido publicidad y producto del refresco Big-Cola pero que los proveedores de la Coca-Cola se la quitan, canjeándosela por producto de Coca-Cola y le dan crédito y beneficios si solamente vende refresco de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 54. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la dueña del establecimiento manifestó que vende todo tipo de refrescos de todas las marcas; que vende clandestinamente el refresco Big-Cola porque han tenido problemas con los proveedores de la Coca-Cola, ya que cuando ven el producto de Big-Cola a la venta lo que hacen es cambiarle el producto de Big-Cola por el de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 55. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la dueña del establecimiento manifestó que vende todo tipo de refrescos y que vende clandestinamente el refresco Big-Cola; que por el momento no ha sufrido amenaza por parte de los proveedores de Coca-Cola pero les decían que si vendían el refresco Big-Cola les quitarían lo que ellos llaman puntos, los cuales cambian por aparatos electrodomésticos y los refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 56. Establecimiento “[REDACTED]”, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el propietario del establecimiento manifestó que vende todo tipo de refresco menos el Big-Cola porque los proveedores de Coca-Cola lo presionan para no hacerlo. Lo anterior consta en el acta número 9,641, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del Estado de México, Lic. Gustavo Mauricio Gamez Imaz. 57. Establecimiento “[REDACTED]”, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que no está interesado en vender Big-Cola porque si lo ven los vendedores de Coca-Cola ya no le venden la variedad de productos Coca-Cola, es decir, que el prevendedor de Coca-Cola ya no le toma los pedidos y que así no le conviene perder la venta de la variedad de tamaños que tiene Coca-Cola por Big-Cola que sólo maneja 2.5 litros. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 58. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres, la encargada del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que no vende Big-Cola porque Coca-Cola le quita las promociones y el refrigerador y que no tiene donde enfriar el refresco. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México,





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 59. Establecimiento “██████████”, con domicilio en ██████████. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que no está vendiendo Big-Cola porque Coca-Cola le va a pintar su fachada, y que vuelva en unos quince días pues Coca-Cola le dio el refrigerador; que le señalaron que por el momento no vendiera otro producto, pero que después no había problema y que puede vender lo que quiera. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 60. Establecimiento sin nombre, con domicilio en ██████████. El veintiocho de julio de dos mil tres, la encargada del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que sí vende Big-Cola pero que los dueños de los refrigeradores no le permiten enfriar Big-Cola principalmente los de Coca-Cola, pues Coca-Cola le cambió la semana pasada una caja de Big-Cola por una de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 61. Establecimiento sin nombre, con domicilio en ██████████. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que ya vende el refresco Big-Cola pero que lo quitó porque ese día venía la Coca-Cola y que había políticas. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 62. Establecimiento “██████████”, con domicilio en ██████████. El veintiocho de julio de dos mil tres, la encargada del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que sí vende Big-Cola pero que la tiene escondida, porque tiene miedo que el de Coca-Cola le quite el refrigerador y que ella no tiene recursos para comprar uno. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 63. Establecimiento “██████████”, con domicilio en ██████████. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que sí vende Big-Cola pero que hace como dos meses o un poco más, los de Coca-Cola le pidieron que no vendiera refresco Big-Cola, diciéndole que era una porquería, le cambiaron veinticuatro tapas de Big-Cola por refrescos de Fanta y Fresca y le dijeron que tirara el contenido del Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 64. Establecimiento sin nombre, con domicilio en ██████████. El veintiocho de julio de dos mil tres, el encargado del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que vende Big-Cola desde que salió y que al principio no tuvo problemas después sí, pues piensa que Coca-Cola quiere desplazar a Big-Cola, pues ya no le han pintado la fachada. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. 65. Establecimiento “██████████”, con domicilio en ██████████. El veintiocho de julio de dos mil



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

tres, la encargada del establecimiento manifestó a pregunta expresa de por qué no vendía el refresco Big-Cola, que a ella no les han cambiado los de Coca-Cola el refresco Big-Cola, pero que le dijeron que anduvieron cambiando y que el vendedor de Coca-Cola le dijo que no vendiera Big-Cola a lo que contestó que qué beneficio tenía, a lo que el supervisor de Coca-Cola le contestó que ellos no dan dinero. Lo anterior consta en el acta número 2,911, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 de Plaza Estado de México, Lic. Rodolfo S. González Salcedo. (Con relación a las actas levantadas en la Ciudad de México y en el Estado de México se eliminaron aquellos datos relativos al nombre de los establecimientos, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ZM de Guadalajara: 1. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres, la Sra [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó a pregunta expresa, que los empleados que le surten la Coca-Cola y en particular el supervisor le manifestaron que si no dejaba de vender Big-Cola le quitarían el refrigerador que le había proporcionado en comodato para enfriar los refrescos de Coca-Cola, que ella y la dueña la Sra. [REDACTED] habían replicado que no tenían derecho de establecer condiciones como esa y que cómo iban a dejar de vender Big-Cola si se vendía más que la Coca-Cola. Manifestó que a consecuencia de lo anterior, le dejaron de surtir Coca-Cola durante tres días y después recibieron la visita de otro supervisor de Coca-Cola que aceptó que no era correcto que establecieran como condición no vender el refresco Big-Cola para efectos de no retirarle el refrigerador. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 2. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que el promotor de Coca-Cola le había preguntado anteriormente que cuántas cajas gratis quería por dejar de vender el Big-Cola y que incluso le ofreció regalarle tres, pero que él le replicó que en la variedad estaba la venta y que en todo caso si le daban descuentos adecuados en la venta de la Coca-Cola no habría problema y que el había escuchado comentarios de que a otros abarroteros los presionan con quitarles el refrigerador si seguían vendiendo Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 3. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que no estaba comprando Big-Cola o que a veces sólo compra un poco y a escondidas, porque los de Coca-Cola ya hasta le quitaron el refrigerador que le habían dado anteriormente y uno de los supervisores de nombre [REDACTED] le dijo que si seguía vendiendo la Big-Cola no le volverían a surtir la Coca-Cola. Al efecto, mostró un documento con el nombre de "Embotelladora La Favorita, S.A. de C.V." de fecha 23 de julio de 2003, por el que se hace constar que se recogió el refrigerador propiedad de la embotelladora en dicho establecimiento y que fue retirado por el Sr. [REDACTED] empleado activo de la embotelladora, y el que indica que queda anulado el contrato de comodato firmado por ambas



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

partes, documento que se encuentra agregado al acta de fe de hechos correspondiente. Asimismo, manifestó el propietario que los problemas empezaron desde hace aproximadamente cinco meses y que anteriormente él compraba ocho cajas de doce botellas de Big-Cola en presentación de 2.6 litros, misma que incluso vende más que la Coca-Cola porque señala que a la gente le gusta el volumen y la Big-Cola trae mas y es más barata. Señaló que a causa de sus protestas el supervisor de nombre Fidencio le dijo que llamara al número 1800 de la Coca-Cola para que se cerciorara de que las instrucciones de actuar así vienen de la Dirección pero que él estuvo marcando y que no le contestaron. Indicó que actualmente no se atreve a comprar Big-Cola hasta que se arregle con los de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 4. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que a pesar de que en su tienda se vendió el Big-Cola durante unos tres meses aproximadamente, ya no la trabaja porque los de la Coca-Cola se lo tienen prohibido y si lo hace le quitan el refrigerador que le prestaron y le dejan de surtir producto. Lo anterior, a pesar de que la gente todavía llega a preguntar por el Big-Cola que les gusta por barata, situación que le ha afectado económicamente ya que si hubiese competencia libre le iría mejor. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 5. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó a pregunta expresa que no podía comprar Big-Cola porque los de la Coca-Cola le pusieron el toldo que se encontraba a la entrada del establecimiento y le prohibieron comprarla; que él suponía que los de Coca-Cola tenían derecho de llevarse el toldo porque no era suyo ni había contrato al respecto. Manifestó que durante unos seis meses sí estuvo vendiendo la Big-Cola hasta que lo empezaron a presionar los de la Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 6. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que sí vende Big-Cola y lo tiene en un refrigerador de su propiedad y que los de la Coca-Cola en una ocasión la amenazaron con quitarle el refrigerador que ellos le entregaron si seguía vendiendo Big-Cola, situación que les hizo saber que no le afectaba, por lo que entonces le ofrecieron dinero o descuentos por no vender Big-Cola, lo que no aceptó, y que ahora los de Coca-Cola van y checan su refrigerador y que a pesar de que todo está correcto ya nunca le traen objetos promocionales. Manifestó que muchos de sus clientes prefieren el Big-Cola por barato. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 7. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que anteriormente sí comercializaba con el refresco Big-Cola y que se le vendía muy bien, pero que luego llegaron los de la Coca-Cola y lo amenazaron con dejarle de surtir y quitarle el toldo que



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

ellos le proporcionaron; después, a petición de él, le ofrecieron un descuento fijo del 10% en las compras que él les hiciera de Coca-Cola, lo cual aceptaron, por lo que hasta la fecha subsiste ese acuerdo que pactaron desde hace aproximadamente cuatro meses. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 8. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que al propietario, el Sr. [REDACTED], los de Coca-Cola le dijeron que no vendiera el refresco Big-Cola ya que si lo hacía le quitarían el refrigerador, que primero le quitaron uno grande que le cambiaron por uno más pequeño y posteriormente le quitaron ese. Manifestó que durante el tiempo de estos problemas a veces escondían el Big-Cola pero que los de la Coca-Cola mandaban personas a preguntar si lo vendían; que el propietario reportó lo que sucedía al supervisor de Coca-Cola en la Ciudad de México pero que nunca hicieron nada. Señaló que cuando hay Big-Cola los clientes siempre se lo llevan por barato y que preguntan por el refresco aunque no esté a la vista. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 9. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que no vendía el refresco Big-Cola porque tenía un arreglo con la “Embotelladora La Favorita” que eran los de Coca-Cola, empresa en la que trabaja su marido, que a cambio le dan 5% de descuento en el refresco que le venden y que ya le había dicho que si se hacía exclusiva le darían un descuento del 10%, pero que ella se negaba porque no podría vender otro refresco. Señaló que anteriormente sí vendía Big-Cola y que sus clientes con frecuencia se lo pedían. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 10. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento y el Sr. [REDACTED] manifestaron que venden el refresco Big-Cola a escondidas, justificando que un supervisor de Coca-Cola de nombre “Leobardo” les dijo que no vendieran el refresco y que les darían 3% de descuento en sus compras y les mantendrían el toldo que les pusieron y el refrigerador, pero que ellos están peleando que también les den dinero para pagar la electricidad que consume su refrigerador. Señalaron que aunque los de Coca-Cola insinuaron lo de toldo, no los amenazaron realmente con quitarlo sino que pretendieron cobrarles el favor. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 11. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que sí comerciaba con el refresco Big-Cola porque se le vende muy bien y lo hacía a pesar de que los de Coca-Cola le quitaron el toldo que le habían puesto apenas ocho semanas antes y un anuncio luminoso, toda vez que se dieron cuenta que vendía el refresco Big-Cola, que incluso les dijo que si querían se llevaran el refrigerador pero que finalmente no se lo llevaron; que nunca le ofrecieron nada por dejar de vender el refresco Big-Cola pero que sólo lo amenazaron y



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

cumplieron su amenaza. Lo anterior consta en el acta número 931, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 27 de la Plaza del Estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. 12. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola desde hace más de un año y que al principio que empezó a vender el refresco el promotor de la Coca-Cola les retiró el refrigerador por una semana, que ellos les vendieron sólo seiscientos pesos y los amenazaron con ponerles un reporte y les regresaron el refrigerador; que les ofrecieron una dotación de 20 cajas de 2 litros de Coca-Cola para quitar el refresco Big-Cola, cuestión que no aceptaron, así como que les decían que si aceptaban dejar de vender el refresco Big Cola, les compraban o les cambiaban lo que tuvieran de producto por Coca-Cola de 2 litros, que ellos sólo se llevarían las tapa-roscas y les dejarían todo el líquido, situación que tampoco aceptaron. Asimismo declaró que los representantes de la Coca-Cola al principio los presionaban con quitarles los refrigeradores y el servicio sí no dejaban de vender la Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 13. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que al principio que empezó a vender el refresco Big Cola los representantes de la Coca-Cola lo condicionaban y le ofrecían producto y dinero, pero que actualmente ya no lo hacen. Lo anterior consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 14. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada e hija de los propietarios del establecimiento, manifestó que venden el refresco Big-Cola y que los representantes de la Coca-Cola han sacado algunas promociones de rifas y que les ofrecían descuentos para dejar de vender el refresco Big-Cola, situación que no han aceptado. Lo anterior consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 15. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] esposa del propietario del establecimiento manifestó que venden el refresco Big-Cola desde que salió al mercado y que al principio que empezó a vender el refresco los representantes de la Coca-Cola les querían quitar el refrigerador; que al inicio les ofrecían cajas de refrescos para que dejaran de vender el refresco Big-Cola y cambiarle el refresco que tuvieran, situación que no aceptaron porque indicó se vende muy bien. Lo anterior consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 16. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola desde que empezaron a visitarla los repartidores y que al principio que empezó a venderlo los representantes de la Coca-Cola anduvieron ofreciéndole cajas de refresco para que no vendiera el refresco Big-Cola. Lo anterior



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 17. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola pero que tiene poco tiempo de venderlo nuevamente, ya que dejó de hacerlo porque los representantes de la Coca-Cola les prometieron que les iban a otorgar lo que obtenían de ganancia por vender el refresco Big-Cola; que durante un tiempo la apoyaron como aproximadamente cuatro meses y que después dejaron de pagarle; que el apoyo consistía en dejarle 3 cajas de Coca-Cola de 2 litros por mes gratis, hasta que le suspendieron el apoyo por lo que habló con el supervisor de la Coca-Cola y le dijo que como ya no la ayudaban volvería a vender el refresco Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 18. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que no vende el refresco Big-Cola; que anteriormente sí lo vendía pero que la amenazaron los representantes de la Coca-Cola con quitarle el servicio, el refrigerador y los productos Coca-Cola. Asimismo señaló que dicha empresa le da pintura del local, toldo y una bonificación de de 3 rejas de Coca-Cola 2 litros por mes. Lo anterior consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 19. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el [REDACTED] hijo de la propietaria del establecimiento la [REDACTED] manifestó que actualmente no vende el refresco Big-Cola; que dejaron de venderla porque se llegó a un acuerdo con los representantes de la Coca-Cola porque les iban a otorgar una compensación de 10 rejas por mes, pero que les acaban de suspender el apoyo. Asimismo señaló que cuando vendían el refresco Big-Cola los representantes de la Coca-Cola realizaron intercambio de botella de Big-Cola por botella de Coca-Cola de 2 litros. Lo anterior consta en el acta número 547 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 36 en la plaza del estado de Jalisco, Lic. María Leticia Velasco Covarrubias. 20. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el [REDACTED] encargado del establecimiento propiedad de la Sra. [REDACTED] manifestó que actualmente no puede vender el refresco Big-Cola ya que los representantes de la Coca-Cola los amenazan con quitarles el refrigerador si venden Big-Cola, que anteriormente sí lo vendían pero que no quieren conflictos con la gente de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1,248 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 38 de la plaza del estado de Jalisco, Lic. Eduardo de Alba Góngora. 21. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que ha tenido muchos problemas con los representantes de la Coca-Cola por vender el refresco Big-Cola y que le quitaron el refrigerador, por lo que cuenta con refrigeradores propios para no tener compromiso con refresquera alguna. Lo anterior consta en el acta número 1,248 del veintiocho de julio de dos mil



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 38 de la plaza del estado de Jalisco, Lic. Eduardo de Alba Góngora. 22. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que ha tenido problemas con los representantes de la Coca-Cola, quienes le han ofrecido 2 cajas de refresco a cambio de que no venda el refresco Big-Cola y que si ven el refresco lo sacan del refrigerador. Lo anterior consta en el acta número 1,248 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 38 de la plaza del estado de Jalisco, Lic. Eduardo de Alba Góngora. 23. Establecimiento sin nombre, [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que ha tenido muchos problemas con los representantes de la Coca-Cola quienes le ofrecieron apoyos como pintar su fachada, cajas de refresco, llaveros y cachuchas y que si vende el refresco Big-Cola se acaban dichos regalos. Manifestó que últimamente no ha recibido nada por lo que nuevamente está comprando el refresco Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1,248 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 38 de la plaza del estado de Jalisco, Lic. Eduardo de Alba Góngora. 24. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que ha tenido muchos problemas con los representantes de la Coca-Cola quienes le ofrecieron otorgarle el 10% de descuento si deja de vender el refresco Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1,248 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 38 de la plaza del estado de Jalisco, Lic. Eduardo de Alba Góngora. 25. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que ha tenido problemas con los representantes de la Coca-Cola quienes le ofrecieron otorgarle el 10% de descuento si deja de vender el refresco Big-Cola, descuento que ya le quitaron desde hace algún tiempo. Lo anterior consta en el acta número 1,248 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 38 de la plaza del estado de Jalisco, Lic. Eduardo de Alba Góngora. (Con relación a las actas levantadas en Jalisco se eliminaron aquellos datos relativos a la ubicación de los establecimientos y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ZM de Oaxaca: 1. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres previa identificación del Corredor Público y explicación del motivo de visita, la persona encargada del establecimiento se negó a contestar el cuestionario, señalando que la información solamente la puede dar su papá, que es quien atiende el negocio, no apreciándose la existencia del refresco Big-Cola. No obstante lo anterior, se hizo constar que el [REDACTED] jefe de ventas de la empresa Ajemex, informó que dicho depósito es de un cliente que sí vende Big-Cola para su reventa al detalle y en buena cantidad, pero no se apreció muestra del producto Big-Cola ni propaganda en el interior o exterior. Se constató en dicho establecimiento la existencia de refrescos de las marcas Coca-Cola, Peñafiel, Gugar Soda, El Rey. Lo anterior consta en el acta número 1,767, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Plaza del estado de Oaxaca, Lic. Zenón López López.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos de El Rey, Gugar, Coca-Cola, Pepsi, Peñafiel, Big-Cola; que sí vende el producto Big-Cola y que ha sentido diferencia en su relación comercial con el proveedor de Coca-Cola en cuanto al reparto continuo del producto de Coca-Cola, por lo que se ha visto en la necesidad de surtirse en ocasiones en el depósito de Coca-Cola en Oaxaca; así como también ya no ha recibido oferta alguna de promociones y bonificaciones. Manifestó que en una ocasión personal de Coca-Cola le ofreció el intercambio del producto de Big-Cola por el de Coca-Cola, en una proporción de diez piezas de Coca-Cola por cada una de Big-Cola, con la condición de no volver a comprar Big-Cola, a lo que contestó que no, ya que el mercado es libre y nadie lo va a venir a condicionar, lo que sucedió aproximadamente hacía tres meses. Indicó que no ha recibido beneficios por parte del proveedor de Coca-Cola pero que a últimas fechas le ofrecieron producto gratis, promociones y hasta bonificación por la compra de producto con la finalidad de no mostrar el producto Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1,767, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Plaza del estado de Oaxaca, Lic. Zenón López López.

3. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el dueño del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos de El Rey, Gugar, Coca-Cola, Pepsi, Peñafiel; que sí vendía Big-Cola anteriormente cuando estaba para su venta al público a 7 o 9 pesos y lo tenía a la vista en el mostrador, cuando llegaron los de la Coca-Cola y le ofrecieron un paquete de ocho piezas de 2 litros de Coca-Cola por cada unidad de Big-Cola y se las dio. Señaló que para poder vender Big-Cola necesita promocionarlo poniéndolo en un lugar visible y el proveedor de Coca-Cola le dijo que la hiciera a un lado. Manifestó que en una ocasión el proveedor de Coca-Cola realizó cambio del producto de Big-Cola por producto de Coca-Cola en una proporción de un paquete de ocho piezas de Coca-Cola de 2 litros por cada unidad de Big-Cola, con la condición de no volver a mostrar Big-Cola. Finalmente indicó que recibe beneficios por parte del proveedor de Coca-Cola como un refrigerador y que actualmente por la compra de diez paquetes de Coca-Cola de 600 mls. le obsequian cuatro cajas de Coca-Cola de 2 litros retornable, indicándole que apilara los diez paquetes del producto para mostrarlo y para que en cuanto llegara el supervisor le tomara fotos. Lo anterior consta en el acta número 1,767, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Plaza del estado de Oaxaca, Lic. Zenón López López. (Con relación a las actas levantadas en la Ciudad de Oaxaca se eliminaron aquellos datos relativos a los nombres de los establecimientos, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ZM de Puebla: 1. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la propietaria del establecimiento manifestó que vende todas las marcas de refresco incluyendo Big-Cola; que los de la preventa y empleados de los camiones repartidores de la empresa Coca-Cola le han señalado que deje de vender el refresco Big-Cola y la condicionan como socio distinguido para que no venda Big-Cola. Con relación a que si ha existido alguna conducta de intercambio, retiro o compra de los





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

refrescos Big-Cola por parte del proveedor de Coca-Cola señaló que sus amistades le comentaron que lo hicieron a principios de año. Manifestó que recibe beneficios del proveedor de Coca-Cola como pintura exterior, publicidad, refrigerador, subsidio en rejas de Coca-Cola y productos como planchas y licuadoras. Lo anterior consta en el acta número 1,945, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 7 del estado de Puebla, Lic. Waldo Arellano Espíndola. 2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del establecimiento manifestó que sólo vende las marcas de Coca-Cola al precio sugerido por Coca-Cola, quien le da promociones como socio distinguido y pintura exterior, publicidad interior y exterior, refrigerador, subsidio en rejas de mercancía de Coca-Cola. Manifestó no vender Big-Cola porque no tiene espacio y porque lo piden frío. Lo anterior consta en el acta número 1,945, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 7 del estado de Puebla, Lic. Waldo Arellano Espíndola. 3. Establecimiento sin nombre, con domicilio en calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del establecimiento manifestó que vende casi todas las marcas de refresco menos Delaware Punch, Canada Dry y Orange Crush; que sí vende Big-Cola y que los empleados de la empresa Coca-Cola le mencionan que deje de vender Big-Cola y lo condicionan para ser socio distinguido. Manifestó recibir beneficios por parte de Coca-Cola como publicidad, refrigerador y productos por cambio de corcholatas. Lo anterior consta en el acta número 1,945, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 7 del estado de Puebla, Lic. Waldo Arellano Espíndola. 4. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del establecimiento manifestó que vende casi todos los refrescos (Coca-Cola, Pepsi, entre otros), menos Big-Cola y Orange Crush sin manifestar las razones por la cuáles no vende el refresco Big-Cola; que los de ventas de Coca-Cola le dan varias promociones y que recibe beneficios del proveedor de Coca-Cola como pintura exterior, publicidad, refrigeradores, cinco mil pesos en mercancía de Coca-Cola y por la compra de cada diez cajas de Coca-Cola de 2.5 litros le dan dos cajas de obsequio y artículos promocionales como televisores o radios. Lo anterior consta en el acta número 1,945, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 7 del estado de Puebla, Lic. Waldo Arellano Espíndola. 5. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del establecimiento manifestó que vende casi todos los refrescos (Coca-Cola, Pepsi, entre otros), menos Big-Cola y Delaware Punch, manifestando que los de la empresa Coca-Cola le dan promociones para que no venda Big-Cola, por lo que señaló no vender Big-Cola por dichas promociones. Indicó que recibe beneficios del proveedor de Coca-Cola como: pintura exterior, publicidad, refrigerador, por cada diez rejas de Coca-Cola de 2.5 litros le dan dos de promoción, así como ser distribuidor exclusivo. Lo anterior consta en el acta número 1,945, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 7 del estado de Puebla, Lic. Waldo Arellano Espíndola. 6. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del establecimiento manifestó que vende casi todos los refrescos (Coca-Cola, Pepsi, entre otros) menos Big-Cola; que



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

sí vendía Big-Cola pero por las promociones dejó de venderlo ya que si vende Big-Cola se acaban las promociones de Coca-Cola. Manifestó que antes de ser exclusivo de Coca-Cola existió intercambio de los refrescos Big-Cola por parte del proveedor de Coca-Cola, sin saber el destino final del refresco, que le cambiaban todos los refrescos de Big-Cola y que le daban Coca-Cola de 2.5 litros. Asimismo señaló que recibe beneficios del proveedor de Coca-Cola como pintura exterior, publicidad, refrigerador y por cada diez rejas de Coca-Cola de 2.5 litros le dan dos de promoción. Lo anterior consta en el acta número 1,945, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 7 del estado de Puebla, Lic. Waldo Arellano Espíndola. 7. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en calle [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el [REDACTED] empleado de Ajemex, preguntó a la preventista de la empresa Coca-Cola que se encontraba en dicho establecimiento que si venía a recoger su producto, refiriéndose al refresco Big-Cola, contestando la preventista que ahorita no. Al preguntarle el destino que le dan al refresco Big-Cola que recogen en las tiendas, manifestó que lo vacían en la planta. Lo anterior consta en el acta número 125, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 10 de la Plaza de Puebla, Puebla, Lic. Orlando Flores Rodríguez. 8. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] Propietaria del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Big-Cola, Etiqueta Azul, Fresca, Orange; que vende Big-Cola desde hace un año y que hay presiones por parte de la persona de la cual adquiere el producto Coca-Cola, ya que no le dan ningún obsequio o no le surtían el producto. Señaló que le cambiaron Big-Cola por Coca-Cola una vez, en una proporción de uno a uno y que además le obsequian un 70% más, ignorando el destino de la Big-Cola. Manifestó que además de la ganancia que recibe por la venta del refresco Coca-Cola, esa empresa le da mil pesos en efectivo cada mes. Lo anterior consta en el acta número 125, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 10 de la Plaza de Puebla, Puebla, Lic. Orlando Flores Rodríguez. 9. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en calle [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] Propietario del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Manzanita Sol, Okay, entre otros; que vende Big-Cola desde que salió y que ha sufrido presiones para retirar de su negocio la Big-Cola y que le han ofrecido cajas de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 125, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 10 de la Plaza de Puebla, Puebla, Lic. Orlando Flores Rodríguez. 10. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Manzana Lift, Fanta, Pepsi, Squirt; que no vende el refresco Big-Cola, así como que las personas de las cuales adquiere el producto Coca-Cola le advirtieron que le quitarían el depósito y centro de canje. Señaló que no vende el refresco Big-Cola porque la empresa no es mexicana y porque la Coca-Cola le da más. Indicó que sólo una vez existió por parte del proveedor de Coca-Cola intercambio de producto Big-Cola por Coca-Cola y le retiraron cuatro cajas, ignorando el destino, y manifestó que además de la ganancia que obtiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe bonificaciones por no vender Big-Cola, tres cajas cada mes;



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

en la compra de diez cajas de Coca-Cola le dan una adicional, refrigerador, pintura, y por vender más refresco le dan regalos como teléfono, tostadores, licuadoras. Lo anterior consta en el acta número 125, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 10 de la Plaza de Puebla, Puebla, Lic. Orlando Flores Rodríguez. 11. Establecimiento XXXXXXXXXXXX con domicilio en la calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Manzana Lift, Fresca; que no vende el refresco Big-Cola por las promociones de Coca-Cola. Señaló que además de la ganancia que obtiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola premios, pintura exterior, enfriador. Lo anterior consta en el acta número 125, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 10 de la Plaza de Puebla, Puebla, Lic. Orlando Flores Rodríguez. 12. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Fanta, Manzana Lift, Fresca, Pepsi, entre otros; que no vende Big-Cola porque la Coca-Cola le ofrece mayor utilidad. Señaló que cuando vendía Big-Cola, su proveedor de Coca-Cola le ofrecía mayor ganancia. Finalmente indicó que además de la ganancia que obtiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, anuncio, refrigerador y cajas de refresco adicional. Lo anterior consta en el acta número 125, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 10 de la Plaza de Puebla, Puebla, Lic. Orlando Flores Rodríguez. 13. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Fanta, Manzana Lift, Pepsi, entre otros; que no vende el refresco Big-Cola porque su hermano tiene contrato con la Coca-Cola. Señaló que cuando vendía Big-Cola, la gente de Coca-Cola le cambió refresco Big-Cola por Coca-Cola en una proporción de uno a uno; y que además de la ganancia que obtiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola bonificaciones y refrigerador. Lo anterior consta en el acta número 125, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 10 de la Plaza de Puebla, Puebla, Lic. Orlando Flores Rodríguez. 14. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos; que vende Big-Cola desde hace dos meses y que ante la venta del refresco, Coca-Cola le otorga bonificaciones por diez cajas le obsequian una. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 15. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos y que vende Big-Cola desde que salió. Señaló que tiene celebrado contrato con Coca-Cola sin especificar los términos, indicando que en una ocasión le intercambiaron siete rejas de Big-Cola por refresco Coca-Cola y que se lo llevaron en el camión repartidor. Manifestó que además de la ganancia que obtiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 16. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos y que vende Big-Cola desde que salió. Señaló que por la venta del refresco Big-Cola, la Coca-Cola le ha ofrecido puras promesas sin que a la fecha se hayan cumplido; y que además de la ganancia que obtiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 17. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos y que vende Big-Cola desde que abrió la tienda. Señaló que por la venta del refresco Big-Cola, la Coca-Cola en dos ocasiones le intercambié producto, en una ocasión hace un mes y medio cuatro cajas y en otra, hace un mes, dos cajas y que se llevaron el producto en el camión repartidor. Manifestó que además de la ganancia que obtiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 18. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos; que no vende Big-Cola por las múltiples promociones que le da Coca-Cola y que además de la ganancia que tiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 19. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento indicó que vende todos los refresco; que vende el refresco Big-Cola desde hace seis meses y que además de la ganancia que tiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 20. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la [REDACTED] propietaria del establecimiento indicó que vende todos los refrescos; que vende el refresco Big-Cola desde hace ocho meses. Señaló que ante la venta del refresco Big-Cola, el proveedor de Coca-Cola le ha propuesto la reposición por producto de Coca-Cola y descuentos de producto. Manifestó que además de la ganancia que tiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 21.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos y que vende el refresco Big-Cola desde que salió. Señaló que la gente de Coca-Cola le ha propuesto tirar el producto de Big-Cola y reponérselo, situación que no ha aceptado. Manifestó que además de la ganancia que tiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. 22. Establecimiento denominado [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende todos los refrescos y que vendía el refresco Big-Cola desde que salió hasta hace una semana. Señaló que la gente de Coca-Cola le retiró en una sola ocasión botellas de Big-Cola y se las repusieron con Coca-Cola. Manifestó que además de la ganancia que tiene por la venta del refresco Coca-Cola, recibe del proveedor de Coca-Cola pintura exterior, publicidad y refrigeradores. Lo anterior consta en el acta número 182, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza del Estado de Puebla, Lic. Silvestre Bringas Olmedo. (Con relación a las actas levantadas en la Ciudad de Puebla se eliminaron aquellos datos relativos a los nombres de los establecimientos, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ZM de Veracruz: 1. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] la encargada del establecimiento manifestó que vende los refrescos Peñafiel, Big-Cola, Coca-Cola, Fanta, Sprite, Squirt. Señaló que los de Coca-Cola no quieren que se meta otro refresco a la zona y que les dieron refrigeradores; que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, le ofrecieron pintura para el local y anuncios. Lo anterior consta en las actas números 18 y 19, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe de la Corredor Público Titulada en la Plaza de Veracruz, Lic. Patricia Gómez Fabbri. 2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que vende los refrescos Jarrito, Pepsi, Peñafiel, Coca-Cola, Sprite, Squirt y que vendía Big-Cola; que dejó de vender Big-Cola desde aproximadamente cuatro meses pues los de Coca-Cola le llevaron contrato de exclusividad, además que le recogieron el refresco Big-Cola y le daban una o dos cajas más de Coca-Cola por una Big-Cola. Señaló que asimismo le ofrecieron refrigeradores, toldos, pintura y más anuncios luminosos; y que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, recibe otros beneficios de Coca-Cola como pintura en el establecimiento, toldo, refrigeradores, publicidad y promociones. Indicó que en esa área se vende mucho Big-Cola más que la Coca-Cola, que él compraba doscientos paquetes de Big-Cola cada quince días. Lo anterior consta en las actas números 18 y 19, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe de la Corredor Público Titulada en la Plaza de Veracruz, Lic. Patricia Gómez Fabbri. 3. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento indicó que



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

vende los refrescos Coca-Cola en todas sus presentaciones y Big-Cola en dos presentaciones; que vende Big-Cola desde año y medio. Señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola recibe promociones, pintura, anuncios luminosos, neveras o refrigeradores que los otros no le dan. Lo anterior consta en las actas números 18 y 19 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe de la Corredor Público Titulada en la Plaza de Veracruz, Lic. Patricia Gómez Fabbri. 4. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle de [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento indicó que vende los refrescos Barrilito, Coca-Cola, Fanta, Manzana Lift, Big-Cola; que vende Big-Cola desde que salió al mercado. Manifestó que se redujo la venta de Coca-Cola y que ella piensa que es desde el momento en que la gente de Coca-Cola anda apurada recogiendo el producto Big-Cola y dándoles más Coca-Cola. Manifestó que las personas de las cuales adquiere el producto Coca-Cola han pasado a recoger Big-Cola dos veces y frente al negocio tiran el líquido y les dejan más Coca-Cola, pero que la tercera vez que quisieron hacerlo ella no entregó el refresco Big-Cola. Señaló con relación al intercambio de producto, que los de Coca-Cola regalan una caja de 2 litros por cada caja de Big-Cola desde hace aproximadamente seis meses. Finalmente manifestó que además de la ganancia que obtiene con la venta del refresco Coca-Cola, tiene un refrigerador de Coca-Cola y que le han ofrecido dinero. Lo anterior consta en las actas números 18 y 19, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe de la Corredor Público Titulada en la Plaza de Veracruz, Lic. Patricia Gómez Fabbri. 5. Establecimiento sin nombre, con domicilio en la [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la encargada del establecimiento manifestó a preguntas expresas del [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola, que no iba a comprar los refrescos Big-Cola y First ya que ella únicamente podía vender refresco Coca-Cola y sus derivados; señalando que la Coca-Cola le regalaba doce cajas por mes, le daba dinero por no vender otras marcas de refrescos y le prestaba refrigeradores para enfriar sus productos, todo eso condicionado a que únicamente vendiera productos de la marca Coca-Cola. En dicho acto, el Sr. [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola manifestó que dicha señora anteriormente le compraba Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano. 6. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la encargada del establecimiento manifestó a preguntas expresas del [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola, que no iba a comprar los refrescos Big-Cola y First y que la Coca-Cola le regalaba siete cajas de refresco por mes, además de darle dinero por no vender otras marcas de refrescos distintos a la Coca-Cola y que le quitaban los refrigeradores si vendía otros refrescos que no fueran Coca-Cola y sus derivados. En dicho acto, el [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola manifestó que la señora se llama Virgina Gómez y ser la propietaria del establecimiento, quien anteriormente le compraba Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano. 7. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el encargado del establecimiento manifestó a preguntas expresas del Sr. [REDACTED] vendedor de la



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

empresa Big-Cola, que no le podía comprar los productos Big-Cola y First ya que si lo hacía los de la Coca-Cola le quitaban los refrigeradores y sus productos. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano. 8. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la encargada del establecimiento manifestó a preguntas expresas del Sr. [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola, que por el momento no le iba a comprar los refrescos Big-Cola y First, que si dejaba de vender Big-Cola los de la Coca-Cola le regalaban dos cajas de dos litros de Coca-Cola por mes, además que le prestaban otro refrigerador. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano. 9. Establecimiento sin nombre, con domicilio en la [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la encargada del establecimiento manifestó a preguntas expresas del Sr. [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola, que no le podía comprar los refrescos Big-Cola y First, que la Coca-Cola le prestaba refrigeradores y si veían refrescos de Big-Cola en sus refrigeradores se los sustituían por Coca-Cola y además que le abrían y cerraban las tapas de los refrescos Big-Cola sin llevárselos. En dicho acto, el [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola manifestó que la encargada de la negociación se llama [REDACTED] Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano. 10. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la encargada del establecimiento manifestó a preguntas expresas del Sr. [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola, que no le iba a comprar los refrescos Big-Cola y First, que todo lo que vende de Coca-Cola retornable se lo bonifican. En dicho acto, el Sr. [REDACTED] de la empresa Big-Cola manifestó que la encargada de la negociación se llama [REDACTED] Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano. 11. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el encargado del establecimiento manifestó a preguntas expresas del Sr. [REDACTED] vendedor de la empresa Big-Cola, que no le iba a comprar los refrescos Big-Cola y First, que los de Coca-Cola le regalaban cuatro cajas de 2 litros retornable en la compra de veinte cajas de refrescos, agregando que en una ocasión, personal de Coca-Cola le sustituyó tres cajas y media de Big-Cola por tres y media de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano. 12. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende los refrescos del grupo Coca-Cola, Big-Cola y que no vende Pepsi; que vende Big-Cola desde hace dos meses aproximadamente. Señaló que con la venta del refresco Big-Cola el personal de Coca-Cola se molesta y que en varias ocasiones le propuso el agente de Coca-Cola que sustituyera el refresco Big-Cola por el de Coca-Cola y que el líquido lo tiran a la alcantarilla. Manifestó que los de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Coca-Cola le cambian producto de Big-Cola por Coca-Cola en una proporción de uno a uno. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano.

13. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que únicamente vende productos de Coca-Cola y sus derivados y Peñafiel; que no vende el refresco Big-Cola pero que anteriormente sí lo vendió; que por la venta del refresco Big-Cola tuvo variaciones en su relación comercial con la gente de Coca-Cola, ya que dicha empresa es muy celosa y le pidieron que no vendiera Big-Cola y no podía tener un producto diferente en los refrigeradores de Coca-Cola. Señaló que no vende Big-Cola por las presiones de la Coca-Cola e indicó que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, la gente de Coca-Cola le dan bonificaciones y le pintan su negocio. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano.

14. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] dueña del establecimiento manifestó que sólo vende refrescos Coca-Cola y sus derivados y refresco Peñafiel; que no vende el refresco Big-Cola desde hace un mes, ya que de las personas de las cuales adquiere Coca-Cola le dan bonificaciones por vender más Coca-Cola; asimismo que cuando vendía Big-Cola le decían que los sacara. Manifiesto que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, la gente de Coca-Cola le pinta la fachada y le bonifican el 10%. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano.

15. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la esquina que forman las calles [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la [REDACTED] dueña del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola en todas sus presentaciones y derivados, Peñafiel y Big-Cola y que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, la gente de Coca-Cola le prestan refrigeradores y le pintan su negocio. Lo anterior consta en el acta número 1,849, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 de la Plaza del Estado de Veracruz, Lic. Armando Lima Anguiano.

En la ZM de Xalapa: 1. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] De acuerdo con la fe de hechos realizada El veintiocho de julio de dos mil tres el Corredor Público en funciones constató en el interior del establecimiento que un representante de Coca-Cola, vestido con camisa combinada con colores rojo y blanco con un logotipo bordado en color blanco que decía Panamco, pantalón café claro y gorra color negro con un logotipo de Coca-Cola, saludó a la propietaria del local, verificando en el exterior del establecimiento un vehículo automotor marca Chevy color rojo con razón social de Bebidas Azteca del Golfo, S.A. de C.V. y logotipos de Coca-Cola con placas YCH 888 del estado de Veracruz, la persona al ver que en dicho establecimiento se exhibía el refresco Big-Cola se molestó y dirigió a la propietaria diciéndole que tenía que dejar de vender el refresco Big-Cola porque si no le iba a tener que quitar el refrigerador, que no era cosa de él sino de la empresa, que se estaban poniendo muy estrictos.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Para robustecer los hechos asentados se encuentra anexo a la póliza correspondiente el comprobante de ventas expedido por el vendedor de Coca-Cola, con razón social de Panamco Golfo, S.A. de C.V., que contiene rubros de promoción, ventas y retornos o créditos del establecimiento. Lo anterior consta en el acta número 349, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3, Plaza Estado de Veracruz, Lic. Raúl González Rivera. 2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. De acuerdo con la fe de hechos efectuada el veintiocho de julio de dos mil tres el Corredor Público en funciones constató que al interior del establecimiento llegaron dos personas de sexo masculino, uno vestido con camisa combinada con colores rojo y blanco con un logotipo bordado en color blanco que decía Panamco, pantalón café claro y gorra color negro con un logotipo de Coca-Cola, al que acompañaba otro sujeto, vestido con camisa combinada con colores rojo y blanco con un logotipo bordado en color blanco que decía Panamco, pantalón café claro, el primero de ellos señaló al propietario que le retirara de allí eso, señalando hacia los paquetes de refresco Big-Cola que estaban en la entrada de la tienda, ya que ya sabía que no podía exhibirlo; pasando a tratar lo relativo a la compra de los productos Coca-Cola se constató que se trataba del vendedor de dichos productos y al asomarse al exterior del establecimiento se observó un vehículo automotor marca Chevy color rojo con razón social de Panamco Golfo, S.A. de C.V. y logotipos de Coca-Cola con [REDACTED]. El sujeto mencionado sin mediar palabra con el propietario del establecimiento arrancó la publicidad del refresco Big-Cola que se encontraba en la pared de la entrada, la hizo bola y la tiró en un recipiente de basura en el exterior de la tienda, lo que fue videograbado por el fedatario en un cassette de formato VHS, formando parte en sobre lacrado del instrumento público, al igual que los dos anuncios inutilizados, para finalizar advirtiendo al propietario de la tienda que de seguir con esas cosas le retirarán el refrigerador. Lo anterior consta en el acta número 350, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3, Plaza Estado de Veracruz, Lic. Raúl González Rivera. 3. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la propietaria manifestó que sí vende el refresco Big-Cola pero que los señores de Coca-Cola la han condicionado sólo a vender productos de Coca-Cola o le retirarán el refrigerador. Asimismo manifestó que recibe beneficios de los proveedores de Coca-Cola como el refrigerador y recientemente y por una sola ocasión le dieron dos rejas de Coca-Cola retornable de 2 litros por la compra de dos rejas de Coca-Cola retornable de 2 litros, situación que le extrañó porque no es normal ese tipo de obsequios. Lo anterior consta en el Acta 351 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3, Plaza Estado de Veracruz, Lic. Raúl González Rivera. 4. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres la propietaria del establecimiento manifestó que vende la mayoría de las marcas de refresco (Coca-Cola, Peñafiel, entre otros); que sí vende el refresco Big-Cola y que no ha sufrido variaciones en su relación comercial con el proveedor de Coca-Cola, pero que le han dicho que no exhiba el refresco Big-Cola y que sólo venda los productos de Coca-Cola o le retirarán el refrigerador. Manifestó que el proveedor de Coca-Cola le ha dicho que si deja de vender el refresco Big-Cola le cambian todo el producto por Coca-Cola, en una proporción de una Coca-Cola por cada Big-Cola. Asimismo indicó que recibe beneficios del



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

proveedor de Coca-Cola como un refrigerador, pintura de fachada y promociones en las que obsequian líquido o envase. Lo anterior consta en el Acta 352 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3, Plaza Estado de Veracruz, Lic. Raúl González Rivera. 5. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el propietario del establecimiento manifestó que vende la mayoría de las marcas de refresco (Coca-Cola, Peñafiel, entre otros); que sí vende el refresco Big-Cola; que no hay variaciones en su relación comercial con el proveedor de Coca-Cola pero que sin embargo el establecimiento estaba considerado como centro de canje de las promociones de Coca-Cola el cual retiraron debido a que junto a dicho centro se exhibía el refresco Big-Cola y se le ha presionado a través del supervisor para que deje de vender el refresco Big-Cola. Manifestó que el proveedor de Coca-Cola le ha dicho que si deja de vender el refresco Big-Cola le cambian todo el producto por Coca-Cola a lo que no han accedido, en una proporción de dos Coca-Cola por cada Big-Cola, ignorando cuál sea el destino que pretenden darle al producto. Asimismo señaló que recibe beneficios del proveedor de Coca-Cola como crédito a treinta días, centro de canje y obsequio de envase. Lo anterior consta en el Acta 353 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3, Plaza Estado de Veracruz, Lic. Raúl González Rivera. (Con relación a las actas levantadas en la Ciudad de Veracruz se eliminaron aquellos datos relativos a los nombres de los establecimientos, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ZM de León: 1. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] Xencargado del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde hace seis meses pero de manera muy discreta y no lo exhibe en los refrigeradores. Asimismo, indicó que los representantes de Coca-Cola le dicen que si vende Big-Cola le van a quitar el servicio, es decir, la venta del refresco en la tienda, además que le quitarán el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por lo que vende el producto de Big-Cola a escondidas de los de Coca-Cola; que para que no vendan Big-Cola, Coca-Cola les regala desde hace dos meses, dos cajas de Coca-Cola de 2 litros mensualmente. Finalmente señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, obtiene beneficios de dicha empresa tales como que le pinten el local, parasoles, descuentos. Lo anterior consta en el acta número 4478, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León, estado de Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 2. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] despachadora del establecimiento indicó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que no vende el refresco Big-Cola y que los representantes de Coca-Cola le dicen que si vende Big-Cola, le van a quitar el servicio, es decir, la venta del refresco en la tienda, además que le quitarán el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por lo que no vende el producto de Big-Cola. Señaló que para que no vendan Big-Cola, Coca-Cola les regala desde hace dos meses, dos cajas de Coca-Cola de 2 litros mensualmente. Finalmente manifestó que además de la ganancia por la venta del refresco



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Coca-Cola, obtiene beneficios de dicha empresa tales como que le pinten el local, parasoles, descuentos. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 3. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento indicó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Big-Cola, Squirt, Sprite, Fanta, Mirinda, entre otros; que vende Big-Cola desde octubre del año pasado, pero señaló que los representantes de Coca-Cola al vender Big-Cola simplemente no le surten el refresco en la tienda, que tiene que comprarlo en otro lado, además le dicen que si deja de vender Big-Cola le van a regalar dos cajas de refresco Coca-Cola, mensualmente. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 4. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde octubre del año pasado pero “muy discretamente”. Asimismo, indicó que los representantes de Coca-Cola le piden de favor que no venda Big-Cola, que si vende ese refresco le van a quitar el servicio, es decir, la venta del refresco en la tienda, además que le quitarán el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por eso señala no tener Big-Cola a la vista del público. Finalmente manifestó que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola obtiene beneficios de dicha empresa tales como que le pinten el local, parasoles, descuentos. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León, estado de Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 5. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde hace cuatro meses; que los representantes de Coca-Cola lo condicionan de que si vende Big-Cola le van a quitar la venta de sus productos, además que le quitarán el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por eso dijo que vende Big-Cola “clandestinamente”, sin exhibirla en los refrigeradores. Manifestó que los representantes de Coca-Cola ante la venta del refresco Big-Cola le abrieron seis paquetes de Big-Cola que tenía y se lo repusieron por seis paquetes de Coca-Cola y que le regalan dos cajas de Coca-Cola de 2 litros mensualmente. Manifestó que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, obtiene beneficios de dicha empresa tales como que le pinten el local, parasoles, descuentos. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 6. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Big-Cola, Squirt, Sprite, Fanta, Mirinda, entre otros; que vende Big-Cola desde hace tres meses, pero que los representantes de Coca-Cola al vender Big-Cola le han pedido que por favor no venda el refresco y que si deja de venderlo le van a regalar dos cajas de refresco Coca-Cola, mensualmente. Lo anterior consta en el acta



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 7. Establecimiento sin nombre, con domicilio en calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento indicó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde hace cuatro meses pero reservadamente; que los representantes de Coca-Cola le dicen que deje de comprar Big-Cola porque si no le dejan de vender sus productos, además que le quitarán el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por eso dijo que vende Big-Cola “a escondidas” sin exhibirla en los refrigeradores. Manifestó que los representantes de Coca-Cola ante la venta del refresco Big-Cola le abrieron veinte paquetes de Big-Cola que tenía y se lo repusieron por veinte paquetes de Coca-Cola y que le regalan desde hace dos meses, dos cajas de Coca-Cola de 2 litros mensualmente. Manifestó que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, obtiene beneficios de dicha empresa tales como que le pinten el local, parasoles, descuentos. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 8. Establecimiento sin nombre, con domicilio en la [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento indicó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Big-Cola, Squirt, Sprite, Fanta, Mirinda, entre otros; que vende Big-Cola desde octubre del 2002, pero que los representantes de Coca-Cola al vender Big-Cola le han pedido que por favor no venda el refresco y que si deja de venderlo le van a regalar dos cajas de refresco Coca-Cola, mensualmente. Manifestó que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, obtiene beneficios de dicha empresa tales como pintura para la tienda, tapasoles. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 9. Establecimiento sin nombre, con domicilio en calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde octubre del año pasado, pero no lo exhibe; que los representantes de Coca-Cola le dicen que si vende Big-Cola le van a dejar de vender sus productos y que le van a quitar el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por eso dijo que vende Big-Cola “muy discretamente” sin exhibirla en los refrigeradores. Manifestó que los representantes de Coca-Cola les ofrecen regalar dos cajas de Coca-Cola de 2 litros mensualmente, si dejan de vender el Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 10. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde hace cuatro meses; que los representantes de Coca-Cola le dicen que deje de comprar Big-Cola porque si no le van a quitar el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por eso dijo que vende Big-Cola “muy discretamente” sin exhibirla en los refrigeradores. Manifestó que los representantes de Coca-Cola



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

ante la venta del refresco Big-Cola le quitaron publicidad de Big-Cola y le pidieron que firmara un papel donde se comprometía a no comprar Big-Cola. Manifestó que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, obtiene beneficios de dicha empresa como promociones en nuevos productos. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 11. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento indicó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde octubre del año pasado; que los representantes de Coca-Cola la condicionan a dejar de vender Big-Cola para que le surtan sus productos, además de que le van a quitar el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, por eso dijo que vende Big-Cola muy discretamente sin exhibirla en los refrigeradores. Manifestó que los representantes de Coca-Cola le abrieron cuarenta botellas de Big-Cola y se las repusieron por cuarenta botellas de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 12. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Big-Cola, Squirt, Sprite, Fanta, Mirinda, entre otros; que vende Big-Cola desde octubre del año 2002, pero que los representantes de Coca-Cola al vender Big-Cola le pidieron que no vendiera el refresco y que si lo hacía le quitarían el servicio, situación que señala ya sucedió, además que le dijeron que se iba a arrepentir pues los depósitos de Coca-Cola los van a cerrar. Asimismo, manifestó que quisieron sacarle el aire a los refrescos Big-Cola, pero que no lo permitió. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 13. Establecimiento sin nombre, con domicilio en la calle de [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento indicó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Big-Cola, Squirt, Sprite, Fanta, Mirinda, entre otros; que vende Big-Cola desde principios del 2003 y que los representantes de Coca-Cola le pidieron que no vendiera el refresco ya que si lo hacía le quitarían el servicio, a lo que señaló que ya sucedió pues ha seguido vendiendo Big-Cola pues señala venderse bien y que si no lo vende ella, lo vende el de enfrente. Señaló que además le dijeron los de Coca-Cola que los disculpara pero que la instrucción venía desde arriba y que sus jefes le daban a Big-Cola 3 meses de vida. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 14. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que no vende el refresco Big-Cola desde hace dos meses, ya que los representantes de Coca-Cola le dijeron que si seguía vendiendo Big-Cola le iban a quitar el servicio, además que le quitarían el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, los parasoles, mostradores, pintura exterior y pues que eso le afectaría mucho.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Manifestó que cuando vendía Big-Cola, los representantes de Coca-Cola le picaron con una aguja sesenta botellas de Big-Cola y se las repusieron por sesenta botellas de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León, Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 15. Establecimiento sin nombre, con domicilio en la calle de [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento indicó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Big-Cola, Squirt, Sprite, Fanta, Mirinda, entre otros; que vende Big-Cola desde hace cuatro meses y que los representantes de Coca-Cola le pidieron que no vendiera el refresco ya que si lo hacía le quitarían el servicio de surtido de refresco Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 4,478 del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 16. Establecimiento sin nombre, con domicilio en la calle de [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] encargada del establecimiento manifestó que vende los refrescos Coca-Cola, Pepsi, Sprite, Squirt, Mirinda, Fanta, entre otros; que vende el refresco Big-Cola desde octubre del año pasado pero muy discretamente, ya que los representantes de Coca-Cola le dijeron que si seguía vendiendo Big-Cola le iban a quitar el servicio, es decir, la venta del refresco en la tienda, además que le quitarían el refrigerador de Coca-Cola que tiene en comodato, manifestando que eso le afectaría mucho que por esa razón está pensando en no vender más Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 4,478, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la Ciudad de León, Guanajuato, Lic. José Luis Andrade Nava. 17. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que le han ofrecido Big-Cola pero que no la ha adquirido porque le falta espacio para exhibirlo y guardarlo; sin embargo, manifestó que sí le interesaría vender este producto en virtud de que es más barato comparado con los demás refrescos de cola. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 18. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que no vende el refresco Big-Cola por presiones y amenazas que recibe de los supervisores y representantes de Coca-Cola, que incluso llegó a un acuerdo con Coca-Cola, elevado a convenio, por el cual recibe una bonificación de tres cajas mensuales comprometiéndose a no comprar Big-Cola, aunque manifestó que así no lo menciona el convenio, pero que ese es el arreglo. Finalmente señaló que anteriormente si llegó a vender Big-Cola y que se vendía bien porque es más barata. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 19. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que sí conoce el producto Big-Cola, que no lo compra por falta de espacio y además porque recibe presiones por parte de los supervisores de Coca-Cola para no comprarlo, la amenazan con retirarle el refrigerador ese producto e indicó que como su negocio es pequeño le perjudicaría mucho si se lo llevaran, por lo que prefiere no vender Big-Cola. Lo



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 20. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que vende Big-Cola, aproximadamente ocho cajas a la semana porque es más barata que los demás refrescos de cola; que la guarda en el refrigerador de lácteos porque no el permiten tenerlo en los refrigeradores de Coca-Cola y Pepsi; que ha recibido presiones de los supervisores y representantes de Coca-Cola para no comprar Big-Cola, tales como el retiro de refrigeradores de Coca-Cola, dejar de surtirle dicho producto, o bien le ofrecen bonificaciones mensuales si vende exclusivamente Coca-Cola; situaciones que el propietario manifestó haber rechazado. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 21. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] hermano de la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento, manifestó que vende el refresco Big-Cola y que se vende muy bien por el precio más económico que los demás refrescos similares y que por hacerlo ha recibido amenazas de los supervisores y representante de Coca-Cola, en el sentido de retirarle el refrigerador de esta marca y no surtirle los productos que vende Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 22. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr [REDACTED] esposo de la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento, manifestó que no vende Big-Cola porque no tiene espacio para guardarla y exhibirla y que recibe bonificaciones de Coca-Cola para vender sólo este producto de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 23. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que no vende Big-Cola en razón de que recibe presiones por parte de los representantes de Coca-Cola, en el sentido de que le retirarían el refrigerador de esta marca así como que el dejarían de surtir dichos productos, por lo cual prefiere no tener problemas, pero que sin embargo tiene Big-Cola escondida atrás de las botellas de Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 24. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho de julio de dos mil tres la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola, aproximadamente siete paquetes a la semana; que ha recibido presiones de los representantes de Coca-Cola para no vender Big-Cola con la amenaza de retirarle el refrigerador y no surtirle producto; sin embargo, indicó que la vende a escondidas y que la tiene en el refrigerador de los lácteos. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 25. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El veintiocho



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

de julio de dos mil tres el [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola, vendiendo en forma aproximada dos cajas diariamente; que los representantes de Coca-Cola le indican que no puede exhibir en sus refrigeradores ningún otro producto de cola que no sea Coca-Cola, que incluso para efecto de no seguir comprando Big-Cola le redujeron el descuento que tenía del 10% al 6% en la adquisición de los productos de Coca-Cola, pero que sin embargo seguirá vendiendo lo que sus clientes le soliciten. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 26. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] hijo del propietario del establecimiento manifestó que vendió Big-Cola pero que ya no le han vuelto a surtir y que ha recibido presión de los representantes de Coca-Cola para no comprar Big-Cola, en el sentido de retirar sus refrigeradores y no surtirle sus productos. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 27. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que sí vendía Big-Cola pero que la suspendió por las presiones de los representantes de Coca-Cola, incluso que en una ocasión le destaparon los envases de Big-Cola y se los cambiaron por sus productos sin cobrarles, que en otra ocasión le retiraron los refrescos Big-Cola se los llevaron y se los cambiaron por Coca-Cola del mismo tamaño. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 28. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que no vende muchos refrescos, de los de cola vende Coca-Cola, Pepsi y Big-Cola. Señaló que los representantes de Coca-Cola lo presionan para no comprar Big-Cola, quitándole el descuento que le otorgaban. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 29. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que en la actualidad no vende el refresco Big-Cola que anteriormente la vendía; que no ha recibido amenazas de los representantes de otros productos de cola por la compra de Big-Cola, pero que sus clientes sí preguntan por dicho producto. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 30. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] encargado del establecimiento manifestó que en la actualidad no vende el refresco Big-Cola ya que los representantes de Coca-Cola lo amenazan con retirarle su refrigerador y no surtirle los productos distribuidos por esta marca, que cuando tenía Big-Cola le cambiaron el producto por Coca-Cola y se lo llevaron, manifestando a su vez que cuando vendía Big-Cola le iba bien por barata comparada con los demás productos de cola. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 31. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que anteriormente vendía el refresco Big-Cola pero que ya no lo hace porque recibe amenazas de los representantes de Coca-Cola de retirarle el refrigerador y no surtirle dicho producto, que incluso cuando tenía Big-Cola el recogieron el producto y se lo llevaron cambiándolo por Coca-Cola. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. 32. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El veintiocho de julio de dos mil tres el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que no vende Big-Cola en virtud de las amenazas que recibe de los representantes de los demás refrescos de cola, en el sentido de retirarle sus refrigeradores y no surtirle sus productos, recibiendo a cambio bonificaciones en el precio de Coca-Cola; sin embargo, manifestó que vende Big-Cola a escondidas. Lo anterior consta en el acta número 605, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 1 del estado de Guanajuato, Lic. Mario Emilio Vargas Islas. (Con relación a las actas levantadas en la Ciudad de Guanajuato se eliminaron aquellos datos relativos a los nombres de los establecimientos, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ciudad de Acapulco: 1. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento indicó que vende el refresco Big-Cola desde hace un año y medio y que ha sufrido presiones por parte de los representantes de la Coca-Cola toda vez que le desprenden la propaganda externa del refresco. Lo anterior consta en el acta número 5,251 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la plaza del estado de Guerrero, Lic. Adrián García Fierro. 2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola desde hace un año y que derivado de ello ha sufrido presiones por parte de los representantes de la Coca-Cola consistentes en quitarle el refrigerador, por lo que vende el refresco Big-Cola a escondidas. Manifestó que como beneficio adicional por la venta del refresco Coca-Cola recibe de la empresa un refrigerador y la asistencia a un curso donde le prometieron algunos otros beneficios. Lo anterior consta en el acta número 5,251 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la plaza del estado de Guerrero, Lic. Adrián García Fierro. 3. Establecimiento [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola desde hace un año y que derivado de ello ha sufrido presiones por parte de los representantes de la Coca-Cola consistentes en represiones verbales por parte del promotor y la amenaza de quitarle el refrigerador y cobrarle bonificaciones entregadas, por lo que vende el refresco Big-Cola a escondidas. Manifestó que como beneficio adicional por la venta del refresco Coca-Cola recibe de la empresa un refrigerador, pintura de fachada del establecimiento, 25 cajas de refresco al año de Coca-Cola de 1 y 2 litros, surtidos, promociones y el ofrecimiento de sillas.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Lo anterior consta en el acta número 5,251 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la plaza del estado de Guerrero, Lic. Adrián García Fierro. 4. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola desde que comenzó a venderse en dicha ciudad y que derivado de ello ha sufrido presiones por parte de los representantes de la Coca-Cola consistentes en que no puede vender el refresco Big-Cola con la amenaza de quitarle el refrigerador. Lo anterior consta en el acta número 5,251 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la plaza del estado de Guerrero, Lic. Adrián García Fierro. 5. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El uno de octubre de 2003, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola desde hace un año y que derivado de ello ha sufrido presiones por parte de los representantes de la Coca-Cola toda vez que el promotor le quitó la publicidad del refresco Big-Cola y ha sufrido represalias ya que antes le regalaban 60 cajas de refresco al año e incluso le vendían a crédito, pero que ya no lo hacen porque vende el refresco Big-Cola. Lo anterior consta en el acta número 5,251 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la plaza del estado de Guerrero, Lic. Adrián García Fierro. 6. Establecimiento [REDACTED] con domicilio [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento manifestó que vende el refresco Big-Cola desde hace un año y que no lo tiene a la vista, que ha sufrido presiones por parte de los representantes de la Coca-Cola por la venta del refresco Big-Cola ya que el promotor la amenazó con quitarle una caseta metálica y el refrigerador. Lo anterior consta en el acta número 5,251 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 2 de la plaza del estado de Guerrero, Lic. Adrián García Fierro. (Con relación a las actas levantadas en Guerrero se eliminaron aquellos datos relativos al nombre del establecimiento, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ZM de Mérida: 1. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento indicó que vende refrescos y productos de la marca Coca-Cola, Pepsi-Cola, Pino Negra y Big-Cola; que vende el refresco Big-Cola desde el dieciséis de febrero de dos mil tres y que derivado de ello ha recibido propuestas por parte de los representantes de Coca-Cola ofreciéndole 25 cajas de los productos Coca-Cola al mes gratis, toldos y pintura para el establecimiento, a condición de sacar del mercado el refresco Big-Cola. Señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, dicha empresa le ha ofrecido que en lugar de proporcionarle las 25 cajas de refresco gratis al mes, le otorguen el costo de éstas en efectivo. Finalmente señaló que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora Peninsular, S.A. de C.V. Lo anterior consta en el acta número 255 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 del estado de Yucatán, Lic. José Luis Carrillo Berzunza. 2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] del establecimiento indicó que vende refrescos



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

y productos de la marca Coca-Cola, Cristal, Pepsi-Cola y Big-Cola; que vende el refresco Big-Cola desde el uno de marzo de dos mil tres y que derivado de ello ha recibido propuestas de gratificación por parte de los representantes de Coca-Cola por dejar de vender los productos de la marca Big-Cola sin especificar en qué consiste dicha gratificación. Finalmente señaló que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora Peninsular, S.A. de C.V. Lo anterior consta en el acta número 257 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 3 del estado de Yucatán, Lic. José Luis Carrillo Berzunza. (Con relación a las actas levantadas en la Ciudad de Mérida se eliminaron aquellos datos relativos al nombre del establecimiento, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En la ZM de Querétaro: 1. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] El uno de octubre de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] encargado y hermano de los propietarios del establecimiento los señores Martina y Alfonso Campos Moreno, manifestó que vende los refrescos Coca-Cola y Pepsi y que cuenta con los refrigeradores respectivos; que vende el refresco Big-Cola desde hace cuatro meses pero que en los dos últimos meses lo ha tenido que esconder porque tuvieron problemas con los representantes de la Coca-Cola, ya que les dijeron que como el refresco Big-Cola dependía de ellos y habían tenido problemas entre ellos, que si seguían vendiendo el producto les iban a dejar de dar los descuentos del 20% o las promociones en los productos Coca-Cola. Finalmente declaró que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED] Lo anterior consta en el acta número 827 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 2. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle de [REDACTED] El uno de octubre de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] encargado y hermano del propietario del establecimiento manifestó que vende refrescos de todas las marcas; que vende el refresco Big-Cola desde hace un mes y medio aproximadamente pero que los representantes de la Coca-Cola los han condicionado a quitarles las promociones del 20% en algunos productos si continuaban con la venta del refresco Big-Cola. Señaló que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED] Lo anterior consta en el acta número 828 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 3. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] encargada y esposa del propietario del establecimiento el Sr. [REDACTED] indicó que vende refrescos de la marca Coca-Cola; que vende el refresco Big-Cola desde hace algunos meses y que derivado de ello los representantes de la Coca-Cola ofrecieron darles un porcentaje de las ventas de cada mes si dejaban de vender el refresco Big-Cola. Señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, dicha empresa les pinta la fachada, les otorgan una lona y un refrigerador. Manifestó que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED] Lo anterior consta en el acta número 830 del uno de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 4. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle de [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] encargada e hija del propietario del establecimiento el Sr. [REDACTED] indicó que vende refrescos de la marca Coca-Cola; que vende el refresco Big-Cola desde hace dos meses pero a escondidas de los representantes de la Coca-Cola, ya que el repartidor de la Coca-Cola le señaló que no vendiera el refresco Big-Cola porque tienen un documento de exclusividad firmado con Coca-Cola. Señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, dicha empresa les da descuentos del 20% en algunos productos y le pintan la tienda. Manifestó que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED]. Lo anterior consta en el acta número 831 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 5. Establecimiento sin nombre, con domicilio en [REDACTED] uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento indicó que vende, entre otros, refrescos de la marca Coca-Cola, Pepsi-Cola y Big-Cola; que vende el refresco Big-Cola desde el año dos mil dos; que como el refresco Big-Cola trae más líquido y es más barato se vende más por lo que los representantes de la Coca-Cola no le quisieron dejar la presentación de un litro y medio que tenía promoción de diez pesos a ocho pesos porque vende el refresco Big-Cola, además de que si vendía el refresco Big-Cola le iban a quitar los descuentos que le daban. Manifestó que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED]. Lo anterior consta en el acta número 832 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 6. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la calle [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento indicó que vende refrescos de la marca Coca-Cola; que vende el refresco Big-Cola desde hace dos meses. Señaló que no ha sufrido variaciones, condicionamientos o amenazas por parte de los representantes de la Coca-Cola por la venta del refresco Big-Cola en razón de que indicó no se han dado cuenta de que vende el refresco Big-Cola, porque además tiene firmado un contrato de exclusividad con dicha empresa. Manifestó que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED]. Lo anterior consta en el acta número 833 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 7. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en la [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra. [REDACTED] propietaria del establecimiento indicó que vende refrescos de la marca Coca-Cola y Pepsi-Cola; que vende el refresco Big-Cola desde hace dos meses. Señaló que no ha sufrido variaciones, condicionamientos o amenazas por parte de los representantes de la Coca-Cola por la venta del refresco Big-Cola, toda vez que indicó no se han dado cuenta de que vende el refresco Big-Cola. Manifestó que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED]. Lo anterior consta en el acta



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

número 834 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 8. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, el Sr. [REDACTED] propietario del establecimiento indicó que vende refrescos de la marca Coca-Cola y Pepsi-Cola; que vendía el refresco Big-Cola y que dejó de hacerlo como hacía 20 días ya que los representantes de la Coca-Cola le dijeron que no le iban a otorgar los descuentos en sus productos. Señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola dicha empresa le otorga el refrigerador, le brindan descuentos y pintura exterior. Manifestó que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED]. Lo anterior consta en el acta número 835 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. 9. Establecimiento [REDACTED] con domicilio en [REDACTED]. El uno de octubre de dos mil tres, la Sra [REDACTED] madre de la propietaria del establecimiento la Sra [REDACTED] indicó que vende los refrescos Coca-Cola y Pepsi y que cuenta con los refrigeradores respectivos; que vende el refresco Big-Cola desde hace dos meses a escondidas, ya que los representantes de la Coca-Cola le pidieron que no vendiera el refresco por lo que esconde el refresco Big-Cola atrás de los refrigeradores. Señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca-Cola, dicha empresa le otorga el refrigerador, pintura de fachada y descuentos en algunos productos. Finalmente declaró que la empresa que distribuye los productos Coca-Cola se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V. con domicilio en [REDACTED]. Lo anterior consta en el acta número 836 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público No. 5 de la Plaza Mercantil del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. (Con relación a las actas levantadas en la Ciudad de Querétaro se eliminaron aquellos datos relativos al nombre del establecimiento, la ubicación de su domicilio y el nombre de los propietarios, familiares, encargados o cualquier otra persona que haya participado en las mismas, con excepción de los notarios. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por lo anterior, se concluyó que Ajemex puede sufrir un desplazamiento indebido en los casos en que se presenta la negativa de surtimiento de productos Coca Cola a los establecimientos detallistas en caso de comercializar productos Big Cola, situación que se agrava considerando que el sistema Coca Cola ofrece una gama más amplia de productos de los que ofrece Ajemex y que representan ventajas significativas para los establecimientos detallistas.

Se agregó que la imposición por parte del sistema Coca Cola a los establecimientos detallistas de una serie de condicionamientos y negativa de venta de los productos Coca Cola en caso de comercializar los productos de Ajemex, permitió determinar que existe un patrón de conductas coincidentes establecidas por diversos distribuidores de tal grupo ya que se instrumentaron de forma similar en distintas zonas geográficas.

Por otra parte se mencionó que en cincuenta y dos establecimientos se intercambiaron productos Coca Cola por productos Big Cola destruyendo el contenido de éstos o bien sustrayendo las

taparrosas para no permitir su venta y que en doce establecimientos se destruyó y/o alteró la publicidad de los productos de la empresa Ajemex.

Al respecto, se indicó que según la denunciante, las conductas descritas tuvieron como finalidad impedir el proceso de comercialización de bebidas carbonatadas al: a) prohibir la venta de tales productos en los establecimientos detallistas; b) reducir la demanda de esos productos al condicionar su venta; y c) impedir el posicionamiento de sus marcas y dificultar la entrada de nuevos productos que podrían competir con los productos Coca Cola como lo son las marcas de bebidas carbonatadas Big Cola, Doble Big, Mega Big y First.

Además, se estableció que sesenta y dos establecimientos continuaban vendiendo el producto Big Cola sin embargo no lo exhibían ya que buscaban evitar la supresión tanto de las promociones como del retiro del refrigerador entregado en comodato por el sistema Coca Cola.

Se afirmó que treinta y un establecimientos indicaron que tienen contrato de exclusividad con el sistema Coca Cola.

Asimismo, se indicó que de los hechos manifestados en las actas de visita se concluyó que las conductas investigadas son resultado de una política o estrategia instaurada en todas las localidades en las cuales concurren en la venta, tanto los productos de Ajemex como los productos del sistema Coca Cola, en contra y en perjuicio de Ajemex.

En este orden de ideas, las conductas analizadas e instrumentadas por el sistema Coca Cola se aplicaron en todas las regiones donde opera Ajemex y por ende se concluyó que se tratan de prácticas coordinadas por el sistema Coca Cola y sus embotelladores con el fin de desplazar indebidamente del mercado los productos y marcas de Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso.

Así, las actas de fe de hechos presentadas por la denunciante constituyeron elementos de convicción que hicieron manifiestas las conductas denunciadas por Ajemex llevadas a cabo por el sistema Coca Cola y que presuntamente actualizaron los supuestos previstos en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE.

Como un ejemplo de las entrevistas realizadas se describieron los hechos manifestados por los despachadores (dueños y/o operadores) de tres<sup>57</sup> establecimientos detallistas:

- Establecimiento [REDACTED] El C. despachador y miembro de la familia propietaria del establecimiento indicó que vende casi todos los refrescos, en todas sus presentaciones y con los precios señalados en tales bebidas carbonatadas; que ha sufrido

<sup>57</sup> En los autos del presente expediente obran las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex que contienen la totalidad de las entrevistas realizadas.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

amenazas y condicionamientos en su relación comercial por parte de Coca Cola por la venta de Big Cola, consistentes en que si no deja de vender Big Cola le dejarán de vender Coca Cola, le retirarán el refrigerador o no le darán promociones. Asimismo, manifestó que vende el refresco Big Cola pero no lo exhibe por problemas con los vendedores y supervisores de Coca Cola. Arguyó que hace aproximadamente dos meses, Coca Cola le intercambió un paquete de Big Cola por dos de Coca Cola, llevándose las taparrosas de Big Cola y tirando el líquido al drenaje. Los hechos anteriores se encuentran asentados en el acta número 1,740, del veintiocho de julio de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público número veintitrés del Distrito Federal, Lic. Hugo Murillo Zermeño. (Eliminado: 3 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

- Establecimiento sin nombre.<sup>58</sup> El señor [REDACTED] propietario del establecimiento manifestó que no estaba comprando Big Cola o que a veces sólo compra un poco y a escondidas, porque los de Coca Cola ya hasta le quitaron el refrigerador que le habían dado anteriormente y uno de los supervisores de nombre Fidencio le dijo que si seguía vendiendo Big Cola no le volverían a surtir Coca Cola. Al efecto, mostró un documento con el nombre de “Embotelladora La Favorita, S.A. de C.V.” de fecha veintitrés de julio de dos mil tres, por el que se hace constar que se recogió el refrigerador propiedad de la embotelladora en dicho establecimiento y que fue retirado por el señor [REDACTED] empleado activo de la compañía, y el que indica que queda anulado el contrato de comodato firmado por ambas partes, documento que se encuentra agregado al acta de fe de hechos correspondiente. Asimismo, manifestó que los problemas empezaron desde hace aproximadamente cinco meses y que anteriormente él compraba ocho cajas de doce botellas de Big Cola en presentación de 2.6 litros, misma que incluso vende más que la Coca Cola porque señala que a la gente le gusta el volumen y la Big Cola trae más y es más barata. Señaló que a causa de sus protestas el supervisor de nombre Fidencio le dijo que llamara al teléfono de la Coca Cola para que se cerciorara de que las instrucciones de actuar así vienen de la Dirección pero que él estuvo marcando y que no le contestaron. Indicó que actualmente no se atreve a comprar Big Cola hasta que se arregle con los de Coca Cola. Los hechos anteriores se encuentran asentados en el acta 931 del veintiocho de julio de dos mil tres otorgada ante la fe del Corredor Público número veintisiete del estado de Jalisco, Lic. Rubén Villa Lever. (Eliminado: 8 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)
- Establecimiento “[REDACTED]”.<sup>59</sup> La señora [REDACTED] encargada e hija del propietario del establecimiento el Sr [REDACTED] indicó que vende refrescos de la marca Coca Cola; que vende el refresco Big Cola desde hace dos meses pero a escondidas de los representantes

<sup>58</sup> [REDACTED] (Eliminado: 2 renglones, nota 59. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>59</sup> [REDACTED] (Eliminado: 1 renglón, nota 60. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

de la Coca Cola, ya que el repartidor de la Coca Cola le señaló que no vendiera el refresco Big Cola porque tienen un documento de exclusividad firmado con Coca Cola. Señaló que además de la ganancia por la venta del refresco Coca Cola, tal empresa les da descuentos del 20% en algunos productos y le pintan la tienda. Manifestó que la empresa que distribuye los productos Coca Cola, se denomina Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V., con domicilio en [REDACTED]. Los hechos anteriores se encuentran asentados en el acta 831 del uno de octubre de dos mil tres, otorgada ante la fe del Corredor Público número cinco del estado de Querétaro, Lic. Gerardo Alcocer Murguía. (Eliminado: 15 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por lo expuesto, se indicó que las prácticas monopólicas denunciadas por los CC. Raquel Chávez Paniagua, [REDACTED] así como por la empresa Ajemex consistieron en conductas cuyo objeto y efecto, directa e indirectamente presuntamente es desplazar a Ajemex indebidamente del mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado e impedirle sustancialmente el acceso a tal mercado; tales conductas son realizadas por TCCEC, Coca Cola Femsa, Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Grupo Continental, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Yoli de Acapulco, Agua de Taxco Yoli, Fomento Queretano, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Administración Peninsular Corporativa, Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular y consistieron en: i) la venta o transacción sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o proporcionar los bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, en este caso las marcas de refrescos Big Cola, Mega Big, Doble Big y First todas ellas elaboradas y distribuidas por Ajemex y ii) la acción unilateral consistente en rehusarse a vender o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros con el objeto de restringir el abasto de los productos de Ajemex y el posicionamiento de las marcas de los refrescos Big Cola, Mega Big, Doble Big y First. (Eliminado: 5 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

De esta forma, el efecto acumulativo de las conductas implementadas por las diferentes empresas que integran el sistema Coca Cola y de su sistema de distribución y comercialización en la República Mexicana presuntamente ha tenido por objeto cerrar el canal de distribución de Ajemex en los establecimientos detallistas, en el cual se distribuye y comercializa la mayoría de las bebidas carbonatadas en envase cerrado y en el que existe el mayor potencial de crecimiento del consumo de tales productos, tal como lo reconoció el sistema Coca Cola<sup>60</sup> y como se describió al analizar los canales de distribución de las bebidas carbonatadas en el oficio de presunta responsabilidad.

---

<sup>60</sup> Página quince del Reporte Anual del dos mil dos de Grupo Contal y página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.



Ahora bien, del análisis de los elementos de convicción relacionados fue posible afirmar que si bien estas prácticas se han desarrollado hasta ahora en las localidades donde concurren tanto los productos de Ajemex como los productos de las marcas de Coca Cola, tales prácticas podrían extenderse en todas las localidades que en un futuro se encuentren integradas a la distribución y comercialización de los productos de Ajemex, sobre todo en el segmento de los establecimientos detallistas.

De acuerdo con lo establecido en la segunda consideración de derecho del oficio de presunta responsabilidad, para actualizar las prácticas monopólicas relativas previstas en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, en el oficio de presunta responsabilidad se determinó el poder sustancial del presunto infractor en el mercado relevante, de acuerdo a lo establecido en los artículos 11, 12 y 13 del citado ordenamiento legal, así como 9, 10, 11 y 12 de su Reglamento.

En cuanto a la definición de mercado relevante, esta CFC consideró que las conductas investigadas se están llevando a cabo en los mercados relevantes de la ciudad de Acapulco, Guerrero y en las ZM de las ciudades de México, Distrito Federal; Guadalajara, Jalisco; León, Guanajuato; Mérida, Yucatán; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Querétaro, Querétaro; Veracruz y Xalapa, ambos del estado de Veracruz, respecto de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y sus embotelladores, todas integrantes del sistema Coca Cola, de acuerdo a los siguientes razonamientos.

El artículo 12 de la LFCE dispone que para la determinación del mercado relevante deben considerarse diversos criterios y el artículo 9 de su reglamento establece el orden en que deben analizarse, al señalar textualmente que para efectos del artículo 12 de la ley, la Comisión identificará los bienes o servicios que componen el mercado relevante, ya sean producidos, comercializados u ofrecidos por los agentes económicos y aquellos que los sustituyan o puedan sustituirlos, nacionales o extranjeros, así como el tiempo requerido para tal sustitución. Posteriormente, delimitará el área geográfica en la que se ofrecen o demandan tales bienes o servicios y en la que se tenga la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos apreciablemente diferentes y tomará en cuenta el costo de distribución del bien o del servicio y el costo y las probabilidades para acudir a otros mercados. Además, se considerarán las restricciones económicas y normativas de carácter local, federal o internacional que limiten el acceso a tales bienes o servicios sustitutos, o que impidan el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos.

Por su parte, el artículo 12 de la LFCE para su análisis señala las siguientes fracciones:



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

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.

En el presente expediente se analizó la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas (o refrescos) en tiendas detallistas (misceláneas, abarrotes, papelerías, tienditas y depósitos) en envase cerrado. Las bebidas carbonatadas se elaboran con base en agua, concentrado, endulzantes y gas carbonatado. La venta en envase cerrado se refiere a la comercialización de refrescos en puntos de venta para el traslado del producto a otro lugar de consumo.

**a) Las bebidas carbonatadas son productos diferenciados.**

Las bebidas carbonatadas comprenden productos de cola, de sabores y agua mineral carbonatada, cuya principal diferencia, además del correspondiente sabor, es el contenido de cafeína en el caso de las de cola. En el siguiente cuadro se muestran las presentaciones de las bebidas carbonatadas (por sus sabores, tamaños y tipos de envase) de la marca Coca Cola en la Ciudad de México, los cuales son abastecidos por Coca Cola Femsa. Se señaló que la bebida carbonatada sabor cola representó para la empresa referida el 72.3% del volumen vendido en dos mil uno, mientras que las presentaciones familiares (más de un litro) significaron el 58% de las ventas en el referido año.

*Sabores y presentación de los productos vendidos por Coca Cola Femsa en su territorio del Valle de México en dos mil uno*

Marcas	% ventas	Envases	% ventas
Coca Cola	72.3	Vidrio retornable 12 onzas	7.2
Coca Cola Light	3.8	Lata 12 onzas	5.4
Sprite (sabor)	4.1	Plástico retornable 2 litros	31.6
Sprite light (sabor)	0.1	Plástico no retornable 0.6 litros	24.8
Fanta (sabor)	3.1	Plástico no retornable 1 litro	11.0
Fresca (sabor)	4.3	Plástico no retornable 1.5 litro	1.8
Lift (sabor)	5.6	Plástico no retornable 2 litro	13.6
<b>Suma</b>	<b>93.4</b>	<b>Suma</b>	<b>95.4</b>

Páginas veintiocho y treinta del Reporte Anual al treinta y uno de diciembre de dos mil uno de Coca Cola Femsa (fojas 3642 a 3770).

Los porcentajes de volumen de venta referidos en el cuadro que antecede mostró las preferencias del consumidor por un tipo de sabor y presentación de refrescos. La bebida carbonatada de la marca Coca Cola es la más vendida por Coca Cola Femsa tanto en la Ciudad de México como en el resto del país. De acuerdo con datos de TCCC, ese refresco alcanzó en dos mil uno un volumen

aproximado de mil quinientos millones de cajas unidad (CU) vendidas<sup>61</sup> lo que equivale al 53.4% de las ventas de refrescos en México en ese año.<sup>62</sup>

Lo anterior indicó que las diversas presentaciones de bebidas carbonatadas correspondieron a diferentes preferencias de los consumidores. Esto lo explicó Coca Cola Femsa en el Reporte Anual al treinta y uno de diciembre de dos mil uno publicado en la página de Internet de la BMV, cuando señaló que la estrategia de mercadotecnia de esa empresa consiste en analizar de manera detallada:

*“(...) las pautas y preferencias de compra de varios grupos de consumidores de refrescos en cada uno de los diferentes tipos de ubicaciones o canales de distribución en los que podrían comprar potencialmente bebidas de marcas Coca Cola.*

...

*Diseñamos nuestras estrategias de productos, precios, empaques y distribución para satisfacer las necesidades específicas y explotar el potencial de cada canal.*

...

*Esta capacidad de respuesta aísla los efectos de la presión de la competencia en un canal específico (...).<sup>63</sup>*

En consecuencia, las preferencias de los consumidores por el refresco de cola y por las presentaciones familiares de la marca Coca Cola indicaron que se trata de productos diferenciados, es decir, que no tienen una sustitución perfecta con refrescos de otros sabores y sabores de cola de otras marcas. Por lo anterior, al venderse al consumidor final se pueden presentar como bienes diferenciados. No obstante, se consideró la variedad de marcas y presentaciones como parte de un sólo mercado relevante ya que se trata de un bien o producto que en general se produce con iguales insumos y procesos productivos. Por lo anterior, se consideró que las bebidas carbonatadas en sus diferentes presentaciones están destinadas a satisfacer necesidades idénticas del consumidor.

## **b) Proceso de elaboración de las bebidas carbonatadas.**

<sup>61</sup> Esta es una medida estándar en la industria de refrescos, siendo una caja unidad (CU) equivalente a veinticuatro botellas de ocho onzas. Ver página quince, 2001 Annual Report, The Coca Cola Company.

<sup>62</sup> El volumen de venta de refrescos en México estimado fue de dos mil ochocientos diez millones setecientos mil cajas unidad. Para conocer los detalles de cómo se obtiene dicha cifra ver más adelante el análisis de la fracción I del artículo 13 de la LFCE.

<sup>63</sup> Ver página veinte, informe anual al treinta y uno de diciembre de dos mil uno de Coca Cola Femsa publicado en la página de Internet de la BMV.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

En la elaboración de las bebidas carbonatadas tanto de cola como de sabor o del agua mineral carbonatada se consideraron las posibilidades tecnológicas de los embotelladores para aumentar o disminuir su oferta con la capacidad productiva que tengan instalada. Esto lo indicó el proceso de elaboración y envasado de bebidas carbonatadas descrito por Grupo Contal,<sup>64</sup> el cual tiene las siguientes etapas:

- Tratamiento de agua donde ésta se purifica;
- Preparación del jarabe simple donde se mezcla el agua purificada con el edulcorante y el endulzante;
- Purificación del jarabe donde éste se filtra para eliminar impurezas;
- Jarabe terminado donde se mezcla el jarabe purificado con el concentrado del producto deseado;
- Preparación de la bebida en la cual se mezcla el jarabe terminado y el agua purificada en proporciones específicas en cada producto;
- La carbonatación donde se realiza la infusión del gas carbónico; y
- El proceso de envasado.

Este proceso contiene la mezcla del concentrado que se refiere a los distintos sabores de los refrescos.<sup>65</sup> Las empresas Coca Cola Femsa,<sup>66</sup> Grupo Contal,<sup>67</sup> Embotelladoras Arca y Pepsi-Gemex, S.A. de C.V. (Pepsi Gemex)<sup>68</sup> reportaron las plantas envasadoras de refrescos y en algunas casos las líneas de envasado, pero no hay referencias de que esas plantas estén especializadas en la elaboración de una presentación o sabor específico de refresco, a diferencia de las plantas y líneas de envasado de garrafones de agua reportados por Embotelladoras Arca,<sup>69</sup> Grupo Contal y Pepsi Gemex. Esto indicó que las plantas embotelladoras de refrescos pueden elaborar y envasar bebidas carbonatadas de diferentes presentaciones y sabores y sólo hay adecuaciones especiales en las líneas de producción para el tipo de envase en botella, plástico o lata. Como explicó Grupo Embotelladoras Unidas, S.A. de C.V., (Geupec), distribuidor de Pepsi, en su informe anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV.

---

<sup>64</sup> Página trece del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>65</sup> Página trece del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>66</sup> Página treinta y ocho, "Plantas de producción" del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.

<sup>67</sup> Por ejemplo, esta embotelladora sí hace mención de las líneas especializadas para envasar agua en garrafones. Ver páginas veinte y veintiuno del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>68</sup> Páginas treinta y tres y treinta y cuatro del informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex que obra a fojas 4229 a 4336 del presente expediente.

<sup>69</sup> Páginas veintinueve a treinta y uno del Reporte Anual dos mil uno de Embotelladoras Arca que obra a fojas 4018 a 4101 del expediente al rubro citado.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*“(...) la empresa ha realizado diversas inversiones en sus plantas con el objeto de hacer más flexibles sus líneas de producción, a fin de adecuarse a las nuevas necesidades del mercado, específicamente en lo relativo a presentaciones PET (...)”.*<sup>70</sup>

Lo anterior mostró que la capacidad tecnológica de las embotelladoras les permite aumentar o disminuir la producción de diferentes presentaciones y sabores de refrescos utilizando tal capacidad de producción. De esta manera, la oferta de bebidas carbonatadas puede responder de manera oportuna a un posible aumento en la demanda de cierta presentación y sabor de refrescos, o bien, ante un aumento de precios de un producto, otros embotelladores pueden aumentar la oferta de sus productos. Esto indicó que hay una sustitución económica entre sabores y presentaciones de bebidas carbonatadas considerando las posibilidades tecnológicas de elaboración y envasado por lo que esos productos en sus diferentes presentaciones y sabores se consideraron como parte del mercado relevante.

### **c) Canales de distribución de las bebidas carbonatadas.**

La venta de refrescos se puede realizar en envase cerrado y en envase abierto. El envase cerrado se vende para su traslado o consumo en otro lugar. Por envase abierto se entiende la venta del producto para su consumo en el lugar donde éste se expende, como es el caso de restaurantes, cines, loncherías, etc. En estos últimos lugares, el consumo de refrescos forma parte del consumo de los servicios ofrecidos en esos establecimientos y en algunas situaciones se requieren equipos de despacho del refresco.

En el siguiente cuadro se mostró que en México el principal canal para la venta de envase cerrado son las tiendas detallistas como las misceláneas y los abarrotes. Los otros puntos de venta de refrescos en botella cerrada son autoservicios,<sup>71</sup> farmacias o tiendas de conveniencia. Panamco México y Grupo Contal, ambos embotelladores de Coca Cola, reportaron que el 72% y 69.7% de sus ventas en dos mil dos, respectivamente, las realizaron en abarrotes y misceláneas; que en total habían vendido 77% y 79.2% de sus ventas, respectivamente, en canales de distribución de envase cerrado (tiendas detallistas, tiendas de conveniencia, farmacias, supermercados); en tanto que otra parte de las ventas fueron realizadas en restaurantes, bares y otros establecimientos donde se vende el refresco en envase abierto.<sup>72</sup> Al respecto, Coca Cola Femsa señaló en su informe anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV, lo siguiente:

<sup>70</sup> Página veintitrés del informe anual dos mil dos de Grupo Embotelladoras Unidas, S.A. de C.V., publicado en la página de Internet de la BMV y que obra en las fojas 4102 a 4336 del expediente en que se actúa.

<sup>71</sup> De acuerdo con el Directorio'97 de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales, A.C., los autoservicios son “(...) el sistema directo de venta al consumidor que exhibe productos y artículos en forma abierta, clasificándolos por categorías y tipos, principalmente abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales, ofrecen la mayor atención con la menor intervención del personal y un área para el pago de los clientes, con sistemas Punto de Venta a la salida (...)” (fojas 4470 a 4479 de este expediente).

<sup>72</sup> Página quince del Reporte Anual del dos mil dos de Grupo Contal.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*“(…) En los territorios mexicanos vendemos la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (…)”*.<sup>73</sup>

Datos similares a los anteriores reportó el embotellador Geupec. Por su parte, el canal de distribución de envase abierto vendería aproximadamente el otro porcentaje de bebidas carbonatadas en México.

### Canales de distribución de las bebidas carbonatadas

	Coca Cola Panamco México <sup>1</sup> % de ventas	Coca Cola Grupo Contal <sup>2</sup> % de ventas	Pepsi Cola Geupec <sup>3</sup> % de clientes	Coca Cola Emb. Arca <sup>4</sup> % de clientes
<b>Canal de distribución de envase cerrado</b>				
Tiendas detallistas (abarrotes y misceláneas)	72	69.7	76	62.8
Puestos	- o -	- o -	3.5	- o -
Autoservicios (supermercados)	4	1.3	4.4	- o -
Farmacias y tiendas de conveniencia	- o -	6.5		- o -
Escuelas	1	0.8	1.6	- o -
Industrias y oficinas	- o -	0.9	1.1	- o -
Subtotal	77	79.2	86.6	62.8
<b>Canal de distribución de envase abierto</b>				
Restaurantes y fondas	7	10.2	6.0	- o -
Bares	- o -	4.1	1.8	- o -
Cines y teatros	- o -	- o -	0.5	- o -
Subtotal	7	14.3	8.3	- o -
Otros	- o -	- o -	- o -	- o -
Otros	16	6.5	4.5	- o -

<sup>1</sup> Página veintisiete de Reporte Anual dos mil dos de Panamco México.

<sup>2</sup> Página quince de Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>3</sup> Página cuarenta de Reporte Anual dos mil dos de Geupec.

<sup>4</sup> Página cuarenta y cuatro del Reporte Anual dos mil dos de Embotelladoras Arca que obra a fojas 4949 a 5082.

Los consumidores que adquieren refresco en envase cerrado, en general no tendrán como opción de compra los lugares donde se vende el refresco en envase abierto y viceversa. Esto ocurre no porque no sea posible adquirir un producto en ambos canales de venta sino porque éstos están especializados en la venta de una u otra presentación de refrescos cuyo consumo en el mismo lugar (envase abierto) o el traslado del producto para el consumo en otro lugar (envase cerrado) colocaron a esos canales de distribución en diferentes mercados. En la investigación que se realizó en el expediente al rubro citado, se analizaron presuntas prácticas monopólicas relativas en la distribución y comercialización de refresco en envase cerrado por lo que se analizó el mercado donde se encuentra este canal de distribución.

<sup>73</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

La distribución de refrescos en tiendas detallistas o en autoservicios se realizó en condiciones diferentes por la escala de operaciones de una pequeña tienda con relación a un autoservicio. Esa diferencia entre puntos finales de venta fueron consideradas por las embotelladoras para definir sus políticas de comercialización. Como fue expresado por Coca Cola Femsa en su informe anual dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV:

*“(...) El precio de venta de una presentación retornable de 2 litros es un 17% menos que el de un envase no retornable del mismo tamaño. Estos productos retornables se vendieron principalmente a pequeñas tiendas que se beneficiaron del precio más bajo de las botellas retornables por onza del producto, lo que les permite competir con supermercados (...)”.*<sup>74</sup>

De esta manera las diferentes condiciones de venta de bebidas carbonatadas en grandes y pequeñas tiendas se pueden compensar con políticas de precios y de comercialización. Así, los consumidores de acuerdo a sus preferencias pueden optar por adquirir los refrescos en autoservicios, en tiendas detallistas o en otros establecimientos. Por ello, en el mercado relevante se incluyó la distribución y comercialización de refrescos en envase cerrado en el canal detallista (misceláneas, abarrotes, papelerías, tienditas y depósitos).

#### **d) Productos y servicios sustitutos**

Por las razones que se exponen a continuación no se consideraron como sustitutos de las bebidas carbonatadas al agua envasada, jugos de fruta envasados, bebidas isotónicas, leche, café o té.

El agua envasada (sin carbonatar) se vende en México principalmente en garrafones de diecinueve o veinte litros. Ese consumo está relacionado con la percepción de la población de que el agua del sistema de abasto puede tener problemas de potabilidad. Como es del dominio público el agua satisface necesidades esenciales de los seres humanos y existe la preocupación de contraer enfermedades por su falta de potabilidad. Por ello, tal producto embotellado en garrafón es una fuente de provisión alternativa al agua del sistema de abasto público. Incluso, de acuerdo con una encuesta aplicada por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco),<sup>75</sup> el agua envasada en presentaciones de menor tamaño (de 1.5 litros o menos) se consumiría en la mayoría de las ocasiones por razones de higiene y salud. De esta forma, los propósitos de consumo, es decir, las necesidades que satisface el agua envasada serían suficientes para mostrar que ese producto no es sustituto de las bebidas carbonatadas.

<sup>74</sup> Página veintinueve del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>75</sup> En una encuesta, 39% de consumidores respondieron preferir el consumo de agua envasada por cuestiones de Higiene y Salud, Ver página XIII, “Quién es quién en aguas purificadas envasadas”, Revista del Consumidor, Junio de mil novecientos noventa y cuatro (fojas 4341 a 4357) y número doscientos veinticinco de la Revista del Consumidor de Noviembre de mil novecientos noventa y cinco (fojas 4358 a 4397).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

La conclusión anterior fue reforzada por la diferencia de precios del agua envasada y los refrescos. Según la teoría económica los productos serán sustitutos cuando un consumidor pueda cambiar u optar por otro producto si los precios de uno de ellos se incrementa. Esto se puede evaluar en el siguiente cuadro donde se presentan los precios al público de agua envasada sin gas, jugos envasados y refrescos que son monitoreados por la Profeco. Las marcas de agua señaladas en el cuadro muestran un precio promedio mínimo y máximo, en diferentes establecimientos de la Ciudad de México de \$3.20 (tres pesos 20/100 M.N.) y \$4.8 (cuatro pesos 80/100 M.N.) por litro, respectivamente, mientras que los refrescos de cola, de uno y dos litros, presentan precios mínimo y máximo de \$6.20 (seis pesos 20/100 M.N.) y \$7.40 (siete pesos 40/100 M.N.) por litro, respectivamente. Eso significa que con relación al precio del agua envasada, el refresco de cola tiene un precio 93.3% mayor para el precio mínimo y 54.8% mayor para el precio máximo. Esas diferencias de precios indicaron que el agua envasada y el refresco no se consideraron como sustitutos económicos, en el sentido de que ante un aumento en el precio del agua envasada, los consumidores no optarían por consumir refresco.

**Precios al público de refrescos y otras bebidas en autoservicio de la Ciudad de México en noviembre de dos mil tres**

	Litros	Precio al público		Precio x litro	
		Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
<b>Agua envasada sin gas</b>					
Bonafont	1.500	5.1	9.0	3.4	6.0
Bonafont	3.785	10.8	13.3	2.9	3.5
Electropura	1.500	4.8	6.0	3.2	4.0
Santa María	1.500	5.2	8.9	3.5	5.9
Santa María	3.780	12.0	16.6	3.2	4.4
<b>Promedio</b>	- 0 -	- 0 -	- 0 -	<b>3.2</b>	<b>4.8</b>
Evian	1.500	15.5	17.9	10.3	11.9
<b>Refrescos</b>					
Coca Cola	1.000	7.5	8.5	7.5	8.5
Coca Cola	2.000	12.6	14.0	6.3	7.0
Pepsi	1.000	6.3	8.0	6.3	8.0
Pepsi	2.000	9.5	12.0	4.8	6.0
<b>Promedio</b>				<b>6.2</b>	<b>7.4</b>
% en que es mayor el precio de los refrescos al precio del agua	- 0 -	- 0 -	- 0 -	93.3	54.8
Pepsi en lata	0.355	3.8	5.0	10.7	14.1
Coca Cola en lata	0.355	4.0	5.0	11.3	14.1
<b>Jugos de fruta</b>					
Del Valle	1.000	9.6	12.0	9.6	12.0
Florida 7	1.000	9.2	11.4	9.2	11.4
Jumex	1.000	8.9	12.6	8.9	12.6
<b>Promedio</b>	- 0 -	- 0 -	- 0 -	<b>9.2</b>	<b>12.0</b>
% en que es mayor el precio de los refrescos al precio del agua	- 0 -	- 0 -	- 0 -	48.92	62.48

Fuente: [www.profeco.gob.mx/html/precios/df/azucar.htm](http://www.profeco.gob.mx/html/precios/df/azucar.htm) Quién es Quién en los precios. Semana del tres al siete de noviembre de dos mil tres (fojas 4337 a 4340).



Asimismo, se indicó que en los precios por litro promedio, no se incluyeron los precios de la marca de agua Evian y de las presentaciones de refresco de cola en lata. La marca Evian revela las preferencias por consumir un producto importado de mayor precio en tanto que el precio de las presentaciones en lata muestra el mayor costo por el menor contenido (355 ml), además del costo del envase. Ese precio por litro explicó el consumo reducido de esas presentaciones, por ejemplo, las ventas de refresco en lata en la Ciudad de México representaron para el embotellador Coca Cola Femsa apenas 5.4% de su volumen de ventas en dos mil uno.<sup>76</sup>

Del análisis anterior se desprendió que el agua envasada en garrafón tiene un precio por litro mucho menor a los precios por litro presentados en el cuadro. En mil novecientos noventa y nueve la Profeco realizó un estudio de marcas de agua envasada en garrafón donde reportó precios de ese producto en varias ciudades del país. Tomando como ejemplo la Ciudad de México, los precios observados variaron entre \$6.00 (seis pesos 00/100 M.N.) y \$21.00 (veintiún pesos 00/100 M.N.) por garrafón de acuerdo con la marca. Eso implicó precios por litro entre \$0.30 (cero pesos 30/100 M.N.) y \$1.11 (un peso 11/100 M.N.).<sup>77</sup> Para actualizar esos precios de mil novecientos noventa y nueve se consideró un incremento de precios de 20.3% de acuerdo con la inflación de enero de dos mil a julio de dos mil tres,<sup>78</sup> así el precio máximo actualizado aumentaría hasta \$1.33 (un peso 33/100 M.N.) por litro, cantidad significativamente menor al precio por litro de los refrescos. Esos precios mostraron que el consumo de agua en garrafón tiene propósitos distintos al consumo de refrescos, lo cual significó que ambos productos no son sustitutos entre sí.

Por otro lado, el precio de los jugos de fruta envasados mostró que tampoco esos productos son sustitutos económicos de los refrescos debido al diferencial de precios. De esta forma, el precio de los jugos de fruta son mayores en 48.92% con respecto al precio mínimo de los refrescos y 62.48% mayor respecto al precio por litro máximo de los refrescos. Eso mostró que un consumidor que enfrenta un aumento de precios en los refrescos no sustituye ese refresco por un producto más caro como es el jugo de fruta.

Las bebidas carbonatadas pueden ser vendidas y consumidas en cualquier lugar, pero eso no es posible con las bebidas alcohólicas, incluso la cerveza que es una de las bebidas con menor contenido de alcohol. El contenido de alcohol y las restricciones para la venta y consumo de bebidas alcohólicas distingue la venta de los refrescos de la venta de cervezas, lo cual colocó a esos productos en mercados distintos.

<sup>76</sup> Página treinta del informe anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.

<sup>77</sup> Revista del Consumidor, Número doscientos setenta y uno, Septiembre de mil novecientos noventa y nueve, Profeco (fojas 4398 a 4423).

<sup>78</sup> [www.banxico.gob.mx](http://www.banxico.gob.mx) Índice Nacional de Precios al Consumidor de enero de mil novecientos noventa y nueve a diciembre de dos mil tres (fojas 4481 y 4482).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Por otro lado, el consumo de bebidas como la leche, café o té requirieron de distintas formas de preparación y en muchas ocasiones se consumen como bebidas calientes lo cual distingue su venta con la de los refrescos fríos que es una de las estrategias de venta, por medio de la entrega en comodato de refrigeradores, de los embotelladores de bebidas carbonatadas. Como lo indicó Coca Cola Femsa en su informe anual de dos mil dos publicado en la página de Internet de la BMV:

*“(...) Buscamos, en particular, incrementar la cantidad de refrigeradores de distribución entre detallistas a fin de aumentar la visibilidad y el consumo de nuestros productos y para asegurar que son vendidos a la temperatura apropiada (...)”.*<sup>79</sup>

Además, las bebidas isotónicas o hidratantes se consumen como reconstituyentes después de una actividad física de modo que, en general, no se recomienda su consumo en otras circunstancias.<sup>80</sup>

Asimismo, es del dominio público que la leche, el agua embotellada, los jugos y las bebidas referidas en el párrafo que antecede se encuentran vinculadas a mantener o incrementar la salud de sus consumidores,<sup>81</sup> característica que no tienen las bebidas carbonatadas.

Los elementos señalados indicaron que las bebidas alcohólicas, leche, café o té son productos que no son sustitutos de los refrescos. La razón para que un producto sea o no sustituto económico es que esos productos satisfagan las necesidades idénticas del consumidor y además que éste pueda optar por esos productos en condiciones similares de precios, calidad y oportunidad. El análisis de precios realizado anteriormente así como el contenido de las bebidas y sus formas de preparación y consumo mostraron que las bebidas carbonatadas no son sustituidas de forma económica por el agua envasada, jugos, bebidas alcohólicas, café, té y leche.

Por lo expuesto, el mercado relevante en el presente expediente comprendió la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado.

II. Los costos de distribución del bien mismo; de sus insumos relevantes; de sus complementos y de sustitutos desde otras regiones y del extranjero, teniendo en cuenta fletes, seguros, aranceles y restricciones no arancelarias, las restricciones impuestas por los agentes económicos o por sus asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones;

Un elemento considerado fue que la industria de refrescos en México está organizada alrededor de un sistema de franquicias.<sup>82</sup> Así se elaboran y distribuyen las principales marcas de refrescos

<sup>79</sup> Página veintiocho del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>80</sup> “Bebidas Saborizadas, hidratantes y para deportistas”, Procuraduría Federal del Consumidor (fojas 4424 a 4426).

<sup>81</sup> Tan es así que sus campañas publicitarias utilizan esta característica para atraer a posibles consumidores.

en México, Coca Cola y Pepsi. La franquicia consiste en que el propietario de una marca otorga una licencia a un embotellador para elaborar, envasar, distribuir y vender productos de esa marca en un territorio. Como lo explicaron Coca Cola Femsa, Grupo Contal y Embotelladoras Arca, todos ellos integrantes del sistema Coca Cola, los contratos de embotellador firmados con TCCC establecieron que esta última será el proveedor del concentrado para bebidas de esa marca y que ellas sólo podrán elaborar, envasar y distribuir productos de la marca (excepto cuando TCCC autorice la distribución de otras marcas de refrescos). Aunado a ello los gastos de publicidad y promoción son coordinados por TCCC a través de su representación en México. Además, TCCC contribuye con tales gastos hasta con la mitad del monto realizado. Por ejemplo, Coca Cola Femsa indicó que la mitad de sus gastos de publicidad y mercadotecnia en los últimos años fueron aportados por TCCC.<sup>83</sup> Tal situación también indicó Geupec, quien reportó la celebración de un contrato de publicidad y promoción (Programa Cooperativo de Publicidad y Promoción) mediante el cual cada parte aporta aproximadamente 50% de los gastos.<sup>84</sup>

Los sistemas de franquicias de Coca Cola y Pepsi permiten ofrecer al consumidor las marcas de bebidas carbonatadas a nivel nacional. Esto puede hacerse porque existe una cadena de plantas embotelladoras ubicadas en diferentes partes del país desde las cuales transportan sus productos, primero a centros de distribución y después a los puntos de venta donde los adquieren los consumidores finales.

---

<sup>82</sup> El artículo 142 de la Ley de Propiedad Industrial establece que existirá franquicia, cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede (franquiciatario) pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca (franquiciante), tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que esta designe. Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretende conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta Ley. Por otro lado, de conformidad con el artículo 55 del Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial, dos o más personas son integrantes de un mismo grupo económico de interés común, entre otros casos, cuando estén relacionadas entre sí por un control directo o indirecto, que una de ellas ejerza sobre la otra u otras en sus órganos de decisión o administración o en la adopción de sus decisiones. Al efecto, se entiende por control la capacidad de adoptar las decisiones empresariales generales o las decisiones administrativas en la operación diaria de las personas morales de que se trate y queda incluido en el concepto el control indirecto que se ejerza mediante interpósita persona o sucesivas personas interpósitas. El referido precepto enuncia como existencia del control, entre otros el caso en el que una persona es tenedora o titular de acciones o partes sociales, con derecho pleno a voto, que representen más del 50% del capital social de otra persona estén relacionadas entre sí por un control directo o indirecto y el que una persona tenga la facultad de dirigir o administrar a otra en virtud de un contrato. Derivado de lo anterior y toda vez que la franquicia es un contrato por virtud del cual el franquiciante indica al franquiciatario la manera en la que debe operar al transmitirse el *know how*, la licencia y usos de una marca, asistencia técnica y contable bajo control de otorgante y de conformidad con un método preestablecido por él, se concluye que la franquicia constituye una expresión más del grupo económico.

<sup>83</sup> Pagina treinta y seis del Reporte Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>84</sup> Página treinta y tres del Reporte Anual dos mil dos de Geupec.

Así, el sistema Coca Cola está constituido por catorce grupos de embotelladoras que tienen asignada una franquicia territorial con las que cubren el territorio nacional.<sup>85</sup> A su vez, el sistema Coca Cola atiende al territorio nacional con setenta y nueve plantas embotelladoras y cuatrocientos sesenta y cinco centros de distribución con los cuales, según ese sistema, provee sus productos, en su mayor parte refrescos, a un millón cien mil puntos de venta.<sup>86</sup>

Tal situación se presentó también en el sistema de franquicias de Pepsi. En dos mil dos el sistema Pepsi estaba formado por seis grupos de embotelladoras que en conjunto cubren la mayor parte del país.<sup>87</sup>

En el extremo opuesto está la empresa Ajemex, propietaria de las marcas Big Cola, Doble Big, Mega Big y First, la cual está introduciendo sus productos al mercado (inició en marzo de dos mil dos). Esa empresa instaló una planta embotelladora en el estado de Puebla desde la cual transporta sus productos a veinticinco centros de distribución ubicados en diecinueve estados, tanto en el norte como en el centro y sur del país.

Como se mencionó, las bebidas carbonatadas de Ajemex apenas se están introduciendo al mercado en el país por lo que sólo son vendidos en algunas ciudades. Por lo anterior, para evaluar los efectos de las presuntas prácticas monopólicas se consideraron: la ciudad de Acapulco, Guerrero, la ZM de la Ciudad de México (Distrito Federal y parte del Estado de México) y las ZM de las siguientes ciudades: Guadalajara, León, Mérida, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Veracruz y Xalapa. Por esa razón, el análisis del mercado relevante se circunscribió a esas áreas geográficas. Sin embargo, también hay que dimensionar la competencia entre marcas de refrescos a nivel nacional que permite, por los sistemas de franquicias, proveer al país de bebidas carbonatadas de diferentes marcas en todo el territorio nacional. Esto se analizó en los siguientes incisos.

#### **a) Ámbito geográfico de la elaboración, envasado, transporte y comercialización de bebidas carbonatadas en el país.**

Como se indicó, los sistemas de franquicias permiten proveer al país de refrescos de diferentes marcas como son Coca Cola y Pepsi. Esas franquicias otorgan licencias para elaborar y envasar marcas y asignan territorios exclusivos para la comercialización de los productos. De ese modo, se instalan plantas de envasado desde las cuales se transportan y distribuyen los refrescos.

---

<sup>85</sup> Estos grupos son: Colima, Grupo Cimsa, Grupo Coca Cola Femsa (incluye la reciente adquisición de Grupo Panamco), Grupo Contal, Embotelladoras Arca, Grupo Fomento Queretano, Grupo Jordan, Grupo Peninsular, Grupo Rica, Grupo Tampico, Grupo Yoli, Meoqui, Nogales y Tepic. Ver página cuatro, Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, dos mil dos, que obra a fojas 3771 a 3832.

<sup>86</sup> Ver Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, dos mil dos.

<sup>87</sup> Ver página seis del informe anual dos mil dos de Geupec.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Para abastecer de bebidas carbonatadas a una región o ciudad, las embotelladoras pueden optar por transportar el producto o bien instalar una planta de envasado. Esa decisión dependerá de los costos de ambas alternativas y de la demanda del producto. Para evaluar este punto se consideró como ejemplo el caso de Ajemex, la cual transporta sus productos desde una planta ubicada en la ciudad de Puebla hacia distintas regiones del país, mientras que las embotelladoras de Coca Cola han instalado plantas de envasado de diferentes capacidades en tales localidades como se describe en el siguiente cuadro. Ahí se observó que los puntos más alejados en el norte y sur del país donde Ajemex transporta sus productos, desde Puebla, son las ciudades de Mérida y Monterrey a distancias de mil doscientos nueve y mil cincuenta y seis kilómetros de distancia, respectivamente.

**Centros de distribución de Ajemex y ubicación de algunas plantas de envasado de Coca Cola en dos mil dos**

Ajemex		Embotelladores de Coca Cola	
Centro de distribución (ciudad de ubicación)		Ubicación	
Acapulco, Gro.		n.d	
Aguascalientes, Ags.		Aguascalientes, Ags. <sup>3</sup>	
Valle de México <sup>2</sup>		Valle de México Toluca, Edomex	
Iztapalapa, DF.		Cedro, D.F. <sup>4</sup>	
Chalco, Edomex.		Toluca, Edomex. <sup>4</sup>	
Cuauhtitlán, Edomex.		Cuauhtitlán, Edomex. <sup>4</sup>	
Ecatepec, Edomex.		Los Reyes, Edomex. <sup>4</sup>	
Naucalpan, Edomex.		- o -	
Tlalnepantla, Edomex.		- o -	
Texcoco Edomex.		- o -	
Cuernavaca, Morelos.		n.d.	
Zona metropolitana de Guadalajara <sup>2</sup>		Zona metropolitana de Guadalajara <sup>3</sup>	
Guadalajara, Jal.		Guadalajara, jal <sup>3</sup>	
Zapopan, Jal.		Zapopan, jal <sup>3</sup>	
León, Gto.		León, Gto <sup>5</sup>	
Mérida, Yuc.		n.d.	
Monterrey, NL		Monterrey, NL (Bermusa) <sup>6</sup>	
Morelia, Mich.		Morelia, Mich <sup>5</sup>	
Oaxaca, Oax.		Oaxaca, Oax <sup>4</sup>	
Puebla, Pue.		- o -	
Querétaro, Qro.		n.d.	
San Luis Potosí, SLP		n.d	
Tampico, Tams.		n.d	
Tlaxcala, Tlax.		Apizaco, Tlax. <sup>5</sup>	
Tuxtla Gutiérrez, Chis.		n.d	
Veracruz, Ver.		Coatepec, Ver <sup>5</sup>	
Villahermosa, Tab.		n.d	



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

<sup>1</sup> Las distancias se toman de la Guía Rojí de carreteras dos mil tres (el extracto correspondiente obra a fojas 4483 a 4486).

<sup>2</sup> Se incluyen como una sola área de venta a las ZM de la Ciudad de México y de Guadalajara y se toma la distancia entre Puebla y las ciudades de México y Guadalajara.

<sup>3</sup> Página veinte del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>4</sup> Página treinta y nueve del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>5</sup> Página veintidós del informe anual dos mil dos de Panamco México.

<sup>6</sup> Página veinticinco y veintiséis del informe anual dos mil uno de Embotelladoras Arca.

<sup>7</sup> [REDACTED]

(Eliminado 2 columnas del cuadro arriba citado, y un párrafo con 4 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Por su parte, los embotelladores de Coca Cola tienen instaladas plantas con diferentes capacidades en las ciudades y zonas donde Ajemex transporta sus productos. La capacidad de envasado de esas plantas corresponde al tamaño de la demanda. Por ejemplo, la planta ubicada en la ciudad de Oaxaca tiene una capacidad instalada anual de [REDACTED] (CU), equivalentes a veinticuatro botellas de ocho onzas, mientras que las plantas ubicadas en la ZM de la Ciudad de México tienen una capacidad instalada total de [REDACTED] CU al año. El mercado de la Ciudad de México también podría ser abastecido desde la planta de Toluca, Estado de México ya que la distancia entre ambas ciudades es de alrededor de sesenta y seis kilómetros. Tal situación ocurre con el mercado de la ciudad de Puebla, el cual puede ser abastecido de productos de Coca Cola desde la planta ubicada en Apizaco, Tlaxcala que se encuentra a una distancia de cincuenta y un kilómetros de Puebla, Puebla. (Eliminado 13 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Además, las embotelladoras reorganizan de manera regular sus operaciones buscando alcanzar mayores eficiencias por lo cual instalan y cierran plantas de envasado. Es el caso de Pepsi Gemex que optó en dos mil uno por cerrar cuatro plantas de envasado ubicadas en la Ciudad de México, Morelos, Veracruz y San Luis Potosí, reasignando la producción de ellas a otras localidades.<sup>88</sup>

Lo anterior mostró que de acuerdo a la demanda de los productos las embotelladoras pueden optar por transportar el producto, instalar plantas de envasado o reasignar la producción, cerrando algunas plantas, lo cual dependerá de los costos de esas opciones. El caso de Ajemex mostró que de acuerdo a sus volúmenes de venta es preferible el transporte de sus productos, pero para ciertos volúmenes de venta es más económico instalar una planta de envasado como en el caso de Coca Cola o Pepsi. De esta manera, el transporte y la instalación de plantas de envasado, así

<sup>88</sup> Página Fdoce del informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

como la reasignación de producción entre las plantas se combinan para abastecer de bebidas carbonatadas a todo el país.

Otro caso que mostró el abasto al mayoreo de bebidas carbonatadas en el país fue la elaboración y envasado en lata de aluminio de productos Coca Cola. Las embotelladoras de Coca Cola tienen una inversión conjunta en la empresa Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V., (IEQSA), ubicada en el estado de Querétaro, en la cual se envasan bebidas carbonatadas en lata de aluminio y desde esa planta se transporta el producto a diferentes regiones del país.<sup>89</sup> El volumen de venta de bebidas carbonatadas en lata, tal como se indicó, es reducido como lo muestran las ventas de Coca Cola Femsa en su territorio del Valle de México. Esto mostró que los volúmenes de venta reducidos no hacen rentable la instalación de otra planta de envasado, de lata de aluminio. Esa sería la razón de la inversión conjunta de los embotelladores de Coca Cola con lo cual aprovechan economías de escala en el envasado y transportan ese producto a todo el país.

Un elemento adicional a considerar fue la comercialización nacional de las marcas de bebidas carbonatadas. Esa comercialización se realizó a nivel nacional a través de campañas de publicidad y promoción en medios de comunicación masiva lo cual fue financiado de manera conjunta por los grupos de embotelladoras de Coca Cola y Pepsi, así como los respectivos propietarios de las marcas, TCCC y Pepsico Inc. Por un lado, Coca Cola Femsa en su informe anual dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV, señaló que:

*“(...) The Coca Cola, Company ha aportado en cada uno de los pasados cinco años aproximadamente la mitad de nuestro presupuesto de publicidad y mercadotecnia en los territorios mexicanos (...)”.*<sup>90</sup>

Además, Coca Cola Femsa indicó que utiliza:

*“(...) Sistemas de información de mercado y estrategias desarrolladas en conjunto con The Coca Cola Company, para mejorar nuestra coordinación con las iniciativas mundiales de The Coca Cola Company (...)”.*

Asimismo, Geupec estableció con Pepsi Cola Mexicana (subsidiaria de Pepsico Inc.) un programa cooperativo de publicidad y promoción en el cual se estableció que se compartirían al menos el 50% de los gastos entre ambas empresas. Esos acuerdos de publicidad y promoción tienen el objetivo de dar una presencia nacional a las respectivas marcas. Como lo señaló Coca Cola Femsa en su informe anual dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV:

---

<sup>89</sup> Coca Cola Femsa posee 19.6% del capital de esa empresa. Ver página treinta y treinta y uno del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa; página cuarenta y siete del informe anual dos mil dos de Panamco México y la página de Internet <http://www.ieqsa.com.mx> cuyas copias correspondientes obran a fojas 4464 a 4469.

<sup>90</sup> Páginas veinte, veintiocho y treinta y seis del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*“(…) Las campañas de publicidad nacionales son diseñadas y propuestas por las afiliadas locales de The Coca Cola Company, con nuestra asistencia a nivel local o regional (…).”<sup>91</sup>*

Tal situación reportó Geupec sobre las diversas campañas promocionales realizadas en dos mil dos. La citada empresa en su informe anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos, publicado en la página en Internet de la BMV, indicó que:

*“(…) Estas promociones son coordinadas por Pepsico. La continuidad de todas las actividades promocionales es uno de los pilares sobre los que se sustenta el crecimiento de la ventas de la compañía (…).”<sup>92</sup>*

Los elementos anteriores muestran que el transporte, la instalación de plantas de envasado y la comercialización nacional de las marcas de bebidas carbonatas permite abastecer de esos productos a todo el país. De esa manera, se crea un ámbito geográfico nacional para la venta de refrescos lo cual comprende las actividades de elaboración, envasado, transporte y comercialización.

#### **b) Ámbito geográfico de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas.**

La actividad de distribución y comercialización al menudeo depende del número de puntos de venta final a los cuales deba abastecerse. Las bebidas carbonatadas se venden principalmente en tiendas detallistas como lo indicaron los datos proporcionados por el sistema Coca Cola los cuales reportaron abastecer a un millón cien mil puntos de venta en todo el país, realizando para ello tres millones quinientas mil visitas a sus clientes cada semana.<sup>93</sup> Es decir, los embotelladores del sistema Coca Cola estarían realizando en promedio tres punto dieciocho visitas cada semana a cada punto de venta. Para abastecer a ese número de puntos de venta en la frecuencia que señala el sistema Coca Cola se requiere contar con un sistema de distribución también significativo. Esas embotelladoras reportaron disponer en conjunto de once mil rutas de distribución que son atendidos con una flotilla de veintidós mil vehículos.

En el siguiente cuadro se presentaron los recursos de distribución utilizados por algunas de las embotelladoras de Coca Cola y Pepsi en el país durante dos mil uno y dos mil dos. La cantidad de rutas atendidas y el número de clientes abastecidos, en su mayoría tiendas detallistas, que fueron presentados en el cuadro muestran la magnitud de recursos utilizados para distribuir refrescos en los puntos de venta al consumidor final. Por ejemplo, principalmente en la ZM de la Ciudad de México, Coca Cola Femsa abastecería a cerca de doscientos ochenta y tres mil seiscientos cincuenta clientes en mil ochenta y tres rutas de distribución, mientras que Embotelladoras Arca

<sup>91</sup> Página veintiocho del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>92</sup> Página treinta y cuatro del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>93</sup> Ver Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, dos mil dos.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

utilizaría mil trescientas diecinueve rutas de distribución para abastecer a ciento cinco mil trescientos noventa y tres clientes en cuatro entidades del país (división este de esa empresa).

**Recursos de distribución de las embotelladoras de Coca Cola y Pepsi (año dos mil dos)**

	Número de refrigeradores entregados	Centros de distribución	Número de rutas	Miles de clientes	Número de vehículos	Ventas millones CU
<b>Embotelladoras de Coca Cola</b>						
1.Grupo Contal <sup>1</sup>	124,992	n.d.	1,703	217	4,788	259.0
2.Panamco México <sup>2</sup>	n.d.	n.d.	2,042	237	n.d.	291.7
3.Coca Cola Femsa <sup>3</sup>	n.d.	53	1,486	284	n.d.	473.27
Valle de México	n.d.	15	1,083	n.d.	n.d.	355.98
Sureste	n.d.	38	403	n.d.	n.d.	117.29
4. Embotelladoras Arca <sup>4</sup> (2001)	144,000	85	2,026	187	3,400	406.5
Este	n.d.	42	1,319	105	n.d.	232.6
Oeste	n.d.	44	707	81	n.d.	173.9
Suma 1+2+3+4	- o -	138	7,257	924	- o -	1,448
Sistema Coca Cola <sup>5</sup>	n.d.	465	11,000	1,100	22,000	2,064
<b>Embotelladoras de Pepsi</b>						
1.Geupec <sup>6</sup>	n.d.	81	1,142	150	1,154	98.8
Franquicia de Guadalajara	n.d.	n.d.	2,042	56	n.d.	37.4
2. Gemex (2001) <sup>7</sup>	n.d.	141	2,564	n.d.	2,674	329.3
Ciudad de México	n.d.	25	857	n.d.	751	112.4
Suroeste	n.d.	29	494	n.d.	328	53.4
Sureste	n.d.	17	199	n.d.	471	23.5
Centro Norte	n.d.	35	428	n.d.	828	52.3
Noreste	n.d.	35	586	n.d.	296	87.7

<sup>1</sup> Ver página quince y veinte del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>2</sup> Ver página veintidós y veinticinco del informe anual dos mil dos de Panamco México.

<sup>3</sup> Ver página veintiuno, veinticinco y veintinueve del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa

<sup>4</sup> Ver página veintiséis del informe anual dos mil uno de Embotelladoras Arca.

<sup>5</sup> Ver Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, dos mil dos.

<sup>6</sup> Ver página dos, veintidós, treinta y uno y cincuenta y uno del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>7</sup> Ver página veintitrés y treinta y seis del informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex.

Se señaló una diferencia notable en los sistemas de distribución de Coca Cola o Pepsi comparados con los de Ajemex. Esta última empresa indicó que no dispone de una flotilla propia para la distribución de su producto al consumidor final. Por lo anterior, Ajemex realiza sus ventas



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

a través de comisionistas que distribuyen el refresco con sus propios medios. Esta diferencia en los sistemas de distribución sólo modifica quién es la empresa que carga con el costo de distribución, pero no lo elimina. Los recursos de distribución de Ajemex serían de [REDACTED] vendedores y [REDACTED] transportistas que cubren [REDACTED] centros de distribución de esa empresa en [REDACTED] estados del país.<sup>94</sup> (Eliminado 8 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

La gran cantidad de clientes detallistas que reportó el sistema Coca Cola demanda una cantidad significativa de recursos y una atención considerable de esos puntos de venta. El sistema Coca Cola señaló que visita en promedio tres punto dieciocho veces a la semana a sus clientes. Así, Grupo Contal reportó que realiza visitas a sus clientes en promedio tres veces a la semana y Embotelladoras Arca lo hace hasta cuatro punto dos veces a la semana,<sup>95</sup> lo cual indicó que se distribuyen un número reducido de cajas de refrescos en cada visita. Considerando el número de clientes y de cajas vendidas referidas en el cuadro anterior y tomando en consideración que según el sistema Coca Cola cada cliente es visitado tres punto dieciocho veces a la semana se puede hacer una estimación del número de cajas que se entregan en promedio en cada visita a un cliente. En el cuadro siguiente se presentó una estimación del promedio de cajas entregadas por visita. El sistema Coca Cola entregaría doce cajas en promedio, en tanto que una embotelladora de Pepsi (Geupep) podría estar entregando hasta cuatro punto dos cajas en promedio. Los números anteriores reflejan que la distribución de refrescos se hace entregando un monto reducido en cada tienda por lo que se requiere utilizar una gran cantidad de recursos materiales y humanos para colocar las bebidas carbonatas en los puntos de venta para el consumo final.

[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

<sup>94</sup> Pregunta diez del escrito por el que Ajemex desahogó su correspondiente oficio de requerimiento de información.

<sup>95</sup> Página cuarenta y cuatro del informe anual dos mil uno de Embotelladoras Arca.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

La distribución fue complementada con las políticas de comercialización. Una de ellas fue la entrega de refrigeradores en comodato cuyo objetivo es vender a los consumidores el refresco frío.<sup>96</sup> En el cuadro anterior se indicó que Grupo Contal y Embotelladoras Arca habían entregado respectivamente [REDACTED] refrigeradores a sus clientes, lo cual representa el [REDACTED] del total de clientes de cada embotelladora respectivamente. Además, en la distribución de refrescos se utiliza un sistema de preventa por el cual se vende el producto antes de ser entregado. Coca Cola Femsa en su informe anual de dos mil dos publicado en la página de Internet en la BMV, explicó con relación a los camiones repartidores lo siguiente:

(Eliminado 1 cuadro y 13 palabras y dos porcentajes del párrafo siguiente. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

*“(...) Son cargados con una mezcla adecuada de productos que necesitan y desean los clientes*

...

*Bajo el programa de preventa, el personal de ventas también proporciona servicios de comercialización durante las visitas a los detallistas, que pensamos mejoran la presentación de nuestros productos en puntos de venta (...)”.*<sup>97</sup>

Incluso se presentó el caso de las embotelladoras de Coca Cola y Pepsi que utilizan sistemas para recopilar información de ventas de sus rutas mediante computadoras de mano.<sup>98</sup>

De esta forma, la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas demanda realizar inversiones considerables a fin de abastecer los volúmenes de ventas de refrescos que alcanzan las marcas como Coca Cola y Pepsi. Además, hay que considerar que entre mayor sea la cantidad de cajas entregadas por ruta más se reduce el costo por caja distribuida. Ello indica que el costo de la distribución y comercialización es elevado para niveles reducidos de venta de bebidas carbonatadas. Estos dos elementos, los montos de inversión y los costos por caja distribuida mostraron que es elevado el costo de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en puntos de venta para el consumo final. Lo anterior a su vez indicó que la actividad de distribución y comercialización es de carácter local, es decir, el abasto de los puntos de venta al consumidor, ventas al menudeo, sólo se puede realizar en las propias localidades. Esta es la mayor diferencia respecto a la elaboración, envasado y comercialización de bebidas carbonatadas a nivel nacional como se estableció en el inciso anterior.

<sup>96</sup> Ver página veintiocho del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa y página treinta y uno del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>97</sup> Página doscientos nueve del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>98</sup> Páginas veintiuno, veintiocho y veintinueve del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa y páginas treinta y uno y treinta y tres del informe anual dos mil dos de Geupec.

Ajemex presentó elementos de convicción de la presunta realización de prácticas monopólicas en las siguientes zonas del país: ZM de la Ciudad de México, ciudad de Acapulco y ZM de las ciudades de: Oaxaca, Puebla, Veracruz, Xalapa, León, Guadalajara, Mérida y Querétaro. Al respecto se indica que el Valle de México comprende la Ciudad de México y su ZM. Tal situación aplica a las otras ciudades que tienen localidades conurbadas. Así, la ZM de Guadalajara incluye, entre otros, al municipio de Zapopan en donde se ubica un centro de distribución de Ajemex. De acuerdo con el INEGI, las ciudades y sus municipios colindantes integran ZM cuando rebasan una población de 100,000 habitantes y la población realiza sus actividades económicas en esas áreas.<sup>99</sup> Considerando la clasificación establecida por el INEGI los ámbitos geográficos de los mercados relevantes donde se cometieron las presuntas prácticas monopólicas son las ZM: de la Ciudad de México, Oaxaca, Puebla, Veracruz, Xalapa, León, Guadalajara, Mérida y Querétaro, así como la ciudad de Acapulco. La población de esas localidades en mil novecientos noventa y cinco se presentó en el siguiente cuadro.

**Áreas geográficas de distribución y comercialización de refrescos  
donde se cometen presuntas prácticas monopólicas**

Localidad	Número de habitantes en mil novecientos noventa y cinco
Ciudad de Acapulco	687,292
<b>ZM</b>	<b>Número de habitantes en mil novecientos noventa y cinco</b>
ZM de la Ciudad de México	16,674,160
ZM de Guadalajara	3,461,819
ZM de León	1,174,180
ZM de Mérida	779,648
ZM de Oaxaca	394,068
ZM de Puebla	1,561,558
ZM de Querétaro	679,757
ZM de Veracruz	560,200
ZM de Xalapa	370,430

Fuente: Estadísticas Sociodemográficas Ciudades con más población mil novecientos noventa y mil novecientos noventa y cinco (fojas 4457 a 4461).

Aunado a lo anterior, se tuvo que la población aproxima el tamaño de cada uno de esos mercados relevantes considerando el consumo *per cápita* de bebidas carbonatadas reportadas por el sistema Coca Cola. En la industria de refrescos se utiliza generalmente como medida el consumo *per cápita* en botellas unidad (ocho onzas). En México, había un consumo *per cápita* de cuatrocientas ochenta y siete botellas unidad de productos de Coca Cola en todo el país en el dos mil dos. Por su parte, Coca Cola Femsa reportó consumos *per cápita* en su territorio del Valle de México de quinientas cuatro botellas unidad y en el Sureste de doscientas ochenta y siete botellas unidad.<sup>100</sup>

<sup>99</sup> De acuerdo con el Glosario del INEGI, las ZM se definen como una “Extensión territorial que abarca los municipios (o delegaciones) contiguos a una concentración de población de 100 000 habitantes o más, que tienen características urbanas como sitios de trabajo o lugares de residencia de trabajadores dedicados a actividades no agrícolas; y que mantienen una interrelación socioeconómica directa, constante e intensa con la ciudad central y viceversa. Puede incluir municipios de una o más entidades federativas” (fojs 4454 a 4456).

<sup>100</sup> Página veinticuatro del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

**c) Productos y servicios sustitutos provenientes de otras regiones.**

Por lo que hace a la existencia de productos sustitutos desde otras regiones se indicó que las franquicias territoriales como las de Coca Cola y Pepsi tienen como propósito restringir la venta de refrescos a la región descrita en cada uno de los contratos firmados por las empresas embotelladoras con TCCC, abarcando de esta manera la totalidad del territorio nacional. Por otro lado, Ajemex transporta sus productos desde una planta ubicada en el centro de México, específicamente en Puebla, hacia estados ubicados en el norte, centro y sur del territorio nacional lo cual indica también que el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones no representa una limitante para el transporte y la provisión de bebidas carbonatadas dentro del país. Por ello, el mercado relevante que comprende la elaboración, envasado y transporte de refrescos tiene un ámbito nacional.

Con referencia a la distribución y comercialización en puntos de venta al consumidor final, el costo de distribución es elevado tal como se indicó con anterioridad. Por ello, tanto los consumidores como los puntos de ventas detallistas se proveen de refrescos mediante los sistemas de distribución que desarrollan las empresas refresqueras en cada localidad. Para la presente investigación, los mercados relevantes de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado corresponden a los ámbitos geográficos señalados previamente: las ZM de la Ciudad de México; así como de las ciudades de: Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz; León, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Mérida, Yucatán y Querétaro, Querétaro, así como la ciudad de Acapulco, Guerrero.

En lo concerniente al abasto de productos sustitutos desde el extranjero, se señaló que los refrescos están exentos de aranceles a partir del primero de enero de dos mil tres para los países firmantes del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. En ese tratado se estableció una desgravación arancelaria a partir del uno de enero de mil novecientos noventa y cuatro en diez etapas, reducción del 2% anual, que concluyó el uno de enero de dos mil tres.<sup>101</sup> A pesar de esa eliminación de aranceles en los últimos años, el valor de las importaciones es reducido. Estas fueron de USD\$28,120,000.00 (veintiocho millones ciento veinte mil dólares, moneda de curso legal en los Estados Unidos de Norteamérica) en dos mil dos,<sup>102</sup> la mayor parte de ellas provenientes de los Estados Unidos de Norteamérica. Esas importaciones son reducidas si se comparan con las ventas netas, por ejemplo de Coca Cola Femsa que en ese año fueron de USD\$1,672,400,000.00 (mil seiscientos setenta y dos millones cuatrocientos mil dólares, moneda de curso legal en los Estados Unidos de Norteamérica).<sup>103</sup> De ese modo, aunque los aranceles

<sup>101</sup> Ver fracción arancelaria 2202.10.01, anexo 302.2 Sección B Lista de desgravación de México, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Diario Oficial de la Federación del 20 de diciembre de 1993 (fojas 4427 a 4446).

<sup>102</sup> Información obtenida de MERITS-MEXICO: Module to Explore and Review International Trade Statistics (fojas 4447 a 4453).

<sup>103</sup> Ver página cuarenta y seis del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

hayan sido disminuidos progresivamente, el reducido monto de importaciones de refrescos indicó que no son sustitutos económicos de las bebidas carbonatadas distribuidas y comercializadas tanto en el país como en las diez áreas geográficas objeto de la investigación del presente expediente.

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

En el mercado relevante analizado, las tiendas detallistas u otros establecimientos no se proveen por sí de refrescos sino que las embotelladoras transportan los refrescos hasta esos puntos de venta. Ello se explica por el costo que representaría para una tienda individual el transportar los refrescos a sus establecimientos. La existencia de esos costos afectaría el abastecimiento regular y la venta de refrescos en caso de que no existieran los sistemas de distribución de las embotelladoras. Esto lo muestra, como se mencionó antes, el promedio de tres punto dieciocho visitas a la semana que realizan los vendedores de los embotelladores del sistema Coca Cola. Estos elementos muestran que son elevados los costos y bajas las probabilidades para que los establecimientos detallistas y los consumidores finales acudan a otros mercados para abastecerse en los mercados relevantes analizados.

De esta forma, se señaló que se está ante la presencia de diez ámbitos geográficos que comprenden, a su vez, diez mercados relevantes de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de la Ciudad de México; y las ZM de las ciudades de: Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz; León, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Mérida, Yucatán; Querétaro, Querétaro y la ciudad de Acapulco, Guerrero. En esos ámbitos geográficos se analizaron las presuntas prácticas monopólicas objeto del presente expediente. Además, hay un ámbito geográfico nacional del mercado que comprende la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas el cual se determinó en virtud de que el abasto al mayoreo de esos productos puede realizarse mediante el transporte de esos productos o la instalación de plantas de envasado, además de que la comercialización de las marcas de bebidas carbonatadas se realiza a nivel nacional.

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.

Al respecto, se indicó que las normatividades se refieren a los requisitos que deben cumplir de manera general las empresas del sector, por ejemplo, las normas oficiales mexicanas que establecen los requerimientos que deben satisfacer los refrescos para ser destinados al consumo humano (Norma Oficial Mexicana NMX-F-439-1983).<sup>104</sup> Además de esa norma específica para

<sup>104</sup> Fojas 4487 a 4491 del expediente al rubro citado.

la elaboración de bebidas carbonatadas no existe otra normatividad que limitara el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas o el acceso de los proveedores a clientes alternativos.

En conclusión, esta CFC consideró que las conductas investigadas se están llevando a cabo en los mercados relevantes de la ciudad de Acapulco, Guerrero por parte de Yoli de Acapulco y Agua de Taxco Yoli; en las ZM de las ciudades de: México; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato por parte de Coca Cola Femsa, Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo; en la ZM de Guadalajara, Jalisco por parte de Grupo Continental, Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan; en la ZM de Mérida, Yucatán por parte de Administración Peninsular Corporativa, Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular y en la ZM de Querétaro, Querétaro por parte de Fomento Queretano, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan respecto de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC y las empresas referidas, todas integrantes del sistema Coca Cola.

Asimismo, en el oficio de presunta responsabilidad se analizó el poder relevante correspondiente al indicar que por su parte el artículo 13 de la LFCE, al referirse a la determinación de poder sustancial del presunto infractor en el mercado relevante, dispone que esta CFC debe considerar los criterios previstos en las fracciones del citado ordenamiento legal, los cuales se deben analizar conjuntamente con los artículos 10, 11 y 12 del RLFCE.

- I. Su participación en dicho mercado y si puede fijar precios unilateralmente o restringir el abasto en el mercado relevante sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder;

Para efectos de lo anterior, el artículo 10 del RLFCE dispone que: “Para determinar la participación de mercado a que se refiere la fracción I del artículo 13 de la Ley, se tomarán en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva o cualquier otro factor que la Comisión estime procedente.”

Para estimar la participación de mercado de los embotelladores integrantes del sistema Coca Cola se utilizó como medida el porcentaje de ventas en CU, la cual equivale a veinticuatro botellas de ocho onzas. Esa es una medida de equivalencia para las diferentes presentaciones y tamaños de refrescos que es de uso estándar en la industria para determinar la capacidad instalada y las ventas realizadas en el mercado.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

## A. Participación de mercado.

### a) Participación de mercado del sistema Coca Cola representado por TCCEC.

De acuerdo con los reportes de la empresa TCCC, la venta de refrescos de la marca Coca Cola en México en los años dos mil uno y dos mil dos fue alrededor de mil novecientos catorce millones de CU y dos mil sesenta y cuatro millones de CU, respectivamente (ver cuadro siguiente). Ese volumen de ventas representarían un porcentaje aproximado de 68.1% y 70.6% de las ventas de refrescos en el país durante los respectivos años mencionados. Esos porcentajes se refieren a la venta total de refrescos, tanto en envase abierto como cerrado, pero la mayor parte de la venta de refrescos se realiza en este último. Como se anotó en el análisis del mercado relevante,<sup>105</sup> Grupo Contal en su informe anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos, publicado en la página en Internet de la BMV, reportó que 69.7% de sus ventas las realiza en tiendas detallistas, tiendas de conveniencia, farmacias y supermercados,<sup>106</sup> en tanto que Coca Cola Femsa en su informe anual al treinta y uno de diciembre de dos mil uno publicado en la página de Internet de la BMV, indicó que vende:

*“(...) la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (...)”.*<sup>107</sup>

Entonces, las participaciones de mercado señaladas son una aproximación consistente del porcentaje de mercado de Coca Cola en el mercado de bebidas carbonatadas en envase cerrado.

**Participación de Mercado del sistema Coca Cola en México Años 2001 y 2002**

	2001	2002
Volumen de ventas Coca Cola en México Millones de cajas unidad	1,914 <sup>1</sup>	2,064 <sup>2</sup>
Volumen de ventas de refrescos en México Millones de cajas unidad	2,810.7 <sup>3</sup>	2,923.1
% de mercado de Coca Cola	68.1%	70.6%

1 Paginas treinta y siete y treinta y ocho, 2001 Annual Report, The Coca Cola Company (fojas 4737 a 4830).

2 Paginas cuarenta y uno y cuarenta y dos, 2002 Annual Report, The Coca Cola Company (fojas 4831 a 4948).

3 De acuerdo con reporte del mercado de bebidas en México de la empresa Beverage Marketing, en México se tuvo en dos mil un consumo *per cápita* de ciento cincuenta y cinco punto nueve litros. Considerando una población de noventa y siete millos cuatrocientos ochenta mil habitantes (INEGI), se tendría un consumo en México de dos mil seiscientos setenta y seis punto nueve millones de CU en ese año. Para estimar el consumo de dos mil uno y dos mil dos se aplicaron las tasas de crecimiento de 5% y 4% de la industria para dos mil uno y dos mil dos reportadas por The Coca Cola Company. Página ciento cinco del dos mil dos Annual Report y página cuarenta del dos mil uno Annual Report de The Coca Cola Company. (Reporte para México de Beverage Marketing [www.beveragemarketing.com](http://www.beveragemarketing.com) fojas 4507 a 4509).

<sup>105</sup> De conformidad con lo prescrito en la fracción I del artículo 12 de la LFCE.

<sup>106</sup> Ver página quince del informe anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>107</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete, informe anual al treinta y uno de diciembre de dos mil uno de Coca Cola Femsa.



**b) Participación de mercado en los diez mercados relevantes locales.**

Los porcentajes de mercado en los mercados relevantes que comprenden la ciudad de Acapulco y la ZM analizadas se estimaron también con base en el consumo de CU de acuerdo con los siguientes elementos:

- Por una parte, las empresas Coca Cola Femsa (ZM de México y ZM de Oaxaca), Panamco México (ZM de León, ZM de Puebla, ZM de Veracruz, ZM de Xalapa) y Grupo Contal (ZM de Guadalajara) reportaron los consumos *per cápita* de sus respectivos territorios.
- En el caso de los mercados atendidos por el Grupo Yoli (Acapulco), el Grupo Peninsular (ZM de Mérida) y Grupo Fomento Queretano (ZM de Querétaro), se consideró que sus consumos *per capita* se pueden aproximar por el consumo *per cápita* nacional de los productos de Coca Cola, el cual fue de cuatrocientas ochenta y siete botellas unidad en dos mil dos. Es decir, se supone que el consumo en esos mercados es similar al consumo promedio de los productos de Coca Cola en el país; y
- Para estimar el consumo de refrescos en cada mercado relevante se consideró que ese consumo puede ser aproximado por el consumo *per capita* nacional de refrescos para dos mil dos, que ascendió a setecientos punto seis botellas unidad. Es decir, se supone que en cada mercado relevante se tiene, en promedio, un consumo similar al nacional. Este supuesto puede sobreestimar o subestimar los porcentajes estimados en algunos mercados como se verá más adelante.

En el cuadro que se transcribe se presentaron los porcentajes de mercados estimados del sistema Coca Cola en cada uno de los diez mercados relevantes analizados. Con excepción del mercado relevante de la ZM de Oaxaca, que se analizó más adelante, los porcentajes de mercado estimados se encuentran en un rango de 65.5% para Coca Cola Femsa en el mercado de la ZM de la Ciudad de México y de 78.0% para Panamco México (subsidiaria de Coca Cola Femsa) en los cuatro mercados relevantes señalados en el cuadro que son atendidos por esa empresa.

Respecto al mercado relevante de la ZM de Oaxaca, la empresa Coca Cola Femsa anotó que en la región del sureste del país son bajos los consumos *per cápita* debido a que es un área grande y montañosa con baja densidad de población e ingresos *per capita* bajos. En ese caso, el consumo *per capita* de tal mercado no es aproximado adecuadamente por el consumo *per capita* nacional de bebidas carbonatadas. Por ello se estimó el porcentaje de mercado con base en la producción (porcentaje de utilización de la capacidad instalada) de la planta de envasado que opera la empresa Coca Cola Femsa en esa zona. Para evaluar si ese cálculo es adecuado también se obtiene un porcentaje de mercado para el Valle de México y Guadalajara con base en tal criterio. Esas estimaciones se presentan en la última columna del cuadro.

**Participaciones de mercado de embotelladoras de Coca Cola en 2002 en los mercados relevantes analizados**

Localidad	Grupo	Consumo per capita	Porcentajes de mercado		
		Reportado por	Respecto al	Reportado	Respecto a la



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

	Embotellador de Coca Cola	empresas de Coca Cola # botellas de 8 oz	consumo per capita nacional 700.6 botellas <sup>4</sup>	por la empresa	producción de cada mercado <sup>6</sup>
1. Ciudad de Acapulco	Grupo Yoli	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
2. ZM de la Ciudad de México	Coca Cola Femsa-Panamco	462 <sup>2</sup>	65.9	- o -	69.89 <sup>7</sup>
3. ZM de Guadalajara	Grupo Contal	504 <sup>3</sup>	71.9	- o -	76.20 <sup>8</sup>
4. ZM de León	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
5. ZM de Mérida	Grupo Peninsular	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
6. ZM de Oaxaca	Coca Cola Femsa-Panamco	287 <sup>2</sup>	- o -	- o -	85.33 <sup>9</sup>
7. ZM de Puebla	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
8. ZM de Querétaro	Grupo Fomento Queretano	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
9. ZM de Veracruz	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
10. ZM de Xalapa	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
Nacional	Sistema Coca Cola	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -

<sup>1</sup> Página veinticuatro del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>2</sup> Consumo *per capita* en el territorio del Valle de México. Página veinticuatro del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>3</sup> Consumo *per capita* en las zonas asignadas a este grupo. Página veintiuno del informe anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>4</sup> El consumo *per capita* nacional se obtiene de: a) la venta estimada de refrescos en el país en dos mil dos, por dos mil novecientos millones cien mil CU y b) por una proyección de la población en dos mil dos con base en la población de dos mil y aplicando la tasa de crecimiento anual de la misma entre mil novecientos noventa y cinco y dos mil. Se obtiene una población de ciento un millones setecientos mil habitantes (Estadísticas sociodemográficas, INEGI).

<sup>5</sup> Página veinticinco del Informe anual dos mil dos de Panamco de México.

<sup>6</sup> Calculo obtenido con base en la producción o capacidad utilizada de plantas ubicadas en esos mercados y la estimación de la población en tales mercados.

<sup>7</sup> Se considera la capacidad utilizada de tres plantas de envasado ubicadas en el Valle de México y una planta en Toluca. La población de la ZM de la Ciudad de México en dos mil dos se estima con base en la población de mil novecientos noventa y cinco y la tasa de crecimiento anual de la población del DF y el Edomex entre tal año y dos mil.

<sup>8</sup> Se considera la producción de las plantas de la embotelladoras La Favorita y Zapopan, ambas en la ZM de Guadalajara. La población se estima igual que en la ZM de la Ciudad de México. Página veinte del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>9</sup> Se considera la capacidad utilizada de la planta ubicada en la ciudad de Oaxaca. La población se estima igual que en la ZM de la Ciudad de México. Ver página treinta y nueve del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

De la información contenida en el cuadro anterior el porcentaje de mercado de Coca Cola Femsa en el mercado relevante de la ZM de Oaxaca se estimó en 85.33%. Ese porcentaje se refiere a la producción de la planta de envasado ubicada en esa zona considerando que toda su producción puede abastecer eventualmente ese mercado. Como se puede observar, aplicando idéntico criterio para estimar los porcentajes de mercado en la ZM de México y la ZM de Guadalajara, se obtuvieron porcentajes aproximados a los estimados anteriormente. Para la ZM de la Ciudad de México se estimaría un porcentaje de 69.89%, el cual se aproximó al 65.9% estimado con base en



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

la información de Coca Cola Femsa (cuarta columna del cuadro). Tal situación ocurre en el mercado de la ZM de Guadalajara con un porcentaje estimado de 76.2%, que es cercano al 71.9% estimado con base en la información de Grupo Contal. Por lo tanto, el porcentaje de mercado estimado para Coca Cola Femsa en la ZM de Oaxaca se pudo encontrar entre un porcentaje nacional de 69.5% y el porcentaje de 85.3% estimado con base en la producción de la planta de envasado instalada en tal mercado.

Los porcentajes de mercado anteriores mostraron que las embotelladoras de Coca Cola tuvieron en dos mil dos participaciones de mercado en los diez mercados relevantes analizados en un rango de 65.9% a 85.3%. Además, se señaló que el porcentaje de mercado a nivel nacional estimado con base en el consumo *per capita* fue de 69.5% en el dos mil dos, el cual no difiere significativamente respecto al 70.6% señalado en el inciso anterior que fue obtenido con base en el volumen de ventas.

### **B. Capacidad para fijar precios.**

Las bebidas carbonatadas tienen diferentes presentaciones con diferentes precios. De ese modo, la capacidad para fijar precios se analizó en función tanto de los precios de cada presentación de refresco como al precio promedio de la canasta de productos ofrecida por los embotelladores de Coca Cola.

La demanda de productos diferenciados, como el refresco de cola de la marca Coca Cola, se vuelve más inelástica a cambios en los precios. Esto significa que los precios pueden aumentar en un porcentaje, pero la demanda puede disminuir en una menor proporción. Eso depende de los productos ofrecidos por los competidores pero hay dos factores que indicaron que los competidores no pudieron contrarrestar la capacidad de Coca Cola para fijar precios en el mercado.

En primer lugar se encontró, la mayor preferencia de los consumidores por los productos de esa marca. Tal situación se demostró con el volumen de ventas de los refrescos de cola de la marca Coca Cola en México por mil quinientos millones de CU en el año dos mil uno<sup>108</sup> equivalente a 53.4% de la ventas de refrescos totales en México en ese año. Esto se debió, entre otras razones, a la preferencia de los consumidores por el refresco de cola de esa marca. Es decir, el consumidor estaría dispuesto a pagar más por sus productos más preferidos. Por ello, Coca Cola Femsa en su informe anual dos mil uno publicado en la página en Internet de la BMV, señaló que la estrategia de mercadotecnia consiste en analizar de manera detallada, lo siguiente:

*“(...) Las pautas y preferencias de compra de varios grupos de consumidores de refrescos. En respuesta a este análisis, diseñamos nuestras estrategias de productos, precios,*

<sup>108</sup> Ver página quince, 2001 Annual Report, The Coca Cola Company.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*empaques y distribución para satisfacer las necesidades específicas y explotar el potencial de cada canal (...)*”.

En segundo lugar, la diferenciación de productos le permitió al sistema Coca Cola tener capacidad para aumentar precios. Respecto de este punto, Coca Cola Femsa en su informe anual dos mil uno publicado en la página en Internet de la BMV, explicó lo siguiente:

*“(...) El crecimiento de 14.9% en ventas netas en los territorios mexicanos fue la combinación de un fuerte crecimiento en volumen y la estrategias de precios de la Compañía. A través de la segmentación de nuestro mercado con presentaciones específicas la Compañía registró un 4.3% de incremento real en precio (...)*”.<sup>109</sup>

El aumento en el volumen de ventas al que se hizo referencia puede deberse a una combinación de factores como son: el aumento de la población, aumento del ingreso, o pérdida de mercado de otras empresas, pero lo que se destacó es que Coca Cola Femsa atribuyó a la segmentación del mercado la factibilidad de aumentar los precios en términos reales (descontando la inflación de la economía) en los productos de Coca Cola. También en dos mil dos, Coca Cola Femsa reportó haber aumentado el precio promedio de sus productos en los territorios mexicanos en un porcentaje de 1.1% en términos reales.<sup>110</sup>

Un tercer indicio de la capacidad del sistema Coca Cola para fijar precios en el mercado se mostró en la siguiente gráfica donde se presentaron precios por litro de refrescos de Coca Cola y Pepsi en autoservicios de la Ciudad de México en dos mil dos.<sup>111</sup> Esa gráfica es indicativa de la estrategia de Pepsi de competir con Coca Cola mediante reducción de precios en algunas presentaciones de refrescos. Sin embargo, Coca Cola Femsa que cubre el territorio correspondiente a la Ciudad de México reportó aumentos en los precios reales de sus productos y aumentos en el volumen de ventas durante 2002.<sup>112</sup> Lo anterior constituyeron indicios de la reducida capacidad del principal competidor de Coca Cola para contrarrestar la política de precios del sistema Coca Cola.

---

<sup>109</sup> Página sesenta y uno del informe anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.

<sup>110</sup> Página cuarenta y ocho del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>111</sup> Información proporcionada por Profeco.

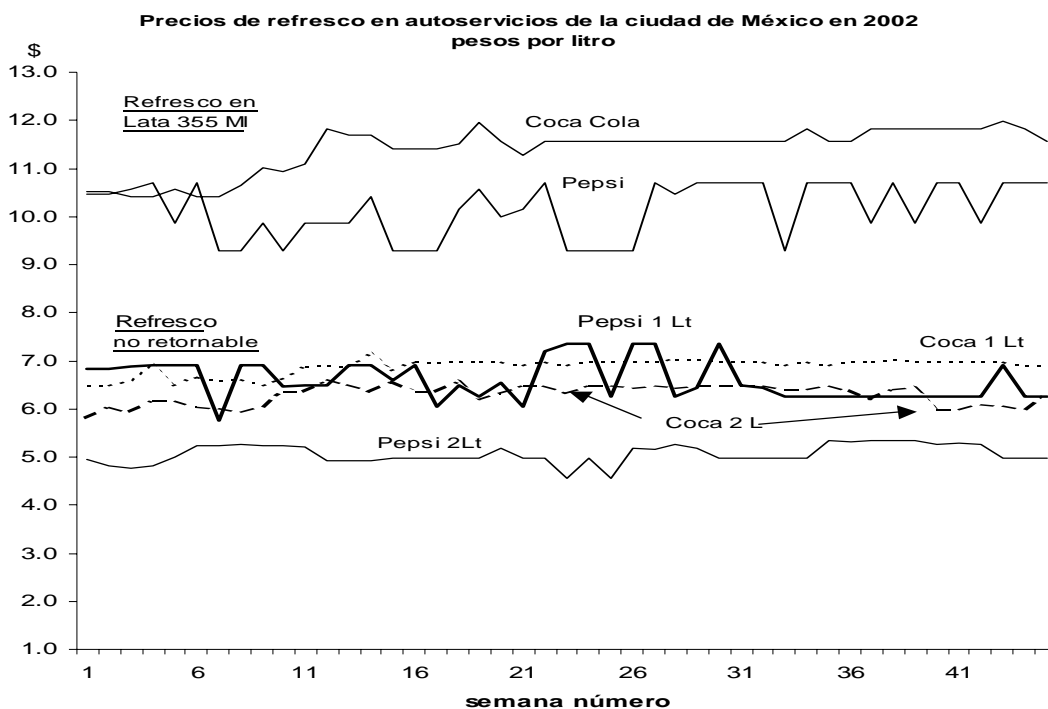
<sup>112</sup> “las ventas netas crecieron 6.7% en los territorios mexicanos. Durante 2002, el precio real promedio por caja unidad se incrementó 1.1%, principalmente debido a los incrementos implementados en el Valle de México durante febrero de 2002... Durante 2002 comparado con 2001, el volumen de ventas en territorios mexicanos: en el segmento de colas creció 0.8%, alcanzando 362.2 millones de cajas unidad. El segmento de sabores incrementó un 12.9%, el volumen fue de 110.9 millones de cajas unidad (...)”. Página cuarenta y siete del Informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.



COMISION FEDERAL

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente DE-21-2003



La diferenciación de productos permitió establecer políticas de precios para diferentes consumidores, incluso productos de bajo precio para los consumidores que le dan más importancia a ese factor. Así lo señala Coca Cola Femsa en su informe anual de dos mil dos publicado en la página de Internet de la BMV, como a continuación se transcribe:

*“(...) Creemos que nuestro compromiso con respecto a la disponibilidad de presentaciones retornables nos permite competir sobre la base de precio con nuestros competidores en el segmento de precios bajos en México (...)”.*<sup>113</sup>

Las consideraciones previas se consideraron válidas para todos los mercados relevantes analizados, ya que las embotelladoras de Coca Cola siguen idénticas estrategias de manera coordinada para diferenciar productos, es decir, para introducir productos con nuevas presentaciones y sabores, así como productos de bajo precio a fin de atender las necesidades de diferentes grupos de consumidores. Como señaló el propio Grupo Contal, en el dos mil dos introdujo un nuevo sabor del refresco Lift, nuevos empaques de plástico no retornable de un litro para los refrescos Coca Cola y Coca Cola Light, así como la presentación de dos punto cinco litros de Coca Cola.<sup>114</sup> Precisamente este último es el producto de bajo precio con el cual se compete con los productos de Big Cola.

Con base en lo anterior, se pudo concluir que los embotelladores del sistema Coca Cola y las cabezas de grupo que la conforman, es decir, Grupo Yoli, Coca Cola Femsa-Panamco, Grupo

<sup>113</sup> Página veintiséis del Reporte Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>114</sup> Página veinticinco del informe anual dos mil dos de Grupo Contal.

Continental, Grupo Peninsular y Grupo Fomento Queretano, tienen una participación significativa en cada uno de los mercados relevantes analizados: la ciudad de Acapulco y las ZM de las ciudades de: México, Guadalajara, León, Mérida, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Veracruz y Xalapa. Además, que medida en su conjunto o de manera agregada el sistema Coca Cola también disfruta de una alta participación en el mercado relevante que comprende la elaboración, envasado, transporte y comercialización nacional de bebidas carbonatadas.

Esos niveles altos de participación de mercado se explicaron en parte por la diferenciación de productos que ha logrado el sistema Coca Cola, lo que le permite atender las necesidades específicas de los consumidores. Esa es la razón de los altos porcentajes de venta del refresco Coca Cola a pesar de la disminución de precios de su competidor Pepsi y de la introducción de marcas de bajo precio. Como se analizó en la fracción III del artículo 13 de la LFCE, Ajemex ofreció principalmente productos de tamaño familiar de 2.6 litros cuyo precio es bajo, pero esa empresa tiene una reducida capacidad de envasado y distribución de sus productos, de tal forma que no tendría posibilidad de restringir la capacidad del sistema Coca Cola y de sus embotelladoras para fijar precios en los diez mercados relevantes analizados, ni en el mercado nacional de bebidas carbonatadas.

II. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores;

Para el análisis de la anterior fracción, el artículo 11 del RLFCE establece lo siguiente:

I. Los costos financieros o de desarrollar canales alternativos, el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales distribución eficientes;

En el mercado de refrescos una barrera a la entrada ha sido el desarrollo de un sistema de distribución para abastecer puntos de venta, en su mayoría tiendas detallistas. La extensión y tamaño de ese sistema da una idea de la importancia que tiene en el mercado de refrescos. Por lo que hace al sistema Coca Cola señaló que tiene cuatrocientos sesenta y cinco centros de distribución y once mil rutas de distribución atendidos con una flotilla de veintidós mil vehículos, con los cuales se provee refrescos a un millón cien mil puntos de venta y en las cuales se realizan tres millones quinientos mil visitas cada semana.<sup>115</sup> Es decir, los embotelladores de Coca Cola realizaron un promedio de tres punto dieciocho visitas a la semana a los puntos de venta. Algo similar indicó el Grupo Contal cuando señaló que en promedio vende veinticuatro punto un CU a cada uno de sus doscientos diecisiete mil clientes y realiza tres visitas promedio a la semana.<sup>116</sup>

Algunos de los principales recursos en la distribución y comercialización de los embotelladores de Coca Cola y Pepsi se presentaron en los cuadros siguientes.

<sup>115</sup> Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, dos mil dos.

<sup>116</sup> Página 15 del Reporte Anual 2002 de Grupo Contal.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**Recursos de distribución del grupo de embotelladores de Coca Cola en el año 2002**

	Número de refrigeradores	Centros de dist.	Rutas	Miles de clientes	Número de vehículos	vendedores	Ventas 2002 mill. CU	Miles CU x ruta	CU x cliente
1.Continental <sup>1</sup>	124,992	n.d.	1,703	217	4,788	n.d.	259.0	152.1	1,193.5
2.Panamco <sup>2</sup>	n.d.	n.d.	2,042	237	n.d.	n.d.	291.7	142.9	1,230.8
3.CC Femsa <sup>3</sup>	n.d.	53	1,486	284	n.d.	n.d.	473.27	318.5	1,668.5
a) Valle de México	n.d.	15	1,083	n.d.	n.d.	n.d.	355.98	328.7	n.d.
b) Sureste	n.d.	38	403	n.d.	n.d.	n.d.	117.29	291.0	n.d.
4. Arca <sup>4</sup> (2001)	144,000	85	2,026	187	3,400	5,600	406.5	200.6	2,178.3
a) Este	n.d.	42	1,319	105	n.d.	n.d.	232.6	176.3	2,207.0
b) Oeste	n.d.	44	707	81	n.d.	n.d.	173.9	246.0	2,141.0
Suma 1+2+3+4	- o -	138	7,257	924	- o -	- o -	1,448	199.5	1,566.8
Coca Cola <sup>5</sup>	n.d.	465	11,000	1,100	22,000	n.d.	2,064	187.6	1,876.4

<sup>1</sup> Páginas quince y veinte del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>2</sup> Página veintidós y veinticinco del informe anual dos mil dos de Panamco México.

<sup>3</sup> Página veintiuno, veinticinco y veintinueve del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>4</sup> Página veintiséis del informe anual dos mil uno de Embotelladoras Arca.

<sup>5</sup> Ver Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, dos mil dos.

**Recursos de distribución del grupo de embotelladores de Pepsi en los años 2001 y 2002**

	Número de refrigeradores	Centros de dist.	Rutas	Miles de clientes	Número de vehículos	vendedores	Ventas millones CU	Miles CU por ruta	CU x cliente
1.Geupec <sup>1</sup>	n.d.	81	1,142	150	1,154	n.d.	98.8	86.5	658.7
Franquicia de Guadalajara (Jalisco, Colima y Nayarit)	n.d.	n.d.	2,042	56	n.d.	n.d.	37.4	n.d.	667.9
2.Gemex <sup>1</sup>	n.d.	141	2,564	n.d.	2,674	n.d.	329.3	128.4	n.d.
Ciudad de México	n.d.	25	857	n.d.	751	n.d.	112.4	131.2	n.d.
Suroeste	n.d.	29	494	n.d.	328	n.d.	53.4	108.1	n.d.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Sureste	n.d.	17	199	n.d.	471	n.d.	23.5	118.1	n.d.
Centro Norte	n.d.	35	428	n.d.	828	n.d.	52.3	122.2	n.d.
Noreste	n.d.	35	586	n.d.	296	n.d.	87.7	149.7	n.d.

<sup>1</sup> Páginas dos, veintidós, treinta y uno y cincuenta y uno del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>2</sup> Páginas veintitrés y treinta y seis del informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex.

Las rutas de distribución y vehículos utilizados por las embotelladoras indicaron la importancia de la distribución en el mercado de bebidas carbonatadas. Por ejemplo, en el mercado relevante geográfico correspondiente a la Ciudad de México, Coca Cola Femsa y Pepsi Gemex compiten con mil ochenta y tres y ochocientos cincuenta y siete rutas de distribución, respectivamente, aunque las ventas de Coca Cola superaron en una proporción de tres punto diecisiete veces a las de Pepsi (trescientos cincuenta y cinco millones novecientos ochenta mil CU contra ciento doce millones cuatrocientos mil CU, respectivamente). Eso se reflejó en la distribución de CU por ruta entre ambas empresas donde Coca Cola Femsa superó en una proporción de dos punto cinco a uno a Pepsi Gemex. Es decir, la distribución de los refrescos en los puntos de venta requiere de significativos recursos materiales y humanos para abastecerlos, siendo en su mayoría tiendas detallistas.

Por su parte, Ajemex utilizó un sistema de distribución diferente al predominante en el mercado de refrescos. Ese sistema se basa en comisionistas que emplean su propio equipo de transporte, de modo que Ajemex no requiere realizar esa inversión. Sin embargo, eso no significó que se haya eliminado ese costo de distribución ya que lo único que cambió es quién realiza la inversión, en este caso los comisionistas que utilizan su propio transporte.

Además del sistema de distribución, las empresas embotelladoras tienen políticas de comercialización en tiendas detallistas basadas en la entrega de refrigeradores, descuentos por volumen y consumo y otras promociones. Una gran ventaja la otorgan los refrigeradores que se entregan a los puntos de venta para que la bebida carbonatada se ofrezca fría a los consumidores,<sup>117</sup> bajo la condición de que sólo se empleen para refrigerar los productos de la marca. Asimismo, las embotelladoras buscan que sus productos se coloquen a la vista del público en los lugares de acceso de la tienda. Estas políticas si bien pudieron tener justificaciones, tuvieron el efecto de favorecer a ciertas marcas debido al reducido espacio que por lo general existe en las tiendas detallistas. Por ello, las políticas de mercadotecnia favorecieron a los embotelladores que otorgaron mayores incentivos económicos o en especie.

Por otro lado, en el mercado de bebidas carbonatadas no se tiene conocimiento de que existan problemas para tener acceso al financiamiento o la tecnología, aunque eso dependerá del desempeño de las empresas. Las empresas grandes pueden obtener apoyo de sus empresas asociadas, como es el caso de Coca Cola Femsa que reportó que obtendría probablemente una

<sup>117</sup> Página veintiocho del Reporte Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa y página treinta y uno del informe anual dos mil dos de Geupec.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

línea de crédito de doscientos cincuenta millones de dólares otorgada por TCCC.<sup>118</sup> También se pueden considerar las condiciones en que se obtienen los préstamos de largo plazo. Por ejemplo, por lo que hace a Ajemex, obtuvo 54% de sus préstamos a tasas de interés de [REDACTED] anual y otro a [REDACTED] de los préstamos a una tasa [REDACTED] más [REDACTED] puntos, además los plazos de pago son del año XXXX.<sup>119</sup> En tanto, Coca Cola Femsa ha obtenido la mayor parte de sus préstamos bancarios con tasas de interés entre 8.95% y 9.44% y sus vencimiento son de dos mil cuatro a dos mil ocho.<sup>120</sup> Es decir, esas empresas han obtenido sus préstamos en condiciones similares en cuanto a costo del dinero y plazos de pago lo cual indicaría en principio que el acceso a fuentes de financiamiento no es una barrera a la entrada en los mercados relevantes analizados. Sin embargo, la estructura de capital sí puede representar una barrera como se verá más adelante. (Eliminado 3 porcentajes, una cifra y 8 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Al respecto se indicó que Ajemex en respuesta al numeral 13 de su correspondiente oficio de requerimiento de información que establecía: “(...) 13. *Describe la existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente hayan podido alterar tanto dichas barreras como la oferta de los productos de bebidas carbonatadas de Ajemex (...)*”, señaló lo siguiente:

*“(...) El mercado relevante de bebidas carbonatadas se caracteriza por contar con barreras a la entrada sumamente elevadas. Más aún, las empresas que conforman el Grupo Coca Cola han actuado tradicionalmente con el fin de acrecentar dichas barreras y así, mantener y aumentar su poder sustancial. Pruebas irrefutables de las elevadas barreras a la entrada son el bajo número de competidores en el mercado (un mercado sumamente concentrado) y el aún más bajo número de nuevos competidores que han entrado al mercado en las últimas décadas. Antes de Big Cola, el último competidor que había entrado al mercado ofreciendo un producto de cola fue una marca de nombre Fiesta Cola en los años setenta (...)*”.

Asimismo, Ajemex indicó dentro de las principales barreras a la entrada lo siguiente:

*“(...) Poder de marca. Históricamente la estructura del mercado relevante no sólo en México, sino en los mercados de bebidas carbonatadas alrededor del mundo, se ha caracterizado por el poder que tienen las marcas y la fidelidad de los consumidores. Así, principalmente Coca Cola, pero también Pepsi, Seven Up, Fresca o Fanta, cuentan con presupuestos elevados de publicidad y mercadotecnia con el fin de mantener la fuerza de dichas marcas. Existen estudios económico-financieros respecto al valor de las marcas*

<sup>118</sup> Página veintinueve del Reporte Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>119</sup> Ver paginas nueve y diez de los estados financieros de Ajemex.

<sup>120</sup> Ver página F21 del Reporte Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*donde las antes mencionadas ocupan los primeros lugares en comparación a marcas de numerosas industrias o mercados de consumo. En particular, la marca Coca Cola ocupa el primer lugar, considerándose la marca de mayor valor en el mundo. Las empresas dueñas o embotelladoras de dichas marcas gastan cada año elevadas cantidades en publicidad y mercadotecnia con el fin de mantener y acrecentar la presencia y popularidad de las mismas y así diferenciar sus productos. Un nuevo participante en el mercado requiere de una inversión cuantiosa para que su marca sea reconocida en el mercado y así pueda formar parte de las preferencias de los consumidores.*

**Accesos a puntos de venta.** *Como se ha mencionado, gran parte de las ventas del mercado se realizan a través del canal detallista. Para poder llegar a un mayor número de puntos de venta de este tipo, se requiere el desarrollo, coordinación y mantenimiento de estructuras de distribución y ventas muy extensas y coordinadas. Para mantenerse vigentes en los anaqueles de estos puntos de venta, se requiere contar con un sistema de rutas muy eficientes que abastecen a las tiendas detallistas cantidades pequeñas del producto pero de manera muy frecuente y oportuna. Para lograr esto, las embotelladoras de Grupo Coca Cola y en menor medida de Pepsi, cuentan con extensas flotas de camiones repartidores y con fuerzas de ventas con equipos sofisticados de comunicación. Asimismo, cuentan con un número elevado de centros de distribución a través de sus territorios exclusivos. El desarrollo de tales sistemas de logística y distribución requiere una muy elevada inversión.*

*Mi representada ha instrumentado una estrategia innovadora, pero aún así riesgosa, para disminuir esta barrera... Sin embargo, las conductas anticompetitivas de las embotelladoras del Grupo Coca Cola buscan entre otras cosas destruir la red de distribución de Ajemex. Para mantener dicha red en operación, los microempresarios y transportistas que la conforman requieren tener libre acceso a las tiendas detallistas, ya que su ingreso está en función de las comisiones de las ventas que realicen. De funcionar las conductas anticompetitivas de las embotelladoras de Coca Cola, aquellos verían su ingreso sensiblemente mermado y por ende, buscarían otras actividades más redituables.*

**Poder de negociación de empresas de Grupo Coca Cola.** *Las tiendas detallistas, en su mayoría pequeños micro negocios con nulo acceso al crédito y sin capacidad para enfrentar situaciones especiales dependen de unos cuantos productos “ancla” para atraer clientela y lograr ventas que les permita seguir operando. Uno de esos productos “ancla” es el refresco Coca Cola. Por otro lado, las empresas del Grupo Coca Cola cuentan con gran poder económico. Cada uno de los negocios detallistas representa un porcentaje insignificante de las ventas de cualquiera de las empresas de Grupo Coca Cola. Según estimaciones, estas llegan a más de 1,000,000 de puntos de venta, en su mayoría tiendas detallistas. Como resultado, las empresas del Grupo Coca Cola ejercen un gran poder de negociación con respecto a las tiendas detallistas, situación que le permite imponer condiciones. Otro elemento que aumenta el poder de negociación es el hecho de que las*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*empresas de Grupo Coca Cola tienen como política prestar refrigeradores, pintar paredes, regalar publicidad y otros artículos con el fin de ganarse a los negocios detallistas. Para cualquier potencial competidor, esto representa una barrera artificial elevada, ya que para ser aceptados y mantenerse en los anaqueles en las tiendas detallistas se debe doblar la influencia que ejerce el Grupo Coca Cola en estos pequeños comercios.*

**Elevados costos de entrada y salida.** Se requiere una inversión importante (cerca de [REDACTED]) para construir e iniciar operaciones en una planta moderna que permita producir cantidades suficientes del producto para abastecer a distribuidores minoristas y mayoristas en el mercado. El tiempo para la construcción, configuración y adecuación de una planta requiere alrededor de 12 meses de trabajo. Las líneas de producción y de embotellado son específicas para la industria refresquera por lo que, difícilmente y por medio de un gasto muy elevado, podría utilizarse para otro fin. El precio de reventa de las líneas de producción es muy bajo debido a su especificidad, a su poca demanda y al costo para transportarse. (Eliminado 4 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Economías de escala e integración vertical.** Íntimamente relacionado con el punto anterior, las características del producto y el mercado hacen que existan considerables economías de escala. Este es un negocio de costos productivos fijos y variables elevados y de bajos márgenes que requieren para lograr la rentabilidad de una elevada utilización de la capacidad y de una fuerte rotación del producto. La localización de numerosos puntos de venta que requieren un número bajo de unidades de producto por entrega, obliga a los competidores a extender sus actividades a varias regiones. Igualmente, los agentes económicos recurren a integrarse en los diferentes eslabones de la cadena productiva con el fin de eliminar duplicidades y reducir costos. La integración de la cadena a su vez, eleva las barreras a la entrada a nuevos competidores, ya que éstos para entrar requieren integrarse también.

**Sabor que agrada al público.** Otra barrera a la entrada que surge en el mercado de los refrescos es el desarrollar un producto que agrada a una masa importante de personas. No basta con publicitar fuertemente un producto y desarrollar una enorme red de distribución. Para poder entrar y permanecer en este mercado, se requiere de un producto que agrada a la mayoría de los consumidores. Que no sea demasiado dulce ni demasiado amargo, que no sepa a “medicina”, que conserve el gas un tiempo suficientemente largo, y que al calentarse o enfriarse no cambie su sabor. Las preferencias del consumidor mexicano son muy específicas al respecto y por esta razón, varios productos que han introducido inclusive Grupo Coca Cola y Pepsi Cola no han logrado permanecer debido a que no satisfacen las preferencias del consumidor mexicano.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Regulación y estándares de calidad para la producción y envasado. La regulación sanitaria y ambiental requiere que los insumos cuenten con estándares elevados de calidad y pureza. Igualmente exige numerosas condiciones en cuanto a la construcción de la planta, los procesos productivos, el almacenamiento, envasado, empaquetado y transporte del producto. La SSA cuenta con un número importante de normas que regulan la producción, envasado y distribución de bebidas carbonatadas. Para cumplir con ellas se requiere de moderna tecnología y de un elevado nivel de coordinación y organización, tal como lo hace Ajemex (...)*”.

Lo anterior fue indicativo de que cualquier nuevo competidor en el mercado de bebidas carbonatadas tiene que hacer frente a un número considerable de barreras a la entrada para mantener su permanencia en tal mercado y que el sistema Coca Cola, a través de sus embotelladores, cuenta con el poder para establecer, mantener y en su caso elevar las referidas barreras ante cualquier nuevo competidor potencial en el mercado relevante.

En particular, los elementos anteriores indicaron que la instrumentación, desarrollo y mantenimiento de los sistemas de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en puntos de venta para el consumidor final por sí representan una barrera a la entrada en los mercados locales. En consecuencia, se determinó que existen barreras a la entrada en los diez mercados relevantes de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado analizados en la presente investigación. Además, siendo el sistema de distribución y comercialización una barrera a la entrada en los mercados locales, que por lógica constituye una barrera a la entrada en el mercado nacional de bebidas carbonatadas.

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;

En cuanto a la inversión requerida para entrar al mercado relevante de bebidas carbonatadas a nivel nacional, así como los plazos de recuperación, se consideró que en principio éstos no son factores que limiten la entrada por las razones que se exponen a continuación. En el cuadro siguiente que se transcribe se presentó el valor contable del capital invertido integrado por la deuda de largo plazo y el capital contable, además se presenta el EBITDA, el cual es un indicador que aproxima los flujos de efectivo generados por las empresas. Cabe mencionar que el capital invertido señalado en el cuadro no consideró el valor de mercado de las marcas de bebidas carbonatadas, es decir, se debe considerar el valor del capital intangible en el capital invertido. Ello indicó que los porcentajes presentados en el cuadro sólo marquen un límite máximo a la rentabilidad obtenida por las embotelladoras.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

En el cuadro se mostró que las embotelladoras Coca Cola Femsa y Grupo Contal tuvieron una proporción de EBITDA/Capital Invertido en el dos mil uno de █% y █% respectivamente, en tanto que las embotelladoras de Pepsi, Gemex y Geusa tuvieron porcentajes entre █% y █% en tal año, respectivamente. Por su parte, Ajemex en dos mil dos tuvo un porcentaje de 46.8% de EBITDA sobre capital invertido, pero apenas fue el primer año de operación por lo que habrá que esperar el desempeño de esa empresa en otros años.<sup>121</sup> (Eliminado 4 porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Los elevados porcentajes de EBITDA respecto al capital invertido se explicaron porque en los mercados de bebidas carbonatadas una gran proporción de ventas se realiza al contado, por ejemplo, Grupo Contal reportó que 90% de sus ventas las realiza en efectivo.<sup>122</sup>

#### Capital Invertido y Flujos de Efectivo generados por algunas embotelladoras

	Capital Invertido <sup>1</sup> millones de pesos al 31 de dic. 2001		EBITDA <sup>2</sup>		% EBITDA/Capital Invertido	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Gemex	8,301	7,803	1,350	1,574	16.3	20.2
Geusa	1,420	1,520	362	423	25.5	27.8
Coca Cola Femsa <sup>3</sup>	8,241	10,279	3,309	4,030	40.1	39.2
Grupo Contal	5,765	5,836	2,013	2,003	34.9	34.3
Ajemex (2002) <sup>4</sup>						

<sup>1</sup> Deuda de largo plazo más capital contable.

<sup>2</sup> Utilidad de operación más depreciación y amortización.

<sup>3</sup> Incluye las operaciones de esa empresa en México y Argentina.

<sup>4</sup> millones de pesos al 31 de dic de 2002. Estados Financieros de Ajemex.

Fuente: informe anual 2001 publicados en la página de Internet de la BMV de las empresas señaladas.

(Eliminado 3 cifras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, esto porque sus informes no fueron dados a conocer. Lo anterior en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

<sup>121</sup> El valor de la maquinaria y equipo de Ajemex es de █ en dos mil dos, lo cual supera el capital contable y la deuda de largo plazo. Eso lo explica el alto porcentaje de pasivo circulante (proveedores) que debe cubrir la empresa en el corto plazo (página dos de los Estados Financieros de Ajemex). (Eliminado 1 cifra y 7 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

<sup>122</sup> Ver página quince del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

Los porcentajes de EBITDA respecto al capital invertido mostraron que la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas puede hacerse con un monto de inversión que puede ser recuperable rápidamente, siempre y cuando las condiciones en que operen las empresas no se alteren de manera imprevista. Por ejemplo, el capital invertido por Ajemex, medido por el valor contable del capital y su deuda de largo plazo, fue de [REDACTED] en el dos mil dos. Sin embargo, su estructura de capital puede representar un problema en el futuro. El [REDACTED] del capital invertido de Ajemex es deuda de largo plazo (vencimientos entre dos mil cuatro y dos mil siete).<sup>123</sup> Por otro lado, la deuda de largo plazo de Coca Cola Femsa representa 33.07% del capital invertido en dos mil dos (vencimiento entre dos mil cuatro y dos mil ocho).<sup>124</sup> Es decir, Coca Cola Femsa se encuentra menos comprometida que Ajemex, lo cual podría colocar a esta última en problemas financieros en caso de que cambiaran las condiciones en que opera esa empresa y no pudiera pagar sus adeudos. Esto puede ocurrir a pesar de los elevados flujos de efectivo que llegan a presentar las embotelladoras de refrescos del país. Al respecto, se mencionó que en mil novecientos noventa y siete, Pepsi Gemex y Pepsi Cola Mexicana adquirieron empresas embotelladoras de tal marca que fueron declaradas en quiebra y suspendieron el pago a sus proveedores.<sup>125</sup> Son diversas las causas que pueden llevar a una empresa a la quiebra, por lo que no se puede omitir ese riesgo financiero lo cual puede limitar la decisión de una empresa para entrar al mercado.<sup>126</sup> (Eliminado 1 cifra, un porcentaje y 8 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Por lo anterior, se pudo concluir que el monto de las inversiones requeridas, así como el tiempo de recuperación de esas inversiones no representa en principio una limitante muy importante para la entrada de nuevas empresas en el mercado relevante que comprende la elaboración, envasado, transporte y la comercialización nacional de refrescos.

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;

Los embotelladores cuentan con concesiones para la extracción de agua de acuerdo con la Ley de Aguas Nacionales, las que a su juicio satisfacen sus necesidades. Por otra parte, la explotación de marcas registradas como es el caso de Coca Cola y Pepsi está normado por los contratos de embotellador firmados por las principales empresa del mercado. En general, no se tiene

<sup>123</sup> Páginas dos y diez de los Estados Financieros de Ajemex.

<sup>124</sup> Páginas F-cuatro y F-veintiuno del Reporte Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>125</sup> Página F-once de los Estados Financieros en el informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex

<sup>126</sup> Se indicó que los riesgos pueden aumentar en caso de que llegara a acreditarse la comisión de las práctica monopólicas relativas que se les imputaron en el oficio de presunta responsabilidad.

conocimiento de la existencia de otros permisos, licencias o autorizaciones gubernamentales que puedan constituirse en barreras a la entrada en el mercado.

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;

Las embotelladoras señalaron como un factor principal de competencia a la publicidad y las promociones. La publicidad se realiza por lo general en radio y televisión a nivel nacional y local, así como anuncios espectaculares, además de la promoción a través de refrigeradores, rejillas de exhibición o anuncios de neón.<sup>127</sup>

La importancia de la publicidad se denotó con el gasto realizado por todos los embotelladores del sistema Coca Cola los cuales ocupan, según su dicho, el segundo lugar en importancia entre los anunciantes publicitarios del país.<sup>128</sup> Ese gasto en publicidad, tal como ya se señaló, es realizado en coordinación con TCCC de acuerdo con los contratos de embotellador de ese grupo de empresas. Al respecto, Coca Cola Femsa en su informe anual dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV, señaló lo siguiente:

*“(...) Sistemas de información de mercado y estrategias desarrolladas en conjunto con The Coca Cola Company, para mejorar nuestra coordinación con las iniciativas mundiales de The Coca Cola Company... Las campañas nacionales son diseñadas y propuestas por las afiliadas locales de The Coca Company, con nuestra asistencia al nivel local o regional... The Coca Cola Company ha aportado en cada uno de los pasados cinco años aproximadamente la mitad de nuestro presupuesto de publicidad y mercadotecnia en los territorios mexicanos (...)”.*<sup>129</sup>

Así, en el dos mil dos, Coca Cola Femsa reportó haber realizado un gasto total en mercadotecnia en México por \$667,200,000.00 (seiscientos sesenta y siete millones doscientos mil pesos 00/100 M.N.) que fueron cubiertos en parte por TCCC según los contratos firmados por esas empresas<sup>130</sup>.

En el cuadro siguiente que se transcribe se mostró que esa sola cantidad superó [REDACTED] veces el monto total de capital invertido por Ajemex en tal año: [REDACTED] lo cual se anotó en el cuadro anterior.

(Eliminado 1 cifra y 13 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo

<sup>127</sup> Página treinta y ocho del informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex.

<sup>128</sup> Página cincuenta y tres, Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, dos mil dos.

<sup>129</sup> Páginas veinte, veintiocho y treinta y seis del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>130</sup> Página veintiocho del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Gastos en publicidad de algunas embotelladora y el capital invertido por Ajemex**

Empresa	Gastos en publicidad y promoción en México 2002 Millones de pesos A		
Coca Cola Femsa	667.2		
Geupec (estimado)	222.9		

(Eliminado 2 columnas del cuadro citado. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Otro caso ilustrativo indicado fue el de Geupec, agente que reportó haber recuperado gastos de publicidad en dos mil dos por \$111.46 millones de pesos de acuerdo con el programa cooperativo establecido con Pepsi. Esa cantidad indicaría que la inversión en publicidad de Geupec podría ser por lo menos del doble, ya que el programa cooperativo citado establece que se compartirían al menos el 50% de los gastos entre Geupec y Pepsi. Por esa razón, el gasto en publicidad de Geupec en dos mil dos sería aproximadamente uno punto cincuenta y seis veces el capital invertido por Ajemex en tal año. Esa diferencia se estimó significativa si se considera además que Geupec representó apenas 17.5% de las ventas de los productos de Pepsi en el país en dos mil dos.<sup>131</sup>

Los elementos anteriores mostraron que la publicidad y promoción fue compartida por los embotelladores y por los propietarios de las marcas a fin de mantener una presencia a nivel nacional y local. Por ello, el monto de inversión en publicidad, promoción y mercadotecnia fueron determinadas como una barrera a la entrada de nuevas empresas tanto en el mercado nacional de bebidas carbonatadas como en los mercados relevantes de distribución y comercialización de esos productos en envase cerrado en las diez zonas geográficas analizadas en la presente investigación.

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

Al respecto, no se tiene conocimiento de que exista en los mercados internacionales alguna limitación que pudiera constituir una barrera a la entrada en los mercados relevantes analizados en esta investigación.

<sup>131</sup> Páginas seis, treinta y tres y nota dieciséis de los estados financieros de Geupec en su informe anual dos mil dos.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

VI. Las restricciones constituidas por prácticas comunes de los agentes económicos ya establecidos en el mercado relevante, y

En el mercado de refrescos hay dos prácticas de uso común que tienen el efecto de restringir la entrada al mercado de nuevas empresas.

En primer lugar, se encuentran las exclusividades para la venta de una marca de refresco. Al respecto, se indicó que las exclusividades en la venta de una marca de refrescos tienen el efecto de limitar el acceso a otros productos competidores en los puntos de venta al consumidor, principalmente afectando el acceso a las tiendas detallistas las cuales son el principal canal de distribución de refrescos en los mercados relevantes analizados.

En segundo lugar, están las prácticas de comercialización por las cuales se entregan refrigeradores en comodato a la tiendas detallistas con el propósito de vender los refrescos fríos ya que esa característica es apreciada por los consumidores.<sup>132</sup> El espacio reducido en las tiendas detallistas limita en muchos casos la existencia de refrigeradores de varias marcas, lo cual si bien no restringe la venta de refrescos, sí ocasiona que éstos se puedan vender fríos. Además, el financiamiento de los refrigeradores es cubierto por las embotelladoras y por los propietarios de las marcas como en el caso de Coca Cola y Pepsi. Por ejemplo, Coca Cola Femsa reportó un valor contable por los refrigeradores de \$385,730,000 (trescientos ochenta y cinco millones setecientos treinta mil pesos 00/100 M.N.) en el dos mil uno.<sup>133</sup> Ese valor es neto de la aportación realizada por TCCC de tal manera que la inversión en refrigeradores es aún mayor. Aunque no se identificó el monto total de la inversión y tampoco la cantidad aplicada en México (Coca Cola Femsa también tiene un territorio franquiciado en Argentina), la mayor parte de ese gasto es una inversión realizada en el país. Ese gasto en refrigeradores superó más de dos veces el capital invertido por Ajemex en el dos mil dos.

Las prácticas de comercialización mencionadas son de uso común en los mercados relevantes de bebidas carbonatadas. Los efectos de ellas así como el gasto que implican, muestran que representan serias restricciones a la entrada en el mercado.

VII. Los actos de autoridades federales, estatales o municipales que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios.

Al respecto, en el mercado de bebidas carbonatadas no se conoce de la existencia de actos de alguna autoridad que tengan como efecto restringir la entrada de nuevas empresas. Sólo se mencionó que aplica un impuesto especial de 20% a las bebidas carbonatadas que utilicen como endulzante la alta fructuosa del maíz, por lo que las embotelladoras utilizan azúcar de caña en una

<sup>132</sup> Página veintiocho del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>133</sup> Ver página F-doce y F-diecisiete del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

mayor proporción o totalmente a fin de evitar el referido impuesto. Sin embargo, la existencia de tal impuesto no discriminó entre las diferentes empresas en los mercados relevantes analizados.

### III. La existencia y poder de sus competidores;

En el mercado de refrescos el principal competidor del sistema Coca Cola son los embotelladores del sistema Pepsi. El porcentaje estimado de ventas de esa marca en el país sería de 19.0% y 19.3% para dos mil uno y dos mil dos<sup>134</sup> como se muestra en el siguiente cuadro. Por su parte, las otras marcas de bebidas carbonatadas tendrían en conjunto 13.0% y 10.1% del total de ventas en el país para los años de dos mil uno y dos mil dos.

#### Participaciones de mercado de las marcas Coca Cola, Pepsi y otras marcas

	Marca Coca Cola	Marca Pepsi	Otras marcas	Total
% de mercado en dos mil uno y dos mil dos	68.1 y 70.6	19.0 y 19.3	13.0 y 13.1	100

Fuente: informe anual dos mil dos de Geupec publicado en la página en Internet de la BMV.

En este orden de ideas se indicó que Pepsi Gemex fue el embotellador más grande en el año dos mil uno de los productos de Pepsi fuera de los Estados Unidos de Norteamérica<sup>135</sup> y las ventas de esa empresa representaron 63.2% de las bebidas de esa marca en México en el dos mil dos,<sup>136</sup> sin embargo, tal empresa tiene una presencia de mercado que se ubica, por debajo de la que presenta cualquier cabeza de grupo embotellador del sistema Coca Cola en el territorio nacional.

Por su parte, la embotelladora Ajemex recientemente entró al mercado (marzo de dos mil dos) y señaló tener en dos mil tres tres líneas de producción utilizadas al [REDACTED] de su capacidad con una producción de [REDACTED]<sup>137</sup> Esa cantidad sería una estimación de la venta anual máxima que podría realizar esa empresa lo que representaría un porcentaje de [REDACTED] total de ventas de bebidas carbonatadas en México en el dos mil dos. Considerando únicamente las ventas

<sup>134</sup> Esas ventas se estimaron con base en lo señalado por Geupec. Esa empresa indica que las sus ventas en dos mil uno y dos mil dos fueron de noventa y un millones cien mil y noventa y ocho millones ochocientos mil CU respectivamente y representaron 17.1% y 17.5% de las ventas del sistema Pepsi. Los porcentajes de mercado se obtienen con la información descrita anteriormente para calcular los porcentajes de mercado de Coca Cola. Página siete del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>135</sup> Página trece del informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex.

<sup>136</sup> Página seis del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>137</sup> Ajemex reporta tener tres líneas de producción con un [REDACTED] de capacidad utilizada equivalente a [REDACTED] por línea al mes. Esas cajas son de doce botellas de 2.6 litros. La conversión a cajas unidad se realiza considerando que una CU = [REDACTED] (respuesta a pregunta 6 de Ajemex a requerimiento de información de esta CFC). (Eliminado 1 porcentaje, 1 cifra y 7 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

realizadas por Ajemex en tal año se tuvo un monto de [REDACTED] que representan [REDACTED] de las ventas de refrescos en el país en ese periodo.

(Eliminado 3 porcentajes 16 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Las ventas de Ajemex en el canal detallista fueron aún menores, ya que éstas fueron de [REDACTED] De cajas unidad que representa el [REDACTED] de las ventas de esa empresa en dos mil dos. Esos datos establecieron una diferencia respecto de las otras embotelladoras las cuales realizan la mayor parte de sus ventas en tiendas detallistas. Grupo Contal reportó que 69.2% de sus ventas en dos mil uno las realizó en abarrotes y misceláneas.<sup>138</sup> Por su parte, Panamco México reportó que 76.0% de sus ventas en el dos mil dos las realizó en tiendas detallistas (72.0%) y en autoservicios (4.0%).<sup>139</sup> (Eliminado 1 porcentaje y 2 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

La situación anterior también se presentó en cada uno de los diez mercados relevantes analizados como se muestra en el siguiente cuadro que se transcribe. Los porcentajes en cada mercado relevante se obtuvieron a partir de los porcentajes estimados para las embotelladoras de Coca Cola que se analizaron en la fracción I del artículo 13 de la LFCE. Los porcentajes de mercado de los competidores de Coca Cola en los diez mercados relevantes se encontrarían en un rango que va desde 14.7% para el mercado relevante de la ZM de Oaxaca, hasta el 34.1% de participación en el mercado de la ZM de la Ciudad de México.


(Eliminado 1 cuadro con 12 filas y 4 columnas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en

<sup>138</sup> Página veintiuno del informe anual dos mil uno de Grupo Contal.

<sup>139</sup> Página veintisiete del informe anual dos mil dos de Panamco México.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En algunos casos las embotelladoras competidoras de Coca Cola reportaron participaciones de mercado aunque con algunas variaciones. Por ejemplo, la empresa Geupec reportó tener un 25.1% de las ventas de refrescos en la ZM de Guadalajara y el interior del estado de Jalisco, pero esa medida es únicamente en referencia a los productos de Coca Cola y no se especificó cómo se obtiene tal porcentaje.<sup>140</sup> Si se consideran las ventas de otras marcas de refrescos, el porcentaje de mercado reportado por Geupec sería menor a ese 25.1%. En ese caso, el porcentaje de mercado citado concordaría con los porcentajes estimados que se presentaron en el cuadro donde el rango de participaciones de mercado estimados para los competidores de Grupo Contal en ese mercado relevante fue de 23.8% a 28.1%.

Los porcentajes de mercado señalados mostraron una reducida participación de los competidores de Coca Cola en conjunto en cada uno de los mercados relevantes analizados, tanto a nivel local como a nivel nacional. Además, existieron otros indicios de la reducida capacidad de los competidores de Coca Cola. Primero, las preferencias del consumidor se inclinaron por los productos de Coca Cola como lo indicó el alto porcentaje de mercado de 53.4% que tiene por sí sólo el refresco de cola de esa marca en el año dos mil uno.<sup>141</sup> Un segundo elemento fue el tamaño del sistema de distribución que determinó la presencia o la capacidad de una empresa para atender el mercado. En ese caso, el porcentaje de 19.3% de mercado de Pepsi en el dos mil dos<sup>142</sup> estaría indicando también la capacidad actual de distribución de esa empresa, limitando su capacidad competitiva para contrarrestar acciones de Coca Cola en el mercado. Otro caso es el de Ajemex, quien por su reciente entrada al mercado sólo reportó quinientos noventa y seis vendedores y quinientos veinticinco transportistas que son los encargados de distribuir los productos de esa empresa.

Los elementos anteriores mostraron la menor capacidad de los competidores del sistema Coca Cola en los diez mercados relevantes analizados, así como en el mercado nacional de bebidas carbonatadas.

IV. Las posibilidades de acceso del agente económico y sus competidores a fuentes de insumos;

Los insumos utilizados en la elaboración de refrescos son [REDACTED] Los embotelladores de Coca Cola y Pepsi adquieren el concentrado de las bebidas carbonatadas de acuerdo a las

<sup>140</sup> Páginas cuarenta y seis y cuarenta y siete del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>141</sup> Ver análisis de la fracción I del artículo 13 de la LFCE donde se considera la capacidad de Coca Cola para fijar precios.

<sup>142</sup> Ver análisis de la fracción III del artículo 13 de la LFCE.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

condiciones establecidas en el contrato de embotellador y los materiales de envasado y empaque se adquieren de proveedores autorizados por los propietarios de la marcas. Por lo general no hay problemas de abasto de insumos y existen alternativas de aprovisionamiento para sus materias primas, aunque el aumento de precios de insumos como el azúcar y la cotización en dólares de otro tipo de insumos puede llegar a ser un problema.<sup>143</sup> Por su parte, Grupo Contal reportó en dos mil dos que históricamente el precio de los insumos no ha presentado volatilidad,<sup>144</sup> pero Ajemex señaló el incremento de precios de varios de sus insumos, desde marzo de dos mil dos, particularmente 25% en azúcar y 150% en gas carbonatado.<sup>145</sup> Los cambios en el precio del azúcar fueron reportados por otros embotelladores, pero no así en el gas carbonatado. Lo anterior indicaría que si bien no existen problemas en el abasto de insumos, los precios de algunos de ellos sí pudieron afectar la operación de las embotelladoras. (Eliminado 29 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Un aspecto a destacar es la integración vertical de algunas embotelladoras, así como la inversión conjunta de grupos de embotelladoras para proveerse de insumos. En el siguiente cuadro que se transcribe se presentaron los insumos donde esta situación ocurre. Por un lado, las inversiones conjuntas fueron analizadas por el sistema Coca Cola para proveerse del insumo azúcar (empresa Promesa) y del producto refresco en lata (Industria Envasadora de Querétaro). También las embotelladoras de Pepsi tienen una inversión conjunta para proveerse de envase PRB y donde participa también Pepsi Internacional.

Por otro lado, la integración vertical se presentó en la elaboración de materiales de envasado (cajas y botellas) y refrigerados por parte de Pepsi Gemex a través de las subsidiarias Proplasa y Epecsa. Por su parte, Coca Cola Femsa e Industria Envasadora de Querétaro se proveen de lata de aluminio que provee Femsa Empaques subsidiaria de Femsa la cual es propietaria de [REDACTED] del capital de Coca Cola Femsa. Femsa empaques provee diversos insumos a Coca Cola Femsa como son, además de las latas de aluminio, envases de vidrio, refrigeradores y productos químicos para lavar equipos. (Eliminado 1 porcentaje. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

---

<sup>143</sup> Coca Cola Femsa señala que el impuesto aplicado a las bebidas que utilizan fructuosa los obligó a aumentar el consumo de azúcar, además de que la cotización de varios insumos es en dólares (páginas treinta a treinta y dos del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa).

<sup>144</sup> Página catorce del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>145</sup> Respuesta a la pregunta 16 del oficio de requerimiento de información a cargo de Ajemex.



**Integración vertical e inversiones conjuntas de embotelladoras de bebidas carbonatadas**

Insumos	Empresa	Tipo de relación
Concentrado Pepsi <sup>1</sup>	Pepsi Cola Mexicana (Pepsico)	Contrato de embotellador establece que Pepsico vende el concentrado a las embotelladoras de esa marca
Botella PRB <sup>1</sup> (Pepsi)	Empaques Sewell	Inversión conjunta de las embotelladoras de Pepsi y Pepsi Internacional Geupec tiene 10% de participación en el capital Pepsi Gemex posee de manera directa o indirecta 29% de esta empresa.
Cajas y envases de plástico, Envases preformados (para soplado) <sup>4</sup> (Pepsi)	Proplasa	Subsidiaria de Pepsi Gemex.
Refrigeradores (Pepsi)	Epecsa	Subsidiaria de Pepsi Gemex
Concentrado de Coca Cola <sup>2</sup>	TCCC	Contrato de embotellador establece que TCCC vende o autoriza el proveedor del insumo para todas las embotelladoras de esa marca
Refresco en Lata de aluminio <sup>3</sup> (Coca Cola)	Industria Envasadora de Querétaro	Inversión conjunta de embotelladoras de Coca Cola <sup>3</sup> Coca Cola Femsa posee 19.6% del capital <sup>2</sup>
Azúcar <sup>2</sup> (Coca Cola)	Promesa	Inversión conjunta de las embotelladoras de Coca Cola
Azúcar <sup>3</sup> (Coca Cola)	Beta San Miguel	Panamco de México tiene participación minoritaria en esta empresa
Envases de lata, vidrio, productos químicos, refrigeradores <sup>2</sup>	Femsa Empaques	Subsidiaria de Fomento Económico Mexicano quién posee 51% del capital de Coca Cola Femsa

<sup>1</sup> Páginas veintiocho y veintinueve del informe anual dos mil dos de Geupec.

<sup>2</sup> Páginas treinta y treinta y uno del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa y páginas sesenta y ocho, setenta y uno, setenta y cuatro, setenta y siete, setenta y ocho y ciento cincuenta y siete del informe anual dos mil uno de FEMSA.

<sup>3</sup> Página cuarenta y siete del informe anual dos mil dos de Panamco México.

<sup>4</sup> Página cuarenta del informe anual dos mil uno de Pepsi Gemex.

Al emitir el oficio de presunta responsabilidad se refirió que no se tenía conocimiento de que la integración vertical y las inversiones conjuntas realizadas por las embotelladoras de bebidas carbonatadas hubiera implicado alguna restricción en el abasto de insumos en los mercados relevantes. Sin embargo, se señaló que ese tipo de vinculaciones comerciales otorga ventajas competitivas a los grupos de embotelladoras de Coca Cola y Pepsi. Esas ventajas se obtienen de las economías de escala que alcanza un proveedor de insumos al abastecer a varias empresas embotelladoras de tal marca, a otras empresas del mercado o incluso proveer ese tipo de insumos para productos de otros mercados (alimentos y otros bebidas). Esas ventajas no las tienen las empresas más pequeñas de los mercados relevantes analizados, siendo esta situación indicativa de una menor capacidad para competir de ellas respecto a las empresas embotelladoras más grandes: Coca Cola y Pepsi.

V. Su comportamiento reciente;

Al respecto se mencionó que en mil novecientos noventa y nueve, TCCC solicitó la autorización para la fusión o adquisición de marcas de refrescos propiedad de Cadbury Schweppes (CNT-166-98), solicitud que no fue autorizada por la Comisión en virtud de que esa operación tendría como efecto disminuir y obstaculizar el proceso de competencia y libre concurrencia, derivado ello del poder sustancial de Coca Cola en el mercado relevante de bebidas carbonatadas a nivel nacional.<sup>146</sup>

Asimismo, se indicó que las empresas requeridas en el presente expediente fueron objeto del procedimiento DE-06-2000 y en el caso de Yoli de Acapulco, también del expediente IO-06-2002. El primero de los procedimientos se encontraba concluido para Coca Cola Femsa y Grupo Contal y en el expediente IO-06-2002 el Pleno de esta Comisión había decretado su cierre.

VI. Los demás criterios que se establezcan en el reglamento de esta ley.

Para efectos de lo anterior, el artículo 12 del RLFCE es del tenor literal siguiente:

Artículo 12.- Para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante, de conformidad con la fracción VI del artículo 13 de la Ley, se considerarán adicionalmente los criterios siguientes:

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

El posicionamiento de mercado de los productos de la marca Coca Cola se mostró por el grado de preferencia de los consumidores. Se había mencionado<sup>147</sup> que las participaciones de mercado de Coca Cola indican la fuerte presencia de esas marcas entre los consumidores, particularmente la venta de refresco de cola de esa marca representaría un volumen aproximado de 1,500 millones de CU en el dos mil uno,<sup>148</sup> equivalente a 53.4% de la venta de bebidas carbonatadas en todo el país en ese año. Otro elemento que indicó la presencia de una marca es el sistema de distribución de los refrescos, ya que en México la mayor parte de la venta de bebidas carbonatadas se realiza en tiendas detallistas.<sup>149</sup> Entonces, la presencia de la marca Coca Cola mostró la importancia que tienen el grado de posicionamiento de los bienes y servicios distribuidos en los mercados relevantes, tanto a nivel nacional como en los diez mercados relevantes analizados en la presente investigación.

<sup>146</sup> Fuente: Gaceta de Competencia Económica. Mayo-Agosto, 1999 (el extracto correspondiente obra a fojas 4492-4505).

<sup>147</sup> Análisis realizado de la fracción I del artículo 12 y del artículo 13 de la LFCE.

<sup>148</sup> Página quince, 2001 Annual Report, The Coca Cola Company.

<sup>149</sup> Análisis realizado en la fracción I del artículo 12 de la LFCE.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

II. La falta de acceso a importaciones o la existencia de costos elevados de internación, y

Al respecto se señaló que los impuestos a las importaciones de bebidas carbonatadas provenientes de EUA y Canadá habían venido disminuyendo gradualmente desde mil novecientos noventa y cuatro. En el TLCAN se estableció una desgravación arancelaria a partir del uno de enero de mil novecientos noventa y cuatro en diez etapas, reducción del 2% anual, que concluyó el uno de enero de dos mil tres, fecha en la cual el arancel es cero.<sup>150</sup> Entonces, se determinó que no existen restricciones normativas a las importaciones. Sin embargo, que éstas representaron apenas USD\$28,120,000.00 (veintiocho millos ciento veinte mil dólares, moneda de curso legal en los Estados Unidos de Norteamérica) en dos mil dos.<sup>151</sup> Esa cantidad es reducida si se compara con las ventas netas de Coca Cola Femsa en tal año por USD\$1,672,400,000.00 (mil seiscientos setenta y dos millones cuatrocientos mil dólares, moneda de curso legal en los Estados Unidos de Norteamérica).<sup>152</sup> Es decir, se concluyó que el reducido monto de importaciones limita la posibilidad de que se constituyan en un elemento que contrarreste las acciones de las empresas establecidas en el país.

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

Los establecimientos de venta de bebidas carbonatadas en envase cerrado pueden acudir a los proveedores de la misma marca de refrescos, o bien, con proveedores de otras marcas de refrescos.

La primera opción se indicó que no es posible cuando los proveedores de una marca como Coca Cola o Pepsi establecen la exclusividad para vender sus productos en un cierto territorio, de modo que no hay alternativas de abasto para esos productos. Además, para las tiendas detallistas el costo de trasladar los productos de una marca de otras franquicias sería elevado como se mostró en el análisis del transporte y la distribución realizado en la fracción II del artículo 12, así como en la fracción II del artículo 13, ambos, de la LFCE.

En la segunda opción hay que considerar que los consumidores tienen grados de preferencia diferentes por las marcas de bebidas carbonatadas. Esto significa que una marca de refresco no tiene un sustituto perfecto con un refresco de otra marca y los puntos de venta deben ofrecer los refrescos que sean más preferidos por los consumidores. En caso de que una tienda detallista dejase de vender una marca preferida por el consumidor, el costo de esa decisión serían los

---

<sup>150</sup> Ver fracción arancelaria 2202.10.01, anexo 302.2 Sección B Lista de Desgravación de México, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Diario Oficial de la Federación del veinte de diciembre de mil novecientos noventa y tres.

<sup>151</sup> Información obtenida de MERITS-MEXICO: Module to Explore and Review International Trade Statistics.

<sup>152</sup> Página cuarenta y seis del informe anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.



ingresos que dejaría de percibir por no vender esas marcas cuando el consumidor además decida no adquirir los demás productos ofrecidos por la tienda. Por ello, la participación del sistema Coca Cola de 70.6% del mercado nacional de bebidas carbonatadas indicaría que las tiendas detallistas perderían un volumen elevado de ventas en caso de no ofrecer esas marcas preferidas por el consumidor. De esa manera, los puntos de venta tendrían costos elevados en caso de abastecerse con otros proveedores, tanto en el mercado nacional de bebidas carbonatadas como en los diez mercados relevantes analizados en la presente investigación.

Por lo expuesto, se consideró que los elementos analizados conforme al artículo 13 de la LFCE, así como los artículos 10, 11 y 12 del RLFCE, muestran que las empresas que conforman los mercados relevantes del expediente al rubro citado tienen una alta participación en cada uno de tales mercados, tanto a nivel local como nacional en su conjunto. A su vez, la capacidad para fijar precios de cada uno de ellos está determinada, entre otros factores, por la preferencia de los consumidores hacia las bebidas carbonatadas de la marca Coca Cola. Además, en los mercados relevantes definidos para los fines del presente expediente existen barreras a la entrada constituidas por la inversión necesaria para desarrollar sistemas de distribución y comercialización donde se incluyen los gastos de publicidad, promoción y mercadotecnia que se realizan a nivel nacional y local. De esta forma, las preferencias del consumidor y la publicidad determinaron que los productos de la marca Coca Cola tuvieran una fuerte presencia o posicionamiento en el mercado, en particular, el refresco de cola de la marca Coca Cola, cuyas ventas alcanzaron alrededor de 50% de las ventas de refrescos en el país en dos mil uno. Eso explicó también que los embotelladores de Coca Cola ocuparon el segundo lugar como anunciantes en dos mil dos.

Aunado a lo anterior, los competidores de los productos Coca Cola tuvieron escaso margen para contrarrestar la capacidad de los agentes vinculados a tal grupo de interés. El mayor competidor del sistema Coca Cola lo constituye el conjunto de embotelladoras de la marca Pepsi. Sin embargo, ellos apenas tienen alrededor de 19% del mercado nacional de bebidas carbonatadas. Otras embotelladoras en conjunto tienen una menor participación, además de no poseer sistemas de distribución y comercialización semejantes al del sistema Coca Cola. Además, hay que tomar en cuenta que las importaciones de bebidas carbonatadas son reducidas a pesar de la eliminación de los aranceles.

Por lo anterior, se determinó que Coca Cola Femsa, Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo tienen poder sustancial en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de las ciudades de: México; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato; Grupo Continental, Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan tienen poder sustancial en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco; Yoli de Acapulco y Agua de Taxco Yoli tienen poder sustancial en



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

el en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco, Guerrero; Fomento Queretano, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan tiene poder sustancial en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro; y Administración Peninsular Corporativa, Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular tienen poder sustancial en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán; así como el sistema Coca Cola representado por TCCEC y las empresas referidas, tiene poder sustancial en el mercado de la elaboración, envasado, transporte y distribución de refrescos a nivel nacional.

Así, las empresas descritas fueron presuntamente responsables de la comisión de prácticas monopólicas violatorias del artículo 10, fracciones IV y V de la LFCE consistentes en la venta o transacción sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o proporcionar los bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, en este caso las bebidas carbonatadas de las marcas Big Cola, Doble Big, Mega Big y First, todas ellas elaboradas y distribuidas por Ajemex y la acción unilateral consistente en rehusarse a vender o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros con el objeto de desplazar e impedir el acceso de los productos de Ajemex cuyas marcas son Big Cola, Mega Big, Doble Big y First en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco, Guerrero por lo que hace a Yoli de Acapulco y Agua de Taxco Yoli; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; y en las ZM de las ciudades de: Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato respecto de Coca Cola Femsa, Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco en cuanto a Grupo Contal, Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán por lo que hace a Administración Peninsular Corporativa, Industria Refresquera Peninsular, Industria Embotelladora de Campeche, Embotelladora del Caribe y Embotelladora Peninsular y en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro por lo que hace a Fomento Queretano, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan; y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y las embotelladora referidas, todas integrantes del sistema Coca Cola.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**Cuarta.-** En su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad, las empleadas realizaron diversas argumentaciones que esta Comisión analiza de manera conjunta en virtud de la íntima relación que existe entre ellas. Sirven de sustento a lo anterior los siguientes criterios judiciales:

**AGRAVIOS. EXAMEN DE LOS.** Octava Época. Instancia: SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEGUNDO CIRCUITO Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: VIII, Julio de 1991 Página: 122. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEGUNDO CIRCUITO. Amparo directo 225/91. Roberto Aristeo Caloca Bobadilla. 25 de abril de 1991. Unanimidad de votos. Ponente: Juan Manuel Vega Sánchez. Secretaria: Luisa García Romero. Amparo directo 460/89. Pedro Donaciano Reyes Villamora. 16 de octubre de 1989. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis Caballero Cárdenas. Secretario: Graciela M. Landa Durán. Octava Epoca, Tomo IV, Segunda Parte-1, página 59. Véase: Apéndice al Semanario Judicial de la Federación 1917- 1988, Segunda Parte, Tesis 111, Pág. 183.

**AGRAVIOS. EXAMEN DE LOS.** Octava Época. Instancia: PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEGUNDO CIRCUITO. Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: XIII, Junio de 1994 Página: 511. PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEGUNDO CIRCUITO. Amparo directo 26/94. Félix Ledezma Salinas. 2 de marzo de 1994. Unanimidad de votos. Ponente: Salvador Bravo Gómez. Secretario: Fernando Lúndez Vargas.

**CONCEPTOS DE VIOLACION, EXAMEN GLOBAL DE LOS. ES UNA FACULTAD POTESTATIVA DE LOS TRIBUNALES DE AMPARO Y NO UNA OBLIGACION, DE ACUERDO CON LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 79 DE LA LEY DE AMPARO.** No. Registro: 248,382. Tesis aislada Materia(s):Común Séptima Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: 199-204 Sexta Parte Tesis: Página: 51 Genealogía: Informe 1985, Tercera Parte, Tribunales Colegiados de Circuito, tesis 13, página 51. TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo en revisión 863/85. Los Tocayos, S.A. de C.V. 29 de agosto de 1985. Ponente: José Becerra Santiago. Secretario: Marco Antonio Rodríguez Barajas.

En este orden de ideas, se procede a analizar las siguientes consideraciones:

Inmuebles del Caribe indica que es una persona moral que embotella y comercializa bebidas en el estado de Campeche (territorio no comprendido en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas del presente expediente). Para evidenciar lo anterior, ofrece como prueba la copia certificada del “Apéndice III. Territorio” del contrato de embotellador celebrado entre el agente económico referido y TCCC el quince de enero de dos mil tres<sup>153</sup> en el que se describe el territorio asignado para la comercialización de bebidas de las marcas Coca Cola.

Embotelladora del Caribe indica que es una persona moral que embotella y comercializa bebidas carbonatadas en el estado de Quintana Roo (territorio no comprendido en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas del presente expediente). Para evidenciar lo anterior, ofrece como prueba la copia certificada del “Apéndice III. Territorio” del contrato de embotellador celebrado entre el agente económico referido y TCCC el uno de enero de dos mil tres<sup>154</sup> en el que se describe el territorio asignado para la comercialización de bebidas de las marcas Coca Cola.

<sup>153</sup> Fojas 6183 y 6184 del presente asunto.

<sup>154</sup> Fojas 7555 y 7556 del presente expediente.

Las referidas probanzas tienen el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción III, 133, 197 y 203 del Código Federal de Procedimientos Civiles (CFPC) y con ellas se acreditan los territorios en que Inmuebles del Caribe y Embotelladora del Caribe llevan a cabo el embotellado y comercialización de las bebidas carbonatadas, localidades que se encuentran fuera del mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas del presente expediente.

Por lo anterior, el argumento que enderezan Inmuebles del Caribe y Embotelladora del Caribe en el sentido de que debe considerárseles ajenas “(...) a las prácticas que [esta] CFC imputa en las diez ciudades referidas (...)” en el oficio de presunta responsabilidad es fundado y por ende, no se acredita la comisión de las prácticas monopólicas relativas por lo que hace a Inmuebles del Caribe y Embotelladora del Caribe en le mercado relevante definido.

En este orden de ideas, Agua de Taxco Yoli indica:

*“(...) Si bien mi mandante lleva a cabo la distribución de bebidas en ciudades del estado de Guerrero, sus principales centros de distribución se ubican en las poblaciones de Taxco de Alarcón, Buenavista de Cuellar, Ixcateopan de Cuauhtémoc, Pilcaya, Tetipac, Tlamacazapa, Acamixtla, Juliantla, Zacapalco y San Juan de Dios, **dicha distribución no se lleva a cabo en ningún momento en la ciudad de Acapulco** (...)”<sup>155</sup>.*

Al respecto se señala que no obstante que el referido agente económico no acompañó documento probatorio que confirmara su dicho (a pesar de habersele solicitado al momento de desahogar el periodo probatorio adicional del presente expediente) del contenido del acta de fe de hechos 5251 referida a la ciudad de Acapulco, Guerrero se observa que las conductas descritas por las personas interpeladas por el corredor público número 2 de la referida localidad fueron cometidas por Yoli de Acapulco y no por la emplazada. Por lo anterior, no se acreditan las prácticas monopólicas imputadas a Agua de Taxco Yoli en el mercado relevante definido por esta CFC.

Por su parte, Embotelladora Peninsular manifiesta que tiene por objeto social el arrendamiento de bienes inmuebles por lo que no se dedica al embotellado, distribución ni comercialización de los bienes relevantes. Para evidenciar lo anterior, ofrece como prueba la copia certificada del Convenio de Terminación de Contrato celebrado el dos de febrero de mil novecientos noventa y cinco entre Embotelladora Peninsular y TCCC<sup>156</sup> por el cual los referidos agentes económicos dieron por terminado el contrato de embotellador.

La probanza descrita tiene el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción III, 129, 197 y 203 del CFPC y con ella se acredita que el dos de enero de mil novecientos noventa y cinco

<sup>155</sup> Foja 5602 del expediente al rubro citado.

<sup>156</sup> Fojas 8374 a 8376 de este expediente.

Embotelladora Peninsular y TCCC dieron por terminado el contrato de embotellador que concedía el derecho de comercializar las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola. Así, la afirmación de la emplazada en el sentido de que no se dedica a actividades relacionadas con el mercado relevante del presente expediente es fundada y por lo tanto no se acredita la comisión de las prácticas monopólicas imputadas a Embotelladora Peninsular en el mercado relevante definido por este órgano desconcentrado.

Administración Peninsular Corporativa manifiesta que tiene por objeto social la prestación de servicios administrativos, técnicos, contables y financieros y que no se dedica al embotellado, distribución ni comercialización de los bienes relevantes. Para evidenciar lo anterior, ofrece como prueba la copia certificada de la solicitud de inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) presentada ante la Dirección General de Hacienda en la ciudad de Mérida, Yucatán el veintiséis de diciembre de mil novecientos ochenta.<sup>157</sup>

La probanza señalada tiene el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC y con ella se acredita que al momento de solicitar su inscripción en el RFCE indicó que se dedica a la prestación de servicios administrativos, técnicos, contables y financieros, asesoría legal, fiscal, administrativa, comercial y laboral. Así, la afirmación de la emplazada en el sentido de que no se dedica a actividades relacionadas con el mercado relevante del presente expediente es fundada y por lo tanto no se acredita la comisión de las prácticas monopólicas imputadas a Administración Peninsular Corporativa en el mercado relevante definido por esta Comisión.

Refrescos y Aguas Minerales manifiesta que tiene por objeto social la prestación de servicios administrativos a diversas empresas y que no se dedica al embotellado, distribución ni comercialización de los bienes relevantes. Para evidenciar lo anterior, ofrece como prueba la copia certificada del instrumento notarial quince mil doscientos setenta y ocho pasado ante la fe del licenciado Fernando Méndez Zorilla, titular de la notaría pública número doce de la ciudad de Monterrey, Nuevo León.<sup>158</sup> Así, indica que del artículo segundo de los estatutos sociales de la emplazada se observa que su objeto social no está relacionado con las actividades que se realizan en el mercado relevante definido por este órgano desconcentrado en la presente resolución.

La probanza señalada tiene el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC y con ella se acredita el objeto social de Refrescos y Aguas Minerales que no se encuentra relacionado con la comercialización de bebidas carbonatadas. Por lo anterior, se desvirtúa la presunta responsabilidad de Refrescos y Aguas Minerales.

Por su parte, Fomento Queretano asevera que su objeto social no se encuentra relacionado con el mercado relevante del presente expediente ni “(...) *tampoco es una sociedad controladora de*

<sup>157</sup> Que obra en las fojas 8553 a 8555 del expediente al rubro citado.

<sup>158</sup> Documento que se localiza a fojas 7760 a 7786 del presente expediente.

*personas morales que se dediquen a la fabricación, envasado, producción, comercialización o venta de bebidas carbonatadas (...)* ya que únicamente cuenta con el 1.74% de las acciones de Embotelladora La Victoria y tal porcentaje “(...) *no le da... control decisivo alguno (...)*” sobre el agente económico referido. Para acreditar tal afirmación ofrece como prueba la copia certificada del instrumento notarial diez mil novecientos cinco del veinticinco de marzo de mil novecientos ochenta y uno pasado ante la fe del licenciado Leopoldo Espinosa Arias, titular de la notaría pública diez de Querétaro, Querétaro.<sup>159</sup> En tal instrumento dentro del artículo segundo de los estatutos se describe el objeto social de la emplazada.

La probanza señalada tiene el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC y con ella se acredita el objeto social de Fomento Queretano que, tal como lo reconoce la emplazada, no se encuentra relacionado con la comercialización de bebidas carbonatadas. Por lo anterior, se desvirtúa la presunta responsabilidad de Fomento Queretano.

Lo anterior es así ya que a diferencia de Coca Cola Femsá, Panamco México y Grupo Contal, Administración Peninsular Corporativa, Refrescos y Aguas Minerales y Fomento Queretano:

- i) No cuentan con participación accionaria mayoritaria dentro de algún agente económico del sistema Coca Cola que participe en los mercados relevantes del presente expediente; y,
- ii) No participan ni directa ni indirectamente dentro de los mercados relevantes del presente expediente siendo que Coca Cola Femsá, Panamco y Grupo Contal, a través de sus subsidiarias, sí lo hacen, tan es así que en sus respectivos informes anuales presentados ante la CNBV reconocen su participación en la elaboración, envasado, transporte, distribución y comercialización de bebidas carbonatadas, tal como se acredita al momento de transcribir las diversas confesiones que al respecto se vierten.

Por lo expuesto, respecto de Inmuebles del Caribe, Embotelladora del Caribe, Agua de Taxco Yoli, Embotelladora Peninsular, Administración Peninsular Corporativa, Refrescos y Aguas Minerales y Fomento Queretano no se acredita la comisión de las prácticas monopólicas relativas que les fueron imputadas.

En este orden de ideas, esta autoridad considera innecesario el estudio de los demás argumentos hechos valer por Inmuebles del Caribe, Embotelladora del Caribe, Agua de Taxco Yoli, Embotelladora Peninsular, Administración Peninsular Corporativa, Refrescos y Aguas Minerales y Fomento Queretano en sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad. Sirve de apoyo a lo anterior lo siguiente:

**CONCEPTOS DE VIOLACION. ESTUDIO INNECESARIO DE LOS.** TERCER TRIBUNAL  
COLEGIADO DEL SEGUNDO CIRCUITO. Octava Época. Instancia: Tercer Tribunal Colegiado del Segundo Circuito.

<sup>159</sup> Fojas 5765 a 5790 del expediente en que se actúa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Fuente: Apéndice de 1995. Tomo: Tomo VI, Parte TCC. Tesis: 693. Página 466. Octava Época: Amparo directo 18/89. Jorge Luis Cubas Origel. 14 de febrero de 1989. Unanimidad de votos. Amparo directo 85/89. Xavier Novales Castro. 9 de marzo de 1989. Unanimidad de votos. Amparo directo 93/89. Fraccionamientos Urbanos y Campestres, S. A. 29 de marzo de 1989. Unanimidad de votos. Amparo directo 138/89. Elsa Esther Romero Pineda. 26 de abril de 1989. Unanimidad de votos. Amparo directo 706/90. María Isabel Montes López. 9 de enero de 1991. Unanimidad de votos. NOTA: Tesis II.3o.J/5, Gaceta número 51, pág. 49; Semanario Judicial de la Federación, tomo IX-Marzo, pág. 89.

**CONCEPTOS DE VIOLACION. CUANDO SU ESTUDIO ES INNECESARIO.** Octava Época. Instancia: SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL QUINTO CIRCUITO. Fuente: Semanario Judicial de la Federación. Tomo: VII, Abril de 1991 Tesis: V.2o. J/7 Página: 86. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL QUINTO CIRCUITO. Amparo directo 2/90. Juan Manuel Medina Hernández y otros. 23 de mayo de 1990. Unanimidad de votos. Ponente: Víctor Hugo Díaz Arellano. Secretario: Víctor Hugo Guel de la Cruz. Amparo directo 293/90. Aseguradora Nacional Agrícola y Ganadera, S.A. 25 de octubre de 1990. Unanimidad de votos. Ponente: Guillermo Antonio Muñoz Jiménez. Secretaria: Gloria Flores Huerta. Amparo directo 327/90. Revic, S.A. de C.V. 24 de enero de 1991. Unanimidad de votos. Ponente: Julio César Vázquez Mellado García. Secretaria: María del Carmen Gabriela Herrera Martínez. Amparo directo 350/90. Minera Lampazos, S.A. de C.V. 30 de enero de 1991. Unanimidad de votos. Ponente: Guillermo Antonio Muñoz Jiménez. Secretaria: Gloria Flores Huerta. Amparo directo 23/91. Ofelia Carrillo Bolado. 20 de febrero de 1991. Unanimidad de votos. Ponente: Guillermo Antonio Muñoz Jiménez. Secretario: Ramón Parra López.

**CONCEPTOS DE IMPUGNACIÓN. CUANDO RESULTA FUNDADO ALGUNO DE NATURALEZA PROCEDIMENTAL, ES INNECESARIO EL ESTUDIO DE LOS RESTANTES.** Novena Época. Instancia: SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL SEXTO CIRCUITO. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XV, Mayo de 2002 Tesis: VI.2o.A. J/2 Página: 928. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL SEXTO CIRCUITO. Amparo directo 48/2000. Marmolera Internacional de Puebla, S.A. de C.V. 30 de noviembre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Amanda Roberta García González. Secretaria: Sandra Acevedo Hernández. Amparo directo 118/2001. Jorge Luis Ramiro Posadas. 4 de mayo de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: Amanda Roberta García González. Secretario: Carlos Márquez Muñoz. Amparo directo 402/2001. Lanera Nacional, S.A. de C.V. 10 de enero de 2002. Unanimidad de votos. Ponente: Antonio Meza Alarcón. Secretario: Gerardo Rojas Trujillo. Amparo directo 34/2002. Grupo Audiovisión, S.A. de C.V. 21 de febrero de 2002. Unanimidad de votos. Ponente: Omar Losson Ovando. Secretaria: Rosa Iliana Noriega Pérez. Amparo directo 37/2002. Unidad Médica La Paz, S.A. de C.V. 21 de febrero de 2002. Unanimidad de votos. Ponente: Antonio Meza Alarcón. Secretario Gerardo Rojas Trujillo.

**AGRAVIOS EN EL RECURSO DE REVISIÓN FISCAL. CUANDO RESULTA INNECESARIO SU ESTUDIO.** Novena Época. Instancia: SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL SEXTO CIRCUITO. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Octubre de 2002 Tesis: VI.2o.A.39 A Página: 1316. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL SEXTO CIRCUITO. Revisión fiscal 172/2001. Subadministrador de lo Contencioso "2" de la Administración Local Jurídica de Ingresos de Puebla. 4 de octubre de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: Amanda R. García González. Secretario: Marco Antonio Ramírez Olvera.

Precisado lo anterior se procede al análisis de las argumentaciones vertidas por el resto de las emplazadas.

Propimex, Coca Cola Femsa, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular en el apartado I de sus respectivos escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad niegan la comisión de las prácticas monopólicas que se les imputan así como las conductas que presuntamente las configuran y describen sus principales actividades.

La manifestación en estudio es inoperante ya que no se vierte argumento lógico jurídico por el que se desvirtúen las determinaciones que respecto de la presunta comisión de las prácticas monopólicas relativas realizó este órgano desconcentrado, por el contrario, se esgrimen simples



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

aseveraciones sin sustento que pretenden evadir la carga procesal de las emplazadas consistente en desvirtuar la presunción de que cometieron las prácticas monopólicas que les fueron imputadas. Sustentan lo anterior las siguientes jurisprudencias:

**CONCEPTOS DE VIOLACIÓN. SON INOPERANTES CUANDO EN ELLOS NO PRECISAN CUÁLES FUERON LOS AGRAVIOS CUYO ESTUDIO SE OMITIÓ Y LOS RAZONAMIENTOS LÓGICO-JURÍDICOS TENDENTES A COMBATIR LAS CONSIDERACIONES DE LA SENTENCIA RECURRIDA.** No. Registro: 188,864. Jurisprudencia Materia(s): Civil, Común Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIV, Septiembre de 2001 Tesis: I.6o.C. J/29 Página: 1147. SEXTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 3206/92. Juan Rodríguez López. 2 de julio de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Víctor Hugo Díaz Arellano. Secretaria: Dora Isela Solís Sandoval. Amparo directo 4207/92. Felisa Domínguez viuda de Acosta. 2 de octubre de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Víctor Hugo Díaz Arellano. Secretaria: Dora Isela Solís Sandoval. Amparo directo 1001/92. Samuel Laban Jasqui. 22 de octubre de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Víctor Hugo Díaz Arellano. Secretaria: Dora Isela Solís Sandoval. Amparo directo 12346/99. Instituto Nacional Indigenista. 12 de julio de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: José Juan Bracamontes Cuevas. Secretario: Juan Alfonso Patiño Chávez. Amparo en revisión 1216/2001. María Elena Ruiz Villagrán de Muñoz. 26 de abril de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: José Juan Bracamontes Cuevas. Secretaria: Lorena Angélica Taboada Pacheco. Véase: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XII, agosto de 2000, página 1051, tesis I.6o.C. J/21, de rubro: "CONCEPTOS DE VIOLACIÓN INOPERANTES. LO SON SI NO CONTIENEN DE MANERA INDISPENSABLE, LOS ARGUMENTOS NECESARIOS QUE JUSTIFIQUEN LAS TRANSGRESIONES DEL ACTO RECLAMADO."

**CONCEPTOS DE VIOLACIÓN INOPERANTES. LO SON SI NO CONTIENEN DE MANERA INDISPENSABLE, LOS ARGUMENTOS NECESARIOS QUE JUSTIFIQUEN LAS TRANSGRESIONES DEL ACTO RECLAMADO.** No. Registro: 191,370 Jurisprudencia Materia(s): Común Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XII, Agosto de 2000 Tesis: I.6o.C. J/21 Página: 1051. SEXTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo en revisión 1186/95. Sistemas de Alimentos Rápidos, S. de R.L. de C.V. 9 de agosto de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: Enrique R. García Vasco. Secretario: Rogelio Saldaña Hernández. Amparo directo 7976/96. Quezadas Macías Contadores Públicos, S.C. 13 de marzo de 1997. Unanimidad de votos. Ponente: Adalid Ambriz Landa. Secretario: Sergio Ignacio Cruz Carmona. Amparo directo 886/98. Francisco Ríos Villegas. 26 de febrero de 1998. Unanimidad de votos. Ponente: Adalid Ambriz Landa. Secretario: Max Enrique Cymet Ramírez. Amparo directo 10876/98. María del Consuelo Avendaño Galindo. 7 de julio de 1999. Unanimidad de votos. Ponente: Adalid Ambriz Landa. Secretario: Alfonso Avianeda Chávez. Amparo directo 11736/99. Comercializadora Granda, S.A. de C.V. 26 de mayo de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: José Juan Bracamontes Cuevas. Secretario: Víctor Hugo Guel de la Cruz.

**CONCEPTOS DE VIOLACIÓN O AGRAVIOS. AUN CUANDO PARA LA PROCEDENCIA DE SU ESTUDIO BASTA CON EXPRESAR LA CAUSA DE PEDIR, ELLO NO IMPLICA QUE LOS QUEJOSOS O RECURRENTES SE LIMITEN A REALIZAR MERAS AFIRMACIONES SIN FUNDAMENTO.** No. Registro: 185,425. Jurisprudencia Materia(s): Común Novena Época Instancia: Primera Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Diciembre de 2002 Tesis: 1a./J. 81/2002 Página: 61. Reclamación 32/2002-PL. Promotora Alfabai, S.A. de C.V. 27 de febrero de 2002. Cinco votos. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretario: Ángel Ponce Peña. Reclamación 496/2002. Química Colfer, S.A. de C.V. 29 de mayo de 2002. Cinco votos. Ponente: Humberto Román Palacios. Secretario: Miguel Ángel Velarde Ramírez. Reclamación 157/2002-PL. Fausto Rico Palmero y otros. 10 de julio de 2002. Cinco votos. Ponente: Humberto Román Palacios. Secretario: Miguel Ángel Velarde Ramírez. Amparo directo en revisión 1190/2002. Rigoberto Soto Chávez y otra. 11 de septiembre de 2002. Cinco votos. Ponente: Humberto Román Palacios. Secretario: Miguel Ángel Velarde Ramírez. Amparo en revisión 184/2002. Adela Hernández Muñoz. 9 de octubre de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Juan N. Silva Meza. Ponente: Humberto Román Palacios. Secretario: Francisco Octavio Escudero Contreras. Tesis de jurisprudencia 81/2002. Aprobada por la Primera Sala de este Alto Tribunal, en sesión de trece de noviembre de dos mil dos, por unanimidad de cinco votos de los señores Ministros: presidente Juan N. Silva Meza, Juventino V. Castro y Castro, Humberto Román Palacios, José de Jesús Gudiño Pelayo y Olga Sánchez Cordero de García Villegas.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Con relación a la determinación que del sistema Coca Cola hizo esta Comisión en el oficio de presunta responsabilidad existen multiplicidad de afirmaciones de las emplazadas que se estudian en su conjunto dada su íntima relación.

Coca Cola Femsa y Panamco México en el apartado I de sus respectivos escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad indicaron que son sociedades controladoras y tenedoras de acciones que no embotellan ni comercializan bebidas por lo que a su juicio no participan en los mercados relevantes definidos en el presente expediente y no pueden cometer las prácticas monopólicas que les son imputadas. En este sentido, Grupo Contal afirma en el punto 11 letra C del apartado I de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que es una sociedad que no produce, embotella, comercializa, transporta o distribuye los bienes relevantes.

A tal efecto, las referidas emplazadas ofrecieron como pruebas las documentales públicas, consistentes en las copias certificadas de las escrituras públicas números 4,962 y 4,424 pasadas ante la fe de los notarios públicos número 27 y 103 de Monterrey y San Pedro Garza García, Nuevo León, respectivamente, las cuales tienen el valor probatorio que les confieren los artículos 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. A través de esta prueba, las oferentes pretenden acreditar derivado de su objeto social la imposibilidad que tienen para incurrir en las prácticas monopólicas relativas que se les imputan, así como su imposibilidad de concurrir en los mercados definidos en el oficio de presunta responsabilidad. De los documentos que se valoran se observa que el objeto social de Coca Cola Femsa y de Panamco México incluye actividades propias de una controladora y tenedora de acciones. No obstante lo anterior, tal como se verá al analizar la existencia del sistema Coca Cola en nuestro país, a través de sus subsidiarias (Propimex e Inmuebles del Golfo por lo que hace a Coca Cola Femsa y Panamco Bajío y Panamco Golfo respecto de Panamco México), participan en el proceso de producción y comercialización de bebidas carbonatadas en los mercados relevantes del presente expediente. En efecto, tal como lo afirman Coca Cola Femsa y Panamco México, son empresas “controladoras”, esto es, como su propio nombre lo indica, controlan, dominan, mandan a otro u otros, en este caso a sus subsidiarias o “controladas” que embotellan y comercializan bebidas carbonatadas. Así, no es jurídicamente sostenible que la controladora se deslinde de toda responsabilidad respecto de lo que hace su controladora cuando, obvia decir, ésta actúa controlada por la controladora.

Sostener lo anterior sería tanto como afirmar que como la controladora es el autor intelectual de la conducta no es responsable, sólo siendo el autor material de la conducta (la subsidiaria o controlada).

Sirven de sustento a lo anterior las siguientes:

**SOCIEDADES ANONIMAS, RESPONSABILIDAD SUBSIDIARIA ILIMITADA DE LA PERSONA O PERSONAS QUE CONTROLAN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS. ALCANCE DEL ARTICULO 13 DE LA LEY QUE ESTABLECE LOS REQUISITOS PARA LA VENTA AL PUBLICO DE ACCIONES DE SOCIEDADES ANONIMAS.**



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Amparo directo 892/82.-Ariel Angeles Castillo y otra.-28 de septiembre de 1983.- Unanimidad de 4 votos.-Ponente: Ernesto Díaz Infante. Se publica la tesis y parcialmente la ejecutoria por acuerdo de la Sala. La otra tesis que contiene aparece bajo el rubro: "Sociedades anónimas, vigencia de los artículos 13 y 14 de la Ley que establece los requisitos para la venta al público de acciones de".

**SOCIEDADES ANONIMAS, RESPONSABILIDAD SUBSIDIARIA DE LAS PERSONAS QUE CONTROLAN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS.**

Quinta Época. Instancia: Tercera Sala. Fuente: Semanario Judicial de la Federación. Tomo: CVII. Página: 709. Amparo civil directo 10099/49. Compañía Exportadora de Bienes Raíces, S.A. 31 de enero de 1951. Mayoría de tres votos. Disidentes: Agustín Mercado Alarcón y Carlos I. Meléndez. Relator: Hilario Medina.

Asimismo, Coca Cola Femsa y Panamco México pretenden desvirtuar la participación que tienen en las conductas y mercados definidos en el oficio de presunta responsabilidad con las pruebas documentales públicas consistentes, respectivamente, en la copia certificada del "Aviso de inscripción y/o modificación al padrón de contribuyentes de impuesto sobre nómina", correspondiente a Coca Cola Femsa, ingresado a la Tesorería del Distrito Federal, y del "Aviso de cambio de situación fiscal", correspondiente a Panamco México, ingresado al Servicio de Administración Tributaria, elementos que tienen el valor probatorio que les confieren los artículos 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De ellas se observa que Coca Cola Femsa tiene como actividad preponderante la "(...) *adquisición, posesión y enajenación de bonos, acciones y participaciones de cualquier clase (...)*" y que Panamco México la de "(...) *servicio a otros intermediarios financieros (...)*". Sin embargo, de lo anterior no se concluye que ambas empresas se encuentren fuera de los mercados investigados, ni que sea imposible que sean responsables de las prácticas monopólicas relacionadas con la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas por virtud de las cuales se les emplazó con el respectivo oficio de presunta responsabilidad ya que no logran desvirtuar que forman parte del sistema Coca Cola en los términos descritos al analizar la existencia del sistema Coca Cola en nuestro país, en concreto, a través de sus subsidiarias.

Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita en la letra D del apartado I de sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad resaltan que ninguno de los agentes económicos relacionados en el oficio de presunta responsabilidad participan en la implantación de sus políticas comerciales. En el mismo sentido se pronuncian Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan en la parte final del numeral 2.4 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad al indicar que la afirmación de esta CFC en el sentido de que las conductas imputadas a las emplazadas son producto de una política o estrategia instaurada en el mercado relevante por el sistema Coca Cola carece de motivación ya que no se explica en qué consisten esas políticas y estrategias y cómo se acreditaron en el expediente.

TCCEC considera en su apartado II.1.1 que no es una sucursal de TCCC y que se encuentra autorizada para operar en nuestro país de conformidad con los artículos 251 de la Ley General de Sociedades Mercantiles y 17-A, inciso c) de la Ley de Inversión Extranjera por lo que no tiene la misma personalidad jurídica que TCCC aún cuando ésta "(...) *tiene suscrito y pagado el 100%*

*del capital social (...)*” de TCCEC ya que cada empresa tiene su personalidad jurídica propia. Por lo anterior concluye que las imputaciones realizadas a TCCC son hechos de terceros.

Con relación a este punto, TCCEC ofreció como prueba la copia simple de la escritura pública número 22,211 de quince de junio de mil novecientos ochenta y uno que tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 93, fracción VII, 197 y 217 del CFPC. Del elemento probatorio descrito se observa que TCCEC no es sucursal de TCCC, tal como se afirma en el Capítulo II.1.1. de su escrito de contestación al oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro y que su objeto social consiste, entre otros, en fabricar concentrados y bases para bebidas refrescantes no alcohólicas, así como desarrollar y llevar a cabo programas de publicidad y mercadotecnia relacionada con los productos finales (bebidas carbonatadas) que resultan de los concentrados y bases antes referidos.

Sin embargo, la exhibición del documento descrito no desacredita el hecho de que TCCEC es el titular del sistema Coca Cola en nuestro país. Lo anterior derivado del control operativo que sobre esta empresa tiene TCCC al tener suscrito el 100% de su capital. Aunado a lo anterior la emplazada desarrolla y lleva a cabo procedimientos para la venta de los bienes relevantes, situación que reconoce expresamente, por lo que su aseveración constituye una confesional en términos de lo establecido en los artículos 93, fracción I, 95, 96 y 200 del CFPC, por lo que su afirmación hace prueba en su contra, argumentos que se detallarán al analizar la existencia del sistema Coca Cola en nuestro país. De igual manera, el documento exhibido no es suficiente para desacreditar que TCCEC participa en el mercado relevante ya que como se ha indicado tal emplazada confesó que participa en los planes de mercadotecnia y publicidad de los productos finales que resultan de los concentrados que comercializa.

En su apartado II.1.2 TCCEC niega que otorgue licencias y/o franquicias para embotellar bebidas carbonatadas asimismo señala que no es titular de registro marcario alguno y resalta las contradicciones que al respecto contiene el oficio de presunta responsabilidad.<sup>160</sup> Asimismo, en su apartado II.1.3 resalta su objeto social e indica que no participa en el mercado relevante del presente expediente. Asimismo, destaca que el hecho de que lleve a cabo planes de mercadotecnia y publicidad no puede relacionarse únicamente con las bebidas carbonatadas ni puede ser considerado como un indicio de que coordine o instrumente alguna política de comercialización directa en el canal detallista.<sup>161</sup> Aunado a lo anterior, en su apartado II.1.4 indica que no tiene participación accionaria en empresas embotelladoras y que no existe elemento de convicción alguno que demuestre lo contrario. Por lo anterior, manifiesta en su apartado II.1.5 que los hechos imputados al resto de las emplazadas<sup>162</sup> le son ajenos y por ende, al ser hechos de

<sup>160</sup> Al afirmarse que TCCC es la titular de las marcas y por el otro lado afirmar que lo es TCCEC (páginas 29, 32 a 37, 39, 41 y 43 del oficio de presunta responsabilidad).

<sup>161</sup> Situación que a su juicio reconoce esta CFC en el oficio de presunta responsabilidad (páginas 23 y 24).

<sup>162</sup> En específico las afirmaciones relativas a conductas imputadas a TCCC (titularidad de marcas y licenciamiento o participación accionaria en algunas empresas)

terceros, no está en condiciones de pronunciarse al respecto de conformidad con el artículo 329 del CFPC.

Asimismo, en su apartado II.3.1 TCCE indica, con relación al sistema Coca Cola, que:

A. Considera que al basar Ajemex el concepto de sistema Coca Cola en la resolución del expediente DE-06-2000 se vicia el presente procedimiento de inconstitucionalidad ya que tal acto “(...) *ha sido declarada inconstitucional por diversas ejecutorias del poder judicial (...)*”. Asimismo, indica que el concepto de grupo o sistema carece de fundamento legal y es contrario a la legislación vigente en materia de personalidad jurídica. En este sentido afirma que las teorías del levantamiento del velo corporativo y desestimación de la personalidad jurídica societaria además de carecer de sustento legal requerirían la acreditación de una relación accionaria que no se actualiza.

B. Aduce que ninguno de los supuestos referidos en el artículo 55 del Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial<sup>163</sup> se actualiza con relación a TCCEC ya que no cuenta con participación accionaria en los agentes económicos que integran el sistema Coca Cola ni tiene facultades para nombrar a sus órganos de dirección. Niega que celebre contratos de embotellador y por ende que participe en la franquicia de las marcas propiedad de TCCC derivado de la celebración de los referidos contratos. Asimismo, indica que esta CFC no refirió cuál es el interés común que une al sistema Coca Cola y que en caso de que fuera la venta de bebidas carbonatadas debió incluirse en él a los puntos de venta al público “(...) *No obstante, tanto en la denuncia de Ajemex, como en el... [oficio de presunta responsabilidad] se excluye a dichos agentes de la integración del Sistema (...)*”. Concluye que si presuntamente se responsabilizó al sistema Coca Cola de la comisión de prácticas monopólicas relativas, que incluye a empresas no emplazadas, implicaría dejar a éstas en estado de indefensión. Por último, indica que debió imputarse conductas en lo particular a cada uno los integrantes del sistema Coca Cola.

En su apartado II.3.2.4 TCCEC afirma que no se acreditó la instrumentación de políticas o directrices tendientes a implementar conductas de condicionamiento y denegación de trato en el mercado relevante. Para sustentar su argumento indica las que a su juicio son las cuestiones que sustentan la existencia de la conducta descrita por cuanto hace a TCCEC: a) pertenencia al sistema Coca Cola; b) participación en planes de publicidad; y. c) coincidencia de conductas imputadas en los territorios en que concurren los bienes relevantes.

En su apartado II.3.2.4.1 se refiere a la pertenencia al sistema Coca Cola describiendo los que a su juicio son los “(...) *elementos clave (...)*” que la determinan, esto es, que es sucursal de TCCC; que es titular de marcas de bebidas y otorgamiento de licencias para su uso; y, que tiene participación accionaria en empresas embotelladoras. Al respecto concluye que tales

---

<sup>163</sup> Citado en la página 108 del oficio de presunta responsabilidad



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

afirmaciones carecen de sustento y para evidenciar lo anterior remite a las argumentaciones vertidas en los apartados II.1.1, II.1.2 y II.1.4. Por último, manifiesta que además de acreditar la existencia del sistema Coca Cola, esta Comisión debió acreditar específicamente la instrumentación que se le imputa ya que “(...) *NO hay un nexo causal necesario entre la existencia de un interés común y la instrumentación de políticas de comercialización en determinado sentido (...)*”.

En el apartado II.3.2.4.2 reitera TCCEC (tal como lo hizo en el diverso I.1.3) que el hecho de que participe en programas de publicidad no puede considerarse como sustento para determinar una instrumentación de programas de comercialización. Asimismo, en su apartado II.3.2.4.4 afirma que con relación a la instrumentación, coordinación e integración de políticas que se imputa a TCCEC no existe un solo documento que acredite su existencia ya que se trata de meras presunciones, por demás improcedentes y basadas en interpretaciones y afirmaciones incorrectas.

En su apartado II.3.2.4.3 se refiere al que considera el tercer elemento que sustenta la existencia de las conductas que le son imputadas, esto es, las conductas coincidentes dentro de los territorios en que concurre la comercialización de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola y Big Cola, indicando que tal argumentación es inexacta. Para evidenciarlo divide su argumento en dos apartados:

A. Coincidencia de conductas en los territorios en que concurren los productos Big Cola y Coca Cola.

Manifiesta que Ajemex reconoce en su escrito de denuncia que participa en diecinueve entidades federativas y que las conductas denunciadas únicamente se presentan en diez entidades federativas. Por lo anterior, en nueve territorios no se presentan las conductas que denuncia. Aunado a lo anterior resalta que este órgano desconcentrado investigó “(...) *por lo menos a 61 empresas (...)*” y únicamente emplazó a veintidós, situación que a su juicio refuerza el hecho de que las conductas investigadas no se presentaron en todos los territorios en que concurren en la venta las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola y Big Cola. Por lo anterior, no existe la conducta coordinada cuya instrumentación se imputa a TCCEC.

B. En este apartado señala que los hechos descritos con relación a los diez territorios que componen uno de los mercados relevantes del presente expediente no son coincidentes. Para evidenciar lo anterior manifiesta que “(...) *en términos generales (...)*”: i) en la ciudad de Puebla, Puebla, no se imputaron conductas de retiro de publicidad ni de negativa o condicionamiento de la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola; ii) en la ciudad de Oaxaca, Oaxaca, no se imputaron conductas de condicionamiento o negativa de trato; iii) en la ciudad de Acapulco, Guerrero, no se imputaron conductas de intercambio de producto, negativa o condicionamiento en su venta; iv) en la ciudad de Mérida, Yucatán, no se imputaron conductas de condicionamiento o negativa de venta, retiro de publicidad o intercambio de producto; y, v) en la ciudad de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

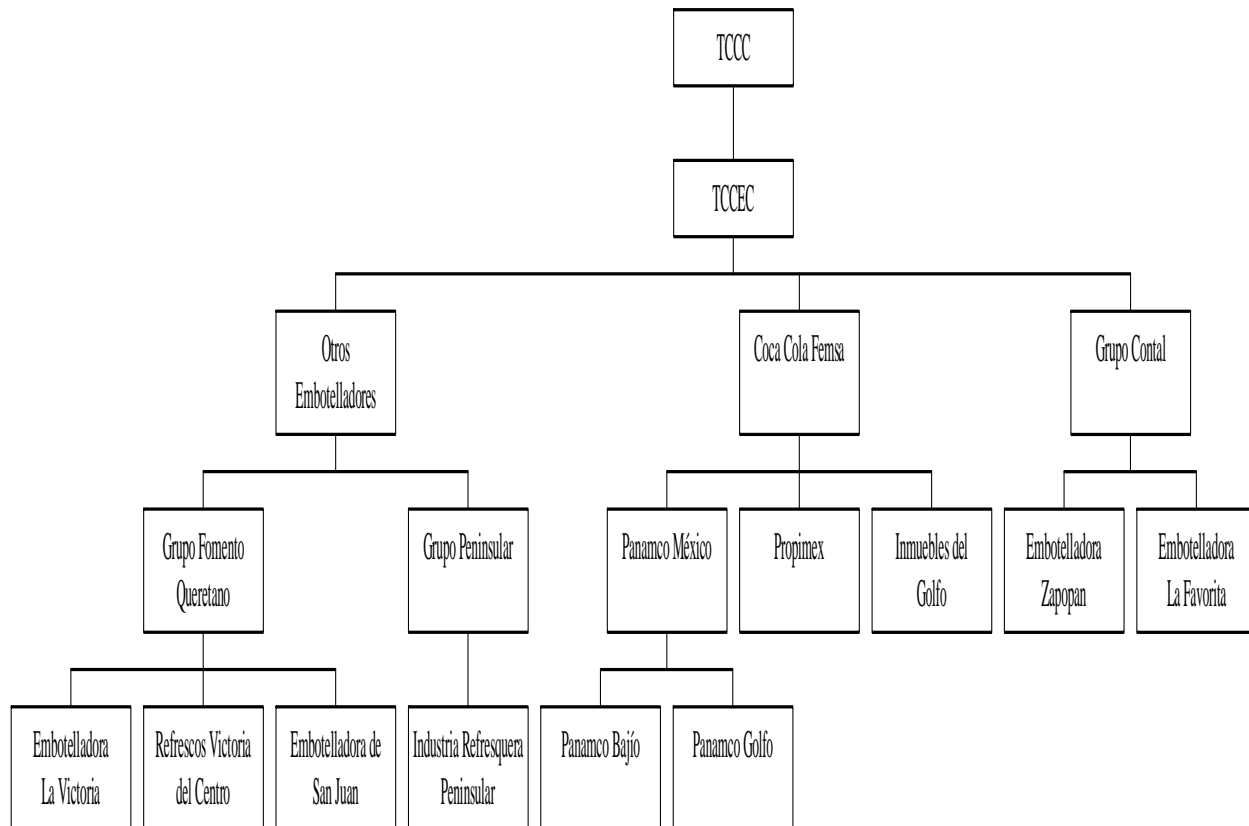
Querétaro, Querétaro, no se imputaron conductas de negativa o condicionamiento de venta, ni intercambio de producto o retiro de publicidad. Por lo anterior, concluye de nueva cuenta que no existe la conducta coordinada cuya instrumentación se atribuye a TCCEC y añade que dentro del expediente no existe un solo elemento de convicción que demuestre lo contrario.

En su apartado II.3.3.1 TCCEC indica que no participa en ninguno de los mercados relevantes del presente expediente ya que no existe una sola prueba que acredite que elabora, envasa, transporta, comercializa o distribuye bebidas carbonatadas. Aunado a lo anterior manifiesta que los datos recabados en este sentido se refieren a TCCC y no pueden servir para imputarle responsabilidad.

Asimismo, en la letra B del apartado II.3.3.3 TCCE manifiesta que no comercializa bebidas carbonatadas sino concentrados que no se derivan únicamente en tales bebidas.

El argumento en estudio es infundado. En el presente expediente esta Comisión acreditó la existencia del sistema Coca Cola en nuestro país, un grupo de interés económico integrado de la siguiente manera: -----

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----



En primer lugar, contrario a lo indicado por TCCEC, el hecho de que TCCC tenga “(...) suscrito y pagado el 100% de... [su] capital social (...)”<sup>164</sup> acredita la existencia de un interés común entre ambas empresas ya que TCCC tiene el control sobre la emplazada y, por lo tanto, rige su desarrollo y operación.

En segundo lugar se reitera que el proceso de producción y comercialización de las bebidas carbonatadas<sup>165</sup> abarca su producción, embotellado, distribución y comercialización. Los emplazados participan en una o varias etapas del referido ciclo que tiene por objeto poner a disposición del consumidor final las bebidas carbonatadas dentro del canal detallista. Tales actividades se encuentran interrelacionadas y por ende no podrían concebirse de forma aislada, sino siempre como parte integrante de un ciclo indivisible que busca comercializar las bebidas carbonatadas en el canal detallista.

<sup>164</sup> Afirmación hecha por TCCEC al dar contestación al oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro (página 8 de su escrito de contestación).

<sup>165</sup> Descrito en las fojas 5312 y 5313 del oficio de presunta responsabilidad.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Sin perjuicio de que el propio sistema Coca Cola admite su existencia (en su informe de responsabilidad social 2002 que obra a fojas 3771 a 3832) al afirmar que “Coca-Cola en México es una **compañía total** de bebidas (...)” [énfasis añadido], “(...) todas las empresas del **sistema Coca Cola** en México (...)” [énfasis añadido] y que cuenta con “(...) 15 Grupos Embotelladores por toda la República Mexicana (...)”.

Lo anterior de conformidad con lo siguiente (fojas 3776 y 3777 del presente expediente):







COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

## LA INDUSTRIA MEXICANA DE **COCA-COLA** EN EL 2002

*Compromiso con México*

Coca-Cola en México es una compañía total de bebidas que ofrece 15 marcas de productos al mercado nacional.

### DATOS SOBRESALIENTES

- ✓ Inversión anual de más de 500 millones de dólares
- ✓ Apoyo a más de 360,000 pequeños negocios en infraestructura y capacitación
- ✓ Más de 88,000 empleos directos en todas las empresas del Sistema Coca-Cola en México
- ✓ Desarrollo de iniciativas propias y participación en acciones de protección y cuidado del medio ambiente
- ✓ Se impartieron cursos de capacitación para más de 94,000 personas
- ✓ Se invirtieron más de 100 millones de pesos en programas sociales
- ✓ Cerca de 800,000 personas, en más de 165 comunidades, han sido beneficiadas por los programas sociales de Coca-Cola
- ✓ Más de 15 millones de mexicanos participaron en los más de 4,000 eventos culturales, deportivos y de entretenimiento apoyados por la Industria Mexicana de Coca-Cola

### INFRAESTRUCTURA

- ✓ 15 Grupos Embotelladores distribuidos por toda la República Mexicana
- ✓ La flotilla de distribución, fleteo y operación está conformada por más de 22,000 vehículos
- ✓ Se atiende a 1.1 millones de puntos de venta
- ✓ Se hacen 3.5 millones de visitas a nuestros clientes cada semana
- ✓ 11,000 rutas de distribución
- ✓ 79 plantas embotelladoras
- ✓ 465 centros de distribución

En este sentido también se pronuncian Embotelladoras Arca, Grupo Contal y Coca Cola Femsa de conformidad con lo establecido en las fojas 5327 a 5333 del presente expediente.

Expuesto lo anterior se describe la forma en que se actualiza la existencia del sistema Coca Cola en nuestro país:

### Titular del sistema en México

TCCEC es el agente económico titular del sistema Coca Cola en nuestro país. Lo anterior derivado del control operativo que sobre esta empresa tiene TCCC al tener suscrito el 100% de su capital.<sup>166</sup> TCCEC se dedica, entre otros, a la fabricación de concentrados y bases para bebidas carbonatadas y no carbonatadas. Aunado a lo anterior, desarrolla y lleva a cabo procedimientos para la venta de los bienes relevantes (elabora y brinda apoyo en mercadotecnia y publicidad a los diferentes embotelladores de las bebidas carbonatadas Coca Cola), situación que es reconocida por diversos embotelladoras al afirmar:

*“(...) es cierto que... lleva a cabo diversos convenios en relación con la promoción y publicidad de sus productos y participa en los gastos correspondientes (...)”.*<sup>167</sup>

### Cabezas de grupo (agentes económicos controladores de empresas embotelladoras)

Por su parte **Coca Cola Femsa**,<sup>168</sup> contrario a lo que argumenta, participa en el proceso de producción y comercialización de las bebidas carbonatas a través de sus subsidiarias (Propimex, Inmuebles del Golfo y Panamco México cuyas subsidiarias a su vez son Panamco Bajío y Panamco Golfo).<sup>169</sup> En ese sentido manifiesta su controladora (Femsa) en el Reporte Anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos presentado ante la CNBV al afirmar:

*“(...) Aproximadamente el 98% de las ventas netas de Coca Cola Femsa, en el año 2002, derivaron de la distribución de productos Coca Cola. Coca Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye productos Coca Cola de acuerdo con ciertos contratos de embotellador. Estos contratos de embotellador cubren todos los territorios actuales de Coca Cola FEMSA, incluyendo los territorios de Panamco. En virtud de lo establecido en los contratos de embotellador, The Coca Cola Company tiene derecho a influenciar significativamente la conducción del negocio de Coca Cola Femsa.*

...

*(...)” [énfasis añadido].*

<sup>166</sup> Cfr. Pie de página cincuenta y cinco del oficio de presunta responsabilidad.

<sup>167</sup> Afirmaciones de Propimex, Industria Refresquera Peninsular, Panamco Golfo, Panamco Bajío e Inmuebles del Golfo (al momento de referirse al hecho 7.7 de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad).

<sup>168</sup> TCCC es propietaria indirectamente del 39.6% de sus acciones representativas de capital social en circulación, lo que representa el 46.4% de las acciones con derecho a voto.

<sup>169</sup> Afirmaciones que el propio agente económico ha hecho ante esta autoridad (expediente CNT-11-2003 referido en la página 27 del oficio de presunta responsabilidad).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Aunado a lo anterior se transcriben diversas afirmaciones de Femsa y Coca Cola Femsa que evidencian que:

- Coca Cola Femsa participa en los mercados relevantes; y,
- Coca Cola Femsa tiene relación con TCCC y TCCEC.

### **Manifestaciones de Femsa<sup>170</sup>**

Fojas 4562 y 4563 del presente expediente.



(Eliminado 2 párrafos con 14 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 4633:



(Eliminado 2 párrafos con 26 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 4552:



(Eliminado 1 párrafo con 6 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 4555:



---

<sup>170</sup> Los énfasis fueron añadidos.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

(Eliminado 3 párrafos con 6 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

### **Manifestaciones de Coca Cola Femsa<sup>171</sup>**

Fojas 3550 y 3551:



(Eliminado 3 párrafos con 20 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3552:



(Eliminado 1 párrafo con 6 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3553:



(Eliminado 1 párrafo con 3 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3555:



(Eliminado 1 párrafo con 2 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de

---

<sup>171</sup> Los énfasis fueron añadidos.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Fojas 3558:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 4 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3559:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 2 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Fojas 3562 y 3563

[REDACTED]

(Eliminado 3 párrafos con 17 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3570:

[REDACTED]

(Eliminado 2 párrafos con 14 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Foja 3573:



(Eliminado 1 párrafo con 10 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3576:



(Eliminado 4 párrafos con 16 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3578:



(Eliminado 1 párrafo con 3 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3610:



(Eliminado 1 párrafo con 7 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3614:



(Eliminado 2 párrafos con 9 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

A su vez, **Panamco México**,<sup>172</sup> contrario a los argumentos que intenta hacer valer, participa en el proceso de producción y comercialización de las bebidas carbonatadas a través de sus subsidiarias (Panamco Bajío y Panamco Golfo) respecto de las cuales detenta el 93.370419% y el 100%,<sup>173</sup> respectivamente. Tales porcentajes como se ha indicado, le otorgan control sobre el desarrollo y operación de las empresas embotelladoras.

Aunado a lo anterior se transcriben diversas afirmaciones<sup>174</sup> de Panamco México que evidencian que:

- Panamco México participa en los mercados relevantes; y,
- Panamco México tiene relación con TCCC y TCCEC.

Foja 3871:

[REDACTED]

(Eliminado 2 párrfo con 10 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3874:

[REDACTED]

(Eliminado 2 párrfo con 8 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3877:

---

<sup>172</sup> Subsidiaria de Coca Cola Fems a través de Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V.

<sup>173</sup> Afirmación contenida en el informe anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos presentado ante la CNBV (foja 3883).

<sup>174</sup> Los énfasis fueron añadidos.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

(Eliminado 1 párrafo con 7 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3882:

[REDACTED]

(Eliminado 2 párrafo con 10 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3886:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 3 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3888:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 4 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3889:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 4 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3890:

[REDACTED]





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

(Eliminado 2 párrafos con 8 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3909:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 8 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3910:

[REDACTED]

(Eliminado 2 párrafo con 4 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3926:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 2 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

**Grupo Contal**, contrario a lo que argumenta, “(...) *es una empresa enfocada a la producción venta y distribución de bebidas... carbonatadas... de marcas que son propiedad de [TCCC] (...)*”.<sup>175</sup> Confirma tal afirmación el hecho de que es propietario del [REDACTED] de las acciones de Embotelladora La Favorita y Embotelladora de Zapopan. Por lo anterior, participa en el proceso de producción y comercialización de las bebidas carbonatadas a través de sus subsidiarias. (Eliminado 1 porcentaje. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

---

<sup>175</sup> Afirmación contenida en el Reporte Anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos publicado en la página de Internet de la BMV.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Aunado a lo anterior se transcriben diversas afirmaciones<sup>176</sup> de Grupo Contal que evidencian que:

- Grupo Contal participa en los mercados relevantes; y,
- Grupo Contal tiene relación con TCCC y TCCEC.

Foja 3983:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 6 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 4005:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 4 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3961:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 2 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3964:

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 3 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Foja 3969:

---

<sup>176</sup> Los énfasis fueron añadidos.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

[REDACTED]

(Eliminado 1 párrafo con 5 renglones. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

### **Agentes económicos embotelladores**

Por último, las embotelladoras (Propimex, Inmuebles del Golfo, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Yoli de Acapulco e Industria Refresquera Peninsular) se encargan de la producción, embotellado, distribución y comercialización de la bebida carbonatada en los puntos de venta así como de mantener el contacto con los detallistas y participar en conjunto con TCCEC en los procedimientos de los bienes relevantes.

Así, no obstante que TCCEC, como lo indica, no es titular de las marcas de las bebidas carbonatadas Coca Cola ni otorga de manera directa o indirecta licencias, franquicias o celebra contratos de embotellador respecto de las referidas bebidas, es parte integrante del sistema Coca Cola. Lo anterior es así ya que al fabricar concentrados y bases para bebidas carbonatadas así como llevar a cabo procedimientos<sup>177</sup> para la venta de los bienes relevantes participa en las fases de producción (ya que sin el concentrado y la base de bebida sería imposible obtener el producto final) y comercialización (promueve la venta de las bebidas carbonatadas a través de los medios masivos de comunicación con la intención de captar la atención del consumidor hacia tales productos) del proceso de producción y comercialización de las bebidas carbonatadas.

Por su parte, las cabezas de grupo (Coca Cola Femsa, Panamco México y Grupo Contal) participan, a través de sus subsidiarias, en el ciclo comercial completo (producción, embotellado, distribución y comercialización de bebidas carbonatadas al detalle).

Por último, las empresas embotelladoras (Propimex, Inmuebles del Golfo, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Yoli de Acapulco e Industria Refresquera Peninsular) participan en el proceso de producción y comercialización completo ya que producen, embotellan, distribuyen y comercializan las bebidas carbonatadas a los puntos de venta además de mantener el contacto con los establecimientos detallistas y participar en conjunto con TCCEC en los procedimientos de mercadotecnia y publicidad de los bienes relevantes.

---

<sup>177</sup> En su escrito de contestación refiere que se trata de planes de mercadotecnia y publicidad relacionados con los productos finales que resulten de los concentrados y base de bebidas, esto es, los bienes relevantes.

En efecto, tal como se ha indicado, cada embotellador (empresas subsidiarias de Coca Cola Femsa, Panamco México y Grupo Contal) se hace cargo de la operación del sistema en el territorio que les corresponde. Asimismo, el resto de las embotelladoras (Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Industria Refresquera Peninsular y Yoli de Acapulco) al contestar el oficio de presunta responsabilidad o bien al desahogar las pruebas para mejor proveer decretadas en el presente expediente confirmaron tal situación al indicar los territorios en que se encuentran autorizados para distribuir y comercializar las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola. En este orden de ideas, tal como se indicó en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro y como se confirmó por las emplazadas, los territorios que les corresponden son los siguientes:

- Propimex e Inmuebles del Golfo:

Territorio del Valle de México: ZM de la Ciudad de México, D.F. (incluida una parte considerable del adyacente Estado de México).

Territorio del sureste de México: estados de Tabasco, Chiapas y parte de los estados de Oaxaca y Veracruz.

- Panamco Bajío y Panamco Golfo:

Estados de Michoacán, Guanajuato, Tlaxcala, Puebla y la parte central de Veracruz que incluye Xalapa, Córdoba y Veracruz.

- Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan:

Estado de Jalisco, incluyendo la ZM de la ciudad de Guadalajara.

- Industria Refresquera Peninsular:

Estado de Yucatán, incluyendo la ciudad de Mérida y su ZM.

- Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan:

Estado de Querétaro, incluyendo la ciudad de Querétaro y su ZM.

- Yoli de Acapulco:

Estado de Guerrero, incluyendo la ciudad de Acapulco.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

Sin perjuicio de lo anterior, es de mencionar que en el oficio de presunta responsabilidad se describe como los productos de Coca Cola se elaboran y venden en el país mediante una franquicia. Cabe reiterar lo señalado en tal documento: el propietario de la marca Coca Cola, TCCC, empresa radicada en EUA, otorga licencia para la elaboración, envasado y venta de productos de esa marca en distintas regiones del país. Esas licencias se otorgan a través de contratos de embotellador celebrados por TCCC con diversas empresas. Como parte de la licencia para la elaboración de productos de esa marca, las embotelladoras se comprometen a comprar el concentrado para elaborar bebidas carbonatadas a la empresa señalada por TCCC, que en el caso de México es TCCEC. En esos contratos se asignan regiones geográficas donde serán distribuidos los productos, se establecen compromisos entre TCCC y las embotelladoras para compartir gastos e inversiones por la promoción de los productos de esa marca. En ese caso, TCCEC como representante en México de TCCC es responsable de llevar a cabo los programas de mercadotecnia y publicidad en el país, además de proveer los concentrados.

La emplazada TCCEC señala que ella no otorga licencias ni franquicias de embotellador. Al respecto, tiene razón la emplazada ya que es TCCC quien establece contratos con los embotelladores de esa marca que operan en México. Sin embargo, lo anterior no modifica lo establecido en el oficio de presunta responsabilidad ya que TCCEC es el representante en México de TCCC, fue señalado por ésta para proveer los concentrados y es el responsable de llevar a cabo los programas de mercadotecnia y publicidad en nuestro país.

Las relaciones descritas son la franquicia Coca Cola. Una franquicia es un sistema compuesto de empresas con diversas funciones para vender, en este caso, productos de la marca Coca Cola en el país. Las diversas funciones y responsabilidades de las empresas de una franquicia no significa, que en términos económicos, sean agentes económicos distintos. Por ejemplo, la franquicia de Coca Cola divide el mercado al asignar territorios a distintas embotelladoras. Sin embargo, esa división de mercados no es violatoria de la LFCE en virtud de que la franquicia es un sistema mediante el cual se venden productos de la misma marca a través de distintas empresas las cuales no compiten entre sí. La franquicia opera como un sólo agente económico, aunque se compartan diferentes responsabilidades entre sus integrantes. Se insiste, si las personas que forman parte de una franquicia fueran independientes y no parte de un grupo económico que no toma sus decisiones de manera autónoma, diversas conductas que coordinan, por ejemplo, la segmentación del territorio en el cual van a desarrollar sus actividades (establecida en los contratos respectivos) podría ser considerada como una práctica monopólica. Sin embargo, es justamente la pertenencia a ese grupo la que las excluye de tal supuesto al comportarse como un solo agente económico. Pero al mismo tiempo y de forma coherente, en el caso de que en conjunto, las personas que integran una franquicia actúen en una forma anticompetitiva, por ejemplo realizando conductas que afectan el mercado en el cual compiten con otras franquicias, pueden ser sancionadas, previo el desahogo del procedimiento correspondiente. Así, TCCEC y



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

un embotellador de Coca Cola son co-responsables de una parte de las decisiones en el territorio franquiciado al embotellador, así como TCCEC es responsable de la franquicia Coca Cola en México. Al respecto, corrobora lo anterior el informe “Industria Mexicana de Coca-Cola, Informe de Responsabilidad Social, 2002” en el cual se reportan las capacidades y actividades del grupo Coca Cola o del sistema Coca Cola como se denomina en tal reporte.<sup>178</sup>

Fojas 3796, 3798 y 3799.

---

<sup>178</sup> Ver páginas 24, 26 y 27 del informe Industria Mexicana de Coca-Cola, Informe de Responsabilidad Social, 2002.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

## LOS VALORES DE COCA-COLA

*Una forma de crear bienestar para México*

En la actualidad, los seres humanos estamos desarrollando nuevos patrones culturales en el mundo. Ideas como la estandarización van dejando paso a las de identidad; la de explotación masiva de recursos naturales se transforma y da lugar al surgimiento de la noción de desarrollo sustentable, que asume no sólo el bienestar de unos cuantos seres humanos hoy, sino la de todos los seres vivos en el futuro lejano. Las grandes empresas contemporáneas amplían sus objetivos más allá de la generación de utilidades. Ahora es la producción y distribución de bienestar entre el mayor número de personas, lo que motiva el ingenio de los nuevos empresarios, políticos, estadistas y luchadores sociales.

Para la Industria Mexicana de Coca-Cola (IMCC), como para Coca-Cola en escala mundial, ésta no es una práctica novedosa ni mucho menos una moda pasajera. Desde sus inicios, ha concebido su papel a partir de un principio ético que le ha llevado a ser líder en el ejercicio de una práctica empresarial socialmente comprometida y responsable. Este es un principio realmente sencillo; *"Coca-Cola existe para beneficiar y refrescar a todos aquellos con los que se relaciona"*. La adopción, desde hace casi un siglo, de este sencillo precepto en todo lo que hacen las empresas del Sistema Coca-Cola las ha llevado a la vanguardia en el tipo de pensamiento y acción que hacen del bienestar y la responsabilidad social uno de sus principales objetivos.

## 76 AÑOS EN MÉXICO, CONSTRUYENDO UNA INDUSTRIA MEXICANA

*Empresarios mexicanos comprometidos con el desarrollo del país*

Desde sus inicios en 1926, la Industria Mexicana de Coca-Cola (IMCC) se ha comprometido con México y los mexicanos a ser una Empresa Socialmente Responsable que asume el respeto de todos los seres humanos, su cultura y el medio ambiente que los sustenta como valores rectores de toda su operación. Para cumplir este compromiso, Coca-Cola ha aplicado programas de mejora continua y una política de inversión constante, que le ha permitido mantener su competitividad respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, las comunidades en las que trabaja y los recursos utilizados en sus actividades diarias.

A pesar de los vaivenes de la economía mexicana y del mundo, los empresarios de la IMCC han mantenido un compromiso creciente y constante a lo largo de sus 76 años de existencia en el país. La organización de Coca-Cola en México inició con tres empresarios visionarios en 1926, que con un pequeño grupo de personas comenzaron a elaborar y distribuir Coca-Cola en los estados de Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas, en ese tiempo la capacidad de producción era de sólo 10 botellas por minuto. Desde entonces, el crecimiento constante del Sistema Coca-Cola se ha desarrollado hasta hoy, al estar conformado por





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

15 Grupos Embotelladores que elaboran, envasan y distribuyen los productos y marcas de Coca-Cola por todo el territorio nacional, con una capacidad de producción de más de 200,000 botellas por minuto.

tros de abastecimiento ubicados en toda la República Mexicana, en las que se elaboran, envasan y distribuyen las 15 marcas de los productos Coca-Cola. Cada embotelladora se hace cargo de la operación del Sistema en el territorio que le corresponde.

## UNA MARCA INTERNACIONAL CON FUERTE RAIGAMBRE NACIONAL

*Una organización que multiplica y distribuye el bienestar que produce*

Se entiende por Responsabilidad Social Empresarial, la manera respetuosa, responsable y comprometida con la que una empresa lleva a cabo todas sus operaciones comerciales y establece sus relaciones con los empleados, proveedores, clientes, la gente, su cultura y el medio ambiente en que se desarrollan.

La adopción de estos valores en el ejercicio empresarial de esta época no es sólo cuestión de principios éticos, es también una demanda de la sociedad que ahora espera mucho más que un buen producto a un precio razonable. Actualmente los bienes y servicios ofrecidos por una empresa son igualmente evaluados por el consumidor desde un punto de vista ecológico, social y emotivo. Una organización en la que el ambiente de trabajo no sea respetuoso y promotor de la dignidad humana difícilmente podrá contar con que sus empleados promuevan y consuman sus productos. Ya no es suficiente la calidad de las cosas, ahora es fundamental la calidad de vida propiciada por el proceso completo de producción, distribución, consumo y manejo de residuos, con las que los miembros de la sociedad sustentan su existencia cotidiana.

La Industria Mexicana de Coca-Cola asocia un conjunto de embotelladoras nacionales con Coca-Cola de México. Estas empresas, en términos generales, cubren las siguientes funciones:

- Coca-Cola de México es la empresa que produce y provee a los Grupos Embotelladores los concentrados con los que se elaboran todos los productos, es la propietaria de las marcas y la que define las estrategias de desarrollo de las mismas.
- 15 Grupos Embotelladores, propiedad de empresarios mexicanos, que en conjunto operan las 79 plantas embotelladoras y los 465 cen-

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE COCA-COLA EN MÉXICO

*Lo importante no es sólo lo que se hace, sino cómo se hace*

La adopción de estos valores en el ejercicio empresarial de esta época no es sólo cuestión de principios éticos, es también una demanda de la sociedad que ahora espera mucho más que un buen producto a un precio razonable. Actualmente los bienes y servicios ofrecidos por una empresa son igualmente evaluados por el consumidor desde un punto de vista ecológico, social y emotivo. Una organización en la que el ambiente de trabajo no sea respetuoso y promotor de la dignidad humana difícilmente podrá contar con que sus empleados promuevan y consuman sus productos. Ya no es suficiente la calidad de las cosas, ahora es fundamental la calidad de vida propiciada por el proceso completo de producción, distribución, consumo y manejo de residuos, con las que los miembros de la sociedad sustentan su existencia cotidiana.

La adopción de estos valores en el ejercicio empresarial de esta época no es sólo cuestión de principios éticos, es también una demanda de la sociedad que ahora espera mucho más que un buen producto a un precio razonable. Actualmente los bienes y servicios ofrecidos por una empresa son igualmente evaluados por el consumidor desde un punto de vista ecológico, social y emotivo. Una organización en la que el ambiente de trabajo no sea respetuoso y promotor de la dignidad humana difícilmente podrá contar con que sus empleados promuevan y consuman sus productos. Ya no es suficiente la calidad de las cosas, ahora es fundamental la calidad de vida propiciada por el proceso completo de producción, distribución, consumo y manejo de residuos, con las que los miembros de la sociedad sustentan su existencia cotidiana.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Estas demandas sociales implican la adopción de responsabilidades empresariales que son distintas de las que se consideran como buenas prácticas comerciales. Desde este nuevo punto de vista, las empresas, como elementos cada vez más importantes de la sociedad, deben asumir su papel como productoras, promotoras y distribuidoras del bienestar de la comunidad en la que realizan su actividad económica.

Para una empresa como Coca-Cola, estrechamente vinculada con las culturas en las que desarrolla su negocio, es fundamental operar como un buen ciudadano corporativo y, de esta forma, contribuir al desarrollo de la sociedad.

Los nuevos estilos de gestión incorporan a su actividad empresarial cuestiones como la vigilancia de la salud de su sociedad, su educación y la promoción de su desarrollo armónico y conjunto.

En el caso del presente Informe, el documento muestra el balance integral de las actividades de la Industria Mexicana de Coca-Cola (IMCC) en el año 2002. En él se señalan los aspectos de la operación cotidiana de la IMCC que se pueden considerar de mayor relevancia económica y social.

Al ser los aspectos cualitativos la parte más importante en un informe de esta naturaleza, las cifras que aquí aparecen sólo adquieren relevancia en tanto modos de expresar la magnitud de los esfuerzos e inversiones realizados en aras de cumplir nuestra promesa: "Coca-Cola existe para beneficiar y refrescar a todos aquellos con los que se relaciona". Una promesa sencilla cuyas implicaciones nos llevan a reconocer que el eje fundamental del Sistema Coca-Cola es su gente. Personas que viven y trabajan con estricto apego a un conjunto de ideales congruentes que les permiten, como el bambú ante los emba-

tes del viento, guiar y mantener su desarrollo por medio de los innumerables cambios que la dinámica del mundo contemporáneo les imponen. Entre los valores que identifican y marcan a los miembros de Coca-Cola, destacan el sentido de la *integridad* que lleva a insistir en el logro de la *calidad* absoluta de todos los productos y a actuar con un gran sentido de *responsabilidad* en todo lo que se hace. Un profundo respeto a todos los demás, que deriva en el cultivo de las *relaciones* en todos los ámbitos de la vida y del trabajo. El reconocimiento y *valoración de la diversidad*, que demanda una actitud *incluyente* y el cuidado, cada vez más comprometido, del *medio ambiente* que sustenta toda la existencia.

Con la actitud que emana de estos valores, en el año 2002, por medio de nuestros programas sociales y apoyo a diferentes actividades hemos contribuido al sano esparcimiento de casi 15.5 millones de personas. Esta labor ha sido reconocida por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), que en el 2002 y por segunda ocasión, otorgó a Coca-Cola su reconocimiento como "Empresa Socialmente Responsable", distinción obtenida por cubrir los estándares en ética empresarial, cuidado y preservación del medio ambiente, calidad de vida en la empresa y vinculación de la compañía con la comunidad.

Estos son los principios con los que ha trabajado Coca-Cola en México a lo largo de toda su historia. Ahora, ante los retos impuestos por una dinámica cada vez más compleja, fuerte y demandante, el enfoque de todos los integrantes de la Industria Mexicana de Coca-Cola será aún más innovador, participativo y comprometido con las comunidades en las que trabaja y el entorno en el que operan.

Por otro lado, la estructura corporativa de las empresas pertenecientes a la franquicia de Coca Cola no afectan el funcionamiento del sistema Coca Cola como grupo económico que compite en el mercado de la distribución y comercialización de las bebidas carbonatadas. La función de Coca Cola Femsa, Panamco México y Grupo Contal como controladoras o tenedoras de acciones de subsidiarias que son embotelladoras de Coca Cola no implica independencia en las decisiones entre esas sociedades. Esto lo muestran los propios reportes financieros de las empresas controladoras o tenedoras de acciones donde informan de las estrategias de venta, mercadotecnia, comercialización y planes de inversión para la elaboración, comercialización y distribución de refrescos. A lo anterior hay que agregar la inversión conjunta de las embotelladoras de Coca Cola para envasar refresco en lata el cual es distribuido y comercializado en todo el país. También, hay que considerar la participación accionaria de TCCC en Coca Cola Femsa y Grupo Contal.

Entonces, la franquicia Coca Cola en México combinada con las relaciones corporativas entre las empresas pertenecientes a esa franquicia así como sus inversiones conjuntas y la participación accionaria de TCCC muestran que existe un sistema Coca Cola el cual es un grupo económico, en términos del artículo 3º de la LFCE,<sup>179</sup> cuyo representante en México es TCCEC. Por lo anterior, son incongruentes las afirmaciones de las emplazadas vertidas con el ánimo de desvirtuar la existencia del referido sistema ya que no obstante tal afirmación, en sus reportes anuales presentados ante la CNBV y en el Informe de Responsabilidad Social 2002 de la “Industria Mexicana de Coca Cola” (tal como se ha acreditado) confirman la existencia del sistema Coca Cola en nuestro país. Lo anterior, no hace sino evidenciar la ambivalencia de las afirmaciones de las emplazadas al pretender desconocer que ante otra autoridad e inclusive ante la sociedad civil se ostentan como integrantes del sistema Coca Cola. Por lo anterior los argumentos que al respecto se hacen valer son infundados.

Por lo expuesto, las argumentaciones de TCCEC, Coca Cola Femsa, Panamco México y Grupo Contal (reiteradas una y otra vez a lo largo de sus respectivos escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad) basadas en el hecho de que derivado de su objeto social no pueden formar parte del sistema Coca Cola en nuestro país y por ende no participan en los mercados relevantes del presente expediente son infundadas. La misma suerte corren las argumentaciones de Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan, Yoli de Acapulco, Propimex, Inmuebles del Golfo, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita vertidas en el sentido de que no pertenecen al sistema Coca Cola y niegan su existencia.

Asimismo, el argumento en el sentido de que los establecimientos detallistas debieron ser incluidos dentro del sistema Coca Cola es infundado toda vez que las emplazadas no explican el

---

<sup>179</sup> Están sujetos a lo dispuesto por esta ley todos los agentes económicos, sea que se trate de personas físicas o morales, dependencias o entidades de la administración pública federal, estatal o municipal, asociaciones, agrupaciones de profesionistas, fideicomisos o **cualquier otra forma de participación en la actividad económica.**

por qué consideran que tales puntos de venta debieron ser considerados dentro del sistema Coca Cola, es decir, se limitan a afirmarlo sin aportar argumentos lógico jurídicos que soporten tal aseveración. Asimismo, con el sentido de su afirmación (que los detallistas deberían formar parte del sistema Coca Cola) no hacen sino confirmar el hecho de que es tanta la vehemencia del sistema Coca Cola por controlar el canal detallista que pretende incluirlo como un integrante más dentro de sus actividades económicas, limitando la posibilidad de que en estos puntos venta se encuentren a la venta bebidas carbonatadas de las marcas de sus competidores.

Por su parte Propimex y Panamco Bajío afirman que son personas morales distintas de “(...) Propymex, S.A. de C.V. (...)” e indican que fue improcedente el razonamiento vertido por esta Comisión en el segundo pie de página del oficio de presunta responsabilidad<sup>180</sup> aseverando que lo conducente era prevenir a la C. Chávez al respecto y no se hizo. Aunado a ello, solicitan a esta CFC hacer efectivo el apercibimiento decretado a la C. Chávez<sup>181</sup> consistente en desechar el escrito de denuncia en caso de no satisfacer lo requerido por este órgano desconcentrado. Igualmente, Grupo Contal, Yoli de Acapulco (ambas en el apartado C punto 1 de su escrito de contestación), Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita (en el punto 1 del apartado E) indican que desconocen la existencia tanto de “(...) Propymex, S.A. de C.V. (...)”, como del sistema Coca Cola.

El argumento en estudio es infundado. Por lo que hace a la existencia del sistema Coca Cola, en observancia al principio de economía procesal se remite a las consideraciones que al respecto hizo valer este órgano desconcentrado. En cuanto al error mecanográfico de la C. Chávez al referirse a Propimex se indica que tal como se señaló en el primer antecedente del oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro de las fojas 10, 11 y 13 del presente expediente se observa que, no obstante el error mecanográfico en que incurrió la C. Chávez,<sup>182</sup> al momento de acudir a denunciar ante esta Comisión la posible comisión de prácticas monopólicas relativas lo hizo refiriéndose a Propimex.

Para comprobar lo anterior basta dar lectura a los anexos (fojas 10, 11 y 13 de este expediente) del escrito presentado el dos de junio de dos mil tres ante este órgano desconcentrado. Así, esta Comisión atendió, al momento de analizar la procedencia de la denuncia intentada, a los documentos (que obran en las fojas referidas) en sí mismos no únicamente al escrito que acompañaban, de los cuales se observa que la correcta denominación es Propimex. Aunado a lo anterior de actuarse en el sentido que pretenden las emplazadas esta Comisión caería en rigorismos excesivos que únicamente habrían entorpecido o inclusive impedido el cumplimiento del objeto para el que fue creado esta CFC, la cual es de orden público e interés social.

---

<sup>180</sup> En el sentido de que no obstante la razón social referida por la C. Chávez de las fojas 10, 11 y 13 del expediente al rubro citado se desprendió que la denunciada era Propimex y que por un error mecanográfico se hizo referencia a una razón social diversa.

<sup>181</sup> Mediante proveído del diecinueve de mayo de dos mil tres que obra a fojas 2 y 3 del presente expediente.

<sup>182</sup> Al hacer referencia a Propymex, S.A. de C.V., en vez de Propimex, S.A. de C.V.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Se destaca que fue la propia Propimex quien confirmó que la C. Chávez se refería a ella ya que tanto en el escrito por el que dio contestación al oficio de presunta responsabilidad como en el presentado ante la Oficialía de Partes de esta CFC el dos de diciembre de dos mil cuatro, hizo relación a los CC. [REDACTED] (C. [REDACTED]) y [REDACTED] (C. [REDACTED])<sup>183</sup> negando que hayan vertido las declaraciones contenidas en el escrito de denuncia (como se verá más adelante) e inclusive el C. Representante legal de Propimex manifestó que el C. [REDACTED] había “(...) *dejado de trabajar para mi representada (...)*”.<sup>184</sup> Por lo anterior, devienen infundadas las argumentaciones que al respecto se hacen valer ya que únicamente se trató de un error mecanográfico que esta CFC percibió y corrigió sin caer en una indebida suplencia de la queja ya que tal error no influía en la procedencia de la denuncia intentada por la C. Chávez. Apoyan lo anterior los criterios judiciales siguientes: [\(Eliminado: 10 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales\)](#)

**ERRORES NUMÉRICOS O CUALQUIER OTRO DE POCA IMPORTANCIA. DEBEN SER CORREGIDOS POR LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA, LOS TRIBUNALES COLEGIADOS DE CIRCUITO Y LOS JUECES DE DISTRITO, APLICANDO ANALÓGICAMENTE EL ARTÍCULO 79 DE LA LEY DE AMPARO.**

No. Registro: 196,233. Tesis aislada Materia(s): Común Novena Época Instancia: Pleno Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: VII, Mayo de 1998 Tesis: P. XLVIII/98 Página: 69. Recurso de reclamación en el amparo en revisión 1980/97. Telefonía Celular del Norte, S.A. de C.V. 3 de marzo de 1998. Unanimidad de diez votos. Ausente: José Vicente Aguinaco Alemán. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Luz Delfina Abitia Gutiérrez. Recurso de reclamación en el amparo en revisión 1931/97. Celular de Telefonía, S.A. de C.V. 3 de marzo de 1998. Unanimidad de diez votos. Ausente: José Vicente Aguinaco Alemán. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Luz Delfina Abitia Gutiérrez. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada el siete de mayo en curso, aprobó, con el número XLVIII/1998, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a siete de mayo de mil novecientos noventa y ocho.

**TITULO DE CREDITO, CITA ERRONEA EN EL ESCRITO DE DEMANDA CORRESPONDIENTE, DE LOS DATOS QUE CONTIENE AQUEL, NO TRASCIENDE COMO FALTA DE UN ELEMENTO DE LA ACCION, SINO QUE SE TRATA DE UN MERO ERROR MECANOGRAFICO, CUENTA HABIDA QUE TODOS LOS DEMAS DATOS CONCUERDAN.**

No. Registro: 202,527. Tesis aislada Materia(s): Civil Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: III, Mayo de 1996 Tesis: XXI.1o.20 C Página: 707. PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO DEL VIGESIMO PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 439/95. Grim, Construcciones, S.A. 11 de octubre de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: José Refugio Raya Arredondo. Secretario: Ignacio Cuenca Zamora.

**DOCUMENTAL. DEBE DESATENDERSE EL ERROR DE LA FECHA EN QUE SE INCURRA AL OFRECERSE UNA.**

Novena Época. Instancia: NOVENO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA DE TRABAJO DEL PRIMER CIRCUITO. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: I, Junio de 1995 Tesis: I.9o.T.2 L Página: 439. NOVENO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA DE TRABAJO DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 1589/95. Tum, Transportistas Unidos, S. A. de C. V. 21 de febrero de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: F. Javier Mijangos Navarro. Secretario: Héctor Landa Razo.

**PERSONALIDAD. EL PRINCIPIO DE ESTRICTO DERECHO NO SE INFRINGE SI LA RESPONSABLE APRECIO ERROR DEL NOMBRE DEL APODERADO EN EL PODER**

<sup>183</sup> Personas respecto de las cuales la C. Chávez hizo relación en su escrito de denuncia como empleados de Propimex.

<sup>184</sup> Foja 8872 del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**CON QUE SE ACREDITO.** Octava Epoca. Instancia: SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEXTO CIRCUITO. Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: V, Segunda Parte-1, Enero a Junio de 1990 Página: 336 SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL SEXTO CIRCUITO. Amparo en revisión 15/90. Alberto Xelhuantzi Sánchez. 9 de febrero de 1990. Unanimidad de votos. Ponente: José Galván Rojas. Secretario: Jorge Núñez Rivera.

**DOCUMENTOS. ERROR DE ESCRITURA EN ELLOS. DE ESTIMARSE QUE EXISTE, DEBE ATENDERSE A LO QUE REALMENTE SE TRATO DE EXPRESAR, Y DESESTIMARSE LO QUE APARECE ESCRITO EQUIVOCADAMENTE.** Séptima Epoca. Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: 68 Tercera Parte Página: 51. Amparo en revisión 1445/73. Seguros Independencia, S.A. y otro (acumulados). 15 de agosto de 1974. Unanimidad de cuatro votos. Ponente: Carlos del Río Rodríguez.

Por último, respecto a la solicitud de hacer efectivo el apercibimiento decretado a la C. Chavez y desechar su escrito de denuncia se indica que tal cuestión será analizada por este órgano desconcentrado más adelante.

En su capítulo 2 Propimex, Coca Cola Femsa, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular describen la organización de su escrito de contestación al oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro.

Propimex, Coca Cola Femsa, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular en el capítulo 3 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad aducen que esta Comisión admitió indebidamente las denuncias presentadas en el expediente en que se actúa (en este mismo sentido se manifestó Panamco Bajío en la parte final del capítulo 1 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad con relación al escrito de denuncia del C. [REDACTED] por lo que se aborda su estudio en el presente apartado al tratarse de argumentos coincidentes). Asimismo, indican que ilegalmente se consideró al C. [REDACTED] como coadyuvante dentro de la etapa de investigación del presente expediente. Desarrollan su argumento de conformidad con lo siguiente: (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Panamco Bajío manifiesta, con relación a la denuncia del C. [REDACTED], que del oficio de presunta responsabilidad se observa que este órgano desconcentrado “(...) *no investigó a la ciudad de Apatzingán, Michoacán (...)*” siendo que la denuncia de la persona referida fue admitida por hechos acontecidos en tal localidad. Por lo anterior considera que su acumulación al presente expediente fue inadecuada y contraria al artículo 72 del CFPC. (Eliminado: 1 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El argumento en estudio es infundado. Es inaplicable supletoriamente el CFPC puesto que hay disposición expresa en el RLFCE contenida en sus artículos 27 y 28. Aún considerando la supletoriedad del CFPC, debe resaltarse que el artículo 74 expresamente establece que “(...) *La resolución que resuelva sobre la acumulación es irrevocable (...)*”. Tal disposición, como es de explorado derecho, tiene su fundamento en que la acumulación es una facultad discrecional de la autoridad, que de ser procedente o no la acumulación, ningún perjuicio le causa a los sujetos, por





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

ello en las legislaciones procesales no se admite el recurso contra tal determinación. Además, tal como se observa de la foja 249 y 253 del presente expediente<sup>185</sup> la denuncia presentada por el C. [REDACTED] versaba sobre hechos coincidentes a los investigados en el expediente al rubro citado que al tres de septiembre de dos mil tres (fecha en que se emitió el acuerdo correspondiente) no había concluido su etapa de investigación por lo que procedió la integración de las constancias del expediente DE-51-2003 al expediente en que se actúa de conformidad con lo previsto en el último párrafo del artículo 27 del RLFCE. Apoyan lo anterior las siguientes: (Eliminado: 1 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

**ACUMULACIÓN EN AMPARO. CUANDO SE TRATA DE JUICIOS TRAMITADOS ANTE DISTINTOS JUZGADOS DE DISTRITO SE CONSIDERA "JUEZ QUE PREVINO" AL QUE CONOZCA DE LA DEMANDA PRESENTADA EN PRIMER LUGAR, AUNQUE LA RECIBA POSTERIORMENTE.**

No. Registro: 186,693. Jurisprudencia. Materia(s):Común. Novena Época. Instancia: Segunda Sala. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 82/2002 Página: 63. Contradicción de tesis 13/2001. Entre las sustentadas por el Quinto Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito y el Segundo Tribunal Colegiado del Sexto Circuito, hoy Segundo Tribunal Colegiado en Materia Civil del Sexto Circuito. 21 de junio de 2002. Cinco votos. Ponente: José Vicente Aguinaco Alemán. Secretario: Emmanuel Rosales Guerrero. Tesis de jurisprudencia 82/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiocho de junio de dos mil dos.

**ACUMULACIÓN. LA RESOLUCIÓN QUE DESECHA SU SOLICITUD NO ADMITE RECURSO ALGUNO.**

No. Registro: 196,432. Tesis aislada Materia(s):Común Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: VII, Abril de 1998 Tesis: XIX.2o.20 K Página: 719. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO DEL DÉCIMO NOVENO CIRCUITO. Queja 65/96. María de Jesús de León Rodríguez. 31 de octubre de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: Roberto Terrazas Salgado. Secretario: Rubén González Zamora.

Aunado a lo anterior se indica que si, una vez desahogada la referida etapa indagatoria, no se desprendieron hechos presuntamente constitutivos de prácticas monopólicas relativas por lo que hace al estado de Michoacán ningún agravio puede causar a la emplazada.

Por su parte, Propimex y Panamco Bajío en su apartado 3.1 (reiterando sus argumentos) indican que fue improcedente la admisión de la denuncia del C. [REDACTED] Propimex manifiesta que no tiene relación jurídica con tal denunciante al realizar sus actividades en una ubicación geográfica distinta a la denunciada (Apatzingan, Michoacán). Ambas emplazadas aseveran que existió una violación al artículo 72 del CFPC de aplicación supletoria en la materia con relación al último párrafo del artículo 27 y del artículo 28 del RLFCE al haber acumulado la referida denuncia al presente expediente y consideran que lo procedente era decretar el cierre del expediente DE-51-2003. Panamco Bajío añade que este órgano desconcentrado debió decretar el cierre del expediente DE-51-2003 al no haberse encontrado elemento de convicción alguno que sustentara las afirmaciones de la denuncia del C. [REDACTED] con relación a la ciudad de Apatzingán, Michoacán. Asimismo, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita dentro del numeral 1 del apartado D de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta

<sup>185</sup> Escrito de denuncia y recibo de compra expedido el diecinueve de mayo de dos mil tres por Panamco Bajío a cargo del C. [REDACTED] (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

responsabilidad indican que ninguna de las personas físicas denunciadas participan en el mercado relevante de la ZM de Guadalajara, Jalisco. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Respecto de la supuesta violación al artículo 72 del CFPC, en observancia al principio de economía procesal, se remite a las emplazadas a las consideraciones hechas valer por esta autoridad al momento de analizar por primera vez los argumentos de Panamco Bajío. Aunado a lo anterior, son infundadas las manifestaciones relativas a la improcedencia de la denuncia del C. [REDACTED] y del resto de las personas físicas argumentando que las emplazadas operan en un área geográfica diversa a las denunciadas. Lo anterior es así ya que desde la emisión del acuerdo de inicio de investigación este órgano desconcentrado estableció que la investigación del presente expediente se llevaría a cabo “(...) en el mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado (...)”.<sup>186</sup> Así, las facultades de investigación con que cuenta esta Comisión se ejercieron respecto del referido mercado sin limitaciones territoriales como incorrectamente suponen Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan ya que se buscaba verificar el cumplimiento de la legislación en materia de competencia económica en el mercado investigado, que no fue limitado a algún territorio en específico sino a todos aquellos lugares en que se distribuyeran y comercializaran bebidas carbonatadas en envase cerrado. También es infundado el argumento de Panamco Bajío en el sentido de que se debió decretar el cierre del expediente DE-51-2003 al no haberse encontrado elemento de convicción alguno respecto de la ciudad de Apatzingán, Michoacán ya que tal como se indicó en el acuerdo del tres de septiembre de dos mil tres<sup>187</sup> tal expediente se acumuló al presente, en el que el mercado investigado lo constituía todo el territorio nacional y de éste expediente se desprendieron hechos que presumiblemente configuran prácticas monopólicas relativas. Por lo anterior, no puede causar agravio a la emplazada el hecho que refiere ya que en la presente resolución se estudia, analiza y valora únicamente por las prácticas monopólicas por las que se emplazó con el oficio de presunta responsabilidad, indicándose para tales efectos los territorios en los cuales presuntamente se cometieron las conductas violatorias de la LFCE. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Aunado a lo anterior, conviene señalar que el inicio de investigación, ya sea este de oficio o a petición de parte, como aconteció en la especie, se da cuando se obtienen elementos que llevan a suponer que en un mercado determinado se pudieran estar realizando conductas prohibidas por la LFCE, sin que para ello se exija -como lo pretenden sin fundamento las emplazadas- acreditar la conducta. En nuestro sistema jurídico la naturaleza jurídica que tiene una denuncia es muy distinta a una demanda. Las emplazadas pretenden hacer creer que son sinónimos al establecer que las denunciadas están reclamando prestaciones a las presuntas responsables. Nada más

<sup>186</sup> Extracto del acuerdo del cinco de junio de dos mil tres (fojas 14 y 15 de este expediente).

<sup>187</sup> Acuerdo por el que se tuvo por presentado el escrito de denuncia del C. [REDACTED] (foja 254 del presente expediente). (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

alejado de la realidad, cuenta habida que todos sus argumentos van encaminados a alegar supuestas violaciones procesales partiendo de la base que la etapa de investigación no es tal, sino que las “demandas” no reúnen los requisitos, aplicando para ello supletoriamente el CFPC a situaciones claramente reguladas por la LFCE y su Reglamento.

Es importante precisar que el artículo 30 de la LFCE establece que la investigación podrá iniciar de oficio o a petición de parte. Por su parte la SCJN categóricamente afirmó que se trata de: “(...) *el inicio de un procedimiento investigador en el que no existe aún la identificación de los hechos que puedan constituir una infracción, ni está determinado el sujeto a quien deberá oírsele en defensa como probable responsable de una infracción a la ley (...).*”<sup>188</sup> Luego entonces, la regulación en materia de investigación en esta materia como en tantas otras obedece únicamente a la lógica, a la naturaleza de una investigación. Ilustrativo para el presente asunto resulta la definición en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua de investigar: “*Hacer diligencias para descubrir una cosa; realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia.*” De lo precisado son infundadas las argumentaciones de las emplazadas que pretenden interpretar las disposiciones de la LFCE y de su Reglamento y hacer creer que lo que se presentó fue una demanda típica de derecho civil.

Por lo anterior no le asiste la razón a las emplazadas al afirmar que debió cerrarse el expediente al no haberse encontrado elemento de convicción alguno que sustentara las afirmaciones de la denuncia del C. ██████████, ya que el requisito previsto en el artículo 24, fracción VI del RLFCE no indica que tenga que aportarse y acreditarse la conducta, ya que tal circunstancia presumiblemente, la acredita, en su caso, esta autoridad durante la etapa investigatoria, como en la especie aconteció, tan es así que se emitió el oficio de presunta responsabilidad. En este sentido, para emitir el oficio de presunta responsabilidad se tuvieron suficientes elementos de convicción para acreditar presuntivamente la práctica monopólica realizada por las sociedades que fueron emplazadas. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En este punto es importante indicar que el promovente de una denuncia (p.e. Ajemex, C. ██████████ y el C. ██████████), lo que aportan son la descripción de los hechos y los elementos de los que se puede suponer que existe una violación a la LFCE (documentos e información) y a partir de que esta autoridad admite a trámite la denuncia correspondiente o acumula a una anterior, la Comisión toma el asunto bajo su tutela y competencia, como órgano encargado de proteger el

---

<sup>188</sup> COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA. EL PROCEDIMIENTO OFICIOSO DE INVESTIGACIÓN DE ACTOS QUE SE ESTIMAN LESIVOS DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS PARTICULARES, QUE EFECTÚA DICHO ÓRGANO, NO ES UN PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO EN FORMA DE JUICIO. Novena Época. Pleno. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XII, Agosto de 2000. Tesis: P. CVIII/2000. Página 103. Amparo en revisión 2617/96. Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V. 15 de mayo de 2000.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

proceso de competencia y libre concurrencia, pudiendo las empresas (como las emplazadas, y las denunciadas) y/o personas físicas relacionadas con el mercado que se investiga (quienes a través de la publicación que se realiza en el DOF, en términos del artículo 27 del RLFCE, así como por los requerimientos, que en su caso se les formulan, se enteran del inicio de la investigación correspondiente), coadyuvar con esta autoridad, como aconteció con las denuncias presentadas con posterioridad y que se acumularon al presente asunto que se resuelve. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Al respecto se hace hincapié en señalar que el o los denunciados no forman parte del procedimiento como tal, sino como coadyuvantes, ya que el procedimiento administrativo no trae aparejada una litis o controversia entre partes (denunciados / denunciados); es decir, no es de naturaleza civil. Hay que tomar en consideración que la LFCE no protege intereses particulares sino el proceso de competencia y libre concurrencia, en términos del artículo 2 de la LFCE. Para sustentar esto se invoca y transcribe la tesis emitida por el Pleno de la H. Suprema Corte de Justicia de la Nación que dice:

**COMPETENCIA ECONÓMICA. LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE, LO IDENTIFICAN COMO ADMINISTRATIVO Y NO COMO CIVIL.-** P. CXII/2000 Amparo en revisión 643/99.—Warner Bros (México), S.A.—15 de mayo de 2000.—Unanimidad de diez votos.—Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel.—Ponente: Juan Díaz Romero.—Secretario: José Luis Rafael Cano Martínez. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CXII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial.—México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Por su parte, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular en su apartado 3.1 manifiestan que: i) ninguno de los CC. Chávez, [REDACTED] tiene su domicilio en el territorio en que realizan sus actividades; y, ii) en los escritos de denuncia presentados por las personas referidas no se les señaló como denunciados. Asimismo, TCCEC afirma en su apartado I.1.1 que ninguna de las denuncias presentadas por los CC. Chávez [REDACTED] la mencionó como denunciada ni se observa conducta que imputarle. Por lo anterior consideran que debieron ser desechadas al no reunir los requisitos que al respecto exigen los artículos 32 de la LFCE y 24 del RLFCE. En el sentido referido en el inciso ii) se manifiestan Coca Cola Femsa y Panamco México dentro del numeral 3.1 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad. (Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Son infundadas las consideraciones en estudio. Con relación a los argumentos descritos en el inciso i), en observancia al principio de economía procesal, se remite a las emplazadas a las consideraciones que al respecto ha hecho valer esta autoridad en párrafos anteriores. Con relación a las manifestaciones del inciso ii) se insiste en que la investigación del presente expediente se llevó a cabo en el mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

envase cerrado<sup>189</sup> y derivado de tal investigación se determinó la presunta responsabilidad de las emplazadas sin perjuicio de que algunas no hayan sido señaladas como denunciadas en el escrito que suscitó el inicio del procedimiento o en los escritos de denuncia que fueron presentados con posterioridad así como en el escrito del C. [REDACTED], ya que de la investigación que se lleva a cabo, como fue el caso, pudieran resultar presuntos responsables agentes económicos que ni siquiera estuvieron involucrados en los hechos de la denuncia; es decir, una denuncia no es y no puede ser una limitante para que esta autoridad ejerza sus facultades de prevención y combate de prácticas monopólicas e investigue el mercado en general para cerciorarse de su eficiente funcionamiento como lo exige el artículo 28 de la Carta Magna y el 2 de la LFCE. Por tanto, no puede limitarse la facultad indagatoria de la CFC para verificar el cumplimiento de la legislación en materia de competencia económica únicamente a las personas denunciadas, ya que inclusive podría darse el caso de que el mismo denunciante esté presumiblemente realizando conductas prohibidas por la LFCE, y en la lógica del argumento de las emplazadas no se le podría imputar la presunta realización de esas conductas prohibidas mediante un oficio de presunta responsabilidad, hipótesis que resulta por demás absurda ya que esta CFC tiene como objeto proteger el proceso de competencia y libre concurrencia para lograr un funcionamiento eficiente de los mercados y no proteger intereses de particulares ni resolver controversias entre particulares. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Independientemente de ello, los escritos de denuncia refirieron que se denunciaba a Coca-Cola, debiendo entenderse por ello el sistema que ha sido descrito en la presente resolución dentro del cual ha quedado demostrado que participan las sociedades que exponen los argumentos a los que se da contestación.

Se insiste, limitar la facultad investigadora y sancionadora de la CFC a los hechos contenidos en una denuncia iría en contra del espíritu del artículo 28 Constitucional que establece que la ley (LFCE) castigará severamente y las autoridades (esta Comisión) perseguirán con eficacia, entre otras, todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre si 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 una clase social. Lo anterior implica que la sociedad está interesada en que se lleven a cabo este tipo de investigaciones y dicho interés está por sobre el interés de cualquier particular, incluyéndose a las emplazadas en el presente procedimiento.

Además, Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa y Panamco México señalan que la denuncia del C. [REDACTED] no cumplía con los requisitos exigidos por el artículo 32 de la LFCE ya que el denunciante no acompañó: i) pruebas de su dicho; ii) datos que permitieran identificar el

---

<sup>189</sup> Mercado en el que participan las emplazadas de conformidad con lo descrito por esta Comisión al detallar la existencia del sistema Coca Cola.

mercado relevante o el poder sustancial; iii) elementos que permitieran apreciar si se encontraba afectado por la práctica monopólica que se le imputa a la emplazada; y, iv) los daños o perjuicios que se hubieran sufrido. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Es infundado el argumento anterior, la procedencia del escrito presentado por el C. [REDACTED] se ajustó a lo previsto en el tercer párrafo del artículo 27 del RLFCE ya que al momento de presentarse<sup>190</sup> se había publicado en el DOF el extracto de inicio de investigación<sup>191</sup> por lo que al tratarse de hechos coincidentes se determinó su acumulación al presente expediente. Es decir, como la investigación respecto del mercado se había iniciado previamente a la presentación de la denuncia del C. [REDACTED] el hecho de que su escrito carezca o no de elementos no afecta la investigación que se inicia con anterioridad, por lo que el escrito que se presenta posteriormente por el C. [REDACTED] al versar sobre los mismos hechos de la investigación ya iniciada, únicamente se acumuló a la investigación anteriormente abierta, con los elementos de los que se pueda suponer la realización de una conducta prohibida por la LFCE, y el C. [REDACTED] exclusivamente adquirió el carácter de coadyuvante en la investigación. Además, hay que recordar que el denunciante es tan solo un coadyuvante de la autoridad y si alguna persona desea coadyuvar con la investigación que se está realizando en términos, como ya se dijo del artículo 27 del RLFCE, no tiene necesariamente que presentar una denuncia formal. (Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por lo que hace a los elementos para acreditar los daños y perjuicios, resulta ser un requisito optativo, ya que nadie está obligado a exigir daños y perjuicios, razón por la cual la fracción VIII del artículo 24 del RLFCE establece que “**en su caso**” los elementos que demuestren que ha sufrido o **pueda** sufrir un daño o perjuicio. Por lo anterior es de concluir que el argumento de las emplazadas es infundado.

Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsá y Panamco México refieren en el numeral 3.2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad a los escritos de denuncia de la C. Chávez y del C. [REDACTED]. Al respecto vierten los siguientes argumentos. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En el numeral 3.2.1 indican que debió haber sido desechada la denuncia de la C. Chávez al no referirse a las emplazadas y no cumplir con los requisitos de procedibilidad. A consecuencia de la falta de tales requisitos Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita indican, en el apartado D de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad, que los respectivos acuerdos de admisión son ilegales al no cumplir con lo previsto por el artículo 24 del RLFCE. Asimismo, en el numeral 1 del referido apartado señalan que esta CFC debió desechar los escritos de denuncia pero “(...) *suplió la deficiencia de la queja... admitiendo a*

<sup>190</sup> Veintisiete de agosto de dos mil tres.

<sup>191</sup> Diecisiete de junio de dos mil tres.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*trámite las referidas denuncias... y... subsanando... en el OPR los errores y omisiones de las mismas (...)*". En este mismo sentido TCCEC señala en su apartado I.1 que la totalidad de las denuncias presentadas en este expediente fueron indebidamente admitidas ya que no contenían los requisitos necesarios para tales efectos. Aunado a lo anterior afirma en su apartado I.1.1 que los CC. Chávez, [REDACTED] no proporcionaron datos precisos para definir el mercado relevante ni determinar el poder sustancial así como tampoco aportaron elementos de convicción sobre los hechos denunciados. Por lo anterior considera que los escritos de denuncia debieron desecharse y al no hacerlo así, esta CFC suplió la deficiencia de la queja pretendiendo subsanar en el oficio de presunta responsabilidad las insuficiencias descritas lo cual evidencia una falta de equidad y un favorecimiento ilegal a las denunciadas. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En cumplimiento al principio de economía procesal se reiteran los argumentos desarrollados por este órgano desconcentrado en el sentido de que no obstante algunas de las emplazadas<sup>192</sup> no fueron señaladas expresamente como denunciadas por ciertos denunciados (en este caso los CC. Chávez y [REDACTED]) del desahogo de la etapa indagatoria se desprendió su presunta responsabilidad, por lo que el argumento intentado es infundado. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por otra parte es inoperante el argumento relativo a que la denuncia de la C. Chávez y el resto de las personas físicas no reunían los requisitos de procedibilidad y por ende debieron ser desechadas. Lo anterior toda vez que contrario a lo indicado, el escrito de denuncia de la C. Chávez (así como el del resto de las personas físicas denunciadas) contenían la totalidad de los elementos necesarios para su admisión que inclusive, con posterioridad, sirvieron de base para emitir el oficio de presunta responsabilidad en términos del primer párrafo del artículo 31 del RLFCE. Aunado a lo anterior se indica que la CFC estimó que los hechos denunciados deberían ser investigados, puesto que las atribuciones que le otorga la ley implican investigar los diferentes mercados que integran la economía del país, puesto que es de explorado derecho que el inicio de una investigación no prejuzga sobre el fondo del asunto. Además, el argumento consistente en que la denuncia de la C. Chávez no cumplió con todos los requisitos de ninguna manera podría implicar que la CFC no tiene las atribuciones de investigación, ya que de ser fundado lo argumentado por las presuntas responsables implicaría que habría prácticas monopólicas perseguibles de oficio y otras sólo de querrela, distinción que no hace la ley puesto que *"(...) Los efectos de las prácticas anticompetitivas se transmiten a lo largo de la cadena productiva, afectando no sólo a los compradores de primera mano, sino también al consumidor final. Pero no es sólo un problema de reparto de beneficios, sino que al propiciar pérdidas en la riqueza social, se reducen los ingresos reales de la generalidad de las personas. Al mismo tiempo, al reducirse el nivel de producción y transferirse los beneficios al monopolista o a los participantes de un cartel o de una práctica anticompetitiva, se deterioran tanto el nivel de*

<sup>192</sup> Propimex sí lo fue en términos de lo indicado con anterioridad.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*empleo como la distribución del ingreso (...)*<sup>193</sup> Sobre este punto se destaca finalmente que la denuncia presentada por Ajemex también reunió todos y cada uno de los elementos requeridos tanto por la LFCE como por su Reglamento, y de la información y documentación recabada por la CFC durante la fase indagatoria, incluyendo aquella presentada por Ajemex y los CC. Chávez, [REDACTED] se determinó la presunta responsabilidad de las ahora emplazadas por existir elementos suficientes para presumir la realización de prácticas monopólicas relativas por parte de éstas.<sup>194</sup> Además, aún en el evento de que la CFC no haya clasificado el expediente DE- (denuncia) a IO- (investigación de oficio) no le puede deparar perjuicio a las emplazadas, puesto que el oficio de presunta responsabilidad está debidamente fundado y motivado. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En cuanto al resto de los escritos de denuncia presentados por personas físicas se reitera que al haberse publicado el extracto del acuerdo del cinco de junio de dos mil tres en el DOF tales escritos fueron admitidos en términos del tercer párrafo del artículo 27 del RLFCE por lo que no existió violación alguna con tal proceder. Aún en el evento de que se tuviese por no presentada la denuncia, en nada cambia que se haya continuado con la investigación cuenta habida que la denuncia no implica una acción del denunciante que pueda ser ejercida en forma preclusiva. Además, la CFC puede iniciar de oficio cuando tenga conocimientos de hechos presuntivamente violatorios de la ley, luego entonces si estimó que pudiese haber hechos contrarios al proceso de competencia y libre concurrencia resulta además trascendente para la investigación que la denuncia de Ajemex sí cumplió con todos los requisitos que por economía procesal se acumuló al presente expediente, siendo como lo es que la investigación llegó al mismo resultado. Corroboró lo anterior:

**DENUNCIA, FALTA DE.** No. Registro: 260,734. Tesis. Materia Penal. Sexta Época. Primera Sala. Semanario Judicial de la Federación. Tomo: Segunda Parte, LI. Tesis. Página: 40.

**MINISTERIO PÚBLICO. EL INICIO DE LA AVERIGUACIÓN PREVIA Y LA INVESTIGACIÓN DE LOS HECHOS DENUNCIADOS, COMO REQUISITOS PARA DETERMINAR LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE DELITOS, NO LIMITA LA FACULTAD DE PERSEGUIR E INVESTIGAR DELITOS.** No. Registro: 183,499. Tesis aislada. Materia Penal. Novena Época. Tribunales Colegiados de Circuito. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XVIII, Agosto de 2003. Tesis: IV.2o.P.14 P. Página: 1779. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA PENAL DEL CUARTO CIRCUITO.

Sin menoscabo de lo anterior, conviene reiterar que la LFCE no protege intereses particulares sino el proceso de competencia y libre concurrencia, en términos del artículo 2 de la LFCE, razón por la cual no les asiste la razón a las emplazadas por cuanto a que “(...) *esta CFC suplió la deficiencia de la queja pretendiendo subsanar en el oficio de presunta responsabilidad las*

<sup>193</sup> Exposición de Motivos de la Ley Federal de Competencia Económica.

<sup>194</sup> Escrito que sí reunió los requisitos previstos en el artículo 32 de la LFCE y 24 de su Reglamento tal como se determinó en el acuerdo del veinte de octubre de dos mil tres (fojas 2072 y 2073 del presente expediente).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*insuficiencias de las denuncias lo cual evidencia una falta de equidad y un favorecimiento ilegal a las denunciantes (...)*”.

Al respecto, ha sido reiterado el criterio nuestro más Alto Tribunal que el bien jurídico tutelado por la LFCE, es el proceso de competencia y libre concurrencia. La LFCE no protege individuos en particular, sino que tutela el proceso de competencia y libre concurrencia, tal y como quedó asentado. Se reitera por su importancia la tesis transcrita y emitida por el Pleno de la H. Suprema Corte de Justicia de la Nación que dice:

**COMPETENCIA ECONÓMICA. LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE, LO IDENTIFICAN COMO ADMINISTRATIVO Y NO COMO CIVIL.** P. CXII/2000 Amparo en revisión 643/99.—Warner Bros (México), S.A.—15 de mayo de 2000.—Unanimidad de diez votos.—Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel.—Ponente: Juan Díaz Romero.—Secretario: José Luis Rafael Cano Martínez. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CXII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial.—México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Finalmente, con relación a lo anterior y sin perjuicio de lo antes manifestado, conviene señalar lo que disponen en lo conducente los artículos 2, 24, fracción I, y 30 de la LFCE, 23, fracción I y último párrafo, 25, último párrafo y 28, in fine del RLFCE:

*“(...) ARTÍCULO 2.- Esta ley tiene por objeto proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.*

...

*ARTÍCULO 24.- La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:*

*I. Investigar la existencia de monopolios, estancos, prácticas o concentraciones prohibidas por esta ley,*

...

*ARTÍCULO 30.- El procedimiento ante la Comisión se inicia de oficio o a petición de la parte.*

*ARTÍCULO 23.- De conformidad con el Capítulo V de la Ley, la Comisión iniciará una investigación cuando tenga conocimiento de hechos de los cuales pueda deducir la probable existencia de:*

*I. Prácticas monopólicas;*

*En los casos de las fracciones I ... el procedimiento se iniciará de oficio con la emisión del acuerdo respectivo o a petición de parte con la presentación de una denuncia.*

*ARTÍCULO 25.- Dentro de los diez días siguientes a aquél en que se reciba la denuncia por la oficialía de partes, se deberá dictar un acuerdo que:*

*Si no se emite acuerdo alguno dentro de los plazos antes señalados se tendrá por iniciada la investigación correspondiente.*

*ARTÍCULO 28.- ... la Comisión podrá tramitar un solo procedimiento, ampliar los hechos de la denuncia o iniciar nuevos procedimientos, según sea más adecuado para la pronta y expedita tramitación de los asuntos (...)."*

De los anteriores artículos se concluye:

- Que el objeto de la LFCE es proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación, entre otros, de prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.
- Que esta CFC tiene la obligación de investigar y sancionar la conductas prohibidas por la LFCE.
- Que este órgano desconcentrado puede iniciar las investigaciones de oficio o a petición de parte.
- Que una denuncia cumpla o no con los requisitos, si no se emite un acuerdo dentro del plazo de diez días, se tendrá por iniciada la investigación correspondiente.
- Que esta Comisión podrá tramitar un solo procedimiento, ampliar los hechos de la denuncia o iniciar nuevos procedimientos, según estime conveniente para el procedimiento.

En las relatadas condiciones, se reitera que el argumento de las emplazadas resulta infundado.

Aunado a lo anterior, en el referido numeral 3.2.1 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa y Panamco México realizan referencias textuales de las afirmaciones de la C. Chávez y vierten manifestaciones al respecto.

Por lo que hace a la afirmación “(...) desde que comencé a venderlo [bebida carbonatada de la marca Big Cola] empezaron una serie de amenazas y presiones verbales para que dejara de vender dicho refresco, en un principio me ofrecieron un trato carente de ética profesional y de competencia que consistía en que Coca Cola me cambiaba todas las cajas de Big Cola por



*producto Coca Cola, a razón del doble, ante mi negativa decidieron retirarme el servicio arbitrariamente desde marzo (...)*” aducen que se trata de generalidades que no imputan conducta concreta alguna a las emplazadas. Al respecto refieren Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa y Panamco México que: a) no existe una persona moral denominada Coca Cola; b) la afirmación precedente no señala nombres de personas ni relaciona hechos concretos; y, (únicamente por lo que hace a Propimex y Panamco Bajío) c) la situación descrita “(...) *va en contra de [su] política (...)*” aunado a que “(...) *cualquier hecho concreto de una persona física en el tenor contrario... debe ser considerado un hecho ultra vires del que solamente respondería la persona física (...)*”.

Por lo que hace a las argumentaciones de Coca Cola Femsa y Panamco México se reitera que el emplazamiento por medio del cual se les imputa una responsabilidad es en la etapa del procedimiento seguido en forma de juicio fue hecho en términos del artículo 33 de la LFCE. Por consecuencia, resultan gratuitas las afirmaciones que sobre las denuncias se realizan, puesto que no forman parte del presente procedimiento, ya que entonces caeríamos en el supuesto que tanto intentan las emplazadas: que el presente procedimiento es el contestar una “demanda” de los “denunciantes”, cuestión inadmisibile en el presente procedimiento. Asimismo, se reitera que su objeto social no desacredita su participación en los mercados relevantes del presente expediente por lo que devienen infundadas, en razón de los argumentos desarrollados a lo largo de esta resolución relativos a su participación accionaria mayoritaria dentro de por lo menos un agente económico del sistema Coca Cola que participa en los mercados relevantes del presente expediente; y a que participan dentro de los mercados relevantes a través de sus subsidiarias, tal como se observa de sus propios informes anuales presentados ante la CNBV. La misma suerte corren las afirmaciones de los incisos a) y b) ya que si bien no existe una persona moral denominada Coca Cola, de la investigación realizada por este órgano desconcentrado se obtuvo que tal término se refería al sistema Coca Cola del cual las emplazadas son integrantes. Por lo que hace al inciso c), en observancia al principio general de derecho que reza *quod gratis asseritur, gratis negatur*<sup>195</sup> se indica que tal argumento es infundado ya que no se especifica cuál es la “(...) *política (...)*” de Propimex y Panamco Bajío ni se acredita que los hechos denunciados fueron actos aislados de personas físicas siendo que las emplazadas son quienes tienen la carga procesal de probar sus afirmaciones.

Al respecto, en el oficio de presunta responsabilidad se presentan diversas fe de hechos levantadas en distintas ciudades donde se hacen constar conductas que implican el condicionamiento y amenaza a tiendas detallistas por parte de vendedores de Coca Cola para que en ciertos puntos de venta no vendan productos de Ajemex. Considerando que en la franquicia Coca Cola hay un territorio otorgado a diversas empresas, los hechos considerados en las actas referidas tienen responsables bien identificado a los cuales se imputa la responsabilidad de las presuntas prácticas monopólicas y respecto de los cuales se analiza la existencia de poder

<sup>195</sup> Lo que gratuitamente se afirma, gratuitamente se niega.



sustancial. De esta manera, por ejemplo, Propimex es presunta responsable de los hechos que ocurren en la ZM de la Ciudad de México ubicada en el territorio asignado a esa empresa. En la misma circunstancia se encuentra Yoli de Acapulco la cual ofrece servicios en la ciudad de Acapulco. Y así en cada mercado relevante analizado en la investigación. Por ello, para cada uno de los mercados relevantes definidos por esta Comisión se identifican las circunstancias, el tiempo, el modo y el lugar donde ocurren las conductas presumiblemente violatorias de la ley de competencia y al momento de emitirse la presente resolución se sanciona únicamente a aquellos agentes económicos respecto de los cuales existen elementos para comprobar la comisión de las prácticas monopólicas relativas que les fueron imputadas.

Por otro lado, los hechos presentados en el oficio de presunta responsabilidad fueron encuadrados como presuntas prácticas monopólicas contempladas en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE. Los conductas corresponden a dos tipos de prácticas consideradas en el artículo 10 de la LFCE; el condicionamiento de la venta de productos a no vender productos de un tercero (la empresa denunciante Ajemex) y la negativa a proporcionar servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros (a cualquier tienda detallista). Cabe destacar que las presuntas prácticas cometidas por las emplazadas se acreditan por el objeto o intención de desplazar a competidores.

Asimismo, Propimex, Coca Cola Femsa y Panamco México indican que es falso el hecho descrito por la C. Chávez con relación al C. Olvera en el sentido de que tal persona afirmó “(...) *haga lo que quiera a fin de cuentas Coca Cola tiene tantos abogados que nadie puede hacerles nada (...)*”. En este orden de ideas manifiestan que se trata de una afirmación “(...) *meramente teatral (...)*” sin relación a la “(...) *litis (...)*”. Aunado a lo anterior, Propimex hace una relación de diversos hechos en los que narra que la C. Chávez “(...) *ha violado y viola frecuentemente sus obligaciones contractuales en relación con el refrigerador otorgado... en comodato (...)*” razón por la cual le fue suspendida “(...) *la venta de los productos (...)*” tal situación la justifica con el hecho de que los “(...) *convenios de comodato y de suministro son convenios ligados... que no pueden considerarse en forma independiente (...)*”. Al respecto niega que los CC. [REDACTED] y [REDACTED] “(...) *le hayan señalado a la denunciante que debía de dejar de vender Big Cola... a excepción de unas semanas en abril de 2003... por múltiples incumplimientos... a los convenios (...)*”. En este orden de ideas indica que, contrario a lo afirmado por la C. Chávez, no se le dejó de prestar el servicio de suministro en octubre de dos mil dos. Con relación a la afirmación de la C. Chávez en el sentido de que “(...) *El martes 27 de mayo de 2003 llegaron a mi establecimiento y me dijo el Sr. [REDACTED] (Gerente de distribuidora) que me devolvían el servicio pero sin derecho a la venta de Coca Cola 2 ½ litros hasta que deje de vender Big Cola, porque a ese producto solo tienen derecho los clientes que “los han apoyado”, además se niegan a cambiarme los envases y cajas de Coca Cola 2 litros por los nuevos de 2 ½ litros (...)*” niega tales hechos y reitera que no se le ha dejado de suministrar bebida carbonatada a la denunciante. Aunado a ello afirma que no consta que la C. Chávez “(...) *haya solicitado otros productos que los que se le han proporcionado (...)*”. Por lo que hace al resto de las afirmaciones hechas por la C. Chávez



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

argumenta que “(...) *carecen de fundamento o sustento y no tienen relación con esta controversia (...)*” y las niega.

(Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por lo que se refiere a las afirmaciones anteriores, Propimex ofreció las testimoniales a cargo de [REDACTED], sin embargo, tal como se relaciona en el antecedente quincuagésimo noveno de la presente resolución, tales probanzas se tuvieron por desiertas porque tales testigos no se presentaron el día y hora señalados, por lo cual resultan infundadas las pretensiones de tal emplazada ya que como se ha indicado son las presuntas responsables quienes tienen la obligación de probar sus afirmaciones, cuestión que no acontece en el apartado en estudio. Apoya lo anterior por analogía el siguiente criterio judicial: (Eliminado: 7 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

**NEGATIVA QUE IMPLICA UNA AFIRMACION. CARGA DE LA PRUEBA.** No. Registro: 202,454. Tesis aislada Materia(s):Común Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: III, Mayo de 1996 Tesis: I.5o.T.11 K Página: 661. QUINTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA DE TRABAJO DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 315/96. Yolanda Martínez Ramírez y otros. 8 de febrero de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: Gemma de la Llata Valenzuela. Secretario: José Francisco Cilia López.

Además, las imputaciones no las desconocen Propimex, Coca Cola Femsa y Panamco México, así como tampoco son controvertidas en la contestación al oficio de presunta responsabilidad y que ahora se está analizando, por lo que ha quedado acreditada la negativa de suministro al C. Chávez. No es óbice a lo anterior, mencionar que la emplazada reconoce la relación con la C. Chavez.

En el numeral 3.2.2 del escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa y Panamco México indican que la denuncia del C. [REDACTED] carecía de los elementos de procedibilidad por lo que debió desecharse ya que el hecho de que no exista una persona moral denominada Coca Cola provoca que tal escrito no señale a quién denuncia. Al respecto afirman que la denuncia también fue presentada contra el C. XXXXXX (C [REDACTED]) que no fue emplazado al presente procedimiento seguido en forma de juicio. En este orden de ideas añaden que se trata “(...) *de meras afirmaciones gratuitas sin pruebas ni fundamento (...)*” que impiden una adecuada defensa y por ende las niegan. No obstante lo anterior, indican que los promotores no tienen facultades para denegar ventas o condicionarlas razón por la cual niega que el C. Ramos haya denegado o condicionado trato al denunciante por lo que “(...) *cualquier acción en contrario... debe considerarse como un acto ultra vires cuya responsabilidad recae únicamente en la persona física que incumpla con sus obligaciones (...)*”. (Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El argumento en estudio es infundado. Por lo que hace a las manifestaciones relativas a la procedibilidad de la denuncia presentada por el C. [REDACTED] se reitera que su admisión se apegó, al



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

igual que en el caso del C. [REDACTED], a lo establecido por el tercer párrafo del artículo 27 del RLFCE. La misma suerte corre el argumento relativo a que no existe una persona moral denominada Coca Cola y que por ende se encuentra en estado de indefensión ya que como se ha indicado de la investigación realizada por esta CFC se desprendió que se trataba del sistema Coca Cola al que pertenecen las emplazadas<sup>196</sup> por lo que están en posibilidad de manifestar lo que a su derecho corresponda como en el presente caso sucede. En cuanto a las manifestaciones relativas al C. [REDACTED] se indica que el no emplazamiento de tal persona no genera agravio alguno a las emplazadas máxime si son las propias emplazadas quienes con su dicho confirman que tal persona tiene el carácter de promotor de Propimex (agente económico que sí fue emplazado). Al respecto, hay que recordar que a partir de la investigación la CFC puede concluir, tratándose de un cúmulo de participantes en el mercado investigado, que con respecto de alguno de ellos: (i) los hechos no fueron ciertos; (ii) los hechos sí fueron ciertos, pero que no configuran una violación a la LFCE; o (iii) los hechos sí fueron ciertos y configuran una violación a la LFCE. Así, se puede afirmar que se emplazó a las personas respecto de las cuales se recabaron suficientes elementos para presumir que habían realizado una conducta prohibida por la LFCE. (Eliminado: 3 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Asimismo, objetan los documentos anexos al escrito de denuncia del C. [REDACTED] e indican que “(...) solamente prueban en relación al oferente, que sí ha recibido trato no condicionado... durante todo 2003 y 2004 (...)”. Propimex afirma que durante dos mil tres y dos mil cuatro le han sido suministradas al C. [REDACTED] bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

La supuesta objeción en estudio es inatendible. El Pleno del Alto Tribunal ha determinado que el procedimiento seguido en forma de juicio ante este órgano desconcentrado no admite defensas que son propias de un procedimiento civil (como lo es la objeción de pruebas) ya que en el desahogo de la etapa referida predomina el interés general no así el de los particulares. Lo anterior toda vez que es necesaria la eficiencia, seguridad y expeditéz en su desahogo y para cumplir con tal objetivo es necesario establecer vías rápidas y eficaces en las que se eliminen actuaciones que únicamente dilatarían el trámite del asunto.

Apoya lo anterior la siguiente

**COMPETENCIA ECONÓMICA. LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE, LO IDENTIFICAN COMO ADMINISTRATIVO Y NO COMO CIVIL.**- P. CX11/2000 Amparo en revisión 643/99.—Warner Bros (México), S.A.—15 de mayo de 2000.—Unanimidad de diez votos.—Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel.—Ponente: Juan Díaz Romero.—Secretario: José Luis Rafael Cano Martínez. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de

<sup>196</sup> Confróntese la foja 23 del presente expediente en la que obra copia simple de los recibos de compra expedidos por Propimex a cargo de “[REDACTED]” cuyo propietario es el C. [REDACTED]. Al respecto se resalta que en los referidos recibos también se menciona a Coca Cola Femsa. (Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

julio en curso, aprobó, con el número CXII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial.—México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

A mayor abundamiento, es de precisar que la falta de oportunidad para objetar pruebas no deslegitima en nada el procedimiento seguido ante esta Comisión, toda vez que si ni siquiera resulta violatorio de garantías en un procedimiento contencioso, por mayoría de razón menos en el que nos ocupa. Sirve de sustento a lo anterior la siguiente tesis aislada.

**JUICIO AGRARIO. LA CIRCUNSTANCIA DE QUE LA LEY DE LA MATERIA NO PREVEA LA POSIBILIDAD DE OBJETAR PRUEBAS EN AQUEL, NO ES VIOLATORIA DE LA GARANTÍA DE AUDIENCIA.** Amparo directo en revisión 3203/98. Vicenta Jiménez de García y otro. 11 de octubre de 2000. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Ponente: José de Jesús Gudiño Pelayo; en ausencia hizo suyo el asunto Juan N. Silva Meza.. Secretario: Ismael Mancera Patiño.

Sin perjuicio de ello, se indica que los argumentos expresados como supuesta objeción de documentos no son tales, ya que no se refieren a una inexactitud que ponga en duda su contenido ni su veracidad. De ahí que constituyen más bien un alegato de valoración de las pruebas. Sustenta por analogía a lo anterior la siguiente tesis de jurisprudencia.

**PRUEBA DOCUMENTAL EN EL PROCEDIMIENTO LABORAL. LOS ARGUMENTOS TENDIENTES A ORIENTAR A LA JUNTA RESPECTO DE SU ALCANCE DEMOSTRATIVO NO DEBEN TENERSE COMO OBJECIONES, SINO SIMPLES ALEGATOS DE VALORACIÓN.** Sexto Tribunal Colegiado en Materia de Trabajo del Primer Circuito. Amparo directo 8286/2003. Leonel Presas Hernández. 11 de septiembre de 2003. Unanimidad de votos. Ponente: Marco Antonio Bello Sánchez. Secretario: Miguel Ángel Burguete García. Véase: Apéndice al Semanario Judicial de la Federación 1917-2000, Tomo V, Materia del Trabajo, Actualización 2001, página 53, tesis 38, de rubro: "PRUEBA DOCUMENTAL EN EL PROCEDIMIENTO LABORAL. LAS MANIFESTACIONES EFECTUADAS POR LAS PARTES EN RELACIÓN CON SU ALCANCE PROBATORIO NO DEBEN TENERSE COMO OBJECCIÓN."

Sin perjuicio de lo anterior se indica que los argumentos que al respecto se hacen valer son insuficientes para restarles valor probatorio a los medios de convicción recabados durante la investigación y que sirvieron, entre otros, de sustento para la imputación de la presunta realización de la práctica monopólica relativa el emplazamiento, ya que no basta con hacer una mera manifestación para restarles valor probatorio, sino que es necesario señalar la causa en que se apoya la objeción y demostrarla, para de este modo hacer ineficaz para sus fines el medio probatorio.

Sirve de apoyo a lo anterior, las tesis de jurisprudencia y aisladas transcritas con anterioridad y cuyos rubros y antecedentes son los siguientes:

**DOCUMENTOS PRIVADOS, OBJECCION A LOS.** Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: IV, Agosto de 1996. Tesis: I.3o.C. J/8. Página: 423 **TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.** Amparo directo 1093/95. José Luis Pineda Rebollo. 2 de marzo de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: José Becerra Santiago. Secretario: Gustavo Sosa Ortiz. Amparo directo 2433/95. Manuel Ortiz Alcayde. 18 de mayo de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: José Becerra Santiago. Secretario: Gustavo Sosa Ortiz. Amparo directo 2473/96. Juan Pérez Flores. 9 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Ángel Castañeda Niebla. Amparo directo 3003/96. Esther Saldívar Pérez, albacea de la sucesión de Julián Saldívar Sánchez. 31 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario:



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Miguel Angel Castañeda Niebla. Amparo directo 3013/96. Esther Saldívar Pérez, albacea de la sucesión de Julián Saldívar Sánchez. 31 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Angel Castañeda Niebla.

Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa y Panamco México en el numeral 3.3 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad señalan que el C. [REDACTED] no puede "(...) *considerarse como denunciante porque no presentó una denuncia (...)*" y no acreditó los extremos de los artículos 32 de la LFCE con relación al 24 del RLFCE. No obstante lo anterior niegan haber incurrido en denegación o condicionamiento de trato con relación al C. Cabrera. Asimismo, indican que el denunciante no proporciona hechos concretos por los que detalle las personas, fecha, hora, lugar y circunstancias que permitan identificar una conducta concreta. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

La manifestación en estudio es infundada ya que el C. [REDACTED] ocurrió ante este órgano desconcentrado como coadyuvante en la etapa de investigación del presente expediente, carácter que le fue reconocido mediante proveído del veinticuatro de octubre de dos mil tres<sup>197</sup> por lo que al enderezar las emplazadas su argumento con la intención de desvirtuarle a tal persona su carácter de "(...) *denunciante (...)*" el argumento en estudio cae de base, ya que si alguna persona, como el C. [REDACTED] desea coadyuvar con la investigación que se está realizando en términos, como ya se dijo del artículo 27 del RLFCE, no tiene necesariamente que presentar una denuncia formal, por lo que cualquier información o documentación adicional, ya sea presentada por denuncia y sin ellas se agregaría y acumularía a la investigación ya abierta, pero hasta antes del emplazamiento, en términos del último párrafo del indicado artículo 27 del RLFCE. Esto es que el coadyuvante con la autoridad no requiere presentar una denuncia formal. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa, Panamco México (en el numeral 3.4 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad), Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular (en el numeral 3.2 de sus respectivos escritos de contestación) refieren que la denuncia presentada por Ajemex debió desecharse de plano al carecer tal empresa de legitimación procesal activa. Lo anterior ya que "(...) *en términos del artículo 32 de la LFCE, solamente el afectado puede denunciar las prácticas monopólicas relativas (...)*". La anterior situación la justifican con el hecho de que Ajemex: i) no está registrado como su cliente; y, ii) no vende al detalle, únicamente al mayoreo a diversos transportistas. Por lo anterior estiman que no estaba facultada para denunciar prácticas monopólicas relativas en el canal detallista y afirman que quienes sí lo están son los establecimientos detallistas o bien los transportistas que adquieren los productos de Ajemex para venderlos al menudeo. Así, concluyen que al no participar Ajemex directamente en el mercado relevante carece de interés jurídico para denunciar dentro del presente expediente "(...) *pues se trata de hechos ilícitos y por ello los daños y perjuicios deben ser directos e inmediatos... [resultando] aplicable el artículo 2110 del Código Civil Federal (...)*".

<sup>197</sup> Fojas 2349 del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Asimismo, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita afirman en el numeral 2 del apartado D que Ajemex carecía de interés jurídico para denunciar al no realizar de forma directa la distribución de sus productos al punto de venta y por ende, señalan en el numeral 3 del apartado en estudio, no participar en el canal detallista por lo que no se le pudo haber negado o condicionado la venta de productos ni habersele dado trato discriminatorio. Argumento que reiteran junto con Yoli de Acapulco en el punto 2 de sus consideraciones finales. Por su parte, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan afirman el numeral 1.1 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que al versar el presente expediente sobre la presunta comisión de prácticas monopólicas relativas únicamente el afectado puede presentar la denuncia correspondiente. Así, indican que Ajemex no tiene ese carácter ya que no distribuye las bebidas carbonatadas en el canal detallista, es decir, “(...) *la venta del producto hacia los detallistas, no es en forma directa... ya que... se limita a vender en sus centros de distribución a terceros, quienes se encargan del transporte de los productos y de su venta hacia los detallistas esto es no lleva a cabo el ciclo comercial completo (...)*”. Por último, Coca Cola Femsá y Panamco México resaltan que para tener como denunciada a una empresa “(...) *debe atenderse a su naturaleza, objeto social y actividad preponderante, pues de lo contrario se caería en el extremo de acusar conductas a sujetos que ni siquiera tiene (sic) posibilidad jurídica de realizarlas (...)*”. En este sentido, Grupo Contal en la letra D del apartado I de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad indica que, al igual que Ajemex, no participa en el mercado relevante.

Contrario a lo indicado por las emplazadas Ajemex reunió los requisitos previstos por el artículo 32 de la LFCE y 24 de su Reglamento, entre ellos, el ser afectado por la presunta comisión de las prácticas monopólicas previstas en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE. El hecho de que Ajemex suministre producto indirectamente<sup>198</sup> al canal detallista no interrumpe el proceso de producción y comercialización de los bienes relevantes que tiene como objetivo poner a disposición del consumidor final las bebidas carbonatadas dentro del canal detallista. En efecto, tal como se obtuvo desde la etapa de investigación del presente expediente<sup>199</sup> así como del oficio de presunta responsabilidad<sup>200</sup> los transportistas de las bebidas carbonatadas no las “(..) *adquieren (...)*” como indican las emplazadas, simplemente las transportan a los referidos puntos de venta tan es así que perciben sus ingresos con base en comisiones que varían dependiendo del producto que se logre vender. Es decir, las bebidas carbonatadas de las marcas Big Cola nunca dejan de ser propiedad de Ajemex y por ende esta empresa se ve afectada con las conductas denunciadas dentro del canal detallista ya que tal situación no elimina el eslabón de la

---

<sup>198</sup> Mediante una red de transportistas y microempresarios independientes con el ánimo de no tener que invertir en una flota de transporte.

<sup>199</sup> Tal situación es del conocimiento de las emplazadas ya que fue manifestada por Ajemex desde que dio contestación al oficio de requerimiento de información y documentación DGI-10-096-2003-084 del dieciséis de julio de dos mil tres (mediante escrito presentado ante la Oficialía de Partes de esta Comisión el veintidós de agosto de dos mil tres.

<sup>200</sup> Página ciento catorce.

distribución dentro del proceso de producción y comercialización de las bebidas carbonatadas simplemente modifica quién carga con el costo de la distribución.<sup>201</sup>

Además los productos a los que atañen las conductas por las cuales se emplazó a diversas sociedades dentro del presente expediente son de las marcas de Ajemex, ya que el producto respecto del cual se cometen las prácticas monopólicas imputadas al sistema Coca Cola, tiene las marcas de Ajemex, así por ejemplo en el oficio de presunta responsabilidad se acreditó que “(...) *Ciento setenta y ocho establecimientos tomaron la decisión de no vender productos Big Cola y mantuvieron el surtimiento y venta de productos Coca Cola debido a la amenaza de: a) ver reducidas sus ganancias en la venta de estos productos; b) dejar de contar con las promociones ofrecidas; y c) que les fuera retirado el servicio de refrigerador entregado en comodato por parte del sistema Coca Cola. Ese número de establecimientos indicó que sufrió la amenaza por parte del sistema Coca Cola de que se les retirarían las promociones recibidas si vendían productos Big Cola (...)*”. Asimismo, que “(...) *Ciento dieciséis establecimientos señalaron que recibieron la amenaza de que se les retiraría el refrigerador otorgado en comodato por el sistema Coca Cola si continuaban vendiendo productos Big Cola (...)*”.

Así, las conductas de las emplazadas, pertenecientes al sistema Coca Cola, consistentes en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (de Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, si en esos puntos de venta se comercializan bebidas de las marcas Big Cola, aún cuando las bebidas carbonatadas Coca Cola están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, desplazan indebidamente a Ajemex e impiden sustancialmente su acceso al mercado relevante.

Por lo anterior, las consideraciones que al respecto hacen valer las emplazadas son infundadas. Finalmente, la afirmación de TCCEC en el sentido de que Ajemex es competidor de las emplazadas confirma que, al igual que las emplazadas, tal denunciante participa en los mercados relevantes definidos por esta Comisión.

En cuanto a las afirmaciones de Coca Cola Femsa, Panamco México y Grupo Contal para evitar repeticiones se remite al apartado en que esta CFC dio contestación al porqué tales agentes económicos se encuentran relacionados con los mercados relevantes del presente expediente al contar con subsidiarias que se dedican a la producción, envasado, distribución y comercialización de las bebidas carbonatadas.

Por lo anterior, las consideraciones que al respecto hacen valer las emplazadas son infundadas.

---

<sup>201</sup> Argumento vertido por esta CFC en la página ciento catorce del oficio de presunta responsabilidad que las emplazadas omiten descirtuar.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsá, Panamco México (en el numeral 3.5 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad), Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular (en el numeral 3.3 de sus respectivos escritos de contestación) indican que aún cuando Ajemex tuviera legitimación activa su denuncia debió desecharse ya que no especificó: i) conductas por las que pudiera presumirse la comisión de prácticas monopólicas relativas; ii) elementos para apreciar que sufrió o podía sufrir daños o perjuicios sustanciales; y, iii) información que permita apreciar que se le impidió sustancialmente el acceso o que fue desplazado del mercado. En este sentido Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita en el numeral 3 del apartado D del capítulo I “Defensas” señalan que en el escrito de denuncia de Ajemex: i) no se les imputa de forma clara y precisa conducta alguna; ii) no se aporta elemento probatorio alguno que acredite que les son imputables las conductas denunciadas; y, iii) la información relativa al mercado relevante y poder sustancial es imputable a terceros mas no a las emplazadas. Por su parte TCCEC aduce en el apartado I.1.2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que Ajemex no describe hechos propios directamente imputables a TCCEC ya que basa sus imputaciones en hechos de terceros, afirmaciones sin sustento y afirmaciones del expediente DE-06-2000 “(...) *cuya resolución ha sido declarada inconstitucional y por ende, al citarse como base de la denuncia, hace que... se vicie de inconstitucionalidad (...)*”. Posteriormente refiere que: i) no se aportó elemento de convicción alguno por el que se pudieran acreditar las conductas de coordinación e instrumentación imputadas a TCCEC; y, ii) no fueron aportados elementos reales para definir el mercado relevante y determinar el poder sustancial al contener la denuncia datos cuya fuente real y proceso de obtención es desconocido y que carecen de todo sustento jurídico al constituir afirmaciones no acreditadas. Afirma que todas estos argumentos son aplicables también al escrito de ampliación de denuncia que constituye una prueba de que el escrito inicial no contaba con elementos suficientes para ser admitido.

Asimismo, Yoli de Acapulco en el punto 11 del apartado C de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad indica que no existió un solo hecho que fuera suficiente para emplazarla como presunta responsable. En este sentido reitera Yoli de Acapulco y Grupo Contal (letra D del apartado I de sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad), Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita (letra F del apartado I de sus respectivos escritos) que la primera, segunda y tercera consideraciones de derecho del oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro no hace referencia alguna a su aplicación al caso concreto para imputar presunta responsabilidad a las emplazadas.<sup>202</sup>

Son infundados los argumentos en estudio. Lo anterior es así ya que el escrito de denuncia presentado por Ajemex cumplió con los requisitos que al efecto establecen los artículos 32 de la

---

<sup>202</sup> Indica que únicamente en las páginas 28 a 30 (por lo que hace a Grupo Contal, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita), 30 y 31 (respecto de Yoli de Acapulco) del oficio se contiene información de Grupo Contal.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

LFCE y 24 de su Reglamento. En efecto, al emitir el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro esta CFC describió:

- Las conductas descritas por Ajemex que podían constituir prácticas monopólicas relativas. Esto es, el condicionamiento de la venta de bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola así como de manera unilateral rehusase a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, si en esos puntos de venta se comercializan las bebidas de las marcas de Big Cola, aún cuando las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros;<sup>203</sup>
- Los elementos aportados por Ajemex que permitían determinar un presunto desplazamiento indebido así como el impedimento sustancial para acceder al mercado relevante. Esto es diversas actas de fe de hechos levantadas en diferentes establecimientos detallistas en las localidades señaladas en el escrito de denuncia;<sup>204</sup>
- Los agentes económicos a quienes se imputaban los hechos materia de la denuncia de Ajemex. Esto es, al sistema Coca Cola; y,<sup>205</sup>
- Los elementos probatorios en que Ajemex sustentó sus afirmaciones. Como se ha indicado los elementos probatorios fueron las actas de fe de hechos levantadas en diversas entidades de la República Mexicana.<sup>206</sup>

Aunado a lo anterior se insiste en que:

i) De la lectura de las páginas cuarenta y seis y cuarenta y siete del oficio de presunta responsabilidad se constatan las conductas que Ajemex indicó, en su escrito de denuncia, como presuntamente violatorias de la legislación en materia de competencia económica, esto es, la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas con la condición de no vender ni proporcionar las diversas de las marcas de Big Cola. Asimismo, la negativa de venta a las tiendas detallistas de bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola si es que en esos puntos de venta se comercializan las bebidas de las marcas Big Cola, aún cuando aquellas bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros.

ii) De la lectura del segundo párrafo de la página noventa y seis del oficio de presunta responsabilidad se observan cuáles fueron los elementos presentados por Ajemex ante esta CFC para evidenciar las prácticas monopólicas denunciadas, esto es, las actas de fe de hechos presentadas como elementos de convicción dentro de la etapa de investigación del presente expediente.

<sup>203</sup> Fojas 5335 y 5336 del presente expediente.

<sup>204</sup> Fojas 5337 a 5385 del expediente al rubro citado.

<sup>205</sup> Foja 5335 de este expediente.

<sup>206</sup> Fojas 5337 a 5385 del expediente en que se actúa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

iii) De la lectura del último párrafo de la página cuarenta y siete del oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro se aprecian las aseveraciones de la denunciante vertidas con el ánimo de acreditar el desplazamiento e impedimento sufrido, esto es, que tal situación es consecuencia del condicionamiento y la negativa de venta referidas. Tales conductas fueron confirmadas por esta Comisión durante el proceso indagatorio como presuntamente violatoria de la LFCE y su Reglamento y así quedó asentado en el último párrafo de la página noventa y siete del oficio que contestan las emplazadas, esto es, en tal oficio se afirmó que las conductas referidas presuntamente cerraron el canal de distribución de Ajemex en los establecimientos detallistas; además de que, como anteriormente se expresó, la bebida carbonatada Big Cola nunca deja de ser propiedad de Ajemex, motivo por el cual la denunciante sí se ve afectada con las conductas denunciadas dentro del canal detallista en virtud de que tal situación no elimina el eslabón de la distribución dentro del proceso de producción y comercialización de las bebidas carbonatadas simplemente modifica quién carga con el costo de la distribución; y,

iv) la información proporcionada por Ajemex en su escrito de denuncia relativa a la fracción V del artículo 24 del RLFCE<sup>207</sup> está relacionada con las emplazadas a formar parte del sistema Coca Cola que ha sido descrito en la presente resolución por lo que pretender desconocer este hecho limitándose a indicar que la información le es ajena no puede desvirtuar las imputaciones que al respecto se hicieron valer tanto en el escrito de denuncia como en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro.

Aunado a lo anterior manifiestan que Ajemex ha indicado<sup>208</sup> que cuenta con una participación de mercado de entre el [REDACTED] y el [REDACTED] así como que durante los últimos dos años ha percibido ingresos entre los [REDACTED] por lo que no existen las prácticas monopólicas que se le imputan al faltar “(...) *los elementos esenciales para acreditar que haya habido un cierre sustancial del mercado o un desplazamiento del mismo* (...)”.

(Eliminado 2 porcentajes, 2 cifras y 31 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Con relación a lo anterior, Propimex, Inmuebles del Golfo, Panamco Golfo, Panamco Bajío e Industria Refresquera Peninsular ofrecieron las pruebas que se valoran a continuación.

a) La transcripción de la entrevista realizada a Carlos Añaños, Director Ejecutivo de Ajemex, por parte de Darío Celis el primero de julio de dos mil tres, que se transmitió por la estación 1000 de AM Radio, en el programa Tiempo de Negocios, la cual tuvo una duración de ocho minutos,

<sup>207</sup> Fojas 971 a 1117 del presente expediente.

<sup>208</sup> En diversos medios masivos de comunicación que más adelante se valoran.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

transmitida a las ocho de la noche con doce minutos. La transcripción se preparó por Monitoreo y Análisis, S.A. de C.V. Este documento tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción VII, 188, 197 y 217 del CFPC. De tal prueba se observa que la empresa que realizó la transcripción asentó que en la fecha y hora señalada se transmitió por la estación AM una entrevista por parte de Darío Célis a quien se identificó como Carlos Añaños, Vicepresidente de Administración y Finanzas de Cola Real y Director Ejecutivo de Ajemex en la cual respondió a diversas cuestiones respecto al funcionamiento de Ajemex, como son su incursión en el mercado de nuestro país, su esquema de distribución, sus puntos de venta, la participación que tienen en el mercado, su producción anual, las presentaciones de sus productos, las ciudades en las que tienen mayor penetración, sus planes de expansión, el desarrollo que han tenido en Perú, el potencial de consumo de refresco que ven al mercado mexicano, su inversión tanto realizada como esperada, y los empleos que han generado. Al respecto, los oferentes de esta prueba enfatizan que el entrevistado manifiesta que Ajemex tuvo una inversión inicial de siete millones de dólares, que su producto llega a cien mil puntos de venta, entre bodegas, de kioskos, restaurante y grandes almacenes, además de supermercados.

b) El original de un artículo escrito por Darío Celis en la sección de negocios publicado en el periódico Reforma, correspondiente al cuatro de abril de dos mil cuatro, el cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción VII, 188, 197 y 217 del CFPC. De tal elemento se deriva que en el medio de información de la fecha indicada, se publicó un artículo en el cual se mencionan diversos comentarios, datos y opiniones relacionados con el establecimiento de Ajemex en nuestro país, así como del denominado Ajegroup. Entre los datos indicados, las oferentes indican que en tal nota periodística se señala que Ajemex ha capturado cerca del siete por ciento del mercado, lo que significaría ventas de por alrededor de setecientos millones de dólares al año.

c) El original del artículo escrito por Marisela López en la sección de negocios publicado en el Periódico Milenio, correspondiente al siete de mayo de dos mil cuatro, el cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción VII, 188, 197 y 217 del CFPC. De él se observa que en el medio de información de la fecha señalada se publicó un artículo en el cual se menciona el desarrollo de la empresa Ajegroup y sus planes de expansión, así como diversos datos de Ajemex (Big Cola) como lo son el inicio de sus operaciones en México, su producción, sus ventas en dos mil tres, sus expectativas, centros de distribución, empleos, inversiones, una de sus plantas, la cantidad de habitantes de Centroamérica que consumen el producto y una comparación con la de los que toman leche. Las oferentes destacan el hecho de que según lo publicado, en dos mil nueve Ajemex buscará tener diez por ciento del mercado de refrescos en la República Mexicana y que a diciembre de dos mil tres, los consumidores la premiaron con el cinco por ciento de su preferencia.

d) El original del artículo escrito por Esther Herrera Cervantes de Finsat, en la sección de negocios publicado en el Periódico Milenio, correspondiente al siete de junio de dos mil cuatro,



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

el cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción VII, 188, 197 y 217 del CFPC. De este elemento se observa que en el medio de información de la fecha indicada, se publicó un artículo en el cual se mencionan la instalación por parte de Big Cola en Torreón, Coahuila, marcará el fin de una época en la que Coca Cola y Pepsi dominaban el mercado y se señalan los resultados de una firma valuadora respecto a Embotelladora Arca, la cual se prevee podría verse afectada con la instalación de la referida planta.

Las aseveraciones que se analizan son infundadas. Sin perjuicio de que: i) en ninguna de las notas periodísticas ofrecidas es posible corroborar los datos proporcionados; y, ii) las manifestaciones vertidas por el empleado de Ajemex en la entrevista que le fue realizada versan sobre cuestiones ya acreditadas en el expediente (su incursión en el mercado, el esquema de distribución de la denunciante, la participación de mercado de Ajemex, su producción anual, la presentación de sus productos) o bien sobre simples expectativas (planes de expansión, la inversión esperada) se indica que tal como se señaló en el oficio de presunta responsabilidad, el cierre sustancial del mercado así como el desplazamiento de Ajemex se acredita con el efecto acumulativo de las conductas implementadas por el sistema Coca Cola que consisten en: i) la venta o transacción con las tiendas detallistas sujeta a la condición de no adquirir ni vender los productos Big Cola ( marcas de refrescos Big Cola, Mega Big, Doble Big y First) elaborados y distribuidos por Ajemex y ii) la acción unilateral consistente en rehusarse a vender o proporcionar a las tiendas detallistas bienes disponibles y normalmente ofrecidos a terceros con el objeto de restringir el abasto de los productos de Ajemex y el posicionamiento de las marcas de los refrescos Big Cola, Mega Big, Doble Big y First. Asimismo, se señala que la legislación en materia de competencia económica no establece como requisito para determinar la existencia de prácticas monopólicas relativas que una empresa cuente con cierto porcentaje de participación en el mercado relevante ni que su situación financiera sea o no óptima, o bien, como parecen sugerir las emplazadas, con la eliminación total de la competencia, sino que de los elementos que obren en el expediente se obtenga la responsabilidad de las emplazadas como en el presente caso sucede tal como se demuestra en la presente consideración de derecho. Sirven de sustento a lo anterior:

**MONOPOLIOS.** Quinta Época. Segunda Sala. Semanario Judicial de la Federación. Tomo: XL. Página: 3477. Vizcarra Gabino. Pág. 3477. tomo xl. 16 de abril de 1934

**PETROLEO, MONOPOLIO DEL.** Quinta Época. Instancia: Segunda Sala. Fuente: Semanario Judicial de la Federación. Tomo: LVII. Página: 818. Amparo administrativo. Revisión del auto que desechó la demanda 3449/38. Mexican Petroleum Company y coags. 26 de julio de 1938. Unanimidad de cuatro votos. Relator: José María Truchuelo.

Más aún, contrario a lo que señalan las emplazadas, el hecho de que pueda existir competencia limitada en el mercado que se investiga, no significa que ese mercado esté funcionando de manera eficiente o que no existan prácticas monopólicas, pues tal y como se señaló a lo largo del oficio de presunta responsabilidad, existen elementos suficientes para acreditar que las emplazadas han realizado acciones que impiden la competencia en el mercado relevante.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

De igual manera es de señalar que tal y como lo dispone el artículo 2 de la LFCE, el objeto de la ley es la protección del proceso de competencia y libre concurrencia mediante la **prevención** y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados. Con relación a lo anterior y de manera analógica conviene citar lo que la Suprema Corte de Justicia de la Nación resolvió el veinticinco de noviembre de dos mil tres, en el amparo en revisión 2589/96, en el juicio de amparo promovido por la empresa Grupo Warner Lambert, S.A. de C.V., en el sentido de 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, al margen 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 (...)*” [énfasis añadido] de la siguiente manera:

*“(...) Por lo demás, el precepto que se analiza [artículo 10 de la LFCE] no hace sino acatar estrictamente el mandato del Constituyente, en la medida en que éste no prohibió los actos anticompetitivos en función de las consecuencias benéficas que de ellos derivaran, sino, fundamentalmente, en atención a la lesión que causarían al bien jurídico tutelado, a saber, la competencia y la libre concurrencia en las que está interesada la sociedad.*

...

*Basta que al verificarse esas prácticas el responsable tenga el poder de influir sobre el mercado con infracción a las reglas de la libre concurrencia, 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 concurrencia 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, al margen 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.*

*En el caso en que el objeto perseguido por el autor de la conducta sea precisamente restringir la competencia, la ley sanciona la práctica monopólica relativa porque el*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

*peligro para el mercado es real, pues lo que se pretende es justamente impedir que el daño se produzca en caso de que alcance a surtir efectos la práctica monopólica, en cambio, cuando al margen del objeto de la conducta se produce el resultado ilegal, ya no cabe admitir que simplemente hay peligro, puesto que ya se causa un perjuicio a la libre concurrencia, desplazando competidores, impidiendo su acceso, o imponiendo ventajas exclusivas (...)" [énfasis añadido].*

Por todo lo anterior, con independencia de que en un mercado existan competidores, ello no presupone que dicho mercado sea eficiente, sino que puede llegar a concluirse, como lo hizo esta CFC al emitir el oficio de presunta responsabilidad, que las prácticas realizadas por uno o varios agentes económicos que participan en un mercado en contra de los competidores pueden constituir violaciones a la LFCE.

Mas aún, el argumento en estudio es infundado ya que las emplazadas suponen que únicamente sería posible contravenir la legislación en materia de competencia económica si se elimina totalmente el proceso de competencia y libre concurrencia dentro del mercado relevante. Es decir, el sistema Coca Cola realiza las prácticas monopólicas que le fueron imputadas: sujeta la venta de bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y además, de manera unilateral se rehusa a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, si en esos puntos de venta se comercializan las bebidas de las marcas de Big Cola, aún cuando las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros impidiendo sustancialmente el acceso al mercado relevante a Ajemex, pero como no lo ha logrado de forma completa señala que no se ha controvertido la LFCE y su Reglamento. Lo anterior es un absurdo ya que considerar procedente tal argumento sería tanto como establecer que únicamente cuando el sistema Coca Cola haya desplazado completamente a Ajemex del mercado relevante, podría este órgano desconcentrado intervenir y sancionar la comisión de las prácticas monopólicas imputadas.

Por su parte, TCCEC señala en el apartado II.3.5 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que la afirmación de este órgano desconcentrado en el sentido de que Ajemex puede sufrir un desplazamiento indebido derivado del condicionamiento en la venta de bebidas carbonatadas de la marca Coca Cola a la abstención de vender las diversas de la marca Big Cola<sup>209</sup> no se acredita con elemento de convicción alguno. Por lo anterior concluye que de conformidad con el primer párrafo del artículo 10 de la LFCE, al no acreditarse tal desplazamiento no se actualizan los elementos suficientes para acreditar la comisión de una práctica monopólica relativa. Para evidenciar que en vez de ser desplazada del mercado, Ajemex ha incrementado su participación dentro de la comercialización de bebidas carbonatadas ofrece como prueba la identificada como anexo 5 de su escrito de contestación al oficio de presunta

<sup>209</sup> Página 95 del oficio de presunta responsabilidad.

responsabilidad consistente en copia simple del artículo denominado “Nombre, Nombres y... Nombres/Pepsi como industria realinea precios de cara al consumidor y en 2004 más a consolidación” publicado en la página de la Internet del periódico “Reforma” cuyo autor es la C. Jacqueline Fowks.

Esta prueba tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción VII, 188, 197 y 217 del CFPC y toda vez que se está en presencia de información publicada por un periódico (con relación a la empresa Ajemex y su incursión en el mercado de la comercialización de bebidas carbonatadas en nuestro país) su veracidad no es susceptible de ser constatada por esta Comisión ya que su autor no cita la fuente de la cual obtuvo los datos a que hace referencia.

A fin de sustentar que sí se venden productos de marca Big Cola en las tiendas en lugares donde se venden también los productos de la marca Coca Cola, Embotelladora de Zapopan presentó como pruebas diversas actas notariales levantadas en misceláneas, las cuales se relacionan y valoran a continuación.

1) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 2274, del uno de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Samuel Fernández Ávila, notario público número 15 de Tlaquepaque y zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, la cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora Zapopan, acudió al establecimiento comercial denominado [REDACTED] ubicado en [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta los refrescos en diversas presentaciones de las marcas Manzana First, Coca Cola, Pepsi, Sidral Aga, Seven Up, Big Cola, Sello Rojo, Jumex y Senzao. (Eliminado: 15 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

2) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 2276, del uno de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Samuel Fernández Ávila, notario público número 15 de Tlaquepaque y zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, la cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora Zapopan, acudió al establecimiento comercial denominado [REDACTED] ubicado en [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta los refrescos en diversas presentaciones de las marcas Big Cola, Fresca, Manzanita Golden, Coca Cola Light, Seven Up, así como varias marcas de licores y cervezas. (Eliminado: 15 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

3) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 2275, del uno de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Samuel Fernández Ávila, notario público número 15 de Tlaquepaque y zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, la cual tiene el

valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora Zapopan, acudió al establecimiento comercial denominado [REDACTED] ubicado en la calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta los refrescos en diversas presentaciones de las marcas First Toronja, Coca Cola, Pepsi, Sidral Aga, Seven Up, Big Cola, Sello Rojo, Trisoda y Kas. (Eliminado: 15 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

4) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 2279, del uno de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Samuel Fernández Ávila, notario público número 15 de Tlaquepaque y zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, la cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora Zapopan, acudió al establecimiento comercial sin nombre, ubicado en la calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta los refrescos en diversas presentaciones de las marcas Peñafiel, Manzanita Sol, Mirinda, Tri Soda, Big Cola y Mega Big Cola, Coca Cola, Pepsi Ligth, Seven Up, Be-light, Jumex, Zubba, Fanta, Pepsi, Clamato; así como varias de cerveza y jugos. (Eliminado: 13 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

5) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 2278, del uno de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Samuel Fernández Ávila, notario público número 15 de Tlaquepaque y zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, la cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora Zapopan, acudió al establecimiento comercial sin nombre, ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta los refrescos en diversas presentaciones de las marcas Clamato, Peñafiel, Manzanita first, Mirinda, Gatorade, Kas, Gallito, Big Cola, Fanta, Coca Cola, Seven up, Chaparrita, Fruti, Del Valle, Red Bull, Pepsi, así como varias marcas de cerveza y jugos. (Eliminado: 17 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

6) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 2277, del uno de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Samuel Fernández Ávila, notario público número 15 de Tlaquepaque y zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, la cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora Zapopan, acudió al establecimiento comercial denominado [REDACTED] ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta los refrescos en diversas presentaciones de las marcas Peñafiel, Manzana Lift, Mirinda, Gatorade, Kas, Gallito, Big Cola, Manzanita, Fanta, Coca Cola, Seven Up, Be-light,



Zubba, Pepsi, así como varias marcas de cerveza y jugos. (Eliminado: 13 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

De la misma forma, Embotelladora La Favorita ofreció las siguientes documentales públicas.

1) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 15,132, del tres de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Enrique G. Rodríguez Ontiveros, notario público número 3 de Zapopan, Jalisco, la cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora la Favorita, acudió al negocio de abarrotes sin denominación, ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta refrescos en diversas presentaciones de las marcas Fanta, Coca-Cola, Lift, Agua Ciel, Sprite, Jugos del Valle, Refrescos Peñafiel, Aga, Fruti Keko, Grand First y Big Cola; asimismo, acudió al negocio de abarrotes sin nombre, ubicado en la calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta refrescos en diversas presentaciones de las marcas Peñafiel y Coca-Cola; de igual forma acudió al negocio de abarrotes sin nombre, ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta, refrescos en diversas presentaciones de las marcas Coca-Cola, Coca-Cola Light, Fanta, Fresca, Agua Ciel y Mega First. (Eliminado: 47 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

2) Documental pública consistente en testimonio notarial de la escritura pública número 15,131, del tres de septiembre de dos mil cuatro, ante la fe del licenciado Enrique G. Rodríguez Ontiveros, notario público número 3 de Zapopan, Jalisco, la cual tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC. De tal documental se acredita que en la fecha referida el fedatario público mencionado, a solicitud del apoderado legal de Embotelladora la Favorita, i) acudió al negocio de abarrotes denominado [REDACTED] ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta refrescos en diversas presentaciones de las marcas Pepsi, Seven up, Manzanita, Coca Cola, Fanta, Sprite, Squirt y Zuba; ii) asimismo, acudió al negocio de abarrotes sin nombre, ubicado en la calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta refrescos en diversas presentaciones de las marcas Coca-Cola, Fanta, Sprite, Gatorade, Pepsi-Cola, Be-Lite de Bonafont; iii) de igual forma acudió al negocio de abarrotes sin nombre, ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta, refrescos en diversas presentaciones de las marcas Coca-Cola, Miranda, Seven-up, Pepsi, Mirinda, Sidral Aga, Squirt, First y Gallito; iv) además, acudió al negocio sin nombre ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta, refrescos en diversas presentaciones de las marcas Aga, Peñafiel, Mirinda, Sangría Señorial, Zuba, Pepsi, Aga, Bonafont, Coca-Cola, Pepsi, Squirt, Aga, Zuba, Peñafiel y Sangría Señorial; v) de igual manera, acudió al negocio sin nombre, ubicado en la calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta, refrescos en diversas presentaciones de las marcas Coca-Cola, Fanta, Lift, Sprite, Lift, Sprite y Seven-up; v) asimismo, se presentó en el negocio denominado [REDACTED] ubicado en la



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta refrescos en diversas presentaciones de las marcas Mirinda, Seven-up, Pepsi, Squirt, Zuba, Coca-Cola y Aga; vi) finalmente, acudió al establecimiento denominado [REDACTED] ubicado en calle [REDACTED] haciendo constar que en él se exhiben para su venta, refrescos en diversas presentaciones de las marcas Peñafiel, Squirt, Aga, Be-lite de Bonafont, Coca-Cola, Sprite, Life, Fanta, Power Aid y Ciel mineralizada. (Eliminado: 86 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

De las documentales referidas se observa la veracidad de las manifestaciones vertidas ante el fedatario público que las expidió, pero no se desvirtúan las aseveraciones contenidas en las fe de hechos exhibidas por la denunciante que sustentaron las prácticas monopólicas que le fueron imputadas a las emplazadas en el oficio de preunta responsabilidad, ya que las fechas en que se llevaron a cabo unas y otras son diferentes, y por tanto, no desacreditan que durante el tiempo en que Ajemex llevó a cabo las fe de hechos exhibidas sí se realizaban las prácticas monopólicas en ellas descritas en diversos establecimientos en los que se venden bebidas carbonatadas en envase cerrado. Adicionalmente, es de resaltar que en las documentales públicas que ofrecieron las sociedades citadas al contestar el oficio de presunta responsabilidad no se observa que ni el fedatario público ni la persona que solicitó el levantamiento del acta correspondiente hayan interpelado a los dueños o empleados de las tiendas detallistas a las cuales acudieron en el sentido de averiguar si existía o no algún tipo de conducta que implicara la comisión de las prácticas monopólicas relativas por las cuales fueron emplazadas diversas sociedades integrantes del grupo Coca-Cola.

También se presenta como prueba información generada por [REDACTED] sobre la venta de productos de Ajemex en los mercados relevantes de las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal, León, Guanajuato, Xalapa y Veracruz, ambas del estado de Veracruz, atendidos por Propimex (Ciudad de México), Panamco Bajío (León) y por Panamco Golfo (Xalapa y Veracruz).<sup>210</sup> De igual manera, las emplazadas requieren que se considere el desempeño financiero de la denunciante a fin de mostrar que esa empresa no ha sufrido daños consecuencia de las presuntas prácticas monopólicas investigadas. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Al respecto, la cuestión a dilucidar en el presente asunto es la existencia de conductas que limitan o impiden la venta de productos de la denunciante, lo cual en términos del artículo 10 de la LFCE: i) la venta o transacción con las tiendas detallistas sujeta a la condición de no adquirir ni vender los productos Big Cola (marcas de refrescos Big Cola, Mega Big, Doble Big y Firsta) elaborados y distribuidos por Ajemex y; ii) la acción unilateral consistente en rehusarse a vender o proporcionar a las tiendas detallistas bienes disponibles y normalmente ofrecidos a terceros con el objeto de restringir el abasto de los productos de Ajemex y el posicionamiento de las

<sup>210</sup> Ver páginas 16 y 17 de la respuesta al oficio de presunta responsabilidad de Panamco Bajío, SA de CV, folio 7204-7205 y páginas 14-17 de la respuesta al oficio de presunta responsabilidad de Panamco Golfo, folio 7005-7006.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

marcas de los refrescos Big Cola, Mega Big, Doble Big y First. Por ello, las consideraciones y pruebas respecto a que Ajemex ha aumentado las ventas de su producto en los mercados relevantes, particularmente en los mercados relevantes de las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal, León, Guanajuato, Xalapa y Veracruz, ambas del estado de Veracruz, el crecimiento de las ventas de tal denunciante y su capacidad para competir en el mercado, en primer lugar, no desvirtúan la comisión de las prácticas monopólicas imputadas, ya que de hacerlo se estaría dando la razón a las emplazadas de que esta Comisión sólo puede intervenir una vez que se haya logrado desplazar completamente a Ajemex del mercado relevante, lo cual no es ni jurídica ni constitucionalmente aceptable. En segundo lugar, son tomadas en cuenta al analizar el poder sustancial de mercado. Es ahí donde se consideran los elementos que permiten valorar si las emplazadas que integran el sistema Coca Cola tienen capacidad para realizar las presuntas conductas anticompetitivas, objeto de la investigación, y si los competidores, como la denunciante, tienen capacidad para contrarrestar esas acciones.

Los elementos de prueba que presentan las emplazadas sobre el crecimiento de las ventas de la denunciante en diversos mercados relevantes se presenta en el siguiente cuadro. Las emplazadas también indican el número de clientes detallistas que atiende en sus respectivos mercados relevantes. Por ejemplo, Propimex señala en su escrito de respuesta al oficio de presunta responsabilidad que en la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal atiende a [REDACTED] y que las ventas de Ajemex supera las 800 mil cajas unidad con una cobertura de [REDACTED] de acuerdo con datos de [REDACTED]. Eso significa que los productos de Ajemex se venden en [REDACTED] tiendas detallistas [REDACTED]. Otro caso es el mercado relevante de la ZM de Xalapa, Veracruz, donde Panamco Golfo señala atender a [REDACTED] o más tiendas detallistas y, según la denunciante vendió [REDACTED] cajas unidad en el mes de junio de 2004 con una cobertura de [REDACTED] es decir los productos de Ajemex se venden en [REDACTED] tiendas detallistas en ese mercado.

*(Eliminado 4 porcentajes, 7 cifras y 13 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)*

Los elementos de prueba que presentan las emplazadas indican por ejemplo que en el mercado de la ZM de Xalapa, la denunciante Ajemex vendió en julio de dos mil cuatro alrededor de [REDACTED] mil cajas unidad en [REDACTED] tiendas detallistas. Eso significa que en promedio en cada tienda se vendieron [REDACTED] caja unidad en un mes lo cual equivale a la venta diaria de [REDACTED] botellas de 2.5 litros por cada tienda. En el caso de la ZM de la Ciudad de México, las ventas de la denunciante equivalen a [REDACTED] botellas de 2.5 litros diarias en cada tienda. Es decir, los datos que presentan las emplazadas muestran que efectivamente crecieron las ventas de la denunciante, ya que antes no se vendían, pero esos datos muestran que las ventas de Ajemex en el canal de tiendas detallista no es significativo según los datos proporcionados por las emplazadas. La venta de [REDACTED] mil cajas unidad en la ZM de la Ciudad de México equivale en un año a [REDACTED] millones de cajas, lo cual no



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

es importante si se compara con las 355.4 millones de cajas unidad vendidas de productos Coca Cola en el mismo mercado en dos mil uno.<sup>211</sup>


(Eliminado 7 cifras y un cuadro de 7 filas y 7 columnas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Con relación a la situación financiera de la denunciante, en el oficio de presunta responsabilidad se analiza el margen de EBITDA como un indicador financiero tanto de empresas emplazadas como de otras competidores incluyendo la denunciante. Ahí se indica que el margen de EBITDA de la denunciante tiene un porcentaje incluso más elevado que el de las emplazadas. Esos indicadores financieros se presentan en el análisis de las barreras a la entrada en el mercado. Si bien los indicadores financieros como el EBITDA muestran que la denunciante tiene ahora un buen desempeño financiero, ese factor no es parte de las conductas analizadas en la presente investigación.

Por otro lado, la entrevista realizada al funcionario de Ajemex y las notas periodísticas ya referidas en la presente consideración dan cuenta de la entrada al mercado de la denunciante, así como de sus planes de crecimiento e inversión, sin embargo, lo señalado en estas pruebas, como se ha indicado, no desvirtúa la comisión de las prácticas monopólicas imputadas a las emplazadas. Como se ha mencionado, el objeto de la investigación no fue determinar si la denunciante ha sido desplazada totalmente del mercado relevante o si se le ha impedido totalmente su acceso, como pretenden las emplazadas. Suponer lo contrario, equivaldría a establecer que este órgano desconcentrado únicamente podría intervenir una vez que se haya logrado desplazar completamente a Ajemex del mercado relevante, lo cual no es ni jurídica ni constitucionalmente aceptable. Además, el crecimiento, la inversión y la capacidad de producción de la denunciante se considera en el análisis de poder sustancial de mercado.

Con relación a las actas de fe de hechos que acompañaron al escrito de denuncia de Ajemex y a su ampliación manifiestan su objeción e indican que son “(...) *documentos preparados e inducidos* (...)”. Afirman que con ellos se “(...) *pretende ocultar pruebas testimoniales* (...)” y que

<sup>211</sup> Ver página 28 del Informe anual al 31 /12/2001 de Coca Cola Femsa



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

no son idóneos para acreditar la veracidad de las afirmaciones que contienen ya que en su desahogo “(...) *se violaron los más elementales derechos de audiencia* (...)”. En este orden de ideas reiteran que objetan en cuanto a su contenido, valor y alcance las actas de fe de hechos así como “(...) *los testimonios y las declaraciones obtenidas de terceros y de los... fedatarios porque no se refieren a hechos concretos... fueron inducidas... y fueron obtenidas sin cumplir con las formalidades esenciales para llevar a cabo dichos actos* (...)”. En este sentido se manifiestan Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan en el numeral 2.14 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad en el que indican que las respuestas contenidas en las actas de fe de hechos señala que “(...) *son muy uniformes dentro de cada una de las ciudades incluidas, pero no entre ciudades* (...)” lo que a su juicio deriva en que las respuestas de los entrevistados fueron inducidas.

Con relación a la objeción de las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex dentro de la etapa de investigación del presente expediente se reitera que los argumentos expresados en tal sentido son inatendibles. Lo anterior ya que, como se ha señalado a lo largo de la presente resolución, el procedimiento seguido en forma de juicio ante este órgano desconcentrado no admite defensas que son propios de un procedimiento civil (como lo es la objeción de pruebas) ya en el desahogo de la etapa referida predomina el interés general no así el de los particulares. Lo anterior toda vez que es necesaria la eficiencia, seguridad y expeditéz en su desahogo y para cumplir con tal objetivo es necesario establecer vías rápidas y eficaces en las que se eliminen actuaciones que únicamente dilatarían el trámite del asunto. Se reitera que apoya lo anterior la siguiente

**COMPETENCIA ECONÓMICA. LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE, LO IDENTIFICAN COMO ADMINISTRATIVO Y NO COMO CIVIL.**- P. CX11/2000 Amparo en revisión 643/99.—Warner Bros (México), S.A.—15 de mayo de 2000.—Unanimidad de diez votos.—Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel.—Ponente: Juan Díaz Romero.—Secretario: José Luis Rafael Cano Martínez. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CXII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial.—México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Asimismo se insiste en que la falta de oportunidad para objetar pruebas no deslegitima en nada el procedimiento seguido ante esta Comisión, toda vez que si ni siquiera resulta violatorio de garantías en un procedimiento contencioso, por mayoría de razón menos en el que nos ocupa. Sirve de sustento a lo anterior la siguiente tesis.

**JUICIO AGRARIO. LA CIRCUNSTANCIA DE QUE LA LEY DE LA MATERIA NO PREVEA LA POSIBILIDAD DE OBJETAR PRUEBAS EN AQUÉL, NO ES VIOLATORIA DE LA GARANTÍA DE AUDIENCIA.** Amparo directo en revisión 3203/98. Vicenta Jiménez de García y otro. 11 de octubre de 2000. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Ponente: José de Jesús Gudiño Pelayo; en ausencia hizo suyo el asunto Juan N. Silva Meza.. Secretario: Ismael Mancera Patiño.

Sin perjuicio de ello, se indica que los argumentos expresados como supuesta objeción de documentos no son tales, ya que no se refieren a una inexactitud que ponga en duda su contenido



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

ni su veracidad. De ahí que constituyen más bien un alegato de valoración de las pruebas. Sustenta por analogía a lo anterior la siguiente tesis de jurisprudencia.

**PRUEBA DOCUMENTAL EN EL PROCEDIMIENTO LABORAL. LOS ARGUMENTOS TENDIENTES A ORIENTAR A LA JUNTA RESPECTO DE SU ALCANCE DEMOSTRATIVO NO DEBEN TENERSE COMO OBJECIONES, SINO SIMPLES ALEGATOS DE VALORACIÓN.** Sexto Tribunal Colegiado en Materia de Trabajo del Primer Circuito. Amparo directo 8286/2003. Leonel Presas Hernández. 11 de septiembre de 2003. Unanimidad de votos. Ponente: Marco Antonio Bello Sánchez. Secretario: Miguel Ángel Burguete García. Véase: Apéndice al Semanario Judicial de la Federación 1917-2000, Tomo V, Materia del Trabajo, Actualización 2001, página 53, tesis 38, de rubro: "PRUEBA DOCUMENTAL EN EL PROCEDIMIENTO LABORAL. LAS MANIFESTACIONES EFECTUADAS POR LAS PARTES EN RELACIÓN CON SU ALCANCE PROBATORIO NO DEBEN TENERSE COMO OBJECCIÓN."

Sin perjuicio de lo anterior, se indica que las aseveraciones vertidas en el apartado en estudio son infundadas. Por lo que hace al argumento relativo a la preparación y manipulación de las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex se indica que en observancia al principio general de derecho *quod gratis asseritur, gratis negatur*<sup>212</sup> evidencia lo infundado de las manifestaciones de las emplazadas ya que no soportan tal afirmación en argumentos lógico jurídicos. Respecto a la aseveración de que los instrumentos públicos presentados por Ajemex son en realidad pruebas testimoniales se indica que de su lectura se observa que se trata de actas en las que los funcionarios públicos acudieron a los establecimientos detallistas en ellos referidos e hicieron constar la exactitud de lo que vieron, oyeron y percibieron por sus sentidos,<sup>213</sup> por lo que la naturaleza de tales actuaciones dista de ser similar a la de las pruebas testimoniales. Respecto al hecho de que se violó la garantía de audiencia de las emplazadas en el desahogo de las referidas fe de hechos se reitera que es infundado el proceder de las emplazadas ya que los fedatarios públicos no están obligados a llamar a quienes pudieran tener interés en el desahogo de tales actuaciones toda vez que la legislación de la materia no les impone tal obligación.

Además, es de explorado derecho que la etapa de investigación de los procedimientos seguidos ante esta CFC no viola la garantía audiencia al tener por objeto la verificación del cumplimiento que de la legislación en materia de competencia económica se esté dando en el mercado investigado mas no la identificación de los hechos que pudieran constituir prácticas monopólicas ni la determinación del agente económico presuntamente responsable de su comisión. Apoya lo anterior las siguientes:

**COMPETENCIA ECONÓMICA. EL PROCEDIMIENTO OFICIOSO DE INVESTIGACIÓN PARA LA PREVENCIÓN Y DETECCIÓN DE PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, CONTENIDO EN LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE, NO VIOLA LA GARANTÍA DE AUDIENCIA.** No. Registro: 191,362 Tesis aislada Materia(s):Constitucional, Administrativa Novena Época Instancia: Pleno Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XII, Agosto de 2000 Tesis: P. CIX/2000 Página: 105. Amparo en revisión 2617/96. Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio

<sup>212</sup> Lo que gratuitamente se afirma, gratuitamente se niega.

<sup>213</sup> Cuestión inherente a la fe pública con que se encuentran investidos.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Rodríguez Carrillo. Amparo en revisión 2318/97. Luis Ruiz Ortiz. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CIX/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación no es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

**COMPETENCIA ECONÓMICA. EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE INVESTIGACIÓN DE PRÁCTICAS MONOPÓLICAS O CONCENTRACIONES, CONTENIDO EN LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE, NO VIOLA LA GARANTÍA DE AUDIENCIA.** No. Registro: 191,429. Tesis aislada Materia(s):Constitucional, Administrativa Novena Época Instancia: Pleno Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XII, Agosto de 2000 Tesis: P. CXIII/2000 Página: 104. Amparo en revisión 643/99. Warner Bros. (México), S.A. 15 de mayo de 2000. Unanimidad de diez votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: José Luis Rafael Cano Martínez. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CXIII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Con relación a que no existe la obligación de que los fedatarios públicos no están obligados a llamar a quienes pudieran tener interés en el desahogo de tales actuaciones es aplicable el siguiente criterio judicial:

**NOTARIOS. VALOR DE SUS ACTUACIONES.** No. Registro: 315,730. Tesis aislada Materia(s):Civil Quinta Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación Tomo: CXXXII Tesis: Página: 267. Amparo en revisión 3192/56. Autotransportes de Primera Clase México Tepic, S. A. de C. V. y Coags. 9 de mayo de 1957. Unanimidad de cinco votos. Ponente: Alfonso Francisco Ramírez.

Además, como ya se ha dicho, tales objeciones son insuficientes para restarles valor probatorio a los medios de convicción recabados durante la investigación y que sirvieron, entre otros, de sustento para el emplazamiento, ya que no basta con hacer una mera manifestación para restarles valor probatorio, sino que es necesario señalar la causa en que se apoya la objeción y demostrarla, para de este modo hacer ineficaz para sus fines el medio probatorio.

Esto es que Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa, Panamco México, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular no acreditan que las actas de fe de hechos acompañadas al escrito de denuncia de Ajemex y a su ampliación y que sirvieron, entre otras, de base para el emplazamiento en términos del artículo 31 del RLFCE, son “documentos preparados e inducidos” ni indican qué parte del contenido aducen carece de valor y alcance probatorio por lo que al no hacerlo, resulta insuficiente la objeción para restarle su valor probatorio al dictarse esta resolución.

Sirve de apoyo a lo anterior, las tesis de jurisprudencia y aisladas transcritas con anterioridad y cuyos rubros y antecedentes son los siguientes:

**DOCUMENTOS PRIVADOS, OBJECION A LOS.** No. Registro: 201,598. Jurisprudencia. Materia(s): Civil. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: IV, Agosto de 1996. Tesis: I.3o.C. J/8. Página: 423 TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 1093/95. José Luis Pineda Rebollo. 2 de marzo de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: José Becerra Santiago. Secretario: Gustavo Sosa Ortiz. Amparo directo 2433/95. Manuel Ortiz Alcayde. 18 de mayo de 1995.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Unanimidad de votos. Ponente: José Becerra Santiago. Secretario: Gustavo Sosa Ortiz. Amparo directo 2473/96. Juan Pérez Flores. 9 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Angel Castañeda Niebla. Amparo directo 3003/96. Esther Saldívar Pérez, albacea de la sucesión de Julián Saldívar Sánchez. 31 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Angel Castañeda Niebla. Amparo directo 3013/96. Esther Saldívar Pérez, albacea de la sucesión de Julián Saldívar Sánchez. 31 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Angel Castañeda Niebla.

**DOCUMENTOS PRIVADOS PROVENIENTES DE TERCEROS. DEBEN PROBARSE LAS RAZONES EN QUE SE APOYA LA OBJECCIÓN.** No. Registro: 187,807. Tesis aislada. Materia(s): Civil. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XV, Febrero de 2002. Tesis: VIII.3o.4 C. Página: 804 TERCER TRIBUNAL COLEGIADO DEL OCTAVO CIRCUITO. Amparo en revisión 3/2001. María Guadalupe Martínez Muruato. 27 de febrero de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: Marco Antonio Arroyo Montero. Secretario: Miguel Negrete García. Amparo en revisión 287/2000. Carlos Mario Villarreal Garza. 9 de marzo de 2001. Unanimidad respecto del sobreseimiento decretado y mayoría de votos en relación con la modificación de la sentencia revisada y la concesión del amparo decretado. Ponente: Abraham Calderón Díaz. Secretario: Luis Sergio Lomelí Cázares. Amparo en revisión 102/2001. Sucesión intestamentaria a bienes de José Nieves Ramírez Díaz. 29 de marzo de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: Sergio Eduardo Alvarado Puente. Secretario: José Luis Caballero Rodríguez. Véase: Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo VII, mayo de 1991, página 87, tesis VI.1o. J/51, de rubro: "DOCUMENTOS PRIVADOS. NO BASTA DECIR QUE SE OBJETAN, SINO DEBEN ACREDITARSE LAS RAZONES DE LA OBJECCIÓN."

**OBJECCIÓN. PARA RESTARLE VALOR A UN DOCUMENTO CERTIFICADO, SE TIENE QUE DEMOSTRAR LA CAUSA DE ELLA.** No. Registro: 197,811. Tesis aislada. Materia(s): Común. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: VI, Septiembre de 1997. Tesis: III.1o.A.29 K. Página: 711 PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL TERCER CIRCUITO. Amparo en revisión 101/97. Jorge Contreras Cortés. 29 de mayo de 1997. Mayoría de votos. Disidente: Ramón Medina de la Torre. Ponente: Guillermo David Vázquez Ortiz. Secretaria: Eunice Sayuri Shibya Soto.

En cuanto a que las actas de fe de hechos no imputan actos concretos se indica que es infundada la pretensión de las emplazadas ya que se limitan a señalar que no se imputaron conductas concretas cuando de la lectura de las actas de fe de hechos se observa:

- El territorio en el que fueron realizadas;
- Los establecimientos que se visitaron; y,
- Las conductas que en esos lugares realiza el sistema Coca Cola.

Situaciones concretas que derivaron en la determinación del grupo embotellador que opera en el territorio en el que se localizan los establecimientos detallistas visitados y que las conductas referidas son violatorias de la legislación en materia de competencia económica.

Asimismo, Propimex y Panamco Bajío afirman que se les ha considerado presuntas responsables con base en una muestra que no es representativa del universo total de establecimientos detallistas. Lo anterior de conformidad con la información vertida en el siguiente cuadro:

Información relativa a la representatividad estadística de las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex			
Agente económico	Mercado relevante	Total de clientes	Establecimientos visitados
Propimex	ZM de la Ciudad de México	186,000	65
Panamco Bajío	ZM de León, Guanajuato	11,500	32



Las manifestaciones en estudio son infundadas. Lejos de desvirtuar el hecho de que dentro del presente expediente se ha acreditado la comisión de las prácticas monopólicas relativas que les son imputadas (llevadas a cabo por diversos agentes económicos del sistema Coca Cola en distintas zonas del país) se limitan a esgrimir que los elementos de convicción proporcionados por Ajemex en la etapa de investigación carecen de representatividad siendo que, como se ha indicado, es deber de este órgano desconcentrado evitar la realización de conductas violatorias de la LFCE y no esperar a que en la totalidad del mercado se cometan este tipo de conductas que son violatorias del artículo 28 de nuestra Constitución.

Aunado a lo anterior se indica que la LFCE establece como prohibición el realizar prácticas monopólicas relativas a quien tenga poder sustancial en el mercado relevante, puesto que es precisamente quien detenta ese poder el que puede imponer las conductas que la ley sanciona como ilegales y al no acreditarse en el presente caso la existencia de ganancias en eficiencia es necesario que esta CFC sancione la existencia de tales conductas para cumplir con uno de los propósitos del legislador al aprobar la legislación en materia de competencia económica: prevenir y sancionar la realización de conductas que pongan en peligro la integridad de los bienes jurídicos que la referida legislación tutela pues de no hacerlo así se estaría permitiendo la comisión de conductas anticompetitivas que dañan a la sociedad.

Las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex en la etapa de investigación del presente expediente tenían como propósitos: i) demostrar la existencia de diversas conductas por las que se condiciona la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a no vender productos de la denunciante; y, ii) patentizar la negativa de venta de productos Coca Cola ante la venta de los refrescos de las marcas Big Cola. En este orden de ideas, una vez terminado el periodo de investigación se concluyó que tales actas constituían elementos suficientes para sustentar la presunta existencia de las prácticas monopólicas relativas imputadas a las emplazadas al evidenciar que los hechos descritos ocurrían en diversas localidades del país, situación que evidenció un patrón de conducta del sistema Coca Cola implementado con el objeto o intención de desplazar a sus competidores dentro del canal detallista. Aunado a lo anterior se encuentra el hecho de que el sistema Coca Cola cuenta con poder sustancial dentro de los mercados relevantes y por ende actualiza las conductas previstas en las fracciones IV y V de la LFCE.

Aunado a lo anterior se indica que en la página cuarenta y seis de su correspondiente escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad Panamco Bajío indicó:

*“(...) los pocos **convenios de exclusividad** que se llegan a celebrar están claramente justificados en términos de eficiencia (...)” [énfasis añadido].*

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 95, 96, 97, 197, 199 y 200 del CFPC, de aplicación supletoria en la materia, la confesión expresa hará prueba plena cuando concurran las



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

siguientes circunstancias: sea hecha por persona capacitada para obligarse; sea hecha con pleno conocimiento y sin coacción ni violencia; y, sea de hecho propio o, en su caso, del representado y concerniente al negocio. Asimismo, los hechos propios que se afirmen harán prueba plena en contra de quien los asevere, sin necesidad de ofrecerlos como prueba.

Por tanto, la anterior manifestación tiene el valor probatorio previsto en los artículos 79, 197 y 200 del CFPC y evidencia que Panamco Bajío comete una de las conductas por las que fue emplazada consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (de Ajemex). Por lo anterior y todo lo antes expuesto al respecto, el argumento que en el presente apartado hace valer es inoperante.

Por su parte, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular aseveran que este órgano desconcentrado faltó a su obligación de investigar los hechos denunciados pues las actas ofrecidas con relación a ellas no fueron levantadas en las localidades donde realizan sus operaciones. Por lo anterior consideran que la denuncia de Ajemex debió ser desechada y no acumulada al presente expediente, pero ya que fue admitida indican que esta CFC debió “(...) *ajustar su proceder a las normas incluidas en la LFCE y su Reglamento, en el sentido de publicar en el Diario Oficial de la Federación el... acuerdo de inicio de investigación (...)*” ya que Ajemex denunció a empresas distintas a las ya investigadas respecto de territorios diferentes a los inicialmente denunciados. Por lo anterior concluyen que nunca estuvieron sujetos a investigación.

Es infundado el argumento que se hace valer. Con relación al argumento de que las actas de fe de hechos no fueron levantadas en las localidades donde Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular realizan sus actividades se indica que tal afirmación es falaz ya que obran en el presente expediente actas de fe hechos llevadas a cabo en las ZM de las ciudades de: i) Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz,<sup>214</sup> y Puebla, Puebla<sup>215</sup> por lo que hace a Panamco Golfo; ii) Oaxaca, Oaxaca,<sup>216</sup> en cuanto a Inmuebles del Golfo; y, iii) Mérida, Yucatán<sup>217</sup> respecto de Industria Refresquera Peninsular. Más aún, Industria Refresquera Peninsular ofreció como prueba la copia certificada del apéndice III “Territorio” del contrato de embotellador que tiene celebrado con TCCC, vigente a partir del quince de enero de dos mil tres. La referida probanza tiene el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción III, 133, 197 y 203 del CFPC y con ella se acredita que la ciudad de Mérida, Yucatán “(...) *y el área que la*

---

<sup>214</sup> Referidas en las páginas setenta y siete a ochenta y uno del oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro por lo que hace a la ciudad de Veracruz, Veracruz y en las páginas ochenta y uno a ochenta y tres por lo que hace a Xalapa, Veracruz.

<sup>215</sup> Descritas en las páginas setenta y tres a setenta y siete del oficio de presunta responsabilidad.

<sup>216</sup> Mencionadas en las páginas setenta y dos y setenta y tres del oficio de presunta responsabilidad del presente expediente.

<sup>217</sup> Incluidas en las páginas noventa y uno y noventa y dos del oficio que contestan las emplazadas.

*rodea (...)*” es parte del territorio en el que la emplazada se encuentra autorizada para llevar a cabo las actividades de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas al canal detallista. Por lo anterior, al existir coincidencia entre el territorio referido y el área geográfica en que fueron desahogadas las actas de fe de hechos descritas el argumento intentado es inatendible. Al respecto se reiteran los territorios en los que los agentes económicos emplazados realizan las actividades de elaboración, envasado, transporte, distribución y comercialización:

- Propimex e Inmuebles del Golfo:

Territorio del Valle de México: ZM de la Ciudad de México, D.F. (incluida una parte considerable del adyacente Estado de México).

Territorio del sureste de México: estados de Tabasco, Chiapas y parte de los estados de Oaxaca y Veracruz.

- Panamco Bajío y Panamco Golfo:

Estados de Michoacán, Guanajuato, Tlaxcala, Puebla y la parte central de Veracruz que incluye Xalapa, Córdoba y Veracruz.

- Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan:

Estado de Jalisco, incluyendo la ZM de la ciudad de Guadalajara.

- Industria Refresquera Peninsular:

Estado de Yucatán, incluyendo la ciudad de Mérida y su ZM.

- Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan:

Estado de Querétaro, incluyendo la ciudad de Querétaro y su ZM.

- Yoli de Acapulco:

Estado de Guerrero, incluyendo la ciudad de Acapulco.

En cuanto al argumento relativo a que procedía el desechamiento de la denuncia presentada por Ajemex en ánimo de no caer en repeticiones se reiteran los argumentos expuestos al respecto por este órgano desconcentrado como si a la letra se insertasen. Sin embargo, se insiste que denuncia no es sinónimo de demanda, puesto que el sujeto que denuncia ante la CFC no está reclamando prestaciones a los presuntos responsables, como sugieren Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e

Industria Refresquera Peninsular. Además, las presuntas responsables desconocen lo resuelto por la SCJN en el sentido que “(...) *un procedimiento investigatorio en el que no existe aún la identificación de los hechos que puedan constituir una infracción, ni está determinado el sujeto a quien deberá oírsele en defensa como probable responsable de una infracción a la ley (...)*”.<sup>218</sup> Por ende, basta referir que las disposiciones tienen su lógica en su propio contexto, es decir: “*hacer diligencias para descubrir una cosa; realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia.*”<sup>219</sup> *Mutatis mutandi*, según las contestatorias del oficio de presunta responsabilidad en una denuncia en materia penal, si no se denuncia al homicida sino el homicidio, el Ministerio Público no podrá investigar puesto que “*nunca estuvo sujeto a investigación el homicida*”. Por ende, lo argumentado es infundado.

Por lo que hace a que debió publicarse en el DOF el extracto del acuerdo de inicio de la investigación originada con motivo de la presentación de la denuncia por parte de Ajemex en vez de acumularla al presente expediente, se indica que, al constatar que la denuncia de la empresa referida cumplía con los requisitos de procedibilidad esta Comisión, en observancia al tercer párrafo del artículo 27 y 28 del RLFCE, determinó la acumulación de tal denuncia a los presentes autos, cuestión que por un lado es una facultad de la CFC, y por el otro, nada dicen las presuntas responsables sobre la aplicación del tercer párrafo del artículo 27 del RLFCE.

Se insiste y reitera una vez más, que la Comisión inicia una investigación en el mercado en donde existen elementos de los cuales se puede suponer la posible realización de una conducta prohibida por la LFCE pero ello no significa implícitamente que se realice en contra de una persona en particular, inclusive cuando el procedimiento en su fase indagatoria se inicia a raíz de una denuncia, ya que no necesariamente el denunciado es quien pudiera resultar presunto responsable, sino cualquier otro participante en el mercado, o quizás ninguno resultare presunto responsable, razón por la cual la CFC investiga el mercado. Además, es de resaltarse que de conformidad con el artículo 28 de la Ley Fundamental y su ley reglamentaria en materia de competencia económica, la CFC no dirime controversias entre particulares ni resuelve conflictos entre éstos, sino que verifica el cabal cumplimiento de la ley para garantizar el eficiente funcionamiento de los mercados. Tan es así, que inclusive cuando existe un “desistimiento” de denuncia, ello no implica que no se continúe con la investigación, ya que esta CFC está obligada a proteger el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados en términos del artículo 28 constitucional y no así a las personas.<sup>220</sup>

<sup>218</sup> **COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA. EL PROCEDIMIENTO OFICIOSO DE INVESTIGACIÓN DE ACTOS QUE SE ESTIMAN LESIVOS DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS PARTICULARES, QUE EFECTÚA DICHO ÓRGANO, NO ES UN PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO EN FORMA DE JUICIO.** Novena Época. Pleno. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XII, Agosto de 2000. Tesis: P. CVIII/2000. Página 103. Amparo en revisión 2617/96. Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V. 15 de mayo de 2000.

<sup>219</sup> Diccionario de la Lengua Española. Madrid. 1992.

<sup>220</sup> Véase Gaceta de la Comisión Federal de Competencia. Año 6 num. 15 (Enero - Abril, 2003), páginas 381 a 441.

Sin que sea óbice a lo anterior que la denuncia presentada por Ajemex, cumplió con todos y cada uno de los requisitos previstos en los artículos 32 de la LFCE y 24 del RLFCE.

Por último, Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa, Panamco México, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular manifiestan con relación a la fracción VII del artículo 10 de la LFCE que Ajemex también denunció la posible comisión de prácticas monopólicas relativas violatorias del referido numeral, por lo que, al no habersele emplazado por tal motivo, esta Comisión debe indicar que no encontró elemento alguno que pudiera configurar la práctica monopólica prevista en tal fracción. En este sentido también se pronuncian Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan al afirmar en el numeral 2.12 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que no obstante la “(...) *exclusión de la fracción VII (...)*” del artículo 10 de la LFCE del oficio de presunta responsabilidad señalan que parecen describirse conductas que encuadran en tal precepto sin aclararse si se actualizan o no lo cual considera una violación a las garantías de motivación y fundamentación. Al respecto, TCCEC en el apartado II.3.2.2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad clasifica las prácticas monopólicas por las que se emplazó a las presuntas responsables como conductas de condicionamiento, de negativa de trato e “(...) *indefinidas (...)*”. Al respecto manifiesta que desconoce si tales conductas actualizan las referidas prácticas monopólicas relativas y si es así cómo se actualizan. A las conductas indefinidas las denomina de esta forma ya que a su juicio no se razonó si constituían hechos materia de las prácticas monopólicas imputadas a pesar de haber sido descritas en el oficio de presunta responsabilidad y siendo que Ajemex encuadró tales hechos como anticompetitivos en su escrito de denuncia con un fundamento legal no citado en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro. Por lo anterior concluye que existe una falta de claridad de los hechos respecto de los cuales debe formular su defensa. Tal situación la reitera en el inciso c) del apartado II.3.2.3 al señalar que con relación a las “(...) *conductas indefinidas (...)*” no existe claridad respecto de si constituyen o no hechos materia de las prácticas monopólicas imputadas ya que tales conductas no encuadran en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE.

El argumento en estudio es inatendible. La pretensión de las emplazadas fue satisfecha al momento en que este órgano desconcentrado admitió sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad indicándose que “(...) *el periodo de investigación del presente expediente no prejuzgaba sobre la responsabilidad [de las hoy emplazadas]... por lo que sólo en caso de existir elementos suficientes para sustentar la presunta actualización de contravenciones a la Ley Federal de Competencia Económica, se procedería en términos de la fracción I del artículo 33 del referido ordenamiento, situación que por lo que hace a la fracción VII del artículo 10 de la Ley Federal de Competencia Económica, una vez analizadas las constancias*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*del expediente al rubro citado, no aconteció (...)*.<sup>221</sup> En consecuencia, es categórico la anterior afirmación en el sentido de que la CFC no emplazó a las presuntas responsables por la comisión de una práctica monopólica relativa violatoria del artículo 10, fracción VII, de la LFCE, afirmación que se corrobora con la simple lectura del oficio de presunta responsabilidad.

Aunado a lo anterior, conviene recalcar que de la etapa de investigación del procedimiento pueden surgir elementos para presumir violaciones a la LFCE, no solo por los hechos denunciados, sino por aquellos que durante la investigación surgieron, por lo que en dado caso, a algún presunto responsable se le podría emplazar por diversas conductas, aun cuando no hubiesen sido denunciadas y a *contrario sensu* de la investigación puede surgir sólo una conducta violatoria de la LFCE y no por ello se tendría que manifestar que no hubo violaciones a la LFCE respecto de los artículos 8, 9, 10 ó 20 en todas aquellas fracciones en que la conducta no se encuadró al tipo especificado. Es decir, la potestad para determinar cuál es la conducta tipificada por la LFCE como prohibida y que se presume realizada es única y exclusiva de la CFC, facultad que ejerce al momento de imputarle a alguna persona la presunta realización de la conducta prohibida a través del oficio de presunta responsabilidad, por lo que será únicamente esta CFC la que resuelva en qué consiste la conducta prohibida y en qué hipótesis prevista por la norma aplicable encuadra.

Por lo que hace al oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro TCCE afirma en su apartado II.2.4 que el oficio de presunta responsabilidad contiene “(...) *omisiones, errores e incongruencias en conceptos básicos (...)*”.

Siendo el principio general de derecho *quod gratis asseritur, gratis negatur*<sup>222</sup> una máxima en nuestro sistema jurídico, se indica a la emplazada que el argumento que hace valer es infundado al tratarse de una afirmación sin soporte probatorio. Es decir, no aporta elemento alguno que demuestre alguna omisión, error o incongruencia por parte de esta autoridad, ni señala en dónde se encuentran esas supuestas omisiones, errores e incongruencias ni en qué consisten, antes bien hace una manifestación gratuita y bajo esa circunstancia esta autoridad se ve imposibilitada de hacer comentario o valoración alguna al respecto.

Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa, Panamco México, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular en el capítulo 4 de sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad exponen una supuesta falta de encuadramiento de las hipótesis legales. Al respecto refieren que el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro: i) no acredita los hechos que imputa; y, ii) no explica la adecuación de tales hechos a las hipótesis legales

---

<sup>221</sup> Mediante proveídos del diez (respecto de Propimex, Coca Cola Femsa y Panamco México), trece (por lo que hace a Panamco Bajío y Panamco Golfo) y veintiocho de septiembre (en cuanto a Industria Refresquera Peninsular) y doce de octubre (con relación a Inmuebles del Golfo), todos del dos mil cuatro.

<sup>222</sup> Lo que gratuitamente se afirma, gratuitamente se niega.

prevista en la LFCE. Dividen su argumento en siete apartados en los que manifiestan que el oficio de presunta responsabilidad es ilegal, que a continuación se analizan.

En cuanto a los apartados 4.1 y 4.2 este órgano desconcentrado realiza un análisis conjunto debido a la íntima relación que guardan entre ellos.

4.1 En contravención a lo dispuesto por los numerales 32 de la LFCE y 24, fracciones VI y VIII de su Reglamento, el oficio de presunta responsabilidad omite articular las razones por las que los CC. Chávez, ██████████ resultan afectadas con la presunta comisión de la práctica monopólica relativa y cómo es que sufren o pueden sufrir daños o perjuicios sustanciales. Respecto de Ajemex reiteran que esta empresa no participa en el mercado relevante y que esta Comisión “(...) *en su afán de brindarle protección (...)*” no le exigió acreditar su carácter de afectado ni demostrar que sufre o puede sufrir un daño o perjuicio sustancial. En este orden de ideas resaltan de nueva cuenta la creciente participación de mercado de Ajemex y señalan que de las actas de fe de hechos que fueron presentadas se observa que “(...) *la inmensa mayoría... admiten estar vendiendo productos de Ajemex (...)*”. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

4.2 Contrario a lo que establecen los numerales 10 de la LFCE y 24, fracción VI de su Reglamento, el oficio de presunta responsabilidad no contiene la argumentación ni las pruebas que demuestren que los CC. Chávez, ██████████ así como Ajemex han sido o son susceptibles de ser desplazados. Respecto de esta empresa reiteran que “(...) *lejos de ser desplazada de su mercado de producción de bebidas... ha penetrado con éxito inusitado (...)*”. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

En observancia el principio de economía procesal, en ánimo de no caer en repeticiones se tienen por insertadas las consideraciones que al respecto ha hecho valer esta Comisión (en el sentido de que lo escritos de denuncia presentados ante este órgano desconcentrado reunieron los requisitos de procedibilidad contemplados en la legislación en materia de competencia económica) como si a la letra se insertasen. Aunado a lo anterior, es preciso recordarles a las emplazadas que la Primera Sala de nuestro más Alto Tribunal resolvió que el bien jurídico tutelado por la LFCE, es el proceso de competencia y libre concurrencia, y no a las personas en lo particular. Sirve de fundamento la tesis que a continuación se cita y hace valer:

**AGENTES ECONÓMICOS, CONCEPTO DE, PARA LOS EFECTOS DE LA LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA.** Novena Época. Primera Sala. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XV, Abril de 2002. Tesis: 1a. XXX/2002. Página: 457. Amparo en revisión 761/99. José Melesio Mario Pérez Salinas. 20 de febrero de 2002. Cinco votos. Ponente: Humberto Román Palacios. Secretario: Francisco Octavio Escudero Contreras.

Se reitera que la LFCE no protege individuos en particular, sino que tutela el proceso de competencia y libre concurrencia, tal y como quedó asentado con anterioridad.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**COMERCIO, LIBERTAD DE. LA CONSTITUCIÓN AUTORIZA SU RESTRICCIÓN EN BENEFICIO DE LA COLECTIVIDAD.** Séptima Época. Pleno. Semanario Judicial de la Federación. Tomo: 34

Primera Parte. Página 34. Amparo en revisión 2990/56. Manuel Presa. 13 de octubre de 1971. Unanimidad de 17 votos. Ponente: Ernesto Solís López. NOTA: Esta tesis también aparece en: Apéndice 1917-1985, Primera Parte, Pleno, tesis 139, pág. 282 (primera tesis relacionada).

De nueva cuenta, dada la íntima relación que guardan las consideraciones vertidas por las emplazadas en los numerales 4.3 y 4.4 se procede a su análisis conjunto.

4.3 En contravención a lo indicado por el artículo 10, fracción IV de la LFCE, el oficio de presunta responsabilidad no demuestra cómo es que a los CC. Chávez, [REDACTED] y a Ajemex les ha sido condicionada la venta de las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola y reiteran que Ajemex no participa en el mercado relevante. Asimismo, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan niegan en el numeral 2.2. de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que condicionen la venta de bebidas carbonatadas Coca Cola a que se dejen de vender las diversas de la marca Big Cola o cualquier otra marca. Lo anterior lo intenta probar con “(...) *las documentales que obran agregadas al expediente (...)*”. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El argumento de Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan por el que niegan la comisión de la práctica monopólica prevista en la fracción IV del artículo 10 de la LFCE que intentan soportar con las documentales que obran agregadas al expediente resulta infundado ya que las emplazadas son las que tienen la obligación de probar sus afirmaciones, cuestión que no acontece en el argumento en estudio ya que se limitan a afirmar de forma genérica que sus afirmaciones se corroboran con las documentales que obran en el presente asunto sin especificar qué documentos en concreto apoyan sus argumentos. Apoya lo anterior el siguiente criterio judicial:

**NEGATIVA QUE IMPLICA UNA AFIRMACION. CARGA DE LA PRUEBA.** No. Registro: 202,454. Tesis aislada Materia(s):Común Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: III, Mayo de 1996 Tesis: I.5o.T.11 K Página: 661. QUINTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA DE TRABAJO DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 315/96. Yolanda Martínez Ramírez y otros. 8 de febrero de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: Gemma de la Llata Valenzuela. Secretario: José Francisco Cilia López.

4.4. Contrario a lo dispuesto por el artículo 10, fracción V de la LFCE, el oficio de presunta responsabilidad no demuestra las circunstancias de modo, tiempo y lugar de las conductas que les son imputadas con relación a la denegación de trato y no expone por qué los bienes relevantes están disponibles y son ofrecidos a terceros. En el mismo sentido se pronuncian Grupo Contal, Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita en la letra B del apartado I “Defensas” de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad aduciendo que el oficio de presunta responsabilidad violenta la fracción III del artículo 322 del CFPC de aplicación supletoria en la materia toda vez que no contiene un capítulo de hechos en el que se narren “(...) *de forma clara y precisa (...)*” aquellos supuestos imputados a



las emplazadas para que éstas puedan controvertirlos lo que imposibilita su defensa. Asimismo, en su apartado 2.3 Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan afirman que ni los elementos de convicción recabados por esta CFC en la etapa de investigación ni los hechos descritos en el oficio de presunta responsabilidad les son imputables de manera particular y específica. Así, concluyen que al no existir elementos de convicción que demuestren tales hechos la presunta comisión de las prácticas monopólicas relativas objeto del presente expediente es infundada.

Por su parte TCCEC señala en el apartado II.3.2.3 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que los hechos relacionados en el oficio de presunta responsabilidad no actualizan los fundamentos legales que cita y por ende no pueden ser fuente de responsabilidad. En ánimo de evidenciar lo anterior divide su argumento en tres puntos:

a) Con relación a la fracción IV del artículo 10 de la LFCE establece que este precepto “(...) prevé una relación de condicionamiento en el siguiente sentido: *Venta-Abstención en la Venta* (...)”. Por lo anterior, considera que las conductas de condicionamiento de incentivos no actualizan el supuesto previsto ya que “(...) en todo caso... sería *Venta-Abstención en la Exhibición y Publicitación o... Incentivo-Abstención en la Venta, Exhibición o Publicitación* (...)”.

b) En cuanto a la fracción V del artículo 10 de la LFCE indica que la conducta de denegación debe relacionarse con el producto relevante para actualizarse. Al respecto manifiesta que el otorgamiento de incentivos a detallistas no es la actividad preponderante de las empresas emplazadas y tales bienes no están “(...) *disponibles y normalmente ofrecidos a terceros* (...)” ya que sólo se proporcionan en forma complementaria.

Aunado a lo anterior en el apartado II.3.2.1 de su escrito de contestación refiere que en cuanto a los hechos que presuntamente configuran las prácticas monopólicas relativas no se señaló de forma clara y precisa cuál es el hecho específico que se imputa a cada emplazada.

Son infundadas las aseveraciones descritas. No existe violación a la fracción III del artículo 322 del CFCP ya que en primer término es inaplicable al presente asunto dicho artículo, puesto que el artículo 30 del RLFCE establece los requisitos que contendrá el oficio de presunta responsabilidad y que esta autoridad cumplió a cabalidad, además, como se ha indicado, los elementos de convicción presentados por Ajemex hicieron manifiestas las conductas denunciadas que actualizan los supuestos previstos en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE. De tales actas de fe de hechos se observan las circunstancias de modo,<sup>223</sup> tiempo<sup>224</sup> y lugar<sup>225</sup> de las

<sup>223</sup> “Forma especial que puede adoptar un fenómeno”. Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. 22ª edición. 2001. Tomo II. Página 1520.

<sup>224</sup> “Época durante la cual vive alguien o sucede algo”. Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. 22ª edición. 2001. Tomo II. Página 2170.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

conductas sancionadas en la presente resolución. A mayor abundamiento, se indica que el contenido de los referidos elementos de convicción fue descrito en las páginas cincuenta y uno a noventa y cinco del oficio de presunta responsabilidad. Así, los hechos (que desarrollan el modo, tiempo y lugar de las conductas) que presumiblemente actualizan los supuestos previstos en los referidos preceptos fueron descritos puntualmente por esta Comisión, por lo que tuvieron oportunidad y fueron de su conocimiento en tiempo y forma para producir su contestación al oficio de presunta responsabilidad, por lo que se reitera es inaplicable la fracción III del artículo 322 del CFPC así como tampoco se les dejó en estado de indefensión puesto que el oficio cumple con todos los requisitos que establece el artículo 30 del RLFCE. Respecto al argumento en el sentido de que Ajemex no participa en el mercado relevante se reiteran las consideraciones que al respecto se hacen valer en la presente resolución.

Aunado a lo anterior, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita indican, en el numeral 3 del apartado D de sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad que en momento alguno han negado o condicionado la venta de bebida carbonatada en el canal detallista. En ánimo de demostrar lo anterior ofrecen las probanzas que a continuación se relacionan:


(Eliminado 19 filas y 6 columnas.. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

<sup>225</sup> “Sitio o paraje”. Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. 22ª edición. 2001. Tomo II. Página 1402.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Las probanzas descritas tienen el valor probatorio previsto en los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC y con ellas se acredita que en el momento en que los notarios públicos quince de Tlaquepaque, Jalisco y tres de Zapopan, Jalisco se constituyeron en los establecimientos señalados se encontraban a la venta bebidas carbonatadas de marcas diversas incluidas las de Ajemex, excepto por los cinco establecimientos referidos en el acta 15,131, llamados [REDACTED] y tres sin nombre en los que se encuentra a la venta diversas marcas de bebidas carbonatadas pero no las de Ajemex. No obstante lo anterior, tales probanzas son ineficaces para desvirtuar los elementos de convicción aportados por Ajemex en la etapa indagatoria del presente expediente ya que éstos fueron recabados con anterioridad al momento en que los notarios públicos se constituyeron en los establecimientos detallistas de las ciudades de Tlaquepaque y Zapopan, Jalisco y por ende no les restan valor al haber sido desahogadas en un tiempo y condiciones diferentes. Aunado a lo anterior se indica que tal como se observa de las actas notariales referidas, a diferencia de los elementos de convicción presentados por Ajemex no se desahogó interpelación alguna con las personas con las que se entendió su desahogo sino que simplemente se asentó que el fedatario público pasó por el área en que se encontraban a la venta las bebidas carbonatadas, situación que de manera alguna desvirtúa el hecho de que en tales establecimientos detallistas se presentan las conductas que por esta resolución se sancionan. Además, de suponer que tuvieran algún valor, lejos de beneficiar a las emplazadas, les afectaría ya que acreditaría que de las dieciséis tiendas detallistas relacionadas en las fe de hechos, en cinco se venden diversas marcas de bebidas carbonatadas pero no las de Ajemex. (Eliminado: 4 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Asimismo, Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita con relación a la conducta prevista por la fracción V del artículo 10 de la LFCE señalan en el punto 1 de sus consideraciones finales que “(...) *el condicionamiento... se realiza sobre los incentivos, no sobre los productos distribuidos...* [siendo que] *Las embotelladoras no tienen poder sustancial en la provisión de refrigeradores, artículos promocionales, pintura, u otros productos considerados incentivos, además de que en ninguna manera es su actividad comercial (...)*”. En el mismo sentido se pronuncian Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan en la parte final del numeral 2.7 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad al señalar que “(...) *el condicionamiento denunciado se realiza sobre los incentivos, no sobre los productos distribuidos (...)*” siendo que no cuentan con poder sustancial en ese mercado.

Es infundado el argumento en estudio. La CFC al analizar el poder sustancial en el mercado relevante de conformidad con el artículo 13, fracción II de la LFCE en correlación a la fracción VI del RLFC, analizó lo relativo a la provisión de refrigeradores, y se afirmó en el oficio de presunta responsabilidad que “(...) *El espacio reducido en las tiendas detallistas limita en muchos casos la existencia de refrigeradores de varias marcas, lo cual si bien no restringe la venta de refrescos, sí ocasiona que éstos se puedan vender fríos (...)*”, de lo anterior se observa lo



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

falaz del argumento de TCCEC, Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita en el sentido de que la conducta imputada y por ende el mercado relevante esté definido como el de privisión de refrigeradores, artículos promocionales, pintura, u otros productos considerados incentivos, puesto que si bien se analizaron dichos aspectos en cumplimiento del artículo 13 de la LFCE, también lo es que poder sustancial no es sinónimo de práctica monopólica. Por ende, al pretender argumentar cuestiones que no se dijeron en el oficio de presunta responsabilidad y pretender descontextualizar dicho oficio, el argumento en estudio deviene inoperante. Apoyan lo anterior las siguientes:

**AGRAVIOS INOPERANTES, POR PLANTEARSE CUESTIONES AJENAS A LA LITIS.** No. Registro: 194,507. Tesis aislada. Materia(s):Común. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: IX, Marzo de 1999 Tesis: VIII.1o.21 K Página: 1376. PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO DEL OCTAVO CIRCUITO. Amparo en revisión 316/98. Caja Mexicana de Fomento. 28 de enero de 1999. Unanimidad de votos. Ponente: Luz Patricia Hidalgo Córdova. Secretario: Marco Antonio Arredondo Elías.

**AGRAVIOS INOPERANTES EN LA REVISIÓN. LO SON AQUELLOS QUE ADUCEN NUEVOS MOTIVOS DE INCONFORMIDAD QUE NO SE HICIERON VALER ANTE EL JUEZ DE DISTRITO Y, POR ENDE, EL TRIBUNAL COLEGIADO ÚNICAMENTE ANALIZARÁ LOS ASPECTOS ALEGADOS COMO VICIOS DEL EMPLAZAMIENTO ANTE AQUÉL.** No. Registro: 183,161. Tesis aislada. Materia(s):Común. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVIII, Octubre de 2003 Tesis: III.2o.T.22 K Página: 887. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA DE TRABAJO DEL TERCER CIRCUITO. Amparo en revisión 239/2002. Luo Yin Cao. 20 de junio de 2003. Unanimidad de votos. Ponente: Fernando Coteró Bernal. Secretario: Luis Enrique Vizcarra González.

4.5 En contravención al artículo 12 de la LFCE el oficio de presunta responsabilidad omite: i) estudiar las posibilidades de sustitución que tienen los consumidores y los expendedores que forman el canal de distribución de los productos y servicios que ofrece las emplazadas; ii) analizar los costos de distribución de los bienes relevantes para entender el modelo de negocios de Ajemex y sus diferencias con el que siguen las emplazadas; y, iii) estudiar el mercado local en que participan las emplazadas. Concluye que las consideraciones vertidas al respecto del artículo aludido son “(...) afirmaciones líricas sin sustento empírico (...)”. En este sentido también se manifiestan Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita (dentro del numeral 3 del apartado F 4 del apartado I de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad). En este sentido, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan indican en su apartado 3.1 que no se utilizó el mismo criterio al momento de valorar el esquema de operación de Ajemex (elaboración de bebida carbonatada y transporte fuera del lugar de comercialización) que el utilizado con relación al mercado internacional ya que aquél también es pequeño en comparación con otros esquemas.

Es infundado el argumento hecho valer por las emplazadas. En cuanto al inciso i) se indica que en las páginas ciento cuatro a ciento siete del oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro, este órgano desconcentrado realizó el análisis de los productos y servicios sustitutos de las bebidas carbonatadas. En tal estudio se determinó que los precios, el contenido, la forma de preparación y el propósito de consumo del agua envasada, los jugos de frutas, las bebidas alcohólicas, la leche,

el café, el té o las bebidas isotónicas las hacen diferentes a las bebidas carbonatadas y por ende, no son sustitutos de los refrescos.

En específico se indicó que: i) el agua envasada y los jugos de fruta envasados por sus propósitos de consumo (conservar la salud) y su diferencia de precios no son sustitutos de las bebidas carbonatadas; ii) las bebidas alcohólicas por su contenido (alcohol) y sus restricciones para venta y consumo no pueden considerarse como sustitutos de los refrescos; iii) la leche y el té por sus propósitos de consumo (conservar la salud), su forma de preparación y el hecho de que pueden consumirse calientes no son sustitutos de las bebidas carbonatadas; iv) el café por su forma de preparación y el hecho de que puede consumirse caliente provoca que no es sustituto de los refrescos; y, v) las bebidas isotónicas por su propósito de consumo (reconstituyente después de una actividad física, es decir, conservar la salud) no son sustitutos de las bebidas carbonatadas. Así, se evidencia que lejos de desvirtuar tales afirmaciones las emplazadas se limitan a indicar gratuitamente que no se realizó tal estudio.

La misma suerte corre el inciso ii) del argumento hecho valer ya que al analizar la fracción II del artículo 12 de la LFCE (páginas ciento siete a ciento dieciocho del oficio de presunta responsabilidad) esta Comisión atendió a la forma en que Ajemex distribuye sus productos, resaltó las diferencias que al respecto existen con el sistema Coca Cola<sup>226</sup> y determinó que el hecho de realizar sus ventas a través de comisionistas “(...) *sólo modifica quién es la empresa que carga con el costo de distribución, pero no lo elimina (...)*”.

En cuanto al argumento vertido en el inciso iii) del apartado en estudio se indica que es infundado ya que al analizar el mercado relevante esta Comisión expresamente señaló que derivado del reciente ingreso de Ajemex al mercado de las bebidas carbonatadas el análisis previsto en el artículo 12 de la LFCE se circunscribiría a la la ciudad de Acapulco, Guerrero y las ZM de: la Ciudad de México (Distrito Federal y parte del Estado de México); Guadalajara, Jalisco; León, Guanajuato; Mérida, Yucatán; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Querétaro, Querétaro; y, Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz.<sup>227</sup> Lo anterior evidencia que, contrario a lo indicado por las presuntas responsables, el análisis que al efecto se realizó abarcó las ciudades en que realizan sus actividades las emplazadas ya que, como se ha indicado, los territorios en los que las empresas embotelladoras realizan las actividades de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas son:

- Propimex e Inmuebles del Golfo:

---

<sup>226</sup> Al respecto se indicó que cuenta con una sola planta embotelladora en el estado de Puebla desde donde se transportan sus productos a veinticinco centros de distribución ubicados en diecinueve estados de la República y específicamente se diferenció tal situación respecto de la que acontece en el sistema Coca Cola (que posee una flotilla propia de distribución).

<sup>227</sup> Aunado a que derivado del sistema de franquicias existente para proveer al país de bebidas carbonatadas, también se consideró un ámbito nacional.

Territorio del Valle de México: ZM de la Ciudad de México, D.F. (incluida una parte considerable del adyacente Estado de México).

Territorio del sureste de México: estados de Tabasco, Chiapas y parte de los estados de Oaxaca y Veracruz.

- Panamco Bajío y Panamco Golfo:

Estados de Michoacán, Guanajuato, Tlaxcala, Puebla y la parte central de Veracruz que incluye Xalapa, Córdoba y Veracruz.

- Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan:

Estado de Jalisco, incluyendo la ZM de la ciudad de Guadalajara.

- Industria Refresquera Peninsular:

Estado de Yucatán, incluyendo la ciudad de Mérida y su ZM.

- Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan:

Estado de Querétaro, incluyendo la ciudad de Querétaro y su ZM.

- Yoli de Acapulco:

Estado de Guerrero, incluyendo la ciudad de Acapulco.

Por último, con relación a que lo vertido por este órgano desconcentrado al analizar las cuestiones descritas en los incisos i), ii) y iii) del apartado en estudio se reduce a afirmaciones líricas sin sustento empírico se reitera a las emplazadas que de conformidad con el principio general de derecho que reza *quod gratis asseritur, gratis negatur*<sup>228</sup> sus argumentos son infundados, en tanto que esta autoridad se ve impedida para analizar los supuestos argumentos vertidos por las emplazadas para desvirtuar lo dicho por esta autoridad en el oficio de presunta responsabilidad, toda vez que esos supuestos argumentos no existen por carecer de elementos que puedan ser valorados, ya que la emplazada no aporta nada al respecto, tan solo su afirmación gratuita pero, se insiste, no contraviene lo sostenido en el oficio de presunta responsabilidad.

---

<sup>228</sup> Lo que gratuitamente se afirma, gratuitamente se niega.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

4.6 Contrario a lo dispuesto por el artículo 13 de la LFCE, el oficio de presunta responsabilidad omite demostrar los extremos que colman las fracciones I a III del referido precepto ya que: i) no examina la participación local de las emplazadas en el mercado relevante; ii) Ajemex ha logrado evadir en menos de dos años las barreras sustanciales al acceso del mercado relevante; y, iii) no se percata de “(...) *la nutrida competencia que se da en el mercado local y la eficiencia superior (...)*” de las emplazadas con relación a Ajemex. Concluye resaltando una violación al artículo 11 de la LFCE ya que al no haberse acreditado la definición de mercado relevante ni la determinación del poder sustancial de las emplazadas las prácticas monopólicas imputadas no pueden ser violatorias de la LFCE.

Aunado a lo anterior, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan afirman en el numeral 3.1 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que el cálculo de participación de mercado<sup>229</sup> “(...) *se sale completamente de la práctica de la CFC y de cualquier autoridad... de hecho, el cuadro no se entiende (...)*”. Asimismo, indican en el numeral 4 de su escrito de contestación que el hecho de haber utilizado como medida el porcentaje de CU para el estudio de participación de los embotelladores integrantes del sistema Coca Cola refieren que tal estudio no debió limitarse a botellas de ocho onzas ya que en el mercado se comercializan distintos tipos de presentaciones. Con relación al análisis de la fracción VI del artículo 11 del RLFCE respecto de la afirmación consistente en que las exclusividades son una práctica común en el mercado relevante afirma que los hechos presentados en el oficio de presunta responsabilidad no lo sustentan.

El presente apartado es infundado. Por lo que hace al inciso i) se indica que en las páginas ciento veintidós a ciento veinticuatro del oficio de presunta responsabilidad este órgano desconcentrado realizó el análisis de la fracción I del artículo 13 de la LFCE específicamente por lo que hace a la participación de mercado de las emplazadas con relación a los mercados relevantes locales determinándose que “(...) *las embotelladoras de Coca Cola tuvieron en dos mil dos participaciones de mercado en los diez mercados relevantes analizados en un rango de*

**[REDACTED]** Eliminado 2 porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En efecto, en el oficio de presunta responsabilidad se estableció lo siguiente:

**Participaciones de mercado de embotelladoras de Coca Cola en 2002 en los mercados relevantes analizados**

Localidad	Grupo	Consumo per capita	Porcentajes de mercado		
		Reportado por	Respecto al	Reportado	Respecto a la

<sup>229</sup> Inciso b) del análisis de la fracción I del artículo 13 de la LFCE.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

	Embotellador de Coca Cola	empresas de Coca Cola # botellas de 8 oz	consumo per capita nacional 700.6 botellas <sup>4</sup>	por la empresa	producción de cada mercado <sup>6</sup>
1. Ciudad de Acapulco	Grupo Yoli	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
2. ZM de la Ciudad de México	Coca Cola Femsa-Panamco	462 <sup>2</sup>	65.9	- o -	69.89 <sup>7</sup>
3. ZM de Guadalajara	Grupo Contal	504 <sup>3</sup>	71.9	- o -	76.20 <sup>8</sup>
4. ZM de León	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
5. ZM de Mérida	Grupo Peninsular	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
6. ZM de Oaxaca	Coca Cola Femsa-Panamco	287 <sup>2</sup>	- o -	- o -	85.33 <sup>9</sup>
7. ZM de Puebla	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
8. ZM de Querétaro	Grupo Fomento Queretano	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
9. ZM de Veracruz	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
10. ZM de Xalapa	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
Nacional	Sistema Coca Cola	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -

<sup>1</sup> Página veinticuatro del Informe Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>2</sup> Consumo *per capita* en el territorio del Valle de México. Página veinticuatro del Informe Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>3</sup> Consumo *per capita* en las zonas asignadas a este grupo. Página veintiuno del Informe Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>4</sup> El consumo *per capita* nacional se obtiene de: a) la venta estimada de refrescos en el país en dos mil dos, por dos mil novecientos millones cien mil CU y b) por una proyección de la población en dos mil dos con base en la población de dos mil y aplicando la tasa de crecimiento anual de la misma entre mil novecientos noventa y cinco y dos mil. Se obtiene una población de ciento un millones setecientos mil habitantes (Estadísticas sociodemográficas, INEGI).

<sup>5</sup> Página veinticinco del Informe anual dos mil dos de Panamco de México.

<sup>6</sup> Calculo obtenido con base en la producción o capacidad utilizada de plantas ubicadas en esos mercados y la estimación de la población en tales mercados.

<sup>7</sup> Se considera la capacidad utilizada de tres plantas de envasado ubicadas en el Valle de México y una planta en Toluca. La población de la ZM de la Ciudad de México en dos mil dos se estima con base en la población de mil novecientos noventa y cinco y la tasa de crecimiento anual de la población del DF y el Edomex entre tal año y dos mil.

<sup>8</sup> Se considera la producción de las plantas de la embotelladoras La Favorita y Zapopan, ambas en la ZM de Guadalajara. La población se estima igual que en la ZM de la Ciudad de México. Página veinte del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>9</sup> Se considera la capacidad utilizada de la planta ubicada en la ciudad de Oaxaca. La población se estima igual que en la ZM de la Ciudad de México. Ver página treinta y nueve del Informe Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

En este tenor, se indicó que el porcentaje de mercado de Coca Cola Femsa en el mercado relevante de la ZM de Oaxaca se estima en [REDACTED]. Ese porcentaje se refiere a la producción de la planta de envasado ubicada en esa zona considerando que toda su producción puede abastecer ese mercado. Aplicando idéntico criterio para estimar los porcentajes de mercado en la ZM de México y la ZM de Guadalajara, se obtienen porcentajes aproximados a los estimados anteriormente. Para la ZM de la Ciudad de México se estimaría un porcentaje de [REDACTED] el cual se aproxima al [REDACTED] estimado con base en la información de Coca Cola Femsa (cuarta





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

columna del cuadro). Tal situación ocurre en el mercado de la ZM de Guadalajara con un porcentaje estimado de [REDACTED] que es cercano al [REDACTED] estimado con base en la información de Grupo Contal. Por lo tanto, el porcentaje de mercado estimado para Coca Cola Femsa en la ZM de Oaxaca se puede encontrar entre un porcentaje nacional de [REDACTED] y el porcentaje de [REDACTED] estimado con base en la producción de la planta de envasado instalada en tal mercado.

(Eliminado 7 porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Y por ende, se concluyó que los porcentajes de mercado anteriores muestran que las embotelladoras de Coca Cola tuvieron en dos mil dos participaciones de mercado en los diez mercados relevantes analizados en un rango de [REDACTED]. Asimismo, se señaló que el porcentaje de mercado a nivel nacional estimado con base en el consumo *per capita* es de [REDACTED] en el dos mil dos, el cual no difiere significativamente respecto al [REDACTED] que fue obtenido con base en el volumen de ventas. (Eliminado 4 porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Así se evidencia que las presuntas responsables lejos de desvirtuar tal situación se limitan a afirmar gratuitamente que no se realizó tal análisis sin aportar elemento que controvierta lo afirmado en el oficio de presunta responsabilidad. En tal tesitura, no explican por qué es incomprensible el cuadro a que se refiere el oficio de presunta responsabilidad, cuando hay referencia expresa de los datos contenidos en el mismo, e inclusive es inexplicable que califiquen de incomprensible los datos que las mismas emplazadas utilizan.

En cuanto al inciso ii) se manifiesta que el hecho de que Ajemex haya ingresado al mercado no desvirtúa la existencia de barreras a la entrada<sup>230</sup> dentro de los mercados relevantes ya que tales barreras, que las emplazadas califican como de sustanciales, se estiman respecto de aquellos competidores que pudieran entrar no así respecto a los que ya participan dentro del mercado. Aunado a lo anterior no debe perderse de vista que "(...) *el sistema Coca Cola, a través de sus embotelladores, cuenta con el poder para establecer, mantener y en su caso elevar las referidas barreras ante cualquier nuevo competidor potencial (...)*",<sup>231</sup> situación que no se desvirtúa con el argumento intentado.

<sup>230</sup> Definidas dentro del oficio de presunta responsabilidad como: i) el desarrollo de un sistema de distribución y comercialización (entrega de refrigeradores, descuentos por volumen y consumo así como diversas promociones); ii) la inversión en publicidad, promoción y mercadotecnia; y, ii) las prácticas comunes de los agentes económicos ya establecidos en el mercado relevante (celebración de contratos de exclusividad y la entrega de refrigeradores en comodato a las tiendas detallistas)

<sup>231</sup> Página ciento treinta y dos del oficio de presunta responsabilidad.

Con relación al inciso iii) se manifiesta de nueva cuenta que las emplazadas se limitan a manifestar que existe competencia en los mercados locales y que son más eficaces que Ajemex, sin embargo omiten probar sus afirmaciones por lo que sus argumentos son inatendibles.

Por último, con relación al argumento vertido en el sentido de que la medida de porcentaje de CU no debió ser la única al momento de estudiar la participación de mercado de los integrantes del sistema Coca Cola ya que existen otras presentaciones se indica que es infundado. Para evidenciar lo anterior se señala que durante la sustanciación del procedimiento seguido en forma de juicio ante este órgano desconcentrado y en ánimo de que el Pleno de esta CFC emitiera una resolución apegada a derecho, el titular de la Dirección General de Asuntos Jurídicos de esta Comisión emitió el oficio de requerimiento de información y documentos DGJ-10-096-2005-015 del cuatro de febrero del presente año por el que solicitó a [REDACTED] el estudio de mercado del cual derivaron las gráficas ofrecidas por las emplazadas en sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad, así como los datos que les sirvieron de base y la fuente de la que fueron obtenidos tales datos. En desahogo de lo ordenado [REDACTED] presentó la información solicitada<sup>232</sup> que tiene el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción III, 133, 197 y 203 del CFPC y acredita: i) el nombre del estudio realizado (Advanced Retail Measurement Systems); ii) los datos utilizados en el estudio (ventas en cajas unidad y cobertura numérica de tiendas vendiendo); y, iii) la fuente de la que se obtuvieron los datos referidos (estimaciones del mercado de bebidas carbonatadas en el comercio detallista). Así, el estudio elaborado por [REDACTED] ofrecido por las propias emplazadas, comprueba que la medida de CU determinada por esta Comisión al analizar el mercado relevante y el poder sustancial en el presente expediente el mismo que el utilizado por las propias emplazadas, por ser es de uso común en el canal detallista. (Eliminado: 3 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por lo expuesto, la supuesta violación al artículo 11 de la LFCE es inexistente.

4.7 En contravención al numeral 2 de la LFCE, las emplazadas manifestaron que no se demuestra cómo es que si no existe desplazamiento ni cierre sustancial del mercado puede hablarse de que se impida el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante.

El presente argumento cae de base ya que tal como se señaló en páginas anteriores, resulta claro que independientemente de que en un mercado existan competidores, ello no presupone que dicho mercado sea eficiente, sino que puede llegar a concluirse, como lo hizo esta CFC al emitir el oficio de presunta responsabilidad, que las prácticas realizadas por una o varias empresas que detentan poder sustancial en un mercado con competidores pueden constituir violaciones a la LFCE. Quedó evidenciado que no ha lugar a considerar que la existencia de una práctica monopólica debe considerarse sólo cuando exista una afectación de la totalidad de los mercados o

<sup>232</sup> Que obra a fojas 9360 a 9362 del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

cuando no exista ningún competidor. Además, como se ha señalado esta CFC puede identificar las conductas nocivas al proceso de competencia previo a su materialización y a que sus efectos sean contrarios al eficiente funcionamiento de los mercados, por lo que en consecuencia uno de sus objetos principales es la prevención de las conductas prohibidas pudiendo sancionar el objeto de la conducta antes de que ésta se materialice y afecte el funcionamiento del mercado. Suponer lo contrario significaría que esta Comisión sólo podría sancionar después de que las conductas anticompetitivas produjeran consecuencias perjudiciales a la sociedad como puede ser el cierre total del referido canal de distribución a consecuencia de las prácticas monopólicas de i) sujetar la venta de bebidas carbonatadas a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (de Ajemex) y ii) rehusarse, de manera unilateral, a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando dichas bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros

Es en este sentido, previniendo las conductas nocivas al proceso de competencia, es como mejor se resguarda el eficiente funcionamiento de los mercados y se vela por el cabal cumplimiento de la garantía constitucional en materia de competencia económica consagrada en el numeral 28 de la Carta Magna. De nueva cuenta conviene reiterar lo que la Suprema Corte de Justicia de la Nación resolvió el veinticinco de noviembre de dos mil tres, en el amparo en revisión 2589/96, en el juicio de amparo promovido por la empresa Grupo Warner Lambert, S.A. de C.V., en el sentido de 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, al margen 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* (...)” [énfasis añadido] de la siguiente manera:

*“(...) Por lo demás, el precepto que se analiza [artículo 10 de la LFCE] no hace sino acatar estrictamente el mandato del Constituyente, en la medida en que éste no prohibió los actos anticompetitivos en función de las consecuencias benéficas que de ellos derivaran, sino, fundamentalmente, en atención a la lesión que causarían al bien jurídico tutelado, a saber, la competencia y la libre concurrencia en las que está interesada la sociedad.*

...

*Basta que al verificarse esas prácticas el responsable tenga el poder de influir sobre el mercado con infracción a las reglas de la libre concurrencia, 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,*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia 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, al margen 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.*

*En el caso en que el objeto perseguido por el autor de la conducta sea precisamente restringir la competencia, la ley sanciona la práctica monopólica relativa porque el peligro para el mercado es real, pues lo que se pretende es justamente impedir que el daño se produzca en caso de que alcance a surtir efectos la práctica monopólica, en cambio, cuando al margen del objeto de la conducta se produce el resultado ilegal, ya no cabe admitir que simplemente hay peligro, puesto que ya se causa un perjuicio a la libre concurrencia, desplazando competidores, impidiendo su acceso, o imponiendo ventajas exclusivas (...)” [énfasis añadido].*

Propimex, Panamco Bajío, Coca Cola Femsa, Panamco México, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular en el capítulo 5 de su escrito de contestación al oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro realizan un análisis de los mercados relevantes y de las presuntas prácticas monopólicas relativas. Indican que se evaluaron erróneamente cinco aspectos que descalifican la presunta responsabilidad de las emplazadas. Para evidenciar lo anterior manifiestan lo siguiente.

Propimex, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo (en el numeral 5.1 de sus respectivos escritos) y Panamco Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México (en el inciso a) del capítulo 5 de sus correspondientes escritos) realizan un análisis particular de la presunta práctica monopólica de exclusividad prevista en la fracción IV del artículo 10 de la LFCE.

Respecto de las tres conductas descritas por Ajemex en su escrito de denuncia relacionadas con el desplazamiento que presuntamente sufre esta empresa dentro del mercado relevante con la imposición a los establecimientos detallistas de condicionamientos en la comercialización de bebidas carbonatadas de la marca Coca Cola ante la venta de bebidas carbonatadas de la marca Big Cola<sup>233</sup> las emplazadas refieren: i) aún suponiendo que las actas de fe de hechos presentadas

<sup>233</sup> Descritas en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro (fojas 5335 y 5336 del presente expediente).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

por Ajemex “(...) se refieran a hechos concretos de denegación de trato o de condicionamiento de trato... y que fueran hechos reales (...)” el número de establecimientos detallistas visitados no reflejan la “(...) realidad (...)” de la localidad en la que realizan sus actividades. En este sentido se manifiestan igualmente Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan, quienes afirman en el apartado 2.6 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que cinco actas de fe de hechos no pueden ser representativas de entre la totalidad de habitantes de Querétaro, Querétaro.

Para facilitar el manejo de la información que al respecto refieren Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular, Inmuebles del Golfo, Embotelladora La Victoria, Embotelladora de San Juan y Refrescos Victoria del Centro se desarrolla el siguiente cuadro que contiene el total de clientes detallistas con que cuentan Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo y el número de establecimientos que fueron visitados por Ajemex al realizar las actas de fe de hechos que acompañó a su escrito de denuncia y al presentado con posterioridad. Por lo que hace a Embotelladora La Victoria, Embotelladora de San Juan y Refrescos Victoria del Centro contiene el número de habitantes de la Ciudad de Querétaro, Querétaro y el número de establecimientos visitados.

<b>Información relativa a la representatividad estadística de las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex</b>			
<b>Agente económico</b>	<b>Mercado relevante</b>	<b>Total de clientes detallistas</b>	<b>Detallistas visitados</b>
Propimex	ZM de la Ciudad de México	103,000	65
Panamco Bajío	ZM de León, Guanajuato	11,500	32
Panamco Golfo	ZM de Puebla, Puebla	40,000	22
	ZM de Xalapa, Veracruz	19,000	5
	ZM de Veracruz, Veracruz	16,000	15
Industria Refresquera Peninsular	ZM de Mérida, Yucatán	6,000	2
Inmuebles del Golfo	ZM de Oaxaca, Oaxaca	16,000	3

Por lo anterior, concluyen que el contenido de las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex no es estadísticamente representativo.

Los argumentos que se estudian son infundados. Como se ha señalado a lo largo de la presente resolución, lejos de desvirtuar el hecho de que dentro del presente expediente se ha acreditado la comisión de las prácticas monopólicas relativas que les son imputadas (llevadas a cabo por diversos agentes económicos del sistema Coca Cola en distintas zonas del país) se limitan a esgrimir que los elementos de convicción proporcionados por Ajemex en la etapa de investigación carecen de representatividad siendo que, como se ha indicado, es deber de este órgano desconcentrado prevenir y evitar la realización de conductas violatorias de la LFCE y no esperar, como pretenden las emplazadas, a que en la totalidad del mercado se cometan este tipo

de conductas que son violatorias del artículo 28 de nuestra Constitución e intervenir una vez que se haya logrado desplazar a todos los competidores del mercado relevante.

Por su parte, Coca Cola Femsa y Panamco México refieren que al ser tenedoras de acciones de subsidiarias que se dedican a la fabricación, embotellado, distribución y venta de bebidas carbonatadas no participan en el canal detallista y por ende no debieron ser sujetos de investigación en el presente expediente.

Es infundado el argumento que hacen valer Coca Cola Femsa y Panamco México, en observancia al principio de economía procesal se remite a las emplazadas al razonamiento que al respecto hizo valer este órgano desconcentrado en la presente consideración.

Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular refieren en su inciso ii) que el otorgamiento de incentivos (en dinero o en especie) y los programas relativos a éstos se conceden a todos los clientes con el ánimo de aumentar las ventas e incentivarlos, por lo que es “(...) *falso que los incentivos se otorguen en función del comportamiento de Ajemex y sus productos (...)*”.

Es inoperante el argumento en estudio. De conformidad con lo establecido en el oficio de presunta responsabilidad, uno de los elementos que sirvieron a esta CFC para determinar la presunta responsabilidad de las emplazadas fueron las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex en la etapa de investigación de este expediente. Tales documentos, como se ha indicado, tenían como propósitos demostrar: i) la existencia de diversas conductas por las que se condiciona la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a no vender productos de la denunciante; y, ii) la negativa de venta de productos Coca Cola ante la venta de los refrescos de las marcas Big Cola. En este orden de ideas, una vez terminado el periodo de investigación se concluyó que: i) los elementos utilizados para definir los mercados relevantes y determinar el poder sustancial de las emplazadas; ii) la información obtenida por este órgano desconcentrado en uso de las facultades de investigación que le conceden los artículos 24, fracción I y 31 de la LFCE; y, iii) las actas referidas, constituían elementos suficientes para sustentar la presunta existencia de las prácticas monopólicas relativas imputadas a las emplazadas al evidenciar que los hechos descritos ocurrían en diversas localidades del país, situación que evidenció un patrón de conducta del sistema Coca Cola implementado para desplazar a sus competidores dentro del canal detallista. Aunado a lo anterior se encuentra el hecho de que el sistema Coca Cola cuenta con poder sustancial dentro de los mercados relevantes y por ende actualiza las conductas previstas en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE. Por lo anterior, el hecho de que las emplazadas describan la razón por la que conceden sus incentivos a los establecimientos detallistas no desvirtúa el condicionamiento ni la negativa de venta que se les imputa ya que de las constancias de autos se observa que hay establecimientos detallistas en los que se han cometido las conductas descritas, lo que no se desacredita con las afirmaciones intentadas. Aunado a que no se acredita por las emplazadas que los detallistas hayan aumentado sus ventas,



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

así como tampoco que la conducta llevada a cabo por las emplazadas resulte en ganancias en eficiencia en términos del artículo 6 del RLFCE. Cabe reiterar nuevamente que las emplazadas pretenden confundir los elementos que la autoridad analizó para determinar el poder sustancial en el mercado relevante, como lo son los incentivos, con la práctica monopólica relativa, confusión no imputable a esta autoridad y que de ninguna manera puede estimarse procedente.

Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo, en su inciso iii), y Coca Cola Femsá y Panamco México, en su inciso ii), manifiestan que para acreditar el hecho referido en el párrafo previo esta Comisión debería contar con datos que acreditaran que “(...) *las ventas, ingresos, rutas de distribución y puntos de venta de Ajemex (...)*” se hubieran reducido sustancialmente. Al respecto afirman que la penetración de Ajemex en las ZM de: la Ciudad de México; León, Guanajuato; Puebla, Puebla; Xalapa y Veracruz, Veracruz; Mérida, Yucatán y Oaxaca, Oaxaca ha mantenido una tasa de crecimiento y que las ventas anuales de tal empresa representan el ██████ para el caso de la ZM de la Ciudad de México, ██████ por cuanto hace a la ZM de León, Guanajuato, ██████ respecto de la ZM de Mérida, Yucatán y ██████ en cuanto a la ZM de Oaxaca, Oaxaca. En este orden de ideas, ofrecen como prueba sendas gráficas elaboradas por AC ██████<sup>234</sup> con las que pretenden demostrar la evolución de las ventas y grado de penetración de Ajemex al mercado relevante. Refieren que con tales probanzas se “(...) *corroborar que... la participación de Big Cola no se ha restringido, sino que... las ventas... y la cobertura territorial... han incrementado (...)*”. Asimismo, indican que el referido incremento ha sido reconocido por la propia Ajemex.<sup>235</sup> Así, derivado del “(...) *exitoso posicionamiento (...)*” de Ajemex, las emplazadas concluyen que la referida denunciante carece de argumentos para intentar demostrar un desplazamiento o cierre de mercado. (Eliminado 4 porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica. Igualmente, se elimina 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El argumento en estudio es infundado. Al respecto se reitera que el desplazamiento indebido de Ajemex se acreditó con el efecto acumulativo de las conductas implementadas por el sistema Coca Cola en los mercados relevantes<sup>236</sup> de negar y condicionar la venta a las tiendas detallistas para que no vendan productos de Ajemex. Nuevamente se insiste, las emplazadas pretenden que sólo en el caso de eliminación total de los competidores podría haber práctica monopólica, lo que de suyo es inadmisibles ya que el artículo 28 Constitucional no establece que la autoridad debe

<sup>234</sup> Propimex la acompaña como anexo 2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad. Por su parte, Panamco Bajío, Panamco Golfo e Inmuebles del Golfo en las páginas 17, 16 y 15, respectivamente de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad

<sup>235</sup> Gráfica de la página ocho, pregunta once, del escrito ingresado a esta Comisión en desahogo del oficio de requerimiento de información y documentación DGI-10-096-2003-084

<sup>236</sup> El condicionamiento y la negativa de venta que se presenta en los establecimientos detallistas.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

intervenir cuando ya no haya competidores. Así, las emplazadas no pueden utilizar en su favor el argumento de que no han logrado desplazar completamente del mercado relevante a Ajemex ni que no han podido impedir totalmente su acceso, pretendiendo que como no lo han logrado en su totalidad, no han cometido una ilicitud. Por lo que hace a las gráficas elaboradas por AC [REDACTED] se indica que tienen el valor probatorio previsto en los artículos 133, 188, 197, 203 del CFPC y por las mismas razones no acreditan que las emplazadas no incurrieron en la comisión de las prácticas monopólicas relativas. Aunado a lo anterior, se indica que las propias emplazadas reconocieron que tales gráficas derivan de “(...) documentos... de un tercero ajeno (...)”, afirmación que tiene el valor probatorio previsto en los artículos 79, 197 y 200 del CFPC y acredita que no obstante haber ofrecido tales gráficas Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo e Inmuebles del Golfo desconocían los datos con base en las cuales fueron elaboradas y por ende la veracidad de la información en ellas contenida lo que desvirtúa el valor y alcance probatorio de tales gráficas. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

No obstante lo anterior, como se indicó, en desahogo de lo ordenado por esta Comisión [REDACTED] presentó la información solicitada<sup>237</sup> que tiene el valor probatorio previsto en los numerales 79, 93, fracción III, 133, 197 y 203 del CFPC y acredita: i) el nombre del estudio realizado (Advanced Retail Measurement Systems); ii) los datos utilizados en el estudio (ventas en cajas unidad y cobertura numérica de tiendas vendiendo); y, iii) la fuente de la que se obtuvieron los datos referidos (estimaciones del mercado de bebidas carbonatadas en el comercio detallista). Así, el estudio elaborado por AC [REDACTED] comprueba por un lado que la medida de CU determinada por esta Comisión al analizar el mercado relevante y el poder sustancial en el presente expediente es de uso común en el canal detallista y por el otro que el canal detallista es el conducto por el cual se comercializa la mayor cantidad de bebida carbonatada en nuestro país.<sup>238</sup> Lo anterior lejos de desvirtuar las imputaciones contenidas en el oficio de presunta responsabilidad, confirma el estudio económico que al respecto realizó esta Comisión. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Aunado a lo anterior, tal como se señaló en páginas anteriores, resulta claro que independientemente de que en un mercado existan competidores, ello no presupone que dicho mercado sea eficiente, sino que puede llegar a concluirse, como lo hizo esta CFC al emitir el oficio de presunta responsabilidad, que las prácticas realizadas por una o varias empresas con poder sustancial en un mercado con competidores pueden constituir violaciones a la LFCE.

<sup>237</sup> Que obra a fojas 9360 a 9362 del presente expediente.

<sup>238</sup> Grupo Contal reportó que [REDACTED] de sus ventas en dos mil uno las realizó en abarrotes y misceláneas. Por su parte, Panamco México indicó que [REDACTED] de sus ventas en el dos mil dos las realizó en tiendas detallistas [REDACTED] y en autoservicios [REDACTED]. Eliminado 4 porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Además, quedó evidenciado que uno de los objetos de la LFCE es la prevención, por lo que no ha lugar a considerar que la existencia de una práctica monopólica debe considerarse sólo cuando desaparezca completamente la competencia o que por existir empresas con participación de mercado como Ajemex se desvirtúe la práctica o simplemente no exista. Bajo el argumento de las emplazadas nunca habría conductas violatorias si existe al menos un competidor en un mercado y ese competidor logra generar utilidades o incrementar su participación en el mercado, lo cual, de suyo es un absurdo, toda vez que de no realizar las emplazadas (sistema Coca Cola) las conductas violatorias de la LFCE el mercado particular tendría un funcionamiento más eficiente; en consecuencia, se reitera, el hecho de que las conductas prohibidas realizadas por las emplazadas no hayan tenido el efecto de eliminar totalmente del mercado relevante a Ajemex no implica que no puedan ser sancionadas por impedir su crecimiento en la participación en el mercado y desplazarla indebidamente.

Apoyan lo anterior las siguientes:

**MONOPOLIOS.** Quinta Época. Segunda Sala. Semanario Judicial de la Federación. Tomo: XL. Página: 3477. Vizcarra Gabino. Pág. 3477. tomo xl. 16 de abril de 1934

**PETROLEO, MONOPOLIO DEL.** Quinta Época. Instancia: Segunda Sala. Fuente: Semanario Judicial de la Federación. Tomo: LVII. Página: 818. Amparo administrativo. Revisión del auto que desechó la demanda 3449/38. Mexican Petroleum Company y coags. 26 de julio de 1938. Unanimidad de cuatro votos. Relator: José María Truchuelo.

Propimex, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo (en el numeral 5.2 de sus respectivos escritos) y Panamco Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México (en el inciso b) del capítulo 5 de sus correspondientes escritos) realizan un análisis particular de la presunta práctica monopólica de denegación de trato prevista en la fracción V del artículo 10 de la LFCE.

Respecto de las cuatro conductas descritas por Ajemex en su escrito de denuncia relacionadas con el desplazamiento indebido que sufre esta empresa dentro del mercado relevante con la negativa de venta de bebidas carbonatadas de la marca Coca Cola derivado de la comercialización de bebidas carbonatadas de la marca Big Cola en los establecimientos detallistas<sup>239</sup> las emplazadas refieren:

Coca Cola Femsa y Panamco México en su inciso i) reiteran que es falso que lleven a cabo las conductas imputadas ya que no participan en el mercado relevante. En el inciso ii) aseveran que no pueden realizar las conductas imputadas en el canal detallista ya que no realizan tales actividades ni tienen relación alguna con el canal detallista.

---

<sup>239</sup> Descritas en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro (foja 5336 del presente expediente).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Son infundados los argumentos de Coca Cola Femsa y Panamco México. Para evidenciar lo anterior, de nueva cuenta, en observancia al principio de economía procesal se les remite a los razonamientos que al respecto desarrolló este órgano desconcentrado en la presente resolución.

Por su parte Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo aseveran que: i) es falso que lleve a cabo actividades para que sus clientes no ofrezcan productos Big Cola. Al respecto reiteran la gráfica elaborada por AC [REDACTED] X y afirman que más del 30%, 26%, 50%, 15% y 18% de los establecimientos detallistas en las ZM de: la Ciudad de México; León, Guanajuato; Veracruz y Xalapa, Veracruz; Mérida, Yucatán y Oaxaca, Oaxaca, respectivamente, también ofrecen bebidas carbonatadas de las marcas Big Cola por lo que “(...) *cualquier limitación a la expansión de ventas de Ajemex debe imputarse a las limitaciones de su capacidad productiva y a su modelo de negocios no a supuestas prácticas anticompetitivas (...)*”; y, ii) el retiro de los refrigeradores se debe al incumplimiento de los contratos de comodato celebrados con los establecimientos detallistas. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El argumento descrito en el inciso i) es infundado ya que fueron las propias emplazadas quienes desacreditaron el contenido de las gráficas elaboradas por AC [REDACTED]<sup>240</sup> por lo que las manifestaciones soportadas en ellas caen de base. En cuanto al inciso ii) se indica que la conducta referida no fue motivo de emplazamiento en el presente expediente por lo que tal manifestación es inoperante. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Propimex, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo (en el numeral 5.3 de sus respectivos escritos) y Panamco Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México (en el inciso c) del capítulo 5 de sus correspondientes escritos) refieren que las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex no les son aplicables ni son estadísticamente representativas. Para evidenciar lo anterior realizan las siguientes argumentaciones.

En su inciso i) Coca Cola Femsa y Panamco México reiteran que sus actividades son ajenas al canal detallista. Por su parte, Propimex, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular, Inmuebles del Golfo y Panamco Golfo en el inciso i) y Coca Cola Femsa y Panamco México en su inciso ii) argumentan que al no haberse explicado la metodología y criterios tomados en cuenta para desahogar las diligencias de fe de hechos en los establecimientos detallistas referidos en el oficio de presunta responsabilidad las actas de fe de hechos carecen de representatividad. Asimismo, señalan que los hechos referidos en tales actas, en el supuesto no concedido de que tuvieran validez, “(...) *no son un reflejo del patrón de crecimiento y desarrollo del negocio de Ajemex (...)*”, al respecto reiteran la carencia de representatividad de las actas de fe de hechos ofrecidas por Ajemex (que fue relacionada en el cuadro que al respecto se desarrolló en la

<sup>240</sup> Fojas 8984 (por lo que hace a Industria Refresquera Peninsular), 8991 (en cuanto a Panamco Bajío), 9000 (respecto de Panamco Golfo), 9006 (con relación a Propimex) y 9013 (Inmuebles del Golfo).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

presente resolución). En este orden de ideas concluyen que la realidad está “(...) *en franca contradicción con los dichos de las denunciantes (...)*” derivado de la penetración que ha tenido Ajemex en el mercado relevante.

En primer lugar se reitera (como se ha hecho a lo largo de la presente resolución) a Coca Cola Femsa y Panamco que no obstante su objeto social, a través de sus subsidiarias participan en los mercados relevantes del presente expediente y por ende el argumento que al respecto hacen valer es infundado. Por lo que hace a la falta de representatividad de los elementos de convicción presentados por Ajemex igualmente se reiteran las consideraciones que al respecto ha hecho valer esta Comisión en la presente resolución, que en obvio de repeticiones inútiles debe tenerse acquir por reproducido como si se insertase a la letra.

Propimex, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo (en el numeral 5.4 de sus respectivos escritos) y Panamco Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México (en el inciso d) del capítulo 5 de sus correspondientes escritos) hacen relación a la definición del mercado relevante dentro del presente expediente refiriendo ciertos “(...) *conceptos relevantes (...)*”<sup>241</sup> (el artículo publicado en la Internet) que este órgano desconcentrado debió observar para definir el mercado y al no hacerlo se contravino “(...) *la LFCE y los criterios que oficialmente ha hecho suyos la CFC (...)*” ya que no obstante que el artículo versa sobre la determinación del mercado relevante dentro del procedimiento previsto en el Capítulo III de la LFCE “(...) *tales conclusiones... deben ser válidas... para... evaluaciones de presuntas prácticas monopólicas relativas (...)*”.

Es infundado el argumento en estudio.

Al respecto se enfatiza que con relación a la fracción I del artículo 12 de la LFCE, las emplazadas señalan que en el oficio de presunta responsabilidad no se utiliza ninguno de los métodos que la CFC ha designado para definir el mercado relevante. Según las emplazadas, en tal documento se considera que las diferentes presentaciones de bebidas carbonatadas pudieran pertenecer a mercados diferentes, pero concluyen que pertenecen a uno solo debido a que sus procesos productivos son similares. Según las emplazadas ni el artículo 12 de la LFCE ni el artículo 9 del Reglamento ni el documento de trabajo denominado “Concentraciones, apuntes para el análisis económico” (guía de concentraciones), permiten llegar a definir un mercado relevante con base en la similitud de los procesos productivos ya que la ley apunta a definir el grado de sustitución desde la perspectiva de los consumidores. También señala que ninguna de las disposiciones legales permiten definir dos mercados relevantes para una misma práctica.

---

<sup>241</sup> Parte del artículo “Concentraciones. Apuntes para el análisis económico”, publicado en la dirección de Internet: <http://www.cfc.gob.mx/Contenido.asp?P=DirResults.asp?txtDir=http://xeon2/cfc01/Documentos/cfc99e/Difusión/Artículos>.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Al respecto, cabe anotar que el artículo 12 de la LFCE en su fracción I indica que se deberán tomar en cuenta las posibilidades de sustituir un bien por otro “(...) *considerando las posibilidades tecnológicas (subrayado de la CFC), en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución.*” Tiene relevancia considerar las posibilidades tecnológicas de producción en situaciones como en la presente investigación, en la que una embotelladora puede ajustar la producción, por ejemplo, de refrescos de 1 litro y de 600 mililitros sin que sus costos se eleven significativamente. Esto significa que los procesos de producción de refrescos de 1 litro y de 600 mililitros sean similares, en el sentido de que no hay costos significativos para producir una u otra presentación de refresco. De este modo, las posibilidades tecnológicas permiten a las embotelladoras abastecer la demanda de los consumidores por diferentes presentaciones de refrescos. Esto muestra que el análisis realizado en el oficio de presunta responsabilidad se fundamenta en los hechos descritos por las propias empresas acerca de la organización de su producción, en la teoría económica que explica las decisiones de producción de una empresa que ofrece productos diferenciados y en el comportamiento de la demanda de los productos diferenciados, todos esos, factores encuadrados en la normatividad (fracción I del artículo 12 de la LFCE) definida para analizar el mercado relevante. Por ello, es infundado el argumento esgrimido por las emplazadas.

Con relación a que la guía de concentraciones publicada por la CFC no permite definir la sustitución por el lado de la oferta, basta con citar un párrafo de ese documento donde se expone un ejemplo del tipo de análisis realizado por la CFC el cual dice: “(...) *Por otra parte, no se identifica sustitución por el lado de la oferta. Por ejemplo, no se podría cambiar el proceso productivo de la producción de pollo por uno de producción de carne de cerdo, puesto que las incubadoras y otras partes del proceso son completamente distintos; así, los costos para cambiar la línea de producción serían enormes, por lo que la carne de cerdo y la carne de pollo no se consideran sustitutos por el lado de la oferta (...)*” (Página 56/75 de la Guía citada, subrayado de la CFC). Es decir, la citada Guía sí incluye elementos económicos que permiten realizar un análisis de sustitución por el lado de la oferta lo cual tiene fundamento legal en la fracción I del artículo 12 de la LFCE como se expuso anteriormente.

Por otro lado, en el oficio de presunta responsabilidad no se plantea que las diversas presentaciones de refrescos se encuentren en mercados relevantes distintos. Los refrescos son productos diferenciados por el tipo de presentación, es decir es el mismo producto pero envasado en diferentes tamaños los cuales se ofrecen a los consumidores para atender diferentes ocasiones de consumo. Los productos diferenciados se pueden sustituir y una forma de evaluar esa sustitución es considerando el costo que representaría a una empresa el ajustar la producción de uno y otro producto para satisfacer cambios en la demanda de diferentes presentaciones de refrescos que es lo que se realiza en el oficio de presunta responsabilidad.

Las emplazadas hacen una cita textual amplia del documento “Apuntes para el análisis económico” publicado por la CFC. Al respecto, las emplazadas no hacen una referencia particular

acerca de qué aspectos particulares del texto que citan modifica el análisis de mercado relevante realizado en el oficio de presunta responsabilidad. Sólo cabe reiterar que en ese documento se incluye un ejemplo de un análisis de sustitución por el lado de la oferta y que dicho análisis está basado en lo establecido en la fracción I del artículo 12 de la LFCE.

Por último, las fracciones I a IV del artículo 12 de la LFCE establecen los criterios que deben tomarse en cuenta para determinar un mercado relevante. La LFCE no define qué es un mercado relevante, puesto que la ley no es un diccionario, pero sí establece los elementos para determinarlo, ya que esto último depende de las características particulares de cada caso. Es decir, la determinación del mercado relevante debe valorarse en función de los elementos que se aportan en el oficio de presunta responsabilidad y que se encuadran en los criterios establecidos en ese artículo 12 y no por un juicio *a priori* acerca de cuántos mercados relevantes permite definir la LFCE.

Apoya lo anterior la siguiente:

**COMPETENCIA ECONÓMICA. LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE NO TRANSGREDE LOS PRINCIPIOS DE LEGALIDAD, SEGURIDAD JURÍDICA Y DIVISIÓN DE PODERES PORQUE CONTIENE LAS BASES NECESARIAS PARA DETERMINAR LOS ELEMENTOS TÉCNICOS REQUERIDOS PARA DECIDIR CUÁNDO SE ESTÁ EN PRESENCIA DE UNA PRÁCTICA MONOPÓLICA.-** P. CVII/2000 Amparo en revisión 2617/96.—Grupo Warner Lambert México, S.A de C.V.—15 de mayo de 2000.—Mayoría de nueve votos.—Disidente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia.—Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel.—Ponente: Juan Díaz Romero.—Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CVII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial.—México. Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Posteriormente transcriben las consideraciones vertidas por esta Comisión al definir el mercado relevante en el presente expediente en ánimo de combatir tal definición en el sentido que se analiza a continuación.

Coca Cola Femsa y Panamco México aducen que siendo su objeto social el de actuar como empresas controladoras de acciones y dedicarse a actividades distintas a las investigadas se encuentran fuera de los mercados relevantes definidos y no vierten argumento adicional.

Es infundado el argumento intentado por las emplazadas. En ánimo de no caer en repeticiones se reitera el razonamiento hecho valer por esta CFC al estudiar el primer argumento que en este sentido se hizo valer en los escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad.

TCCE aduce en su apartado II.3.3.2 que la definición del mercado relevante no es clara. Para evidenciar lo anterior divide su argumento en:

A. Indica que la legislación en materia de competencia económica no permite la definición de dos mercados relevantes para el estudio de una misma práctica como tampoco es válido determinar distintos ámbitos geográficos para un solo expediente.

B. Manifiesta que existe una incongruencia entre la conducta imputada a TCCEC y el mercado relevante que para tal efecto se definió. Lo anterior ya que a su juicio la instrumentación, coordinación e integración de políticas que se le imputan parecieran afectar la comercialización directa con el canal detallista, sin embargo, al definirse el mercado relevante en el que se le incluyó no existe repercusión alguna en la instrumentación de políticas de comercialización.

Por lo anterior, concluye que la definición de dos mercados relevantes fue con el único objeto de “(...) vincular indebidamente a mi representada a la presente investigación, cuando las conductas que se le imputan ni siquiera pueden tener repercusión con el mercado al que [esta] Comisión trata de vincularlas (...)”.

Por su parte, Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo por lo que hace a la fracción I del artículo 12 de la LFCE manifiestan lo siguiente:

- Esta Comisión no consideró, al definir el mercado relevante por producto, que la población tiene hábitos de consumo encaminados “(...) hacia patrones más sanos (...)” por lo que debió incluir a otras bebidas refrescantes (agua natural embotellada o las bebidas bajas en calorías). Asimismo, señalan que dentro de la actividad de la emplazada también se encuentra la elaboración, embotellado y distribución de bebidas que mitigan la sed y/o refrescan a los consumidores. En este orden de ideas aducen que existe una contravención a los artículos 12 de la LFCE y 9 del RLFCE así como al artículo publicado en la Internet ya que en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro no aparece estudio alguno con relación a la sustitución de productos; los costos y las restricciones de tal sustitución; servicios que ofrecen las emplazadas; y, los procedimientos descritos en el artículo publicado en la Internet para llegar a las conclusiones que en tal oficio se afirman. Para evidenciar la “(...) defectuosa (...)” visión del mercado indican los elementos esenciales que debieron valorarse: i) las bebidas refrescantes se ofrecen en los mismos expendios que las bebidas carbonatadas; ii) la demanda de bebidas ofrecidas por las emplazadas “(...) aumenta en coincidencia con todas de (sic) bebidas refrescantes (...)” y se contrae coincidentemente, por lo que son sustitutos y compiten entre sí; iii) la introducción de nuevos productos por parte de los embotelladores debido al crecimiento del consumo del agua embotellada; iv) las aguas embotelladas no carbonatadas y la diversidad de saborizantes en polvo, en jarabe o concentrado tienen impacto directo en el consumo de bebidas carbonatadas aunado a que este tipo de productos no representan un costo considerable para no ser parte del mismo mercado; v) la publicidad desplegada por los productores de aguas embotelladas no



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

carbonatadas y de bebidas bajas en calorías compite con la de los productos que la emplazada ofrece. Asimismo, con relación al concepto de “salud”, indican que los referidos productores “(...) *tratan de invitar a consumidores de bebidas ‘poco saludables’ a consumir bebidas ‘saludables’* (...)” lo que demuestra que el consumidor considera factible una sustitución de este tipo de productos ya que su objetivo es mitigar la sed y/o refrescar. Tal, a juicio de las emplazadas, es la causa por la que las empresas embotelladoras de bebidas carbonatadas comercializan productos bajos en calorías así como agua embotellada.

Es infundada la argumentación referida. Al respecto se indica que el análisis de sustitución implica identificar cuándo los consumidores pueden optar por dos productos que satisfacen el mismo tipo de necesidades cuando alguno de ellos cambia sus precios. Por ello, en el oficio de presunta responsabilidad se hace notar que las bebidas relacionadas con el concepto de salud no pueden ser sustituidas por refrescos que no están relacionados con concepto de salud. Incluso, la presentación light de refrescos difícilmente se puede publicitar como producto natural. El caso más notorio es el agua envasada la cual satisface necesidades básicas y de ahí que el mayor volumen de venta sea en garrafones, factor que permite delimitar el mercado relevante. En el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro se indica que incluso el agua natural envasada en presentaciones menores a un galón, también se consume para satisfacer una necesidad básica de acuerdo a una encuesta publicada por la Profeco referente al consumo de agua natural envasada que indica que 39% de los consumidores de agua envasada en presentaciones de menos de 1.5 litros adquieren esos productos por cuestiones de higiene y salud.

- Indican que este órgano desconcentrado violenta lo dispuesto por los artículos 12 de la LFCE y 9 de su Reglamento así como el artículo publicado en la Internet, al establecer que las bebidas carbonatadas, en sus diversas marcas y presentaciones, están destinadas a satisfacer necesidades idénticas del consumidor y que no obstante ser productos diferenciados integran un solo mercado pues se producen con iguales insumos y procesos productivos. Aducen que tal violación se actualiza ya que las disposiciones referidas “(...) *no permiten llegar a conclusiones de ese tipo* (...)” añade que la fracción I del artículo 12 de la LFCE “(...) *apunta hacia definir grado de sustitución (sic) desde la perspectiva de los consumidores situación que no efectúa esa H. CFC* (...)” y que no debe de tomarse en cuenta la similitud de procesos productivos como un elemento a considerar para definir el mercado relevante. Por lo anterior desestiman los argumentos contenidos en el inciso b) de las fojas 5389 a 5391 (relativo al proceso de elaboración de las bebidas carbonatadas) del presente expediente.

Es infundada la afirmación de las emplazadas y al respecto son aplicables las consideraciones realizadas con anterioridad.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

- Respecto del hecho relativo a que el mercado relevante del presente expediente abarca la distribución y comercialización de refrescos en envase cerrado en el canal detallista<sup>242</sup> afirman las emplazadas que tal situación es contradictoria a la aseveración de esta CFC en el sentido de que los consumidores, de acuerdo a sus preferencias, pueden optar por adquirir bebidas carbonatadas en establecimientos detallistas, tiendas de autoservicio o en otros establecimientos. Al respecto Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita añaden en el numeral 3 de la letra F 4 del apartado I de sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad que no obstante estar circunscrito al canal detallista el análisis del mercado relevante no se enfoca sólo a ese canal. Asimismo, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan afirman en el numeral 3.1 de su escrito de contestación que no debió incluirse dentro de los mercados regionales a escuelas, oficinas e industrias como establecimientos de venta en envase cerrado. Asimismo, afirma que dentro de la definición de mercado nacional no aparece el concepto de bebida carbonatada, sin embargo, este concepto parece manejarse en el oficio de presunta responsabilidad respecto de la totalidad de mercados definidos por lo que el referido oficio carece de motivación. Aunado a lo anterior manifiesta que tanto a nivel regional como nacional “(...) *no existe claridad* (...)” en cuanto a si el mercado relevante se restringe al canal detallista. En este sentido TCCEC en la letra A del apartado II.3.3.3 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad indica que la definición del mercado relevante relativo a las ZM y la ciudad de Acapulco no se especifica si el canal detallista debe integrarse a tal definición ya que a su juicio únicamente determina con claridad que se refiere a las bebidas carbonatadas en envase cerrado. En cuanto al mercado nacional considera que únicamente fue definido como el de bebidas carbonatadas mas no incluyó expresamente al envase cerrado y el canal detallista sin haberse justificado tal exclusión. Aunado a lo anterior, en la letra C del apartado II.3.3.3 en cuanto al “envase cerrado” y la “venta al detalle” manifiesta que esta CFC indebidamente incluyó a las escuelas, industrias y oficinas dentro del canal de distribución de envase cerrado ya que en tales establecimientos se consume el producto en el mismo lugar lo que evidencia que debió asimilárseles como un canal de distribución en envase abierto. Concluye indicando que la información que al respecto se incluye en el oficio de presunta responsabilidad no puede servir para sustentarlo ya que el mercado relevante se limitó a la comercialización en envase cerrado.

El argumento en estudio es infundado. Al respecto, las emplazadas citan una parte del oficio de presunta responsabilidad en la que se indica que en el mercado relevante se incluye la distribución y comercialización de refrescos en envase cerrado en el canal detallista y señalan que esa conclusión es contradictoria ya que antes en el oficio de presunta responsabilidad se había establecido que los consumidores pueden adquirir el producto en envase cerrado en autoservicios.

---

<sup>242</sup> Argumento vertido en el inciso c) “Canales de distribución de las bebidas carbonatadas” del oficio de presunta responsabilidad (foja 5393 del expediente en que se actúa).





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Además, las emplazadas señalan que no se consideraron los siguientes aspectos en la definición de mercado relevante.

- a) Las bebidas refrescantes se ofrecen en los mismos expendios en que se venden las bebidas carbonatadas.
- b) La demanda para las bebidas de las emplazadas aumenta en coincidencia con todas las bebidas refrescantes (temporada de calor) y se contrae coincidentemente por lo que son sustitutos y compiten entre sí.
- c) El crecimiento en el consumo de agua embotellada, así como las bebidas bajas en calorías ha provocado que los embotelladores de bebidas carbonatadas ajusten sus prácticas comerciales, sus precios e introducción de nuevos productos y presentaciones para contrarrestar la creciente demanda de aquellas.
- d) La influencia de las aguas embotelladas no carbonatadas, así como la diversidad de saborizantes en polvo y jarabe o concentrado que se ofrecen el mercado, tienen impacto directo en el consumo de bebidas carbonatadas. Según las emplazadas, la CFC omite analizar que el consumidor acude a este tipo de productos para preparar bebidas en su hogar y que no representa un costo considerable para no ser parte del mismo mercado relevante.
- e) La publicidad que despliegan los productores de agua embotellada no carbonatada y de bebidas de bajas calorías está dirigida a competir con la publicidad de los productos que las emplazadas ofrecen. Según las emplazadas, para el consumidor existe una factible sustitución de este tipo de productos ya que su objetivo final es mitigar la sed y/o refrescarse. Por tal motivo, las refresqueras crearon las líneas de productos bajos en calorías y agua natural embotellada.

Al respecto, cabe aclarar a las emplazadas que el término “(...) *se incluye la distribución y comercialización de refrescos en envase cerrado en el canal detallista (...)*” indica eso: la pertenencia a un mercado relevante pero no significa que el mercado sólo este formado por el canal detallista. En el oficio de presunta responsabilidad se establece claramente que los mercados relevantes locales comprenden la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado y en el análisis desarrollado en el oficio de presunta responsabilidad se indica claramente que el envase cerrado se vende tanto tiendas detallistas como en autoservicios o bien en otros puntos de venta donde se provee el producto en envase cerrado.

Con relación al inciso a) el hecho de que dos productos sean vendidos en el mismo punto de venta no es suficiente para demostrar que ambos sean sustitutos. Un ejemplo evidente es la cerveza y los refrescos los cuales se venden usualmente en lugares coincidentes y no por esa razón son sustitutos. Con relación al inciso b), el aumento de la demanda de bebidas debido a las temporadas de calor es un fenómeno estadístico conocido como correlación espuria debido a que se confunde correlación con causalidad. Con relación a los incisos c) y e), la mayor relevancia de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

la salud para los consumidores es precisamente el factor que limita la sustitución con productos que por comparación negativa son considerados no saludables.

Es decir, si los refrescos y otras bebidas fueran consideradas por los consumidores como saludables, entonces no habría necesidad de hacer la distinción entre “saludable” y “no saludable” o bien los refrescos se publicitarían como productos saludables. Esto no ocurre excepto en los refrescos bajos en calorías cuyo volumen de ventas es reducido. Por ejemplo Coca Cola Femsa reporta que alrededor de [REDACTED] de sus ventas pertenecen a esa presentación de bebida carbonatada. La publicidad de los refrescos promociona otras características del producto. Por ejemplo, el sistema Coca Cola señala que “(...) desde un punto de vista axiológico, las políticas de comunicación de Coca Cola retoman y promueven algunos de los valores fundamentales de los mexicanos; nuestra alegría y capacidad de celebración, nuestro ingenio y optimismo, nuestro arraigo en la familia y nuestro apego a las tradiciones, son expresados, enaltecidos y promovidos en toda comunicación comercial (...)”.<sup>243</sup> Como se observa en esa política de comunicación no se promociona el concepto de salud de los productos de Coca Cola. Respecto al inciso d) cabe señalar que los refrescos tienen como característica propia su contenido de gas carbonatado lo cual no tienen otro tipo de bebidas, incluso las preparadas en casa. El elevado consumo de bebidas carbonatadas en México indica que las bebidas carbonatadas comprenden un mercado relevante diferente al de otras bebidas.<sup>244</sup> (Eliminado 1 porcentaje. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

- En cuanto a las consideraciones relativas al hecho de que esta Comisión no considera como sustitutos de las bebidas carbonatadas al agua envasada, jugos de fruta envasados, bebidas isotónicas, leche, café o té<sup>245</sup> las emplazadas indican que, contrario a lo afirmado por esta Comisión en el segundo párrafo del inciso d) de la foja 5393, los garrafones con capacidad para diecinueve o veinte litros de agua “(...) nada tienen que ver con el mercado relevante (...)” ya que se venden directamente en los hogares y no dentro del canal detallista. Por lo anterior su inclusión “(...) va a sesgar el análisis de esa H. CFC (...)” al ser menor el precio por litro de tales garrafones. Por lo que hace al argumento vertido por esta Comisión en el sentido de que bastan los propósitos de consumo (en el caso del presente expediente las razones de higiene y salud) para determinar que el agua envasada no es sustituto de las bebidas carbonatadas indican que también existen bebidas de sabores, bajas en calorías que se distinguen por cuestiones de salud.

<sup>243</sup> ver página 53 del informe “Industria Mexicana de Coca Cola, Informe de Responsabilidad Social, 2002”.

<sup>244</sup> Ver entrevista con Carlos Añanos, folio 6782.

<sup>245</sup> Referidas en el inciso d) del análisis a la fracción I del artículo 12 de la LFCE (fojas 5393 a 5396).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Con relación al siguiente estudio (foja 5394) en el que se hace relación al hecho de que las diferencias en precios provocan que el agua envasada y la bebida carbonatada no puedan considerarse como sustitutos:

**Precios al público de refrescos y otras bebidas en autoservicio de la Ciudad de México en noviembre de dos mil tres**

	Litros	Precio al público		Precio x litro	
		Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
<b>Agua envasada sin gas</b>					
Bonafont	1.500	5.1	9.0	3.4	6.0
Bonafont	3.785	10.8	13.3	2.9	3.5
Electropura	1.500	4.8	6.0	3.2	4.0
Santa María	1.500	5.2	8.9	3.5	5.9
Santa María	3.780	12.0	16.6	3.2	4.4
<b>Promedio</b>	- 0 -	- 0 -	- 0 -	<b>3.2</b>	<b>4.8</b>
Evian	1.500	15.5	17.9	10.3	11.9
<b>Refrescos</b>					
Coca Cola	1.000	7.5	8.5	7.5	8.5
Coca Cola	2.000	12.6	14.0	6.3	7.0
Pepsi	1.000	6.3	8.0	6.3	8.0
Pepsi	2.000	9.5	12.0	4.8	6.0
<b>Promedio</b>				<b>6.2</b>	<b>7.4</b>
% en que es mayor el precio de los refrescos al precio del agua	- 0 -	- 0 -	- 0 -	93.3	54.8
Pepsi en lata	0.355	3.8	5.0	10.7	14.1
Coca Cola en lata	0.355	4.0	5.0	11.3	14.1
<b>Jugos de fruta</b>					
Del Valle	1.000	9.6	12.0	9.6	12.0
Florida 7	1.000	9.2	11.4	9.2	11.4
Jumex	1.000	8.9	12.6	8.9	12.6
<b>Promedio</b>	- 0 -	- 0 -	- 0 -	<b>9.2</b>	<b>12.0</b>
% en que es mayor el precio de los refrescos al precio del agua	- 0 -	- 0 -	- 0 -	48.92	62.48

Fuente: [www.profeco.gob.mx/html/precios/df/azucar.htm](http://www.profeco.gob.mx/html/precios/df/azucar.htm) Quién es Quién en los precios. Semana del tres al siete de noviembre de dos mil tres (fojas 4337 a 4340).

Las emplazadas arguyen que se trata de una “(...) *manipulación arbitraria* (...)” ya que “(...) *es evidente que el precio por litro varía en razón inversa a la capacidad del envase* (...)”. Para sustentar su dicho incluye el cuadro siguiente

	Precio	Precio por litro
Gallito, tres litros	\$11.00	\$3.66
Lulú, tres litros	\$12.00	\$4.00
Coca Cola, dos punto cinco litros retornable	\$12.00	\$4.80
Big Cola aproximadamente dos punto cinco litros	\$11.00	\$4.40



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Con la información descrita afirman que “(...) los productos seleccionados... son inferiores o iguales (...)” al precio promedio del cuadro inserto en la foja 5394 así como que también son inferiores a los precios mínimos por litro de las bebidas carbonatadas descritas en el cuadro aludido. Aunado a lo anterior señalan que los precios reproducidos por esta CFC corresponden a tiendas de autoservicios en esta Ciudad y no de establecimientos detallistas. Así, manifiestan que el ejercicio de sustituibilidad realizado por este órgano desconcentrado “(...) no resuelve el problema de los diferenciales de precios (...)”. Asimismo, afirman que “(...) ni siquiera se sostiene para un mismo producto en distintas presentaciones (...)” y en ánimo de evidenciar lo anterior presentan el cuadro siguiente:

	Precio	Precio por litro
Coca Cola seiscientos mililitros no retornable	\$6.00	\$10.00
Coca Cola dos punto cinco litros retornable	\$12.00	\$4.80

Por lo anterior indican que siguiendo los criterios de esta Comisión los productos descritos pertenecen a mercados diferentes. Asimismo, señalan Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo que esta CFC ha definido diferentes mercados o segmentos de acuerdo al precio de sus productos y no en función de los precios por litro.<sup>246</sup> En este sentido se manifiestan Yoli de Acapulco (letra E del apartado I de su escrito de contestación), Embotelladora de Zapopan y Embotelladora La Favorita (apartado F 4 de sus correspondientes escritos) al señalar en su punto 1 que la definición del mercado relevante por producto es ilegal toda vez que este órgano desconcentrado ha emitido “(...) una definición de lo que pudiera ser el mercado relevante (...)” en diversos expedientes (CNT-95-99, CNT-24-99, CNT-122-98, CNT-169-98 y CNT-70-2000) y en ellas se ha incluido al agua siendo que en el presente se excluye sin dar razonamiento ni prueba al respecto. Lo anterior violenta su esfera jurídica ya que dentro de sus actividades también comercializa bebidas no carbonatadas (que nombra bebidas comerciales) al respecto Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita añaden que no se analizó la comercialización de otras bebidas como el agua embotellada (en presentaciones personales o en garrafón). Al respecto ofrecen como prueba las copias certificadas de las resoluciones que recayeron a los expedientes mencionados con las que pretenden acreditar que el hecho de haber excluido al agua del mercado relevante hace ilegal su definición.

Por lo que hace a la afirmación consistente en que los garrafones de agua se venden directamente en los hogares y no dentro del canal detallista se indica a las emplazadas que basta verificar los autos del presente expediente para cerciorarse de que en los elementos de convicción aportados por Ajemex obran fotografías en las que se aprecia que los garrafones de agua se encuentran a la venta en el canal detallista. Como ejemplo se citan las siguientes:

Acta	Corredor Público	Localidad	Foja en que obra la fotografía
------	------------------	-----------	--------------------------------

<sup>246</sup> CNT-19-98, RA-26-98 y CNT-153-97.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

2,318	40	ZM Ciudad de México	1329
1,945	7	ZM Puebla	1434
125	10	ZM Puebla	1473
19	Lic. Patricia González	ZM Veracruz	1554
605	1	ZM León	1731

Ahora bien, por lo que hace a que las emplazadas se dicen sorprendidas ya que en otros asuntos se hayan definido diferentes mercados, para lo cual, citan el expediente CNT-19-98 y su recurso RA-26-98, así como el diverso CNT-153-97, en los cuales, según las emplazadas, se segmentó el mercado de acuerdo a los precios de los productos; y, remiten a las resoluciones dictadas en los expedientes CNT-75-99, CNT-24-99, CNT-122-98, CNT-169-98, y CNT-70-2000. Además, las emplazadas señalan que al definir un mercado relevante nacional y diez mercados relevantes locales se modificó el criterio establecido en el expediente DE-06-2000. Según las sociedades que contestaron el oficio de presunta responsabilidad emitido en el procedimiento al rubro citado, la única explicación sensata para definir los mercados locales es que ahí se levantaron las actas de fe de hechos.

Las resoluciones emitidas en los expedientes CNT-153-97, CNT-19-98, RA-26-98, CNT-75-99, CNT-24-99, CNT-122-98, CNT-169-98, y CNT-70-2000 tienen el valor que les confieren los artículos 79, 93 fracción II, 129, 130, 197 y 202 del CFPC y acreditan que el contexto en el cual fueron emitidas es distinto al del expediente que nos ocupa. Lo anterior de conformidad con lo siguiente:

Los expedientes CNT-75-99, CNT-24-99, CNT-122-98, CNT-169-98, y CNT-70-2000 versaron sobre reestructuraciones corporativas en las cuales la CFC no realiza un análisis del mercado relevante precisamente porque ese tipo de operaciones no afecta la estructura del mercado. En efecto, toda vez que la reestructuración corporativa ocurre entre empresas que pertenecen al mismo grupo económico, el mercado permanece igual. Ésta es la razón por la cual en la guía de concentraciones publicada por la CFC y citada por las emplazadas, se estableció que las empresas pueden acreditar que una operación de concentración no genera efectos adversos al proceso de competencia, en cuyo caso se reduce significativamente la información que debe acompañar al escrito de notificación. La información solicitada a las empresas que están en esa situación se limita a lo señalado en las fracciones I a VII del artículo 20 del reglamento de la LFCE.<sup>247</sup> En esa información no se requieren datos para realizar un análisis de mercado relevante y poder sustancial ya que ello no es necesario. Esto significa que los argumentos de las emplazadas acerca de que la CFC ha definido de distintas formas el mercado no tienen fundamento ya que en esos asuntos no se definen los mercados relevantes y sólo se hace una mención en donde ocurren las operaciones notificadas.

Así, conviene realizar, en primer lugar, las siguientes precisiones:

<sup>247</sup> Ver páginas 18 y 19 del documento Notificación de Concentraciones, Guía de procedimiento en [www.cfc.gob.mx](http://www.cfc.gob.mx)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

- En la resolución CNT-75-99 (folio 8696-8697) se señala que la transacción notificada se realiza entre empresas pertenecientes al mismo grupo de control, razón por la que se indica que no habrá modificaciones en los mercados en que participan. Las emplazadas señalan que en dicha resolución se estableció como mercado: “Embotellamiento y comercialización de bebidas carbonatadas y agua natural embotellada en diversas ciudades de los estados de Guanajuato y Michoacán.” Sin embargo, la resolución dice textualmente: los agentes que participan en la transacción son empresas embotelladoras que se dedican a la producción, envasado y venta de bebidas carbonatadas y agua natural embotellada de las marcas de la empresa The Coca Cola Company. Las regiones en las que operan son Celaya y Morelia (Azteca del Centro), León, e Irapuato (Bajío Azteca); y Zamora, Apatzingán y Cd Lázaro Cárdenas (Azteca de Occidente). Esto no constituye una definición de mercado relevante.
- En la resolución CNT-122-98 (folio 8677-8678) se establece que se analiza una transacción, en una sucesión de actos, tendiente a consolidar el control directo e indirecto de Panamerican Beverages, Inc sobre sus subsidiarias. Se dice en la resolución que la concentración previsiblemente no tendrá efectos anticompetitivos en los mercados donde actúan y que se refieren al embotellamiento, envasado, distribución, y comercialización de aguas y refrescos en regiones de los estados de Guanajuato, Michoacán, Tlaxcala y Veracruz, que amparan las franquicias obtenidas de The Coca Cola Co. (folio 8688). Es decir, la resolución menciona los mercados donde actúan las empresas concentradas, pero eso no implica definir el mercado relevante.
- En la resolución CNT-169-98 (folio 8719-8721) se menciona que la operación notificada consiste en la coinversión que pretenden realizar diversos fondos, inversionistas y empresas en Gesa que no participan en la industria refresquera en Gesa. Se señala que dicha transacción tiene efectos en el mercado de producción y distribución de bebidas embotelladas, ya que Gesa, a través de sus subsidiarias, se dedica a esta actividad. Las bebidas embotelladas se pueden segmentar en bebidas carbonatadas, las cuales pueden ser refrescos de cola y refrescos de otros sabores; agua mineral; bebidas isotónicas y agua purificada. La resolución señala que el ámbito geográfico de la presente transacción se circunscribe a los estados de Chiapas y Oaxaca, en los cuales se ubican las subsidiarias de Gesa. Como se observa la resolución no define el mercado, sólo se describe el lugar en el que ocurre la transacción.
- En el expediente CNT-70-2000 (folio 8710-8712) se menciona que la transacción notificada consiste en la adquisición por parte de Grupo Contal de todas las acciones representativas del capital social de Embotelladora Tecomán. Se señala que el mercado relevante involucrado es el de bebidas carbonatadas y se involucra también el mercado de aguas embotelladas para consumo individual. También se indica que las áreas de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

influencia de las empresas fusionadas son distintas y se encuentran delimitadas por permisos de embotellado y distribución otorgados por TCCC para la realización de sus actividades en regiones específicas. Establece también que la participación de mercado de Tecomán donde desarrolla sus actividades será trasladada a Grupo Contal, sin que esto implique una afectación en la estructura del mercado relevante.

- En la resolución CNT-24-99 (folio 8702-8703) se dice que Grupo Embotelladoras Unidas SA de CV (Geusa) y Grupo Embotellador Bret, SA de CV (Gebsa) encabezan sendos grupos de empresas dedicadas a la producción, embotellado, distribución y comercialización de refrescos y aguas purificadas. Ambos grupos económicos comercializan sus productos bajo diversas marcas y diseños industriales que son principalmente propiedad de Pepsico, Inc y otras sociedades. Las zonas geográficas de influencia de Geusa y Gebsa son distintas y están delimitadas por permisos otorgados por PepsiCo, Inc. y sus principales competidores son empresas que producen, embotellan, distribuyen y comercializan productos similares con marcas Coca Cola, que tienen una presencia significativa en las regiones aludidas. Es decir, no se establece una definición de mercado.

En segundo lugar, respecto al asunto radicado en el expediente CNT-19-98 y su recurso RA-26-98, este se refiere también a una concentración donde están involucradas marcas de bebidas alcohólicas como whisky, ginebra, vodka, cognac, tequila, licores, brandy y ron. La sola mención de esos productos muestra la diferencia entre ellos y la diferencia con el mercado de bebidas carbonatadas, lo cual debe ser suficiente para considerar que el análisis de mercado de ese asunto no puede trasladarse mecánicamente a otro. Bastaría con mencionar que en dicho expediente cada una de esas bebidas se determinó como un mercado relevante distinto. Es necesario precisar que cada asunto se analiza por sus propios méritos, es decir por las características propias de los productos y de los mercados objeto de análisis. Los análisis no se pueden basar en simples comparaciones entre asuntos y menos cuando dichos asuntos involucran productos de distinta naturaleza.

Lo mismo ocurre con el asunto radicado en el expediente CNT-153-97 en el cual se analizan mercados de carnes frías cuyos productos son segmentados en una gama de productos de acuerdo a sus calidades y contenidos. Son productos diferenciados por su calidad no por la presentación como en el caso de los refrescos, es decir, el refresco sabor cola es el mismo ya sea que esté envasado en lata o en botella de un litro. La diferencia es por la presentación del refresco no por la calidad del producto.

En tercer lugar, el asunto del expediente DE-06-2000 está *sub judice* de modo que se hace la advertencia de que la presente investigación no está basada en hechos, pruebas o elementos incluidos en dicho procedimiento. Las referencias que a continuación se realizan sobre este asunto sólo se refieren a los hechos que dieron lugar a esa investigación de lo cual se observa que

el problema analizado en uno y otro asunto es distinto, razón por la cual no se puede aplicar mecánicamente el análisis de una investigación en otra.

Por otro lado, no tiene fundamento el argumento de las emplazadas acerca de que los mercados relevantes son más amplios ya que ellas tienen franquiciado un territorio más amplio que las áreas geográficas de los mercados relevantes definidos en el oficio de presunta responsabilidad. La definición de mercado obedece al análisis de los criterios de las fracciones I a IV del artículo 12 de la LFCE y no se establece con base en los contratos de embotellador donde se asignan territorios a las embotelladoras de Coca Cola.

Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan en el numeral 3 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad indican que se omitió hacer alusión a los precios del refresco Big Cola por lo que hace a sus presentaciones de 1.280 litros (con un precio promedio por litro de tres pesos 90/100 M.N.) y 3.100 litros (con un precio promedio por litro de tres pesos 54/100 M.N.) siendo que en ambos casos el precio está por debajo del valor mayor del litro de agua envasada. Por lo anterior, considera que es falso: i) que existan diferencias importantes entre el precio del agua y el de las bebidas carbonatadas y; ii) que la bebida carbonatada no pueda ser sustituido por el agua ante un incremento en sus precios. En este orden de ideas consideran que se debió incluir al agua envasada en la definición por producto del mercado relevante.

Por su parte TCCEC en la letra B de su apartado II.3.3.3 indica, con relación a la sustituibilidad de las bebidas carbonatadas, lo siguiente: 1) Respecto del agua manifiesta que los precios del agua son menores que los precios de las bebidas carbonatadas por lo que la conclusión lógica sería que ante una eventual alza del precio del refresco el consumidor optaría por consumir agua. Por lo anterior debió incluirse a este elemento dentro del mercado; 2) Con relación al análisis realizado en el oficio de presunta responsabilidad respecto de la sustituibilidad de las bebidas carbonatadas con el agua embotellada, las bebidas isotónica, los jugos, la leche, el café y el té considera que no cuenta “(...) *con sustento real, como lo es el estudio de elasticidad cruzada, cuya validez e importancia se reconoce a fojas 104 (...)*” del oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro. Aunado a lo anterior asevera que no fue considerado el hecho de que todas las bebidas referidas (incluidas las bebidas carbonatadas) sacian la sed. Considera también que debió incluirse un estudio de sustituibilidad de las bebidas carbonatadas con las bebidas saborizadas no carbonatadas, con o sin fruta y al no hacerlo así se arribó a una incorrecta definición del mercado relevante por producto; y, 3) Debió realizarse un estudio con base en las diferentes etapas productivas a que se hace relación en la página 23 del oficio de presunta responsabilidad, esto es, concentrado, ventas al mayoreo y ventas al consumidor final.

Asimismo, Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo señalan que “(...) *de manera inconsistente se modifica el criterio establecido en... el expediente DE-06-2000 (...)*” respecto de la definición del mercado relevante.



El argumento en estudio es infundado toda vez que, lo que esta Comisión resolvió en el expediente DE-06-2000 es independiente tanto de las constancias que obran en autos del presente expediente DE-21-2003 como de las determinaciones que respecto del mercado relevante y poder sustancial se tomaron en este último. Independientemente de lo anterior, como es de su conocimiento, al momento de emitirse el oficio de presunta responsabilidad del expediente al rubro citado, la resolución del expediente DE-06-2000 ni siquiera se encontraba vigente para los agentes económicos referidos. Por lo anterior, pretender soportar sus afirmaciones con base en lo resuelto por esta Comisión dentro del expediente DE-06-2000 carece de sustento.

Como se ha indicado, las emplazadas señalan que la CFC insiste en definir un mercado relevante de bebidas carbonatadas sin considerar que los hábitos de consumo de la población se mueven hacia patrones más sanos de consumo, y que en cambio, debería incluir otras bebidas refrescantes en el mercado. Las emplazadas señalan que la CFC analiza su estudio de sustituibilidad con los garrafones de agua natural de 19 ó 20 litros, los cuales según ellas no tienen relación con el mercado relevante ya que los garrafones se ofrecen directamente a los hogares. Según las emplazadas es de sentido común que la inclusión de ese tipo de envases sesga el análisis toda vez que el precio por litro de esta presentación de agua natural es menor al de los refrescos.

Al respecto, el análisis de sustitución implica identificar cuándo los consumidores pueden optar por dos productos que satisfacen el mismo tipo de necesidades cuando alguno de ellos cambia sus precios. Por ello, en el oficio de presunta responsabilidad se hace notar que las bebidas relacionadas con el concepto de salud no pueden ser sustituidas por refrescos o bebidas carbonatadas toda vez que éstas no están relacionadas con tal concepto. Incluso, la presentación *light* o de refrescos difícilmente se puede publicitar como producto natural. El caso más notorio es el agua envasada la cual satisface necesidades básicas y de ahí que el mayor volumen de venta sea en garrafones, factor que permite delimitar el mercado relevante. En el oficio de presunta responsabilidad se indica que incluso el agua natural envasada en presentaciones menores a un galón también se consume para satisfacer una necesidad básica de acuerdo a una encuesta publicada por la Profeco referente al consumo de agua natural envasada. Según las emplazadas, el contexto del oficio de presunta responsabilidad les hace suponer que la encuesta de Profeco se refiere al suministro de agua potable, sin embargo el documento de Profeco (incluido en el expediente) es bastante claro al referirse al consumo de agua envasada donde se indica que 39% de los consumidores de agua envasada en presentaciones de menos de 1.5 litros adquieren esos productos por cuestiones de higiene y salud.

Para atender las observaciones de las emplazadas acerca del agua natural envasada, se estimó necesaria la práctica de diligencias probatorias adicionales. En desahogo de los requerimientos de información que al respecto les fueron formulados Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan, Embotelladora La Favorita, Propimex, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan presentaron información relacionada al volumen de ventas anuales



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

y el precio en que comercializó el agua envasada en presentaciones iguales o inferiores a 3.1 litros producida durante los años dos mil dos y dos mil tres. La referida información fue clasificada como confidencial y obra agregada al presente expediente en sendos sobres cerrados a fojas 9237, 9240, 9243, 9247 y 9259, respectivamente por lo que sólo se harán referencias generales de ellas.

Los documentos que al efecto proporcionaron tienen el valor probatorio que les conceden los numerales 79, 93, fracción III, 133, 197 y 203 del CFPC y con ellos se acredita que el volumen y los precios en que fue comercializada el agua envasada en dos mil dos y dos mil tres no afectaron el precio de las bebidas carbonatadas. Lo anterior de conformidad con lo siguiente:

El Grupo Contal reportó en dos mil dos ventas de agua envasada en presentaciones personales que representaron un consumo *per capita* de 14 botellas unidad (8 onzas). Ese consumo equivale a 3% del consumo *per capita* de refrescos en los territorios franquiciados a ese grupo (504 botellas unidad).<sup>248</sup> Las emplantadas subsidiarias del mismo grupo, Embotelladoras La Favorita y Zapopan, presentaron información de ventas de agua envasada para la ZM de la ciudad de Guadalajara cuyo consumo *per capita* no difiere de manera importante del consumo promedio reportado por el Grupo Contal para los territorios que tiene concesionado ese grupo embotellador.<sup>249</sup>

Por lo que se refiere a la información presentada por Coca Cola Femsa, ésta reporta información sin distinguir los territorios donde se realizan las ventas.<sup>250</sup> Sin embargo, aún considerando que lo reportado fuera únicamente de la ZM de la Ciudad de México, esos datos corresponden a un volumen de consumo *per capita* que tampoco difiere de manera importante del consumo *per capita* observado en el territorio franquiciado a embotelladoras de Grupo Contal.

Respecto a la información presentada por Yoli de Acapulco, esta información corresponde a todo el territorio franquiciado a dicha empresa y no sólo al de la ciudad de Acapulco.<sup>251</sup> Lo mismo ocurre con la información presentada por la Embotelladora La Victoria, Refrescos la Victoria del Centro y Embotelladora San Juan, quienes no distinguen las ventas de agua envasada en presentaciones menores a un galón en la ZM de la ciudad de Querétaro.<sup>252</sup> Sin embargo, no hay razones para suponer que el consumo *per capita* en estos dos mercados relevantes difiera de los patrones de consumo presentados en otras partes del país.

---

<sup>248</sup> Ver Informe anual 2002 de Grupo Continental, SA

<sup>249</sup> ver folio 9240 y 9243

<sup>250</sup> Ver folio 9247

<sup>251</sup> Ver folio 9237

<sup>252</sup> Ver folio 9259



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Algunas de las emplazadas señalan que en el oficio de presunta responsabilidad sólo se utilizó información de botellas de sólo 8 onzas, pero que se deben considerar las diversas presentaciones y no sólo esa.

Al respecto, las emplazadas que reclaman este punto pretenden desconocer que en la industria se utiliza y es aceptada como unidad de medida la caja de 24 botellas de 8 onzas. Es decir, todas las presentaciones de refrescos se miden en unidades equivalentes en cajas o botella de 8 onzas. En efecto, como ha quedado acreditado las CU son utilizadas por las propias emplazadas y además son de uso común en el mercado respectivo.

Ahora bien, por lo que se refiere al argumento de las emplazadas en el sentido de que en el oficio de presunta responsabilidad se realiza un análisis de precios, particularmente de agua natural embotellada y bebidas carbonatadas, en el que la Comisión manipula de manera arbitraria los precios de ciertos productos para supuestamente corroborar sus hipótesis, las emplazadas señalan que aplicando el mismo análisis del oficio de presunta responsabilidad sobre el precio de varias marcas de refrescos, las emplazadas obtienen un precio entre \$3.66 (tres pesos 66/100 M.N.) y \$4.80 (cuatro pesos 80/100 M.N.) por litro de bebida carbonatada similar a los precios por litro, \$4.80 (cuatro pesos 80/100 M.N.), de agua de algunas marcas identificadas en el oficio de presunta responsabilidad. Según las emplazadas, si los refrescos con presentación de 2 litros y de 600 ml no retornables tienen precios de \$4.80 (cuatro pesos 80/100 M.N.) y \$10 (diez pesos 00/100 M.N.) por litro, ello indicaría aplicando el criterio de la CFC que dichos productos están en dos mercados relevantes distintos.

Al respecto, en el oficio de presunta responsabilidad se consideró como factor relevante la sustitución por el lado de la oferta para incluir en el mismo mercado relevante a las diferentes presentaciones de refrescos. Hay que tomar en cuenta que la diferenciación de los refrescos se debe principalmente a su presentación (tamaño y envase). Es decir, el refresco de cola es el mismo excepto porque se venden, por mencionar sólo dos tamaños, en envases de 1 litro y 600 mililitros. Otra situación diferente es analizar el agua envasada y el de refrescos donde intervienen factores como los propósitos de consumo, los precios y sus procesos de producción. El análisis de precios de agua envasada es para remarcar el hecho de que su consumo está relacionado con necesidades básicas del consumidor que no tienen relación con el consumo de refrescos como se explicó en el inciso anterior.

La CFC requirió a las emplazadas que reportaran los precios de sus productos de agua envasada en presentaciones personales. Esta información fue presentada con carácter confidencial por lo se hará referencias generales a ella. Sin embargo, un primer aspecto a destacar es que esos precios no difieren de los señalados en el oficio de presunta responsabilidad donde se compararon presentaciones de 1 litro a un galón. Los precios de agua envasada por litro de presentaciones de 600 mililitros tiene un precio mucho más elevado que los considerados en el oficio de presunta responsabilidad.

En el oficio de presunta responsabilidad se hace notar que el precio del agua envasada disminuye por el tamaño de la presentación. Esto lo confirma el nivel de venta *per capita* realizado por Grupo Contal y Coca Femsa en sus respectivos territorios. Los volúmenes de venta de agua envasada son significativamente menores a los refrescos.

Algunas presentaciones de agua envasada llegan a tener precios de \$10 por litro, lo cual es elevado si se considera, por ejemplo, el precio de \$11 a \$14 por litro de refresco en lata en la ciudad de México cuyo elevado precio se puede justificar por el costo del envase de aluminio. Es notable el hecho de que los precios reportados por las emplazadas no muestran que un bien como el agua envasada hubiera afectado el precio de los refrescos. Situación contraria ocurrió cuando entran al mercado las presentaciones de refrescos de 2.5 litros o más lo cual provocó que las emplazadas, como ellas así lo manifiestan, introdujeran ese tipo de presentaciones a fin de competir con los nuevos productos de la denunciante. Este comportamiento en los precios así como los propósitos de consumo de agua natural envasada y los refrescos indican que esos productos están en mercados relevantes distintos.

Por lo que hace a la fracción II del artículo 12 de la LFCE manifiestan su inconformidad con la definición de los mercados relevantes que se hizo en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro.<sup>253</sup> Respecto del mercado nacional aducen que el transporte y distribución de las bebidas carbonatadas no representa una barrera considerable para ingresar al mercado tan es así que Ajemex “(...) *con una planta de producción y su sistema de distribución, es capaz de competir* (...)” [énfasis añadido], teniendo una participación de mercado acorde a su capacidad empresarial. Aunado a lo anterior indican que el “sistema Coca Cola” no existe y reiteran que no realizan sus actividades en la totalidad del territorio nacional sino sólo en el territorio que les fue autorizado en su contrato de embotellador. Con relación al resto de los mercados definidos por este órgano desconcentrado señalan que participan parcialmente en el territorio autorizado no así en el resto de los mercados definidos por esta CFC (incluyendo el nacional). Afirman que derivado de su contrato de embotellador venden y distribuyen productos Coca Cola en los territorios que le fueron asignados y “(...) *no existe... vínculo patrimonial... con otros franquiciatarios distintos a su grupo* (...)” [énfasis añadido].

En cuanto a los mercados regionales Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan indican en el numeral 3 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que no obstante se delimitó el análisis de mercado relevante a la ciudad de Acapulco, Guerrero y nueve zonas metropolitanas con posterioridad hace relación a los recursos de distribución de Ajemex que comprenden diecinueve estados del país. Lo anterior considera que denota que se utilizó la información “(...) *con el interés de afectar a las empresas que venden los productos Coca Cola* (...)” ya que por un lado se reconocen sólo diez ciudades y

<sup>253</sup> Un mercado nacional y diez mercados regionales.

por el otro se identifican diecinueve entidades federativas. Así, concluyen en el numeral 3.1 que en cuanto a la determinación de los mercados regionales y el mercado nacional las características diferenciales son incorrectas ya que: i) tanto a nivel regional como a nivel nacional se elaboran, envasan y transportan bebidas carbonatadas; ii) no hay constancia en el expediente que demuestre la existencia de las políticas instrumentadas por TCCEC y las empresas cabeza de grupo a nivel nacional; y iii) el abasto al mayoreo de las bebidas carbonatadas a través de su transportación o instalación de plantas de envasado puede hacerse tanto a nivel regional como nacional.

Al respecto, en el oficio de presunta responsabilidad se hace la distinción entre dos tipos de mercado. Un mercado nacional donde las bebidas carbonatadas pueden ser transportadas y comercializadas al mayoreo y varios mercados locales donde la distribución y comercialización se realiza al menudeo. En la fracción III del artículo 12 de la LFCE se considera si los puntos de venta pueden acudir a otros mercados a proveerse de bebidas carbonatadas. Ese elemento es diferente a que esos puntos de venta tengan productos de diversas marcas porque son las propias empresas refresqueras quienes abastecen de esos productos a los puntos de venta. Las propias emplazadas así lo reconocen ya que la mayor parte de los puntos de venta no tienen capacidad para mantener inventarios razón por la cual las emplazadas necesitan realizar visitas regulares cada semana a esos puntos de venta para proveer el producto.

Por su parte, en el numeral 2 de la letra F 4 del apartado I de sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita señalan con relación al mercado relevante desde el punto de vista geográfico que no se indicaron los municipios que componen la ZM de Guadalajara, Jalisco, situación que ocasiona un estado de indefensión ya que tales agentes económicos no son los únicos que embotellan bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola en los municipios aledaños a la referida ciudad.

Por lo que hace a esas afirmaciones se indica que: i) dentro del oficio de presunta responsabilidad (página ciento dieciséis) se indicó, entre otros, que las ciudades o municipios integran ZM cuando rebasan una población de cien mil habitantes. En este orden de ideas se indica que tanto Zapopan, Jalisco (con un millón mil veintiuno) como Tlaquepaque, Jalisco (con cuatrocientos setenta y cuatro mil ciento setenta y ocho) tienen una población mayor a cien mil habitantes;<sup>254</sup> ii) dentro de las actas de fe de hechos ofrecidas como prueba por las emplazadas se reconoce expresamente que Tlaquepaque, Jalisco es ZM de Guadalajara, Jalisco;<sup>255</sup> y, iii) los fedatarios públicos que realizaron las actas de fe de hechos no obstante haber obtenido la patente de notario para los municipios de Zapopan y Tlaquepaque, respectivamente tienen sus domicilios en la ciudad de Guadalajara, Jalisco.<sup>256</sup> Tales hechos demuestran que los municipios referidos son ZM

<sup>254</sup> Fuente: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

<sup>255</sup> Fojas 7945, 7946, 7959 y 7960 del presente expediente.

<sup>256</sup> El licenciado Samuel Fernández Ávila, titular de la notaría pública número quince del municipio de Tlaquepaque, Jalisco tiene su domicilio en la calle Manuel M. Dieguez número trescientos veintitrés en la colonia Santa Teresita en Guadalajara, Jalisco y el licenciado Enrique G. Rodríguez Ontiveros, titular de la notaría pública número tres de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

de la capital del estado de Jalisco y siendo que las emplazadas afirman participar en el referido mercado el hecho de que existan o no otros agentes económicos que comercialicen bebidas carbonatadas en las “zonas aledañas” de la referida ZM es irrelevante para la tramitación del presente expediente.

A mayor abundamiento, la ZM metropolitana de cada ciudad es de conocimiento público. Una fuente pública de información de las zonas metropolitanas que existen en el país, incluyendo la ciudad de Guadalajara, es el INEGI antes referido quien informa que la ZM de esa ciudad está compuesta por los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, El Salto, Tlajomulco de Zúñiga, Juanacatlán y Tonalá.<sup>257</sup>

Respecto a la fracción III del artículo 12 de la LFCE las emplazadas refieren que la probabilidad de los usuarios para acudir a otros mercados es “(...) *muy alta* (...)” ya que Ajemex ha ingresado “(...) *exitosamente al mercado, ampliando su presencia e incrementando sus ventas exponencialmente en menos de dos años* (...)” dentro de los mercados regionales definidos en el presente expediente, al respecto reiteran la información contenida en las gráficas relacionadas anteriormente. Asimismo, indican que derivado de la expansión de Ajemex “(...) *no hay elementos suficientes para definir un mercado relevante* (...)” únicamente respecto de las ZM que nos ocupan.

Con relación al análisis de la fracción IV del artículo 12 de la LFCE realizado por esta Comisión en el oficio de presunta responsabilidad la emplazada se limita a indicar que “(...) *no hay considerables barreras de entrada al mercado* (...)” para demostrar lo anterior remite al contenido de las gráficas elaboradas con datos obtenidos por AC [REDACTED] (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Es infundado el argumento en estudio. Al respecto se reitera que fueron las propias emplazadas quienes desvirtuaron la eficacia de las gráficas ofrecidas por AC [REDACTED] al reconocer que tales elementos probatorios eran “(...) *documentos... de un tercero ajeno* (...)”, por lo que no obstante haberlas ofrecido Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo e Inmuebles del Golfo desconocían los datos con base en las cuales fueron elaboradas y por ende la veracidad de la información en ellas contenida lo que desvirtúa el valor y alcance probatorio de tales gráficas, por lo que cualquier argumento sustentado en tales documentos cae de base. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Para concluir indica que esta CFC no delimitó la temporalidad de la investigación “(...) *lo que resulta a todas luces ilegal* (...)”.

---

Zapopan, Jalisco tiene su domicilio en la calle Progreso Sur cuatrocientos cuarenta y seis en la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

<sup>257</sup> Ver página 32 de “Indicadores Sociodemográficos de México, 1930-2000” publicado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática en la página de Internet: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).

El argumento en estudio es infundado. Lo anterior toda vez que en el oficio de presunta responsabilidad se indicó que Ajemex inició sus actividades en marzo de dos mil dos por lo que fue a partir de esa fecha y hasta que feneció la ampliación del periodo de investigación (referida en el tercer párrafo del antecedente décimo quinto de la presente resolución) se llevó a cabo la etapa de investigación del presente expediente.

Se insiste, los elementos analizados en el oficio de presunta responsabilidad se refieren a las conductas que se hacen constar en actas de fe de hechos levantadas en el segundo semestre de dos mil tres y que hay que tomar en cuenta que esos hechos se derivan de la entrada de Ajemex al mercado.<sup>258</sup>

Finalmente, con relación a la fracción IV del artículo 12 de la LFCE, las emplazadas señalan que se corrobora que no hay barreras normativas que limiten la entrada al mercado de cualquier competidor potencial.

Al respecto, se indica que en el oficio de presunta responsabilidad no se dice lo contrario. Los requisitos normativos para ofrecer productos en un mercado, por ejemplo una norma de salud, no son un problema ya que esas normatividades sólo contribuyen a delimitar el mercado a diferencia de las barreras económicas que sí limitan la entrada de nuevas empresas, pero este es un aspecto que se analiza en el apartado de poder sustancial de mercado.

Expuesto lo anterior en el inciso vi) del punto 5.4 reiteran las manifestaciones descritas al estudiar el presente apartado. Por lo anterior, en observancia del principio de economía procesal se remite al estudio que de tales argumentos realizó este órgano desconcentrado.

Por su parte, TCCEC en su apartado II.3.3.4 manifiesta, con relación a la definición del mercado como nacional, lo siguiente:

1. Asevera que el hecho de haber determinado como nacional el mercado de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas se debe a que las embotelladoras pueden optar por transportar el producto o bien instalar una planta de envasado.<sup>259</sup> Sin embargo, resalta el hecho de que con posterioridad se afirmó que el esquema de transportación únicamente es viable para el caso de que la demanda sea pequeña tomando a Ajemex como ejemplo de esta situación. Al respecto resalta que el hecho de que Ajemex “(...) *abastezca ciertos mercados de manera ineficiente... NO puede servir como base para ampliar la dimensión geográfica del mercado a todos los puntos en los que opera (...)*”. Asimismo, indica que de ser procedente tal ampliación el mercado no sería nacional sino regional puesto que Ajemex únicamente participa en diecinueve entidades federativas aunado a que fue la propia denunciante quien admitió que es más eficiente

<sup>258</sup> Ver folio 223.

<sup>259</sup> Tal como lo estableció esta CFC en la página 109 del oficio de presunta responsabilidad.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

abrir plantas de producción para disminuir la transportación y generar así un esquema regional de abastecimiento. Sobre este último punto (manifestaciones de Ajemex en el sentido de que tiene planeada la apertura de nuevas plantas de embotellamiento de bebidas carbonatadas) ofrece las pruebas documentales identificadas como anexos 1, 2 y 3 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad consistentes en: i) copia simple del artículo denominado “Viene Big Cola de \$3.50” publicado en el sitio de la Internet del periódico “Crónica” cuyo autor es la C. Lizbeth Pasillas, relativa a diversas estrategias de mercado (comercialización de diversas presentaciones de bebidas carbonatadas y una posible apertura de instalaciones) que Ajemex implementaría en el mercado de las bebidas carbonatadas; ii) copia simple del artículo denominado “Ubica Big Cola sede en México” publicado en el sitio de la Internet del periódico “Reforma” cuyo autor es el C. Jorge Velazco, referido a diversas declaraciones hechas por el gerente de comunicación de Ajemex (relativas a la construcción de una planta embotelladora, los costos que enfrentan en la distribución de sus productos y su participación dentro del mercado de las bebidas carbonatadas); y, iii) copia simple del artículo denominado “Tiempo de Negocios/Emplaza Congreso a la Secretaría del Trabajo a que inspeccione prácticas de Ajemex” cuyo autor es el C. Dario Celis Estrada, que aborda los temas de: i) la instalación de una segunda planta embotelladora; ii) la participación de mercado de Ajemex; y, iii) diversos procedimientos legales que en contra de la denunciante se han tramitado.

Estas pruebas tiene el valor probatorio que le confieren los artículos 79, 93, fracción VII, 188, 197 y 217 del CFPC y toda vez que se está en presencia de información publicada por un periódico (con relación a la empresa Ajemex y su incursión en el mercado de la comercialización de bebidas carbonatadas en nuestro país) su veracidad no es susceptible de ser constatada por esta Comisión ya que sus autores no citan la fuente de la cual obtuvieron los datos a que hacen referencia.

Aunado a lo anterior se indica que en el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro se estableció que los productores de bebidas carbonatadas pueden optar por instalar una planta en una región o transportar el producto a esa región desde otra planta. Esta es una decisión que el propio sistema Coca Cola toma en cuenta. TCCC propietaria de la marca Coca Cola otorga franquicias territoriales a embotelladoras de esa marca para elaborar, distribuir y comercializar esos productos en una región determinada, pero cuando eso no es rentable utilizan también la alternativa de instalar una planta para abastecer de productos a todo el país, como es el caso de la planta de refresco en lata ubicada en el estado de Querétaro. Es decir, la franquicia Coca Cola organiza la venta de sus productos en todo el país mediante decisiones que combinan la instalación de plantas o el transporte del producto desde una sola planta. Ésto se combina con la comercialización y distribución donde juega un papel importante la publicidad. En el reporte “Industria Mexicana de Coca Cola, informe de responsabilidad social, 2002” se informa que en ese año se distribuyeron productos en más de 1.1 millones de puntos de venta en todo el país; trescientos sesenta mil establecimientos recibieron diversos apoyos como pintura de fachadas, material promocional y refrigeradores; Coca Cola ocupa el segundo lugar como anunciante en



medios publicitarios; o bien se patrocinaron más de cuatro mil eventos de entretenimiento. Estas actividades reportadas muestran que para la franquicia Coca Cola su ámbito de mercado es nacional.

Sin perjuicio de que las notas periodísticas carecen de la fuerza probatoria que pretende la oferente se indica que de ser procedentes sólo reiteran lo que se indicó en el oficio de presunta responsabilidad. Esto es, en la medida que aumenta la demanda de un producto es más eficiente instalar una planta que transportar el producto desde otro lugar y esto es confirmado por lo señalado en las notas periodísticas donde se indica que la denunciante tiene planeado instalar otra planta en el norte del país.<sup>260</sup>

Por otro lado, en el oficio de presunta responsabilidad se hace notar el hecho de que marcas de refrescos de otros países no tienen presencia en México aun cuando no hay restricciones arancelarias importantes. Entonces el reducido monto de importaciones indica que la oferta de bebidas carbonatadas desde otros países no afecta el abastecimiento de productos dentro del país. Este es el principal aspecto económico a destacar ya que el ámbito donde ocurren las presuntas prácticas monopólicas investigadas no es afectada por la oferta de productos provenientes de otros países. Este elemento requiere ser considerado de acuerdo en las fracciones del artículo 12 de la LFCE donde se indica que deben considerarse: posibilidades de sustituir el bien de que se trate por otros tanto de origen nacional y extranjero (fracción I); sustitutos desde del extranjero (fracción II); restricciones normativas que limiten el acceso de los proveedores a clientes alternativos (fracción IV, en este caso aranceles).

2. Manifiesta que otro elemento para considerar el mercado como nacional fueron las campañas de publicidad realizadas en todo el país<sup>261</sup> sin que correspondan al proceso de elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas por lo que no pueden ser aplicables a este tipo de mercado.

3. En cuanto a la desestimación hecha en el oficio de presunta responsabilidad respecto de la existencia de un mercado internacional bajo el criterio de que el valor de las importaciones es reducido considera que de haberse aplicado tal criterio al hecho de que “(...) *al ser reducido el porcentaje de abasto desde puntos externos al regional, en comparación con el abasto que se lleva a cabo a nivel regional, el referido criterio no sería suficiente para ampliar el mercado al ámbito nacional (...)*”. Así, al estar indebidamente motivada la determinación del mercado relevante nacional también la determinación del poder sustancial queda insubsistente.

Los argumentos vertidos por TCCEC en los numerales 2 y 3 del apartado en estudio son infundados. Para evidenciar lo anterior se hace referencia a la foja 3777 del presente expediente en la que el sistema Coca Cola expresamente señala que: i) atiende a un millón cien mil puntos de

<sup>260</sup> Confróntese folio 6570.

<sup>261</sup> Páginas 112 y 119 del oficio de presunta responsabilidad.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

venta; ii) tiene once mil rutas de distribución; iii) cuenta con setenta y nueve plantas embotelladoras; y, iv) tiene cuatrocientos sesenta y cinco centros de distribución. Tales datos corroboran que: i) el concepto de publicidad<sup>262</sup> (que utiliza documentos como el Informe de Responsabilidad Social 2002) también está relacionado con la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas; y, ii) tanto la elaboración como el envasado y el transporte de bebidas se lleva a cabo de manera nacional con base en el esquema de franquicias (de ahí que se hable de quince grupos embotelladores que lo conforman) bajo el que opera el sistema Coca Cola en nuestro País.

**LA INDUSTRIA MEXICANA DE  
COCA-COLA EN EL 2002**

*Compromiso con México*

Coca-Cola en México es una compañía total de bebidas que ofrece 15 marcas de productos al mercado nacional.

**DATOS SOBRESALIENTES**

- ✓ Inversión anual de más de 500 millones de dólares
- ✓ Apoyo a más de 360,000 pequeños negocios en infraestructura y capacitación
- ✓ Más de 88,000 empleos directos en todas las empresas del Sistema Coca-Cola en México
- ✓ Desarrollo de iniciativas propias y participación en acciones de protección y cuidado del medio ambiente
- ✓ Se impartieron cursos de capacitación para más de 94,000 personas
- ✓ Se invirtieron más de 100 millones de pesos en programas sociales
- ✓ Cerca de 800,000 personas, en más de 165 comunidades, han sido beneficiadas por los programas sociales de Coca-Cola
- ✓ Más de 15 millones de mexicanos participaron en los más de 4,000 eventos culturales, deportivos y de entretenimiento apoyados por la Industria Mexicana de Coca-Cola

**INFRAESTRUCTURA**

- ✓ 15 Grupos Embotelladores distribuidos por toda la República Mexicana
- ✓ La flotilla de distribución, fleteo y operación está conformada por más de 22,000 vehículos
- ✓ Se atiende a 1.1 millones de puntos de venta
- ✓ Se hacen 3.5 millones de visitas a nuestros clientes cada semana
- ✓ 11,000 rutas de distribución
- ✓ 79 plantas embotelladoras
- ✓ 465 centros de distribución

Por lo que hace a la determinación del poder sustancial dentro del presente expediente en el numeral 2 de Yoli de Acapulco (letra E del apartado I) y 3 de Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita (letra F 4 del apartado I) aseveran que respecto de la determinación de poder sustancial dentro del presente expediente no existe análisis alguno en el que se le relacione sino que se trata de un análisis de personas ajenas. Al respecto añade Yoli de Acapulco que en la

<sup>262</sup> “Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos”  
DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. Real Academia Española. España. 2001. 22ª edición. Tomo h/z.  
Página 1855.

página ciento ventitrés del oficio de presunta responsabilidad se hace referencia a su participación de mercado pero a partir del informe anual del agente económico Coca Cola Femsa.

Es infundado el argumento en estudio. De las fojas 5410 a 5434 del presente expediente se observa el análisis que de los artículos 13 de la LFCE, 11 y 12 de su Reglamento realizó este órgano desconcentrado. En tal análisis se hizo referencia a Grupo Contal (agente económico que cuenta con el [REDACTED] de participación en los capitales sociales de Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita) por lo que, contrario a lo afirmado, sí se relacionó información relativa a estos dos agentes económicos. Por lo que hace a Yoli de Acapulco, se reitera que durante la tramitación de la etapa de investigación del presente expediente tal agente económico no desahogó el oficio de requerimiento de información que le fue dirigido con el ánimo de obtener información relativa, entre otros, a su participación de mercado. No obstante lo anterior, en uso de las facultades que al efecto le concede la legislación en materia de competencia económica, el titular de la Dirección General de Investigaciones de esta CFC obtuvo por diversos medios<sup>263</sup> la información necesaria para verificar el cumplimiento que de la ley reglamentaria del artículo 28 Constitucional se estuviera dando en el mercado investigado y fue precisamente de esa información que se determinó la presunta responsabilidad de Yoli de Acapulco. Por lo anterior, al señalarse que no se cuenta con información específica de tal empresa cuando fue Yoli de Acapulco quién no observó lo ordenado por esta Comisión en la etapa de investigación del presente expediente se evidencia la ambivalencia de su conducta y lo infundado de su argumento.

(Eliminado 1 porcentaje. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan indican en el numeral 4 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que resulta “(...) *confuso, incierto e incongruente* (...)” que se estudie el poder sustancial respecto de todo tipo de negociaciones en donde se distribuyen y comercializan bebidas carbonatadas (incluyendo autoservicios) siendo que en la investigación se analizaron “(...) *las actividades comerciales en tiendas detallistas* (...)”. Asimismo, señalan que el análisis referido debió restringirse a los mercados geográficos definidos y únicamente se cuenta con información de todo el territorio nacional. Con relación a la información económica relativa a los años dos mil y dos mil uno indican que no les es aplicable ya que Ajemex empezó a operar hasta dos mil tres en la ciudad de Querétaro, Querétaro.

Por su parte, TCCEC señala en su apartado II.3.4 que al no participar en los mercados relevantes no puede tener poder sustancial en ellos. No obstante, resalta que las imputaciones de poder

<sup>263</sup> Entre ellos informes anuales presentados ante la CNBV por diversos agentes económicos que contienen información pública relativa a los mercados relevantes determinados.

sustancial hechas al sistema Coca Cola: a) no fueron hechas con relación a TCCEC por lo que reitera las consideraciones del apartado II.3.1; b) se refieren a datos agregados y de terceros sin que exista una sola imputación a TCCEC al respecto reitera lo manifestado en el apartado II.1.5; y, c) los datos aludidos son inexactos ya que tan solo son “(...) *una aproximación consistente* (...)” no una cifra real. Concluye indicando que no se actualizaron los supuestos previstos en el artículo 13 de la LFCE específicamente por lo que hace a TCCEC. En este orden de ideas en su apartado II.3.4.1 manifiesta con relación a la participación en el mercado, existencia de barreras a la entrada, poder de competidores, acceso a fuentes de insumo y comportamiento reciente en el mercado relevante de las bebidas carbonatadas reitera que no participa en los mercados de elaboración, envasado, transporte, comercialización y distribución de bebidas carbonatadas y por ende le resultan inaplicables. Al efecto, reitera las consideraciones de los apartados II.1.3 y II.3.2. Asimismo, niega que cuente con la capacidad de fijar precios ya que los argumentos que al respecto se hicieron valer en el oficio de presunta responsabilidad están referidos a terceros.

No obstante lo anterior, como se verá a continuación intenta desvirtuar ciertas consideraciones vertidas por esta Comisión al respecto en el oficio de presunta responsabilidad.

Por su parte, Propimex, e Inmuebles del Golfo (en el numeral 5.5 de sus respectivos escritos) y Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular, Panamco Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México (en el inciso e) del capítulo 5 de sus correspondientes escritos) vierten argumentos relacionados con la determinación del poder sustancial que a su juicio fue incorrecta.

Previo al estudio de tales consideraciones se indica que Coca Cola Femsa y Panamco México aducen que al no existir el sistema Coca Cola, no formar parte de él y no ofrecer productos de ningún tipo “(...) *no pueden tener poder sustancial en el mercado relevante* (...)” por lo que omiten hacer consideraciones al respecto.

Es infundada la argumentación que pretenden hacer valer las emplazadas. Al respecto se reiteran las consideraciones hechas valer por esta autoridad con anterioridad.

Expuesto lo anterior se procede al estudio de los argumentos que Propimex, Inmuebles del Golfo, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular y Panamco Golfo desarrollan transcribiendo parcialmente el análisis que respecto del poder sustancial realizó esta CFC y vierten los argumentos al respecto que se analizan a continuación:

- i) Con relación a la participación de mercado del sistema Coca Cola reiteran que tal sistema no existe e indican que no forman parte de grupo alguno.

Además, TCCEC señala que su actividad es la comercialización de concentrado y participación en programas de publicidad, por lo que no participa en el mercado relevante de distribución y comercialización de bebidas carbonatadas. Lo mismo argumentan las empresas que son



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

controladoras o tenedoras de acciones como es el caso de Coca Femsa, Panamco México y Grupo Contal.

Al respecto, como se explicó TCCEC es el agente económico que representa en México a la franquicia Coca Cola. Esta empresa no necesita elaborar y distribuir directamente los productos de la marca Coca Cola ya que ello se realiza a través del sistema Coca Cola en el cual a través de los contratos de embotellador se otorga una licencia para elaborar y distribuir productos de esa marca. En ese sentido, TCCEC representa a los productos Coca Cola en el mercado relevante a nivel nacional. En el mismo sentido, las empresas controladoras o tenedoras de acciones de subsidiarias que son embotelladoras de Coca Cola no son simples tenedoras de acciones ya que ellas participan en los planes de desarrollo, comercialización e inversión de sus subsidiarias como se muestra en los informes anuales que ellas presentan. En esos informes anuales se muestra la responsabilidad compartida de las decisiones de Coca Cola Femsa, Panamco México y Grupo Contal con sus respectivas subsidiarias:

*“(...) El negocio de Coca Cola Femsa depende significativamente de la relación con The Coca Cola Company.*

*Aproximadamente el 98% de las ventas netas de Coca Cola Femsa, en el año 2002, derivaron de la distribución de productos Coca Cola. Coca Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye productos Coca Cola de acuerdo con ciertos contratos de embotellador. Estos contratos de embotellador cubren todos los territorios actuales de Coca Cola FEMSA, incluyendo los territorios de Panamco. En virtud de lo establecido en los contratos de embotellador, The Coca Cola Company tiene derecho a influir significativamente la conducción del negocio de Coca Cola Femsa.*

*De conformidad con lo establecido en los contratos de embotellador, The Coca Cola Company puede fijar el precio para su concentrado de forma unilateral. Además, dichos contratos señalan que, conjuntamente con The Coca Cola Company, Coca Cola FEMSA preparará un plan comercial general de tres años que se presenta para la aprobación del consejo de administración de Coca Cola FEMSA. The Coca Cola Company puede requerir a Coca Cola FEMSA que demuestre su capacidad financiera para cumplir con dichos planes, y puede terminar con los derechos de producir, comercializar y distribuir productos Coca Cola en los territorios donde no se cumpla lo establecido. Coca Cola FEMSA tiene prohibido embotellar cualquier otro refresco sin el consentimiento de The Coca Cola Company. The Coca Cola Company tiene el derecho exclusivo de importar y exportar productos Coca Cola desde y hacia los territorios de Coca Cola FEMSA. Además, Coca Cola FEMSA no puede transferir el control de los derechos de embotellado para cualquiera de los territorios, sin el consentimiento de The Coca Cola Company.*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**Dependemos de The Coca Cola Company para renovar nuestros contratos de embotellador.**

...

*The Coca Cola Company es propietaria indirectamente del 39.6% de las acciones representativas de capital social en circulación de Coca Cola FEMSA, lo que representa el 46.4% de las acciones con derecho de voto. **The Coca Cola Company tiene derecho a nombrar a cuatro de los 18 Consejeros de Coca Cola FEMSA y a algunos directores ejecutivos, y en algunos casos, tiene la facultad de vetar decisiones importantes del consejo de administración. The Coca Cola Company tiene por lo tanto la facultad de afectar el resultado de todas las decisiones que requieren la aprobación del consejo de administración de Coca Cola FEMSA, y en ciertos casos especiales, tiene la facultad de afectar el resultado de las decisiones que requieren la aprobación de los accionistas de Coca Cola FEMSA.***

...

*En virtud de los contratos de embotellador con The Coca Cola Company, **Coca Cola FEMSA está obligada a comprar concentrado exclusivamente de The Coca Cola Company.** Además, debe comprar otros suministros, incluyendo contenedores, tapas, cajas y otros empaques y etiquetas, sólo de los fabricantes autorizados por The Coca Cola Company.*

***El 6 de mayo del 2003 Coca Cola FEMSA completó la adquisición de Panamco** (la "adquisición de Panamco"). La transacción se anunció inicialmente el 23 de diciembre del 2002. De acuerdo con la adquisición de Panamco, los tenedores de las acciones de Panamco, a excepción de The Coca Cola Company, recibieron un monto total de 2,150 millones de dólares en efectivo, mientras que The Coca Cola Company recibió aproximadamente 304 millones de acciones Serie D de Coca Cola FEMSA (no-listadas) a cambio de todas sus acciones de Panamco, las cuales se valuaban al cierre de la transacción en 674 millones de dólares. Adicionalmente, Coca Cola FEMSA asumió 885 millones de dólares de deuda neta de Panamco al 31 de diciembre del 2002. La transacción se financió con 1,978 millones de dólares de deuda nueva tomada por Coca Cola FEMSA, una contribución de capital de 260 millones de dólares por parte de FEMSA a través de su subsidiaria CIBSA, y efectivo disponible. El nombre corporativo actual de Panamco es Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., una empresa establecida ya bajo las leyes de México.*

...



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Adicionalmente, como consideramos la relación con The Coca Cola Company como un componente fundamental de la estrategia comercial de Coca Cola FEMSA, se utilizan sistemas de información de mercado y estrategias desarrolladas en conjunto con The Coca Cola Company para mejorar la coordinación con las iniciativas mundiales de The Coca Cola Company.*

...

*Coca Cola Femsa está obligada a:  
Adoptar las debidas medidas de control de calidad fijadas por The Coca Cola Company;*

...

*Presentar anualmente a The Coca Cola Company planes de mercadeo, gerencia, promoción y publicidad para el año siguiente (...)*<sup>264</sup>

*“(...) Grupo Continental, S.A., es una empresa enfocada a la producción, venta y distribución de bebidas no alcohólicas, carbonatadas y no carbonatadas, listas para tomar, de marcas que son propiedad de The Coca-Cola Company*

...

*Las embotelladoras de Grupo Continental, S.A. manufacturan, distribuyen y venden bebidas de la marca Coca Cola en determinados territorios, conforme a los contratos de franquicia celebrados por cada una de ellas con The Coca Cola Company.* (...)”<sup>265</sup>

*“(...) Aproximadamente el 98% de las ventas netas de la Compañía, en el año 2002, derivaron de la distribución de Productos Coca Cola. La Compañía produce, comercializa y distribuye Productos Coca Cola con base en los Contratos de Embotellador. Estos Contratos de Embotellador cubren todos los Territorios. En virtud de lo establecido en los Contratos de Embotellador, The Coca Cola Company tiene derecho a influenciar significativamente la conducción del negocio de la Compañía.*

<sup>264</sup> Reporte Anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos de presentado por Femsa (controladora de Coca Cola Femsa) a la CNBV.

<sup>265</sup> Reporte Anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos correspondiente a Grupo Contal publicado en la página de la Internet de la BMV.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

...

**Dependemos de The Coca Cola Company para renovar nuestros Contratos de Embotellador.** Los 2 (dos) Contratos de Embotellador que corresponden a los Territorios Mexicanos (diferentes a los adquiridos con Panamco) cada uno de ellos vencerá en el año 2013.

...

**The Coca Cola Company y FEMSA tienen una influencia significativa sobre la conducción del negocio y el control de la Compañía.** The Coca Cola Company es propietaria indirectamente del 39.6% de las acciones representativas de capital social en circulación de Coca-Cola-FEMSA, lo que representa el 46.4% de las acciones con derecho a voto. The Coca Cola Company tiene derecho a nombrar a 4 (cuatro) de los 18 (dieciocho) consejeros de Coca Cola FEMSA... y en algunos casos, **tiene la facultad de vetar decisiones importantes del consejo de administración...** **The Coca Cola Company y FEMSA... tienen la facultad de tomar, por sí solas, todas las decisiones que requieren la aprobación del consejo de administración de Coca Cola FEMSA. FEMSA y The Coca Cola Company, tienen la facultad de tomar, por sí solas, todas las decisiones que requieren la aprobación de los accionistas de Coca Cola FEMSA.**

...

**La Compañía lleva a cabo transacciones con subsidiarias tanto de FEMSA como de The Coca Cola Company... Además la Compañía ha celebrado un contrato de mercadotecnia con The Coca Cola Company**

...

El 6 de mayo de 2003, se llevó a cabo la adquisición de Panamco... **Panamco ahora es una subsidiaria de la Compañía.**

...

**Las campañas de publicidad nacionales son diseñadas y propuestas por las afiliadas locales de The Coca Cola Company, con nuestra asistencia al nivel local o regional.**

...





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Los contratos de embotellador son los contratos estándar que The Coca Cola Company celebra con embotelladores fuera de los Estados Unidos para la venta de concentrados de ciertas bebidas de marcas Coca Cola. Fabricamos, embotellamos, distribuimos y vendemos bebidas de refrescos y agua embotellada en nuestros Territorios Mexicanos bajo dos contratos de embotellador mexicanos celebrados con The Coca Cola Company.

...

Estos contratos de Embotellador estipulan que compraremos todos nuestros requerimientos de concentrado para bebidas de marcas Coca Cola a The Coca Cola Company y otros proveedores autorizados a precios, con condiciones de pago, y otros términos y condiciones de suministro que determine de forma periódica The Coca Cola Company a su entera discreción.

...

Los Contratos de Embotellador incluyen un reconocimiento por parte nuestra de que The Coca Cola Company es el propietario exclusivo de las marcas que identifican las bebidas de marcas Coca Cola y de las fórmulas secretas con las que se hacen los concentrados de The Coca Cola Company.

...

The Coca Cola Company ha aportado en cada uno de los pasados cinco años aproximadamente la mitad de nuestro presupuesto de publicidad y mercadotecnia en los Territorios Mexicanos. (...).<sup>266</sup>

Así, es infundado el argumento indicado en el apartado que nos ocupa. Lo anterior toda vez que en la presente resolución se ha acreditado la existencia del sistema Coca Cola y por ende cualquier consideración que parta de su inexistencia cae de base.

- ii) Respecto de la participación de mercado de Propimex, Inmuebles del Golfo, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular y Panamco Golfo en sus respectivas ZM manifiestan que si la definición de tal mercado “(...) *adolece de serios defectos, por necesidad, la medición de la participación de mercado es imprecisa (...)*”. Lo anterior se debe a que no existe una demostración “(...) *contundente (...)*” respecto de los sustitutos de los bienes relevantes ni de su dimensión geográfica y temporal. No obstante lo anterior, refieren sin conceder que si el mercado relevante se encontrara

<sup>266</sup> Reporte anual al treinta y uno de diciembre de dos mil dos presentado por Coca Cola Femsa ante la CNBV.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

bien definido “(...) *resultaría inconsistente pensar que... [tienen] poder sustancial (...)*” debido a que diversos productos “(...) *en los últimos meses (...)*” han ingresado al mercado relevante.<sup>267</sup> Tal situación es indicativa de que el mercado “(...) *es disputable y que... [el] éxito y capacidad para mantenerse... depende de... creatividad y de identificar y concentrarse en ciertos nichos del mercado (...)*”. Aunado a lo anterior señalan que derivado de la entrada de diversas bebidas carbonatadas las emplazadas introdujeron al mercado envases para bebidas carbonatadas con capacidad de dos punto cinco litros para cubrir un segmento para concluir que “(...) *en eso consiste el proceso de competencia en una economía de mercado (...)*”.

En otras palabras, las emplazadas consideran que la medición de la participación de mercado es imprecisa en la medida de que no existe una demostración contundente de qué tipo de productos deben considerarse como sustitutos dentro del mercado relevante. Asimismo, estiman que las participaciones de mercado establecidas en el oficio de presunta responsabilidad no dejan de ser mera especulación. Estas empresas consideran que es inconsistente pensar que existe poder de mercado considerando el ingreso al mercado en los últimos meses de diversos productos como Big Cola, First, Gallito, King Cola y Fruti King, Titán de sabores, Lulú de sabores, Chiva Cola en lata, Fersán Cola, Jarochito de sabores, Que cola y Mecca Cola, la mayor parte de ellos en presentaciones de 2.6 a 3 litros.

Al respecto, las participaciones de mercado que se estiman para cada empresa emplazada en cada mercado relevante se obtuvo de los informes anuales de los propios grupos de embotelladoras tal como se aprecia en el cuadro contenido en la página 123 del oficio de presunta responsabilidad:

Localidad	Grupo Embotellador de Coca Cola	Consumo per capita	Porcentajes de mercado		
		Reportado por empresas de Coca Cola # botellas de 8 oz	Respecto al consumo per capita nacional 700.6 botellas <sup>4</sup>	Reportado por la empresa	Respecto a la producción de cada mercado <sup>6</sup>
11. Ciudad de Acapulco	Grupo Yoli	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
12. ZM de la Ciudad de México	Coca Cola Femsa-Panamco	462 <sup>2</sup>	65.9	- o -	69.89 <sup>7</sup>
13. ZM de Guadalajara	Grupo Contal	504 <sup>3</sup>	71.9	- o -	76.20 <sup>8</sup>
14. ZM de León	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
15. ZM de Mérida	Grupo Peninsular	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
16. ZM de Oaxaca	Coca Cola Femsa-Panamco	287 <sup>2</sup>	- o -	- o -	85.33 <sup>9</sup>
17. ZM de Puebla	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -

<sup>267</sup> Big Cola, First, Gallito sabor cola, Gallito de sabores, King Cola, Fruti King, Titán, Lulú, Chiva Cola, Fersán Cola, Jarochito, Qué Cola y Mecca Cola.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

18. ZM de Querétaro	Grupo Fomento Queretano	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -
19. ZM de Veracruz	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
20. ZM de Xalapa	Coca Cola Femsa-Panamco	- o -	- o -	78.3 <sup>5</sup>	- o -
Nacional	Sistema Coca Cola	487 <sup>1</sup>	69.5	- o -	- o -

<sup>1</sup> Página veinticuatro del Informe Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>2</sup> Consumo *per capita* en el territorio del Valle de México. Página veinticuatro del Informe Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

<sup>3</sup> Consumo *per capita* en las zonas asignadas a este grupo. Página veintiuno del Informe Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>4</sup> El consumo *per capita* nacional se obtiene de: a) la venta estimada de refrescos en el país en dos mil dos, por dos mil novecientos millones cien mil CU y b) por una proyección de la población en dos mil dos con base en la población de dos mil y aplicando la tasa de crecimiento anual de la misma entre mil novecientos noventa y cinco y dos mil. Se obtiene una población de ciento un millones setecientos mil habitantes (Estadísticas sociodemográficas, INEGI).

<sup>5</sup> Página veinticinco del Informe anual dos mil dos de Panamco de México.

<sup>6</sup> Cálculo obtenido con base en la producción o capacidad utilizada de plantas ubicadas en esos mercados y la estimación de la población en tales mercados.

<sup>7</sup> Se considera la capacidad utilizada de tres plantas de envasado ubicadas en el Valle de México y una planta en Toluca. La población de la ZM de la Ciudad de México en dos mil dos se estima con base en la población de mil novecientos noventa y cinco y la tasa de crecimiento anual de la población del DF y el Estado de México entre tal año y dos mil.

<sup>8</sup> Se considera la producción de las plantas de la embotelladoras La Favorita y Zapopan, ambas en la ZM de Guadalajara. La población se estima igual que en la ZM de la Ciudad de México. Página veinte del Reporte Anual dos mil dos de Grupo Contal.

<sup>9</sup> Se considera la capacidad utilizada de la planta ubicada en la ciudad de Oaxaca. La población se estima igual que en la ZM de la Ciudad de México. Ver página treinta y nueve del Informe Anual dos mil dos de Coca Cola Femsa.

Asimismo, los datos referidos llevaron a determinar que el porcentaje de mercado de Coca Cola Femsa en el mercado relevante de la ZM de Oaxaca se estima en [REDACTED]. Así, tales porcentajes demostraron que los embotelladores del sistema Coca Cola tuvieron en dos mil dos participaciones de mercado en los diez mercados relevantes analizados en un rango de [REDACTED] (Eliminado 3 porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

Es el caso de Coca Cola Femsa y Panamco México y sus respectivas subsidiarias para los mercados relevantes de la ZM de la Ciudad de México, ZM Xalapa, ZM Veracruz, ZM Puebla, ZM Oaxaca y ZM León, así como Grupo Contal y sus subsidiarias para el mercado relevante de la ZM de Guadalajara. También se utiliza la información reportada por TCCC sobre las ventas de sus productos en México. Esta información es utilizada para estimar las participaciones de mercado de las empresas emplazadas en la ZM de Querétaro, ZM Mérida y la ciudad de Acapulco. Esta información de TCCC también es la base para obtener el porcentaje de mercado a nivel nacional del sistema Coca Cola.

Por otro lado, la competencia en el mercado no se valora en función del número de marcas de refrescos sino de la participación y aceptación que éstas tengan, o mejor dicho del porcentaje que

representen en el mercado para las empresas que las producen. Por ello, en las fracciones I y III del artículo 13 de la LFCE se indica que se deben considerar los porcentajes de mercado de la empresa investigada y de sus competidores.

Los incisos iii) y v) se analizan de manera conjunta ya que tienen una íntima relación:

- iii) El ingreso de los productos referidos prueba que las emplazadas no tienen capacidad para imponer condiciones en el mercado y por ende las barreras de entrada existentes en el mercado “(...) *no son tan significativas como esa... Comisión presume (...)*”. En este sentido afirman que el éxito de Ajemex muestra “(...) *que no es más que un mito (...)*” el poder de mercado que se les atribuye. Aunado a lo anterior manifiestan que esta Comisión debió comparar la escala de negocios de una empresa de reciente ingreso al mercado con la escala de una empresa que ha invertido más en su cadena productiva y que “(...) *esta asimetría... no se debería interpretar como abuso de poder sustancial (...)*”.
- v) Con relación a la existencia de barreras a la entrada y los elementos que puedan alterar tales barreras como la oferta de los competidores<sup>268</sup> las emplazadas refieren que “(...) *el modelo de negocio de Ajemex es la prueba... de que las supuestas barreras... no son tan elevadas como se quiere hacer creer (...)*” añaden que “(...) *si... tuviera la capacidad de imponer condiciones en el mercado, no entraría ningún competidor (...)*”. Por lo anterior, reiteran el contenido de las gráficas elaboradas con datos obtenidos por AC [REDACTED]. Al respecto añaden que esta propia CFC admite tal situación.<sup>269</sup> Por su parte, TCCEC señalan en la letra B del apartado II.3.4.2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que son inexistentes las barreras a la entrada en el mercado relevante ya que de lo contrario hubiera sido imposible que Ajemex incursionara en él. Aunado a lo anterior, señala que “(...) *las ventajas derivadas de la eficiente operación en el mercado de diversas empresas... NO pueden imputarse como barreras a la entrada (...)*” ya que considerar lo contrario sería tanto como sancionar la eficiencia referida. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

De este modo, las emplazadas señalan que el modelo de negocios de la denunciante es la prueba más palpable de que no existen las barreras a la entrada mencionadas en el oficio de presunta responsabilidad, como son poder de mercado, acceso a puntos de venta, poder de negociación de empresas de un supuesto grupo Coca Cola, elevados costos de entrada y salida, economías de escala e integración vertical, sabor que agrade al público y regulación y estándares de calidad

<sup>268</sup> Análisis realizado por este órgano desconcentrado en las fojas 5416 a 5427 del expediente en que se actúa.

<sup>269</sup> En la afirmación contenida en el primer párrafo de la foja 5424 en el sentido de que ni el monto de la inversión requerida ni la recuperación de tales inversiones representa en principio una limitante para la entrada de nuevas empresas al mercado.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

para la producción y envasado. A tal efecto, aportan información cuya fuente es AC [REDACTED] sobre la venta de productos de Ajemex en los mercados relevantes de la ZM de la Ciudad de México, León, Xalapa y Veracruz, atendidos por Propimex (Ciudad de México), Panamco Bajío (León) y por Panamco Golfo (Xalapa y Veracruz).<sup>270</sup> En tal tesitura, Propimex señala que en la ZM de la Ciudad de México, las ventas de Ajemex supera las [REDACTED] mil cajas unidad y que tiene una penetración de más del [REDACTED] de los detallistas ubicados en este mercado. También se presenta como prueba un estudio elaborado por [REDACTED].<sup>271</sup> (Eliminado un porcentaje y una cifra. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica. Igualmente, se eliminan 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Es infundado lo señalado por las emplazadas por las siguientes razones.

Tal como se dijo en el oficio de presunta responsabilidad, en el presente expediente se analiza la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas (o refrescos) en tiendas detallistas (misceláneas, abarrotes, papelerías, tienditas y depósitos) en envase cerrado. Lo anterior, en virtud de que en México el principal canal para la venta de bebidas carbonatadas en envase cerrado son las tiendas detallistas como las misceláneas y los abarrotes. Los otros puntos de venta de refrescos en botella cerrada son autoservicios,<sup>272</sup> farmacias o tiendas de conveniencia.

Al respecto, Panamco México y Grupo Contal, ambos embotelladores de Coca Cola, reportaron que el 72% y 69.7% de sus ventas en dos mil dos, respectivamente, las realizaron en abarrotes y misceláneas; que en total habían vendido 77% y 79.2% de sus ventas, respectivamente, en canales de distribución de envase cerrado (tiendas detallistas, tiendas de conveniencia, farmacias, supermercados); en tanto que otra parte de las ventas fueron realizadas en restaurantes, bares y otros establecimientos donde se vende el refresco en envase abierto.<sup>273</sup>

<sup>270</sup> Ver páginas 16 y 17 de la respuesta al oficio de presunta responsabilidad de Panamco Bajío, folio 7204-7205 y páginas 14-17 de la respuesta al oficio de presunta responsabilidad de Panamco Golfo, folio 7005-7006, y pruebas aportadas por Propimex folio 6833-6834.

<sup>271</sup> Ver folio 6581-6598, documento titulado "Big Cola" elaborado por [REDACTED], enero de 2004, presentado como prueba por las emplazadas en la presente investigación. (Eliminado: 8 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>272</sup> De acuerdo con el Directorio'97 de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales, A.C., los autoservicios son "(...) el sistema directo de venta al consumidor que exhibe productos y artículos en forma abierta, clasificándolos por categorías y tipos, principalmente abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales, ofrecen la mayor atención con la menor intervención del personal y un área para el pago de los clientes, con sistemas Punto de Venta a la salida (...)" (fojas 4470 a 4479 de este expediente).

<sup>273</sup> Página quince del Reporte Anual del dos mil dos de Grupo Contal.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

En este tenor, el argumento de que la denunciante entró al mercado no es totalmente cierto. Los productos de la denunciante se distribuyen principalmente en autoservicios que no son el principal canal de venta de bebidas carbonatadas en envase cerrado. Las empresas de autoservicios tienen la capacidad de adquirir grandes volúmenes de productos, como las bebidas carbonatadas, a fin de abastecer a las cadenas de tiendas que esas empresas forman. En cambio, las tiendas detallistas, como miscelaneas y abarrotes, u otros puntos de venta similares, deben ser abastecidos de manera regular por el sistema de distribución y ventas de las embotelladoras de Coca Cola. Las denunciadas han señalado, Propimex, por ejemplo, que surten pedidos hasta tres veces por semana a esos puntos de venta. Esto se debe al reducido tamaño de las tiendas detallistas que no les permite tener inventarios de bebidas carbonatadas, a diferencia de las cadenas de autoservicios, las cuales, además de sus inventarios, mantienen ese producto en exhibición en el área de venta de sus tiendas. Esta situación indica que la capacidad de compra de las tiendas de autoservicio les permite negociar condiciones con las embotelladoras donde no hay exclusividad en la venta de los productos Coca Cola. Por el contrario, las tiendas detallistas son comercios con espacio reducido y venta de algunas cajas por semana, de modo que esas tiendas no tienen la capacidad para negociar condiciones similares a las que prevalecen en los autoservicios. En ese sentido, se establece que Big Cola tiene presencia en la parte del mercado relevante donde operan las empresas de autoservicios, pero en la otra parte del mercado, en las tiendas detallistas, donde se realiza la comercialización de aproximadamente un ██████████<sup>274</sup> de bebidas carbonatadas la presencia de los productos de la denunciante es menor. Esto significa que la denunciante no ha entrado a todo el mercado relevante como lo considera la denunciada en su argumento. (Eliminado un porcentaje. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Ajemex entró al mercado con un producto nuevo, presentaciones de refrescos de 2.5 litros o más, donde las empresas establecidas como Coca Cola no tenían presencia y fue el sistema Coca Cola y otras empresas, como señalan las emplazadas, las que reaccionaron con la introducción al mercado de sus propias presentaciones de 2.5 litros o más. Sin embargo, la introducción de nuevos productos no es suficiente ya que éstos necesitan ser vendidos a través de los canales de venta establecidos; el principal de ellos son las tiendas detallistas. Para abastecer a esos puntos de venta se requiere de un sistema de distribución cuyo desarrollo implica un elevado costo en tiempo, dinero y conocimiento del mercado. Asimismo, no hay que pasar por alto que dentro del canal detallista es práctica de uso común la celebración de contratos de exclusividad para la venta de refrescos, situación que limita el acceso de bebidas carbonatadas cuyas marcas sean diversas a las del sistema Coca Cola, conducta que se sanciona en el presente expediente.

---

<sup>274</sup> De conformidad con los datos obtenidos por esta CFC en la etapa de investigación del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Esos elementos son considerados, por ejemplo, en el estudio elaborado por el IPADE ya referido y valorado en la presente resolución, donde se señala, entre otras cosas, que algunas empresas no han podido enfrentar con éxito a Coca Cola en la competencia directa en la comercialización. En ese estudio se indica que una desventaja de Ajemex es que la mayor parte de la venta de refrescos en México se realiza en tiendas detallistas donde las embotelladoras de Coca Cola tienen dominio gracias a la colocación de refrigeradores en la mayor parte de las misceláneas ubicadas en las regiones más lucrativas.<sup>275</sup> Es decir, la denunciante entró al mercado y sus productos se distribuyen principalmente en autoservicios donde los embotelladores de Coca Cola difícilmente pueden establecer las mismas condiciones que en puntos de venta detallistas. Por ello es que el desarrollo del sistema de distribución para abastecer a puntos de venta al menudeo, y otros factores señalados en el oficio de presunta responsabilidad,<sup>276</sup> constituye una barrera a la entrada en el mercado.

- iv) Con relación a las afirmaciones vertidas por esta Comisión en el oficio de presunta responsabilidad respecto de la capacidad para fijar precios<sup>277</sup> las emplazadas indican que contrario a lo indicado por esta Comisión<sup>278</sup> la mayor preferencia de los consumidores por las bebidas carbonatadas de la marca Coca Cola “(...) *es un problema de oferta y demanda* (...)” aduciendo que un consumidor siempre pagará más por un bien de mayor calidad. No obstante lo anterior, Inmuebles del Golfo, Panamco Bajío, Industria Refresquera Peninsular y Panamco Golfo consideran que no obra en autos argumento alguno relacionado con los precios de las bebidas carbonatadas en las ZM de Oaxaca, Oaxaca; León, Guanajuato; Mérida Yucatán; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz; y, Puebla, Puebla. Por tanto los precios que se manejaron en el caso de las tiendas de autoservicio del Distrito Federal les son inaplicables. Por su parte, Propimex indica que tal como se observa de la lista de precios que acompañó como anexo 3 a su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad los precios de sus productos no se han incrementado abusivamente.

En cuanto a la capacidad de fijar precios afirman Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan en el numeral 4 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que no cuentan con la capacidad para fijar precios toda vez que: i) sus

---

<sup>275</sup> Ver folio 6587 del documento titulado Big Cola elaborado por el [REDACTED] enero de 2004, presentado como prueba por las emplazadas en la presente investigación. (Eliminado: 7 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>276</sup> La preferencia de los consumidores hacia las marcas Coca Cola así como la diferenciación de los productos que ofrece el sistema Coca Cola

<sup>277</sup> Argumentos relativos al análisis de la fracción I del artículo 13 de la LFCE identificado con la letra B (fojas 5413 a 5416 del expediente en que se actúa.).

<sup>278</sup> En el sentido de que existen dos factores indicativos de que el sistema Coca Cola tiene la capacidad para fijar precios en el mercado y que sus competidores no pueden contrarrestarla: i) la preferencia de los consumidores por los productos de la marca; y, ii) la diferenciación de productos que permite aumentar precios.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

competidores tienen la facultad de contrarrestar tal capacidad (refieren al respecto la capacidad económica de Big Cola); y, ii) los precios de las bebidas carbonatadas dependen de los insumos con los cuales se elaboran y las emplazadas no pueden influir en su determinación. Concluye señalando que los agentes competidores del sistema Coca Cola son los que fijan precios al pretender siempre ofertar el menor. Por su parte, TCCEC señala en la letra A del apartado II.3.4.2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que con la entrada de Ajemex al mercado relevante se provocó una disminución de los precios de las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola y Pepsi Cola situación que evidencia que no cuenta con la capacidad para fijar precios.

Respecto del hecho consistente en que la diferenciación de sus productos permite al sistema Coca Cola tener la capacidad de aumentar precios argumentan que tal situación se explica como una reacción a las exigencias tanto de los consumidores como de los competidores.<sup>279</sup>

En cuanto a la gráfica contenida en la foja 5415 del presente expediente que constituye un indicio por el que se aprecia la reducida capacidad de Pepsi (principal competidor del sistema Coca Cola) para contrarrestar la política de precios de las emplazadas indican que “(...) *el supuesto diferencial de precios no basta para presumir que... impone condiciones en el mercado (...)*”. Al respecto añaden que “(...) *el estancamiento de los productos de Pepsi... en las preferencias de los consumidores, se deriva de... la baja calidad del servicio que ofrecen (...)*” por lo que “(...) *la capacidad de Coca Cola de ofrecer sus productos en varias presentaciones (...)*” no es la causa por la que su principal competidor no haya aumentado su participación en el mercado relevante.

La capacidad para fijar precios en el mercado está en función de la presencia de competidores la cual es reducida tomando en cuenta los porcentajes de mercado del sistema Coca Cola [REDACTED] ya que la competencia entre marcas no se valora únicamente por el número de marcas que existan. Además, la preferencia del consumidor por el producto sabor cola de las emplazadas otorga mayores ventajas a estas empresas para fijar precios. Por otro lado, como han señalado las emplazadas, la denunciante tuvo éxito con la introducción de un nuevo producto y ante ello, las emplazadas tuvieron que reaccionar por el éxito que estaban teniendo las presentaciones de 2.5 y 3 litros en el mercado. Es decir, la competencia aumentó en ese tipo de presentaciones pero las nuevas empresas aun no entran a competir donde Coca Cola tiene mayor presencia. También las emplazadas han destacado que los productos de Pepsi Cola no han tenido éxito con sus campañas lo cual indica que los productos de Coca Cola siguen siendo preferidos por los consumidores. Es decir, aun con la presencia de un mayor número de marcas de refrescos, estas marcas tienen menor presencia entre los consumidores y por lo tanto menor capacidad para restringir las decisiones de Coca Cola. Por último, en el oficio de presunta responsabilidad indica que la información de precios de diversas bebidas en autoservicios de la Ciudad de México fue

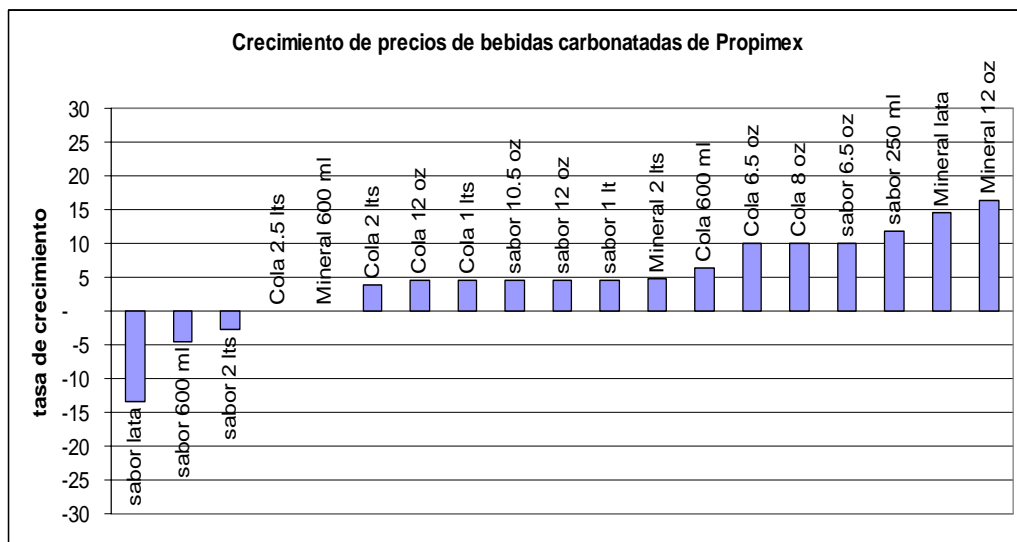
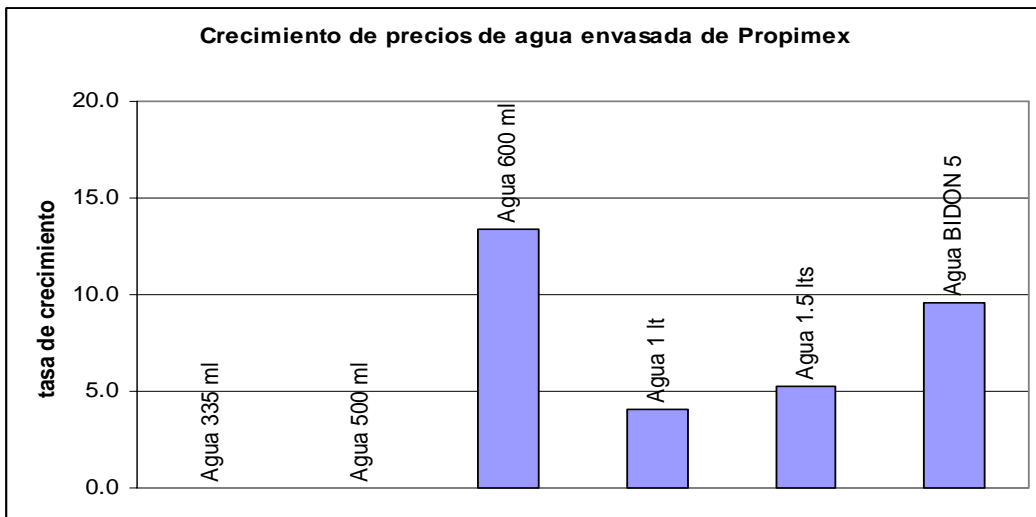
---

<sup>279</sup> Al respecto refieren que con la introducción en el mercado relevante de los envases de bebidas carbonatadas con capacidad de dos punto cinco litros o superior las emplazadas tuvieron que reaccionar e implementar la misma capacidad para los envases en que ofrece las bebidas carbonatadas que comercializa.









vi) En cuanto a la inversión en publicidad requerida para que una marca o nombre comercial adquiriera presencia de mercado que permita competir con marcas o nombres ya establecidos<sup>280</sup> la emplazada indica que aún cuando su inversión en tal rubro es mayor no puede impedir que sus competidores “(...) con sus recursos y de acuerdo a sus planes de ventas, también realicen inversiones en los diferentes medios de comunicación (...)”.

<sup>280</sup> Análisis realizado por esta CFC en las fojas 5424 a 5425 del presente expediente.

De esta forma, las emplazadas pretenden acreditar que el desarrollo de nuevas empresas y la introducción de sus productos y presentaciones al mercado demuestran que no hay barreras de entrada. Según ellas, la CFC debe tener en cuenta que la escala de producción de estas empresas les ha permitido ingresar en una buena parte del territorio nacional, condición que establece la fracción II del artículo 13 de la LFCE. Al respecto, señalan que si bien hay que hacer una evaluación comparando la escala de negocios, la asimetría de las empresas no se debe interpretar como abuso de poder sustancial. Señalan que el mercado de refrescos es disputable y para ello indican la gran cantidad de nuevas marcas de refrescos que han entrado al mercado. Según las emplazadas, la escala de planta que manejan los fabricantes y distribuidores de estos productos es más reducida que la de otras empresas que tienen muchos años en la industria.

Con relación a tales argumentos se menciona que son ejemplos de que el mercado es disputable y que su éxito y capacidad para mantenerse en el mercado depende de su creatividad y de identificar y concentrarse en ciertos nichos de mercado. En eso consiste el proceso de competencia en una economía de mercado. En virtud de la entrada de esos productos, las empresas establecidas tuvieron que introducir presentaciones de 2.5 litros al reaccionar y poder cubrir un segmento que exitosamente habían descubierto y explotado las nuevas empresas.

En efecto, la entrada al mercado de nuevas marcas de refrescos ocurre con presentaciones de 2.5 litros o más que no existían antes en el mercado y como señalan las emplazadas, estas tuvieron que reaccionar introduciendo sus propios productos. Sin embargo, no es suficiente con crear nuevas presentaciones de refrescos ya que hay que venderlas y para hacerlo se requiere un sistema de distribución al menudeo, publicidad, así como la aceptación de los consumidores. En estos factores es donde toma relevancia el hecho de que la celebración de contratos de exclusividad es una práctica común dentro del mercado relevante ya que al celebrar tales actos jurídicos, el sistema Coca Cola limita el acceso de diversas marcas de bebidas carbonatadas al canal detallista

Como señalan las emplazadas, las nuevas empresas tienen escalas de producción más reducidas y su éxito dependerá de su creatividad. Sin embargo, el problema analizado es que actualmente el sistema Coca Cola tiene la capacidad, el poder de mercado, para limitar el crecimiento de sus competidores a través de la realización de las prácticas monopólicas objeto del presente expediente. Por lo anterior, tomando en consideración que el canal detallista es la principal vía para comercializar las bebidas carbonatadas en envase cerrado las conductas desarrolladas por el sistema Coca Cola en tal canal le otorgan la capacidad de imponer condiciones limitando la venta de productos de Ajemex. En efecto, son las barreras a la entrada descritas en el oficio de presunta responsabilidad las que determinaron la capacidad del sistema Coca Cola para imponer condiciones anticompetitivas en el canal de venta detallista.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

- vii) En cuanto al hecho de que en el mercado de las bebidas carbonatadas las prácticas de comercialización consistentes en la celebración de contratos de exclusividad y la entrega de refrigeradores en comodato a los establecimientos detallistas son de uso común y tienen el efecto de restringir la entrada al mercado de nuevas empresas, Industria Refresquera Peninsular y Panamco Bajío señalan “(...) **los pocos convenios de exclusividad que se llegan a celebrar** están claramente justificados... y permiten otorgar financiamiento para comenzar o incrementar los negocios de [sus] clientes (...)” [énfasis añadido]. Con relación a la celebración de contratos de comodato afirman Propimex, Panamco Golfo e Inmuebles del Golfo que tal situación “(...) no representa una barrera a la entrada, sino una ventaja competitiva (...)” y añaden que esta CFC “(...) ha reconocido que estos contratos son... legales y no impiden a terceros ofrecer sus productos (...)”,<sup>281</sup>

Es infundado lo sostenido al contestar el oficio de presunta responsabilidad. En principio se aclara que en tal documento no se estableció que la entrega de refrigeradores constituyera una presunta práctica monopólica ni que tuviera el propósito de impedir la entrada al mercado.

Ahora bien, la LFCE y el oficio de presunta responsabilidad no consideran que las barreras a la entrada sean actos ilegales cometidos por las empresas. Las barreras a la entrada de tipo económico son factores de mercado que limitan la entrada de nuevas empresas. Por ejemplo, el desarrollo de un sistema de distribución proporciona beneficios al mercado y para la empresa que lo desarrolla. Incluso, el desarrollo de un sistema de distribución que reduzca costos es una de las eficiencias consideradas en el artículo 6 del RLFCE. Sin embargo, ese mismo sistema de distribución es un factor que contribuye a crear poder de mercado por ello es que el costo de desarrollar un sistema de distribución se incluye como barrera a la entrada en el artículo 11 del RLFCE. En la misma situación se encuentra la entrega de refrigeradores a los puntos de venta y la publicidad, ambos son elementos que constituyen barreras a la entrada, no porque sean ilegales como lo interpretan las emplazadas, sino por ser factores económicos cuyo desarrollo implica un elevado costo en tiempo y dinero para las nuevas empresas.

Finalmente, respecto a la fracción IV del artículo 11 del RLFCE, las emplazadas señalan que con relación a la publicidad se debe considerar la capacidad de Ajemex para anunciar sus productos en radio, televisión y prensa. Las emplazadas consideran que aún cuando destinen más recursos para publicitar sus productos, eso no significa que puedan impedir que Ajemex, con sus recursos y de acuerdo a sus planes de ventas, también realice inversiones en los diferentes medios de comunicación.

---

<sup>281</sup> Expediente DE-06-2000.

Al respecto, en el oficio de presunta responsabilidad no se dice que las emplazadas impidan a la denunciante a realizar publicidad, lo que se indica es que la publicidad es una barrera a la entrada por las razones que se han explicado en párrafos anteriores.

- viii) Con relación a la elevada participación de las emplazadas en el mercado relevante reiteran que “(...) *el ingreso reciente... participación... y presencia de nuevos competidores en el mercado, demuestra que... no existen barreras sustanciales a la entrada y que dicha participación no puede ser presunción... de poder de mercado (...)*”.

En lo que respecto a la fracción III del artículo 13 de la LFCE, las emplazadas niegan que se pueda distinguir como su principal competidor a Pepsi Cola ya que enfrentan la competencia, entre otros, de Ajemex. Según esas empresas, existen en el mercado diversos competidores, los cuales de acuerdo a sus recursos y capacidades empresariales, tienen presencia en el mercado; y que si bien no en la misma dimensión de las emplazadas, eso no les impide competir con ellas en ciertas regiones con éxito. Por la misma razón, las emplazadas señalan que su supuesta elevada participación de mercado no es suficiente para presumir que ellas tienen poder sustancial en el mercado relevante. Estas empresas señalan que en el oficio de presunta responsabilidad se reconoce que aún aquellas empresas que pueden integrar verticalmente sus procesos productivos no tienen capacidad de obstaculizar la entrada de terceros al mercado. Según las emplazadas, el estancamiento de Pepsi Cola en las preferencias de los consumidores se deriva de otras consideraciones como la baja calidad del servicio. Por ejemplo, Propimex señala que en la ZM de la Ciudad de México atiende a 180 mil clientes y surte pedidos hasta tres veces por semana, ofrece refrigeradores en comodato para complementar el servicio, situación que contrasta con el modesto desempeño de Pepsi Cola.

Es infundado lo esgrimido al dar contestación al oficio de presunta responsabilidad, toda vez que el simple número de empresas no es suficiente para establecer si existe o no poder sustancial y competencia en el mercado. Por ello, la fracción III del artículo 13 de la LFCE establece que se debe considerar la capacidad que tienen esos competidores a fin de valorar si esas empresas pueden contrarrestar las acciones de la empresa cuyo poder de mercado se analiza. En ese caso, el tamaño de cada empresa indica su capacidad para competir y si ese tamaño es pequeño comparado con la capacidad que tengan las empresas integrantes del sistema Coca Cola ello es un indicador adicional, de acuerdo con la referida fracción III del artículo 13, del poder de mercado que poseen las empresas emplazadas.

Los propios argumentos de las emplazadas muestran la escasa capacidad de competir de sus competidores. Por ejemplo, Propimex señala: “(...) *La calidad que el embotellador de Pepsi Cola ofrece se ha ido deteriorando paulatinamente; su red de distribución es deficiente y su flotilla de transporte está en mal estado (Propimex estima que apenas alcanza a surtir a unos 100 mil clientes dentro de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México), sus campañas publicitarias*

*han sido poco productivas, incapacidad para ofrecer producto frío, etc. Por tal motivo, por la mala calidad de servicio que ofrecen a sus clientes, tienen que ofrecer sus productos a precios más bajos, para que al menos, logren mantener su posición en el mercado. Propimex no es responsable de que este competidor administre de manera ineficiente su negocio<sup>282</sup> (...)”*

Un competidor con la poca capacidad de competencia como se describe en el párrafo anterior es el factor considerado en la fracción III del citado artículo 13. La poca capacidad de los competidores en el mercado contribuye al poder sustancial de la empresa analizada, en el presente caso las integrantes del sistema Coca Cola, ya que esos competidores no están en posibilidad de contrarrestar las acciones de un grupo económico con poder sustancial. Como señala la emplazada, aún cuando Pepsi Cola reduce sus precios, ese producto no es adquirido por los consumidores, lo cual implica que Coca Cola, entre otras cosas, está en posibilidad de fijar precios. Los elementos señalados por la emplazada son entonces argumentos que refuerzan el análisis y conclusiones del oficio de presunta responsabilidad acerca de que los productos de la marca Coca Cola no enfrentan una fuerte competencia en el mercado. En ese sentido, las empresas competidoras no están en posibilidad de contrarrestar el poder sustancial del sistema Coca Cola y éste tiene la capacidad para hacer un uso ilegal de ese poder a través de las prácticas monopólicas que fueron objeto de la presente investigación.

- ix) Señalan que tan se está en presencia de un “(...) *mercado disputable* (...)” que esta Comisión indicó que hasta el momento de la emisión del oficio de presunta responsabilidad no se tenía conocimiento de que la integración vertical y las inversiones conjuntas realizadas por las embotelladoras de bebidas carbonatadas implicaran una restricción en el abasto de insumos en los mercados relevantes.<sup>283</sup>

Al respecto vale la pena enfatizar que ni la normatividad aplicable ni el oficio de presunta responsabilidad consideran que la integración vertical y los sistemas de distribución sean prácticas monopólicas y tampoco se ha afirmado que la inversión conjunta de las empresas que integran la franquicia de Coca Cola esté prohibida por la LFCE.

La capacidad de distribución y la integración vertical otorga ventajas a Coca Cola, en el oficio de presunta responsabilidad no se establece que esas ventajas sean ilegales, por el contrario, pueden ser resultado tanto de la eficiencia de esa empresa como de la oferta de un mejor producto al consumidor. Sin embargo, esas ventajas pueden crear poder de mercado el cual, se vuelve a reiterar, no es ilegal ya que la LFCE no sanciona el poder de mercado.

Lo ilegal es el uso de ese poder de mercado para desplazar o tratar de desplazar indebidamente a sus competidores o impedir su acceso.

---

<sup>282</sup> Folio 6833.

<sup>283</sup> Foja 5431 del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

- x) Por lo expuesto en los numerales precedentes consideran que la entrada de Ajemex al mercado relevante, la expansión de sus ventas, sus rutas de distribución, las ciudades en que tiene presencia, sus campañas publicitarias y el ingreso de otros competidores al mercado “(...) *son pruebas fehacientes de que... no tiene la capacidad de imponer condiciones en el mercado y que es falso... que tenga poder sustancial en el mercado relevante (...)*”.

Con relación a lo anterior, se reitera lo infundado de las argumentaciones analizadas y en órbice de repeticiones inútiles deberán de tenerse por insertados los razonamientos que demuestran que las emplazadas cuentan con poder sustancial en los mercados definidos en el oficio de presunta responsabilidad.

Propimex, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular, Inmuebles del Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México manifiestan en el capítulo 6 de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad situaciones que a su juicio constituyeron violaciones procesales durante la tramitación del presente expediente; asimismo, vierten sus excepciones y defensas generales. Dividen sus argumentos en once numerales que a continuación se estudian.

6.1 Indican que los artículos 23 a 31 del RLFCE son inconstitucionales ya que “(...) *regulan en forma indebida, contraria y excesiva los artículos 30, 31, 32 y 33 de la LFCE (...)*”. En este sentido afirman que “(...) *regulan sin distinguir a dos procedimientos distintos y por tanto resulta indebido buscar aplicar las reglas del procedimiento reglamentario de investigación de oficio a un procedimiento de denuncia de parte (...)*”.

La argumentación en estudio es infundada. Sin perjuicio de que este órgano desconcentrado no cuenta con facultades para pronunciarse respecto de la constitucionalidad de disposiciones contenidas en reglamentos federales se indica que tal como se refiere en los antecedentes de la presente resolución durante la etapa de investigación del presente expediente se promovieron diversos juicios de garantías en los que se argumentó la inconstitucionalidad de los artículos referidos y una vez desahogada la secuela procesal prevista en la Ley de Amparo el Poder Judicial determinó la constitucionalidad de los preceptos aludidos. Como ejemplo, se cita la ejecutoria emitida por el H. Quinto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa en el Primer Circuito Judicial al resolver el toca R.A. 167/2004, que derivó del juicio de amparo promovido por Panamco México:

*“(...) en la sentencia recurrida se omitió analizar minuciosamente la inconstitucionalidad alegada por la parte quejosa, respecto de los artículos 23, 24, 25 y 29, del reglamento de la ley Federal de Competencia Económica, puesto que únicamente, como bien lo afirma la parte recurrente, se hizo referencia a los diversos*





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*artículos 30, 31 y 33 de la Ley Federal de Competencia Económica, sin resolver exhaustivamente la cuestión realmente planteada.*

*Sin embargo, resulta inoperante dicha argumentación de la recurrente, toda vez que carece de razón cuando se afirma que aquellos preceptos 23, 24, 25 y 29, del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica-, transgreden en su perjuicio la garantía de reserva de ley, por los siguientes motivos que se pasan a exponer.*

*Previo al estudio, resulta conveniente acudir a cuestiones generales que giran en torno a la función interpretativa de la ley a fin de llegar al conocimiento de la verdad material frente a la verdad formal.*

*La creación de toda norma comúnmente obedece a una realidad social producto de necesidades insatisfechas, cuya solución y encauzamiento se busca a través de la institución jurídica que se establece dentro de un régimen de derecho.*

*El legislador, previamente a la creación de la norma., primero estudia, observa y analiza la realidad social y después reglamenta. Por eso se afirma que toda ley tiene su ratio legis, o sea el motivo y el por qué de su elaboración.*

*Como la función de la norma jurídica se valora en su adaptación, es importante que el juzgador, tanto al aplicarla como al interpretarla, conozca los motivos que inspiraron al legislador en su configuración, a fin de que la impartición de justicia sea más congruente con la realidad social reglamentada.*

*Así, pueden presentarse dos actitudes por parte del intérprete, una que es la que recurre a la intención del legislador y que es la que se ha llamado interpretación auténtica o tradicional y la otra, que es la interpretación que se hace de la norma tratando de encontrar un ideal de equidad y justicia que son los principios que se supone inspiran en todo caso la actividad del juzgador.*

*De lo anterior se colige que, en la interpretación de las normas, la función del juzgador consiste en coadyuvar a la realización del propósito primordial que encierra el precepto a fin de alcanzar un ideal de justicia, precisamente para ello que se aparte del formalismo que aísla al derecho de la realidad que le dio vida y se sumerja en los datos que proporcionaron al legislador las fuentes materiales.*

*Siguiendo esas directrices, se procede ahora a abordar la materia del presente asunto.*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*Ahora bien, la litis en torno a la cuestión de constitucionalidad de los artículos 23, 24, 25 y 29, del reglamento de la Ley Federal de Competencia (sic) radica, concretamente, en que los preceptos impugnados sostiene la quejosa, transgreden las garantías de legalidad y seguridad jurídica, previstas en el artículo 16 constitucional, porque pretenden regular tanto los procedimientos de denuncia, como los de investigación de oficio, por ello van más allá de lo contemplado por los diversos preceptos 30 y 33 de la Ley Federal de Competencia Económica.*

*La garantía de seguridad jurídica se consagra en el artículo 16 constitucional de la siguiente manera:*

*[se transcribe]*

*La actuación conjunta de los principios de seguridad jurídica, en su dimensión amplia, y de legalidad, como manifestaciones concretas de aquél, implican que es tarea del legislador la creación de normas jurídicas generales, abstractas e impersonales, y que sólo corresponde a las autoridades administrativas la aplicación puntual de dichas normas, sin que el actuar pueda crear por sí y ante sí una regla de observancia general que no encuentre su sustento en ley, lo cual trasciende a las disposiciones reglamentarias-que por su naturaleza no son innovativas del orden jurídico- derivadas del ejercicio de la potestad que le confiere el artículo 89, fracción I, constitucional, que al efecto establece:*

*[se transcribe]*

*Del cual claramente se advierte que la facultad reglamentaria del Presidente de la República debe ceñirse al marco que establezca la ley correspondiente, de acuerdo a su exacta observancia.*

*En el presente caso, es conveniente tener presente que la Ley Federal de Competencia (sic) es reglamentaria del artículo 28 de la Ley Fundamental en materia de competencia económica, monopolios y libre concurrencia, por lo que al establecer en sus numerales que la Comisión impugnará y sancionará aquellas concentraciones cuyo objeto o efecto sea disminuir, dañara o impedir la competencia y libre concurrencia, respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados, estableciendo cuáles son los indicios de esos supuestos que deberá considerar dicha comisión en la investigación de concentraciones, es para el mejor desarrollo económico de la libre concurrencia.*

*Pues, conforme al artículo 28 constitucional, la autoridad, que en la especie es la comisión, debe perseguir eficazmente, entre otras, todo acuerdo, procedimiento o*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados, así como, en lo general, todo acto 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.*

*Por tanto, dicha ley federal reglamenta la norma constitucional, a fin de que se obtenga el cumplimiento eficaz de la garantía individual contenida en el numeral 28 en comento, respecto de la materia competencia económica, los monopolios y la libre concurrencia; regulando las conductas implicadas en fenómenos económicos como son los referentes a la competencia y libre concurrencia en el mercado, para lo cual tiene por propósito prohibir las prácticas monopólicas y las concentraciones cuando éstas dañen igualmente la competencia o la libre concurrencia a través de eliminar competidores, impedir el acceso al mercado de otros, o de imponer su voluntad para controlar el mercado en materia de precios o de condiciones de abasto, compra o distribución de productos o servicios.*

*El artículo 30 en relación con el 31 de la Ley Federal de Competencia Económica, ambos comprenden el procedimiento investigador correspondiente en los términos siguientes.*

*[se transcribe]*

*De las anteriores transcripciones se advierte que la Comisión Federal de Competencia iniciará la investigación para determinar si existen o no prácticas monopólicas, ya sea de oficio o a petición de parte, para lo cual podrá solicitar la información que requiera para tal efecto; ahora, si con motivo de esta investigación no hay indicios de la existencia de las prácticas monopólicas que específicamente se investigaron o no hay elementos sobre la presunta responsabilidad del investigado, el expediente se mandará a archivar, pero en caso contrario, es decir, que existan elementos de la posible infracción, se iniciará el procedimiento administrativo en forma de juicio, conforme a lo dispuesto en el artículo 33 de la multicitada Ley que dice:*

*[se transcribe]*

*En relación con lo anterior, la ley citada prevé el procedimiento a seguir tratándose de investigaciones iniciadas por la Comisión Federal de Competencia, toda vez que, señala que los procedimientos ante ella se iniciarán de oficio o a petición de parte, así como que el procedimiento se tramitará conforme a las bases que establece el*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*citado numeral 33, el cual no hace distinción alguna entre el que inició de oficio o el que se originó a petición de parte, pues en su fracción I señala que se emplazará al presunto responsable, informándole en qué consiste la investigación, acompañando en su caso copia de la denuncia, lo que se traduce en que las bases en él contenidas se refieren tanto al procedimiento oficioso como al seguido a petición de parte-por denuncia.*

*Lo anterior tiene como objetivo primordial, el sancionar actos que contravengan la libre competencia, toda vez que, pretenden sancionar operaciones en las que uno de los competidores queda excluido de la posibilidad de obtener ventaja exclusiva indebida con el correlativo perjuicio del público en general o una clase social.*

*Por su parte, los artículos 23, 24, 25 y 29 del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica, que se tildan de inconstitucionales, son del tenor literal siguiente:*

*[se transcribe]*

*De los artículos transcritos se desprende la facultad de la Comisión Federal de Competencia para investigar prácticas monopólicas prohibidas, dar trámite a las denuncias presentadas por ese aspecto, así como requerir información a los particulares.*

*En materia de competencia económica, el vicio que la quejosa a tribuye al Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica, propiamente implica una irregularidad que puede afectar los actos de aplicación de la misma, en la medida en que lo contemplado en el reglamento de la ley exceda el contenido de la propia ley de la cual emana.*

*Las irregularidades en la aplicación del Reglamento anunciado pueden derivar igualmente del empleo incorrecto de los procedimientos económicos y técnicos que estime la autoridad apropiados para descubrir los monopolios, entre otras cuestiones.*

*Estas afirmaciones no pasan por alto que desde el punto de vista de una técnica legislativa muy depurada, sería altamente recomendable que la ley, de la cual emana el Reglamento en análisis, fuera más detallada, como sucede en la especie, en la descripción y tramitación de los procedimientos de –oficio o por denuncia-, contemplados en ella para controlar y sancionar las prácticas desleales y así exista un mejor desarrollo en materia de competencia económica.*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*En este sentido, basta que la ley Federal de Competencia (sic), sienta las bases, como se apuntó en líneas arriba, para que a través de sus normas sea posible examinar la regularidad de los actos de comercio de acuerdo con los lineamientos y principios sentados por ésta ( para que la autoridad correspondiente inicie sus facultades, tramite el procedimiento correspondiente y sancione las actividades económicas que incurran en prácticas monopólicas), para luego ser detallados o pormenorizados en su Reglamento, para que de esa manera se tengan por satisfechos los principios de legalidad y seguridad jurídica.*

*En el presente caso, **contrariamente a lo considerado por la recurrente, los preceptos reglamentarios impugnados de inconstitucionales al regular la tramitación del procedimiento (sic) inicia de oficio o mediante denuncia no hace sino ceñirse a las bases del procedimiento de investigación y sancionatorio que establece la Ley Federal de Competencia Económica, para luego detallarlo, pues es la propia ley la que establece la posibilidad de que se inicie de o oficio o por denuncia, siendo entonces que por el hecho de detallar la tramitación de los procedimientos así iniciados, no crea por sí y ante sí una regla de observancia general que no encuentre sustento en la ley.***

*En otras palabras, el hecho de que los artículos 23, 24, 25 y 29 del reglamento de la Ley Federal de Competencia (sic) regulen lo relativo a la investigación sobre probables prácticas monopólicas y concentraciones, ya sea por denuncia o de oficio, no transgrede el principio constitucional de reserva de ley, puesto que a través de ellos se colige el marco de la investigación de la autoridad, es decir únicamente se limita a complementar y a detallar el contenido de aquellos artículos 30 y 33 de la Ley Federal de Competencia (sic) (...)” [énfasis añadido].*

Por consecuencia, el argumento es inatendible en virtud de que la CFC no tiene facultades para resolver la constitucionalidad de la leyes o reglamentos, y por el otro, ya ha sido materia de estudio por el Poder Judicial de la Federación, lo que constituye cosa juzgada para las empresas que promovieron los juicios de amparo correspondientes.

No debe perderse de vista que la figura de cosa juzgada implica la fuerza que la ley atribuye a la sentencia ejecutoria, es decir la necesidad jurídica de que lo fallado y estudiado sea considerado irrevocable e inmutable. En otras palabras es la institución jurídica de la cual derivan diversos efectos de carácter trascendental. Es una presunción legal absoluta que como prueba puede invocarse en un asunto donde se discuta alguna cuestión resuelta previamente. Sirven de apoyo las siguientes:

**CONCEPTOS DE VIOLACIÓN INOPERANTES, CUANDO PRETENDEN COMBATIR ASPECTOS RESUELTOS EN UN JUICIO DE AMPARO ANTERIOR.** No. Registro: 190,388. Jurisprudencia. Materia(s):Penal. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Federación y su Gaceta Tomo: XIII, Enero de 2001 Tesis: VII.2o.P. J/2 Página: 1537. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA PENAL DEL SÉPTIMO CIRCUITO. Amparo directo 270/2000. 23 de agosto de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis Arellano Pita. Secretario: Alberto Díaz Díaz. Amparo directo 296/2000. 13 de septiembre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Alfonso Ortiz Díaz. Secretario: José Saturnino Suero Alva. Amparo directo 315/2000. 27 de septiembre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis Arellano Pita. Secretario: Jorge Esteban Cassou Ruiz. Amparo directo 342/2000. 25 de octubre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Alfonso Ortiz Díaz. Secretario: José Saturnino Suero Alva. Amparo directo 393/2000. 29 de noviembre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Alfonso Ortiz Díaz. Secretario: José Saturnino Suero Alva.

**COSA JUZGADA EN EL JUICIO DE GARANTIAS. REQUISITOS QUE SE NECESITAN PARA QUE OPERE LA.** No. Registro: 200,898. Tesis aislada. Materia(s): Común. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: IV, Noviembre de 1996 Tesis: XX.95 K Página: 420. TRIBUNAL COLEGIADO DEL VIGESIMO CIRCUITO. Amparo en revisión 147/96. Corona del Soconusco, S.A. de C.V. 15 de agosto de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: Francisco A. Velasco Santiago. Secretario: José Gabriel Clemente Rodríguez.

En este caso, se cumplen los requisitos que la doctrina y la jurisprudencia han señalado para que surja la cosa juzgada: identidad de personas, que consiste en que las partes que intervienen en ambos juicios sean las mismas; identidad de las cosas, ya que solo tiene eficacia respecto del bien o derecho sobre los cuales recae; e identidad de la causa de pedir o hecho jurídico generador del derecho que se haga valer, es decir, que la causa jurídica de la acción sea la misma.

En la especie, existe identidad en cuanto a los siguientes aspectos:

- Las partes: por un lado, el Presidente, el Secretario Ejecutivo y el Director General de Investigaciones de esta CFC; y por otro, las emplazadas;
- Las cosas: las investigaciones que lleva a cabo esta Comisión para verificar el cumplimiento a la LFCE; y
- Causa de pedir: las argumentaciones de Panamco México sobre la constitucionalidad de los artículos 23 a 31 del Reglamento de la LFCE.

Similar criterio ha adoptado el Poder Judicial en el toca 1324/2004 del índice del H. Décimo Primer Tribunal Colegiado en el Primer Circuito Judicial (quejosa Propimex) en el que negó la protección federal respecto de los artículos 23, 25 y 29 del RLFCE.

Por lo anterior, existen diversos criterios judiciales que han declarado la constitucionalidad de las normas que pretenden impugnar las emplazadas.

Aunado a lo anterior se indica que por lo que hace a Panamco México y Propimex se actualiza la figura jurídica de cosa juzgada ya que no debe perderse de vista que tal figura implica la fuerza que la ley atribuye a la sentencia ejecutoria, es decir la necesidad jurídica de que lo fallado y estudiado sea considerado irrevocable e inmutable. En otras palabras es la institución jurídica de la cual derivan diversos efectos de carácter trascendental. Es una presunción legal absoluta que



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

como prueba puede invocarse en un asunto donde se discuta alguna cuestión resuelta previamente. Sirven de apoyo las tesis citadas con los rubos siguientes

**CONCEPTOS DE VIOLACIÓN INOPERANTES, CUANDO PRETENDEN COMBATIR ASPECTOS RESUELTOS EN UN JUICIO DE AMPARO ANTERIOR.**

No. Registro: 190,388. Jurisprudencia. Materia(s): Penal. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIII, Enero de 2001 Tesis: VII.2o.P. J/2 Página: 1537. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA PENAL DEL SÉPTIMO CIRCUITO. Amparo directo 270/2000. 23 de agosto de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis Arellano Pita. Secretario: Alberto Díaz Díaz. Amparo directo 296/2000. 13 de septiembre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Alfonso Ortiz Díaz. Secretario: José Saturnino Suero Alva. Amparo directo 315/2000. 27 de septiembre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis Arellano Pita. Secretario: Jorge Esteban Cassou Ruiz. Amparo directo 342/2000. 25 de octubre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Alfonso Ortiz Díaz. Secretario: José Saturnino Suero Alva. Amparo directo 393/2000. 29 de noviembre de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Alfonso Ortiz Díaz. Secretario: José Saturnino Suero Alva.

**COSA JUZGADA EN EL JUICIO DE GARANTIAS. REQUISITOS QUE SE NECESITAN PARA QUE OPERE LA.**

No. Registro: 200,898. Tesis aislada. Materia(s): Común. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: IV, Noviembre de 1996 Tesis: XX.95 K Página: 420. TRIBUNAL COLEGIADO DEL VIGESIMO CIRCUITO. Amparo en revisión 147/96. Corona del Soconusco, S.A. de C.V. 15 de agosto de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: Francisco A. Velasco Santiago. Secretario: José Gabriel Clemente Rodríguez.

En este caso, se cumplen los requisitos que la doctrina y la jurisprudencia han señalado para que surja la cosa juzgada: identidad de personas, que consiste en que las partes que intervienen en ambos juicios sean las mismas; identidad de las cosas, ya que solo tiene eficacia respecto del bien o derecho sobre los cuales recae; e identidad de la causa de pedir o hecho jurídico generador del derecho que se haga valer, es decir, que la causa jurídica de la acción sea la misma.

En la especie, existe identidad en cuanto a los siguientes aspectos:

- Las partes: por un lado el Presidente, el Secretario Ejecutivo de esta CFC; y por otro, Panamco México y Propimex;
- Las cosas: la constitucionalidad de diversos preceptos del RLFCE que regulan la etapa de investigación del presente expediente; y
- Causa de pedir: las argumentaciones de Panamco México y Propimex que pretendieron cuestionar la inconstitucionalidad de los preceptos referidos.

Finalmente, con independencia de lo mencionado se reitera la CFC no puede contestar agravios que versen sobre constitucionalidad de leyes ni reglamentos.

**SALA SUPERIOR DEL TRIBUNAL DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN. CARECE DE FACULTADES PARA CONOCER DE LA INCONSTITUCIONALIDAD DE LEYES.**

No. Registro: 186,124. Tesis aislada. Materia(s): Administrativa. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XVI, Agosto de 2002. Tesis: IV.2o.A.42 A. Página: 1383. SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL CUARTO CIRCUITO. Amparo directo 331/2001. Partido Revolucionario Institucional. 8 de febrero



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

de 2002. Unanimidad de votos. Ponente: Julio Ramos Salas. Secretario: Rodolfo Munguía Rojas. Nota: Las tesis citadas aparecen publicadas, las dos primeras, en el Semanario Judicial de la Federación, Sexta Época, Volumen CXXXV, Cuarta Parte, página 37, y Séptima Época, Volumen 42, Cuarta Parte, página 17, respectivamente, y la tercera en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo X, agosto de 1999, página 5, tesis P./J. 74/99.

6.2 Señalan que el acuerdo de inicio de investigación carece de motivación ya que no especificó los hechos investigados, es decir, no contenía “(...) *las circunstancias de tiempo, modo, persona o lugar* (...)” que dieron origen a la etapa de investigación del presente expediente. Añaden que tal acto no especificó cuándo tuvieron lugar las prácticas monopólicas relativas; quiénes las llevaron a cabo; las circunstancias en que se suscitaron; los afectados por su comisión; la definición del mercado relevante; y, la determinación del poder sustancial. Asimismo, afirman que desconocen porqué las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE fueron aplicables al caso concreto, porqué se les involucró en el presente procedimiento y el porqué los referidos preceptos son causa legal del procedimiento. Concluye que además de ser genérico y ambiguo el procedimiento de investigación inició “(...) *a manera de pesquisa* (...)”.

Los argumentos referidos son inatendibles. El Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha determinado que las actuaciones realizadas durante la etapa de investigación (como el acuerdo de inicio) se ubican dentro la hipótesis de procedencia del juicio de garantías prevista en la fracción II del artículo 114 de la Ley de Amparo y por tanto cualquier afectación que tales actuaciones causen a los gobernados debe ser combatida a través del juicio de amparo. Por lo anterior, el escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad emitido en el presente expediente no es la vía por la cual debe combatirse el acuerdo de inicio del cinco de junio de dos mil tres. Apoya lo anterior el siguiente criterio jurisprudencial:

**COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA. EL PROCEDIMIENTO OFICIOSO DE INVESTIGACIÓN DE ACTOS QUE SE ESTIMAN LESIVOS DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS PARTICULARES, QUE EFECTÚA DICHO ÓRGANO, NO ES UN PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO EN FORMA DE JUICIO.**

No. Registro: 191,363. Tesis aislada Materia(s): Administrativa. Novena Época. Instancia: Pleno Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XII, Agosto de 2000 Tesis: P. CVIII/2000 Página: 103. Amparo en revisión 2617/96. Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. Amparo en revisión 2318/97. Luis Ruiz Ortiz. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CVIII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación no es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Sin menoscabo de lo anterior, conviene señalar que el acuerdo de inicio de investigación no pudo depararles perjuicio a las emplazadas, ya que dicho acuerdo no puede por sí solo producir un cambio en el mundo jurídico de los gobernados (incluyendo las emplazadas), en tanto que de él no se deriva en forma directa o inmediata la creación, modificación o extinción de una situación jurídica particular. En este sentido, no puede incidir en la esfera jurídica de los particulares (incluyendo las emplazadas) ni como acto de molestia -en tanto que no obliga al gobernado



(incluyendo las emplazadas) a conducirse pasiva o activamente en forma determinada- ni como acto de privación, porque no les impone ninguna obligación ni existe una imposición de multa.

A mayor abundamiento se señala que el acuerdo de inicio de investigación no afecta los intereses jurídicos de las ahora emplazadas, cuanto y más si del acuerdo se observa el texto que reza: “(...) *El presente procedimiento no debe entenderse como un prejuzgamiento sobre la responsabilidad de agente económico alguno, sino como una actuación de la autoridad tendiente a verificar el cumplimiento de la Ley Federal de Competencia Económica (...)*”.

Además, sostener que el acuerdo de inicio puede tener como finalidad inferir algún acto privativo o de molestia, sería contrario al espíritu del artículo 28 Constitucional que establece que la ley (LFCE) castigará severamente y las autoridades (esta Comisión) perseguirán con eficacia, entre otras, todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitarla libre concurrencia o la competencia entre si 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 una clase social. Lo anterior implica que la sociedad está interesada en que se lleven a cabo este tipo de investigaciones y dicho interés está por sobre el interés de las ahora emplazadas.

Asimismo, en su apartado C del Capítulo I “Defensas” de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita consideraron necesario señalar que en el desahogo de la etapa de investigación del presente expediente solicitaron aclaración respecto del carácter (denunciada o sujeto de investigación) con el que se les requirió diversa información y documentación.

El argumento en estudio es inatendible. Las emplazadas hacen referencia a las manifestaciones vertidas respecto de los oficios de requerimiento de información y documentación que les fueron dirigidos en la etapa de investigación. Al respecto se reitera que si las presuntas responsables tenían alguna inconformidad con el desahogo de la etapa de investigación la vía para reclamarlo era el juicio de garantías. Además conviene reiterar, que lo que investiga esta CFC es el mercado y no así sujetos en específico, aún cuando hayan sido denunciados. A este respecto, aún cuando el requerido sea el denunciado, ello no implica, se reitera, que se le requiera porque se prejuzgue sobre su responsabilidad respecto de los hechos denunciados, ya que precisamente se le requiere para conocer los hechos y circunstancias; es decir, nos encontramos ante una etapa investigatoria y como en general el denunciado es un agente que participa en el mercado respecto del cual se verifica el cumplimiento de la LFCE, entonces se le requiere información con el objeto de que la CFC recabe la mayor información relevante posible y posteriormente, en forma objetiva, determinar si considera que existen elementos para presumir la realización de una conducta prohibida por la LFCE y proceder a iniciar el procedimiento seguido en forma de juicio. Cabe destacar que no solo se le requiere información a la denunciada, sino que también a las demás



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

personas que de alguna manera participan o están relacionadas con el mercado correspondiente e investigado, inclusive a autoridades relacionadas con el mercado que se investiga.

Corroborra lo anterior, la siguiente tesis emitida por el Pleno de la H. Suprema Corte de Justicia de la Nación que se invoca y transcribe:

**COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA. EL PROCEDIMIENTO OFICIOSO DE INVESTIGACIÓN DE ACTOS QUE SE ESTIMAN LESIVOS DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS PARTICULARES, QUE EFECTÚA DICHO ÓRGANO, NO ES UN PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO EN FORMA DE JUICIO.**

Novena Época. Pleno. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XII, Agosto de 2000. Tesis: P. CVIII/2000. Página 103. Amparo en revisión 2617/96. Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. Amparo en revisión 2318/97. Luis Ruiz Ortiz. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CVIII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación no es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Confirma lo anterior el proceder de las emplazadas ya que como se aprecia en los antecedentes de la presente resolución Propimex, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular, Inmuebles del Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México acudieron al juicio de garantías en contra del acuerdo de inicio y Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita solicitaron la protección constitucional respecto de los acuerdos que les impusieron sendas multas por no haber desahogado sus correspondientes oficios de requerimiento de información y documentación. Inclusive se resalta el hecho de que a Panamco México le fue negado el amparo respecto del proveído del cinco de junio de dos mil tres.<sup>284</sup>

6.3 Con relación a las denuncias de los CC. Chávez, [REDACTED] así como de Ajemex señalan que su admisión fue indebida ya que no cumplían con los requisitos previstos en la LFCE y su Reglamento. Asimismo, aducen que al admitir los referidos escritos (que a su juicio debieron ser desechados) esta Comisión indebidamente suplió la deficiencia de la queja de los denunciantes ya que éstos no proporcionaron elementos que permitieran determinar el mercado relevante, poder sustancial, los daños y perjuicios sufridos por las prácticas monopólicas denunciadas y tampoco se acreditó la personalidad de los promoventes. Aunado a lo anterior Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo manifiestan que al estar referidas las denuncias de los CC. Chávez, [REDACTED] así como el escrito del C. [REDACTED] a localidades que no comprenden las ZM de León, Guanajuato; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz; Puebla, Puebla; Mérida, Yucatán; y, Oaxaca, Oaxaca, respectivamente lo procedente era no admitir las denuncias y el escrito referido. (Eliminado: 5 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

<sup>284</sup> Mediante ejecutoria emitida el veintinueve de octubre de dos mil cuatro por el H. Quinto Tribunal Colegiado al resolver el recurso de revisión R.A. 167/2004.

Los argumentos en estudio son infundados de conformidad con los razonamientos que al respecto ha hecho valer esta CFC y que en ánimo de no caer en repeticiones se tienen por reproducidos como si a la letra se insertasen. No obstante lo anterior, en observancia al principio de exhaustividad, se desarrollan los argumentos que al respecto hacen valer.

Al respecto hacen un análisis de las fracciones del artículo 24 del RLFCE e indican con relación a la fracción I que las personas que intervinieron en el desahogo de las actas de fe de hechos debieron presentar denuncia o bien debieron ratificar “(...) *la que supuestamente hubiera presentado Ajemex, sin que... haya acreditado que actúa en su representación y sin que Ajemex haya probado que tenga interés jurídico para actuar (...)*”. Con relación al escrito de denuncia del C. [REDACTED] indica que al no llevar a cabo actividad alguna en Apatzingán, Michoacán no debió admitirse tal denuncia. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Es infundado el argumento que se hace valer. Por lo que hace a la supuesta falta de interés jurídico de Ajemex y a las diferencias entre el territorio denunciado y aquél en que las emplazadas realizan sus actividades, se reiteran las consideraciones que al respecto manifestó esta Comisión en la presente resolución. La misma suerte corren las argumentaciones relativas a que las personas que intervinieron en el desahogo de las actas de fe de hechos debieron presentar denuncia o bien Ajemex acreditar que las representaba. Lo anterior es así ya que, como se ha indicado, Ajemex participa en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas y por ende se encontraba legitimada para denunciar la presunta comisión de prácticas monopólicas. En cuanto al resto de sus afirmaciones se indica a las emplazadas que no es procedente basar un supuesto agravio causado a su esfera jurídica con base en suposiciones ya que los hechos que refiere no se han materializado y por ende se trata de meras suposiciones que no pueden ser consideradas como argumentos lógico jurídicos tendientes a desvirtuar el contenido del oficio de presunta responsabilidad. Sin perjuicio de lo anterior se indica que los elementos de convicción que proporcionó Ajemex en su escrito de denuncia encuentran su fundamento en la fracción XI del artículo 24 del RLFCE y ni tal fracción ni la diversa I del referido precepto exigen cumplir con los requisitos que suponen las emplazadas.

Con relación a la fracción II del referido numeral únicamente Panamco Golfo, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular solicitan tener por reproducidos los argumentos que al respecto expusieron en el capítulo 3 de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad.

En atención a que las manifestaciones que refieren las emplazadas ya fueron desvirtuadas por este órgano desconcentrado se reitera lo infundado de las pretensiones de las emplazadas.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Respecto de la fracción III del artículo en estudio indican que en el escrito de la C. Chávez no se señala “(...) *el nombre, denominación ni razón social del denunciado (...)*” ya que se denuncia “(...) *una sociedad que... se denomina “Propymex” la cual no es (...)*” Propimex. En otros escritos de denuncia, refiere, se indica como denunciado al sistema Coca Cola que no es una razón social, empresa o marca. Por lo que hace a la denuncia del C. [REDACTED] resalta que denunció a Coca Cola y al C. [REDACTED] persona que no fue investigada dentro del presente expediente. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Las manifestaciones hechas valer son infundadas. En ánimo de no caer en repeticiones se reitera a las emplazadas las consideraciones que al respecto hizo valer esta CFC en la presente resolución. Asimismo, se reitera *mutatis mutandi*, según las emplazadas en una denuncia en materia penal, si no se denuncia al homicida sino el homicidio, el Ministerio Público no podrá investigar puesto que “*nunca estuvo sujeto a investigación el homicida*”. Por ende, lo argumentado es infundado.

Por lo que hace a la fracción IV del artículo 24 del RLFCE sostienen que los hechos denunciados son “(...) *anécdotas (...)*” que no especifican características de modo, tiempo, persona o circunstancia ya que omiten señalar: a) los nombres de las personas que profirieron amenazas y/o suspendieron el servicio de suministro de bebidas carbonatadas; b) la relación entre estas personas y las empresas en que laboran; c) una descripción de hechos relacionada con la comisión de las prácticas monopólicas. Al respecto resaltan que las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex no tienen una imputación concreta de las personas que en ella intervinieron con relación a las emplazadas.

Es infundado el argumento en estudio. Las denunciantes, en especial Ajemex, al presentar sus escritos de denuncia describieron las conductas que a su juicio podrían constituir prácticas monopólicas relativas en términos de la LFCE y su Reglamento. Las referidas conductas están especificadas (en cuanto a modo, tiempo y lugar) en los elementos de convicción ofrecidos por Ajemex (descritos en las páginas cincuenta y uno a noventa y cinco del oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro) de los que se desprendió la presunta responsabilidad de las emplazadas. Por lo anterior, las presuntas responsables tienen conocimiento de los hechos que mencionan en los incisos a) a c) y en vez de desvirtuarlos señalan que los desconocen, cuestión que de manera alguna controvierte lo indicado en el oficio de presunta responsabilidad.

Acercas de la fracción V del artículo 24 del RLFCE manifiestan que en los escritos de denuncia no existen referencias que permitan definir el mercado relevante y determinar el poder sustancial de los denunciados. Al respecto resaltan que no obstante se previno a la C. Chávez con relación a lo descrito en el presente apartado tal prevención “(...) *nunca fue desahogada (...)*” y aún así se admitió la denuncia y se emitió el oficio de presunta responsabilidad.

El presente argumento es inoperante ya que, como se ha indicado, obra en el presente expediente el escrito de denuncia de Ajemex en el cual fueron proporcionados los elementos de convicción y argumentos que junto a los recabados por esta Comisión sustentan la definición del mercado relevante y la determinación del poder sustancial de las emplazadas situación que las emplazadas no desvirtúan con las afirmaciones que al respecto hacen valer. Además, es de señalarse que en todo momento es la Comisión el órgano administrativo encargado de investigar, recabar información, definir mercado relevante, determinar poder sustancial e imputar una presunta responsabilidad, y no así de las denunciantes. De otra forma, se caería en el absurdo de volver a este órgano administrativo en un tribunal jurisdiccional que dirimiera una controversia entre el denunciante y el denunciado en materia de competencia económica, lo que desde luego es injustificado, por lo que se reitera su argumento resulta infundado. Con relación a lo anterior, se indica que los mercados relevantes definidos en el oficio de presunta responsabilidad son distintos al que mencionó Ajemex en su escrito de denuncia situación que evidencia que el hecho de que la C. Chávez no haya desahogado en sus términos la prevención realizada no implicaba que su escrito de denuncia debía desecharse de plano ya que la facultad para definir el mercado relevante y determinar el poder sustancial que tengan los agentes económicos que en él participan son cuestiones para las que está facultada esta CFC. De ahí que ningún perjuicio fue causado a las emplazadas.

En otras palabras, de conformidad con el segundo párrafo del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, es la autoridad (Comisión) la encargada de perseguir con eficacia las prácticas que eviten la libre competencia o la competencia entre productores, industrias, comerciantes o empresarios. Imponer la carga de acreditar e investigar los elementos señalados en la LFCE a los denunciantes, es incongruente e ilegal. Lo anterior con fundamento en el artículo 24, fracción I de la LFCE.

Los argumentos relativos a las fracciones VI y VII del artículo 24 del RLFCE se estudian en su conjunto debido a su íntima relación. En cuanto a la fracción VI del artículo referido aducen que Ajemex fue omisa en proporcionar los elementos por los que considera que ha sido desplazada del mercado relevante y que el acceso a tal mercado pueda ser impedido. Asimismo, afirman que ninguno de los denunciantes acreditó haber sido afectado y haber sufrido daños o perjuicios sustanciales actuales o potenciales. Por lo que hace a la fracción VIII reiteran que las denunciantes omitieron proporcionar elementos para acreditar que han sufrido o puedan sufrir un daño o perjuicio sustancial.

Es infundado el presente argumento. Para evidenciar lo anterior, en observancia al principio de economía procesal, se reiteran las consideraciones que al respecto ha hecho valer este órgano desconcentrado en la presente consideración de derecho.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Con relación a la fracción X del precepto reglamentario indicado señala que salvo Ajemex, el resto de las denunciadas fueron omisas en señalar datos relacionados con otros agentes económicos que pudiesen resultar afectados por la comisión de la práctica monopólica.

Es infundado el presente argumento. La fracción X del artículo 24 del RLFCE es del tenor literal siguiente:

*“(...) Artículo 24.- La denuncia a que se refiere el artículo 32 de la Ley, deberá contener:*

...

*X. Los datos que, **de ser posible**, permitan identificar a otros agentes económicos que pudiesen resultar afectados por la práctica monopólica o concentración prohibida (...)* [énfasis añadido].

De la lectura de tal precepto se observa que sólo en caso de ser posible la denunciante deberá presentar datos relativos a otros agentes económicos que pudieran verse afectados con la comisión de la práctica monopólica denunciada. Por lo anterior, considerar viable el argumento de las emplazadas significaría ir más allá de lo prescrito en el numeral referido ya que el hecho de que, salvo Ajemex, no se hayan presentado tales datos no hizo improcedentes el resto de las denuncias presentadas.

Por todo lo anterior concluyen que las denuncias debieron ser desechadas ya que en el presente procedimiento “(...) *no está en juego el interés de la sociedad (...)*” al no estar referido a la comisión de prácticas monopólicas absolutas.

Es infundado el argumento hecho valer por las emplazadas. En primer lugar se indica que la LFCE es una disposición de orden público e interés social tal como lo ha reconocido el Alto Tribunal en la siguiente jurisprudencia:

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Duodécimo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2005. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2005. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

Por lo anterior, que contrario lo indicado, la sociedad se encuentra interesada en que los procedimientos que ante esta Comisión se tramiten sean desahogados en estricto apego al estado

de derecho y ese derecho está aún por encima de los intereses particulares de las emplazadas. Aunado a lo anterior se reitera que las denuncias presentadas ante esta Comisión fueron admitidas ya que satisficieron los requisitos que para tales efectos prevé la legislación en materia de competencia económica tal como se ha demostrado y expuesto a lo largo de esta resolución.

Aunado a lo anterior, no tiene fundamento constitucional ni legal la afirmación de que no está en juego el interés de la sociedad. Conviene señalar que no sólo las prácticas monopólicas absolutas ponen en riesgo a la sociedad, sino también las prácticas monopólicas relativas, tal y como lo estableció la H. Suprema Corte de Justicia de la Nación al resolver el veinticinco de noviembre de dos mil tres, en el amparo en revisión 2589/96, derivado del juicio de amparo promovido por la empresa Grupo Warner Lambert, S.A. de C.V. lo siguiente:

*“...Por lo demás, el precepto que se analiza [artículo 10 de la LFCE / prácticas relativas] no hace sino acatar estrictamente el mandato del Constituyente, en la medida en que éste no prohibió los actos anticompetitivos en función de las consecuencias benéficas que de ellos derivaran, sino, fundamentalmente, en atención a la lesión que causarían al bien jurídico tutelado, a saber, la competencia y la libre concurrencia en las que está interesada la sociedad.”*

(...)

*Basta que al verificarse esas prácticas el responsable tenga el poder de influir sobre el mercado con infracción a las reglas de la libre concurrencia, 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 concurrencia 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, al margen 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.”*

*En el caso en que el objeto perseguido por el autor de la conducta sea precisamente restringir la competencia, la ley sanciona la práctica monopólica relativa porque el peligro para el mercado es real, pues lo que se pretende es justamente impedir que el daño se produzca en caso de que alcance a surtir efectos la práctica monopólica, en*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*cambio, cuando al margen del objeto de la conducta se produce el resultado ilegal, ya no cabe admitir que simplemente hay peligro, puesto que ya se causa un perjuicio a la libre concurrencia, desplazando competidores, impidiendo su acceso, o imponiendo ventajas exclusivas.”*

6.4 En este numeral señalan que Ajemex carecía de interés jurídico para denunciar ante esta Comisión la presunta comisión de prácticas monopólicas relativas ya que no proporcionó elementos válidos para determinar el mercado relevante, el poder sustancial, los daños o el desplazamiento que pudiere sufrir cuestiones que son requisitos exigidos por la LFCE. Asimismo, resaltan que a su juicio este órgano desconcentrado “(...) *admitió la denuncia de Ajemex cuando... ni siquiera participa en ninguno de los mercados en los que se dice que ocurren las prácticas denunciadas (...)*”.

Es infundado el argumento que hacen valer las emplazadas. Para evidenciar lo anterior, en observancia al principio de economía procesal, se les remite a los razonamientos que al respecto ha hecho valer este órgano desconcentrado en el sentido de que el escrito de denuncia de Ajemex cumplió con los requisitos de procedibilidad y que tal empresa contaba con interés jurídico para presentarlo.

6.5 Con relación a las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex en la etapa de investigación del presente expediente señalan que al admitirlos se violentaron los principios de igualdad procesal y legalidad ya que tales elementos de convicción estaban fuera de tiempo y forma. Con relación a las actas presentadas por Ajemex el treinta de enero de dos mil cuatro señalan que al haber sido elaboradas el uno de octubre de dos mil tres la denunciante debió acompañarlas a su escrito inicial de denuncia y no al de ampliación. En este sentido, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan aseveran en el numeral 1.2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que el acuerdo que tuvo por ampliada la denuncia presentada por Ajemex es ilegal ya que carece de la debida motivación al no indicar la razón por la que fue procedente tal ampliación. Al respecto señalan que los requisitos previstos en el artículo 28 del RLFCE no fueron satisfechos y que el hecho de que el representante legal de Ajemex no hubiere tenido en su poder al momento de presentar la denuncia las actas que acompañó a su escrito de ampliación no puede considerarse como una motivación. Asimismo, Propimex, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular, Inmuebles del Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México afirman que las actas proporcionadas por Ajemex son “(...) *meras testimoniales disfrazadas de documentales públicas (...)*”. En este orden de ideas aseveran que si se trata de testimoniales carecen de valor probatorios ya que no fueron ofrecidas ni desahogadas conforme a derecho y en el caso de estar en presencia de documentales públicas lo único que acreditan es el dicho de determinadas personas ante el fedatario público sin que implique la verdad de lo declarado o manifestado (al respecto refieren el contenido del artículo 202 del CFPC y hacen valer diversos criterios judiciales).





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Es infundado el presente argumento. El hecho de que Ajemex haya presentado sus elementos de convicción en dos momentos dentro de la etapa de investigación no es contrario al tercer párrafo del artículo 27 del RLFCE<sup>285</sup> y por ende al no presentar argumentos que demuestren una violación a tal precepto, los argumentos hechos valer son infundados. Por lo que hace a una supuesta violación al artículo 28 del RLFCE se indica que tales argumentos son inatendibles ya que como se ha indicado el acuerdo del nueve de febrero de dos mil cuatro que tuvo por presentados los elementos de convicción ofrecidos por Ajemex no se fundamentó en tal precepto. En cuanto a la naturaleza de los elementos de convicción de Ajemex se reiteran las consideraciones que al respecto ha hecho valer este órgano desconcentrado y que demuestran lo infundado de tal pretensión.

Así, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo así como Propimex y Panamco Bajío (al desarrollar el hecho 7.86 de sus correspondientes escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad) objetan tanto los testimonios contenidos en las actas como su valor y alcance probatorio. Tomando en consideración que los referidos agentes económicos realizan sus objeciones en forma específica la inclusión del siguiente cuadro facilita el estudio de las argumentaciones referidas por las emplazadas. Se inserta el siguiente cuadro que contiene el nombre del agente económico que se inconforma con el contenido de las actas, el número de éstas así como el corredor público que las realizó y la localidad en que se llevaron a cabo.

Emplazada	Acta	Corredor Público / Localidad
Propimex	1740	23 / Iztapalapa, D.F.
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) los establecimientos se eligieron en forma sesgada; ii) las preguntas formuladas inducían las respuestas; y, iii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> Los entrevistados mencionan que sí venden productos Big Cola. Se niegan las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Propimex	703	28 / Miguel Hidalgo, D.F.
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se estableció el nombre completo de las personas entrevistadas; ii) no se formularon las preguntas del cuestionario; iii) las personas no podían otorgar un testimonio válido y, iv) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> Los entrevistados mencionan que sí venden productos Big Cola. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Propimex	1950	6 / Iztapalapa, D.F.
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se conoció el nombre o bien no se estableció el nombre completo de las personas entrevistadas; ii) no se formularon las preguntas del cuestionario y, iii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> Los entrevistados mencionan que sí venden productos Big Cola. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Propimex	2,318	6 / Gustavo A. Madero, D.F.
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se conoció el nombre o bien no se estableció el nombre completo de las personas entrevistadas; ii) no se formularon las preguntas del cuestionario; y, iii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> Los entrevistados mencionan que sí venden productos Big Cola. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Propimex	9,641	1 / Tlanepantla, Estado de México

<sup>285</sup> Que faculta a las personas a coadyuvar en el procedimiento o bien presentar nuevas denuncias sobre los hechos motivo de investigación.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se estableció el nombre completo de las personas entrevistadas; ii) se formularon parcialmente las preguntas del cuestionario; y, iii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> Los entrevistados mencionan que sí venden productos Big Cola. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Propimex	2,911	3 / Estado de México
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se estableció el nombre completo de las personas entrevistadas; ii) no se formularon las preguntas del cuestionario; y, iii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> Los entrevistados mencionan que sí venden productos Big Cola y de diversas marcas. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Panamco Bajío	4,478	2 / León, Guanajuato
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se estableció el nombre completo de las personas entrevistadas; y, ii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> En diversos establecimientos se venden productos Big Cola. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Panamco Bajío	605	1 / León, Guanajuato
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se estableció el nombre completo de las personas entrevistadas; ii) no se hicieron las preguntas del cuestionario a las personas entrevistadas, y, iii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> En diversos establecimientos se venden o vendieron productos Big Cola o bien los detallistas están dispuestos a comercializarlos si se les ofrecieran o pudieran almacenarlos en su local. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas.		
Panamco Golfo	343 (sic) <sup>286</sup>	/ Veracruz
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se establecieron las condiciones de tiempo, modo y lugar que permitan particularizar las conductas descritas al fedatario público; ii) se venden productos Big Cola.		
Panamco Golfo	352	3 / Xalapa, Veracruz
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) una de las entrevistadas negó el conocimiento de las conductas investigadas en el presente expediente; ii) se venden productos Big Cola. Niegan las declaraciones de los entrevistados.		
Panamco Golfo	350	3 / Xalapa, Veracruz
<b>Observaciones:</b> Se objeta el contenido, valor y alcance probatorio del acta y el videocasete que le acompañó ya que a juicio de la emplazada son falsos los testimonios que tales elementos de convicción contienen al existir incongruencias en la relatoria de hechos realizada por el fedatario público.		
Panamco Golfo	1,849	1 / Veracruz, Veracruz
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se recabó el nombre de los declarantes; ii) no se establecieron las condiciones de tiempo, modo y lugar que permitan particularizar las conductas descritas al fedatario público; iii) no es posible comprobar la veracidad de las afirmaciones relacionadas en el acta, específicamente respecto del intercambio de producto Big Cola por Coca Cola.		
Panamco Golfo	19	s/n / Veracruz, Veracruz
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) no se cumplieron las formas esenciales; <sup>1</sup> ii) no se imputan conductas concretas que permitan una adecuada defensa. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas. De las declaraciones contenidas en las actas se observa que no existe el desplazamiento de Ajemex del mercado relevante así como las razones justificadas por las que no se comercializan los productos Big Cola (retraso en el suministro).		
Panamco Golfo	18	s/n / Veracruz, Veracruz
<b>Observaciones:</b> No se acreditan las conductas denunciadas en el presente expediente ya que únicamente se visitan ciertos establecimientos detallistas en los que se cuestiona si se encuentran a la venta los productos Big Cola sin que tal proceder demuestre la existencia de las prácticas monopólicas imputadas.		

<sup>286</sup> El número correcto de esta acta de fe de hechos es 353.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Panamco Golfo	182	5 / Puebla, Puebla
<b>Observaciones:</b> De las declaraciones contenidas en las actas se observa que no existe el desplazamiento de Ajemex del mercado relevante.		
Panamco Golfo	1,945	7 / Puebla, Puebla
<b>Observaciones:</b> Niegan los hechos descritos en el acta de fe de hechos al haberse incumplido las formalidades esenciales para su desahogo. <sup>1</sup> No se imputan conductas concretas para dar posibilidad a una adecuada defensa. Se encuentra a la venta productos Big Cola. Existen razones justificadas para no comercializar los productos Big Cola. Niegan las declaraciones de los entrevistados.		
Industria Refresquera Peninsular	255 y 257	3 / Mérida, Yucatán
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) del universo total de detallistas visitados se observa que el 100% tiene a la venta tanto bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola como de la marcas Big Cola por lo que no se configuran las prácticas monopólicas que le son imputadas al no negar ni condicionar trato a los establecimientos detallistas que venden productos de Ajemex; ii) no se cumplieron las formalidades esenciales para su desahogo.; <sup>1</sup> y, iii) está referidas a Embotelladora Peninsular que no participa en el mercado relevante. Niega las declaraciones contenidas en las actas de fe de hecho.		
Inmuebles del Golfo	1,767	2 / Ánimas Trujano y Zaachila, Oaxaca
<b>Observaciones:</b> Se objeta su contenido, valor y alcance probatorio ya que: i) las razones por las que no se venden las bebidas carbonatadas de las marcas Big Cola se encuentran justificadas (no hay mucha demanda del producto y suspensión del servicio de suministro); ii) no se especificó el nombre de diversas personas con quienes se entendieron las fe de hechos y, iii) no se cumplieron las formas esenciales. <sup>1</sup> En diversos establecimientos se venden productos Big Cola. Se niega las declaraciones de las personas entrevistadas. Concluye que en todo caso, es la emplazada quien ha sido desplazada del mercado relevante “(...) gracias a los precios predatorios introducidos en el mercado por parte de Ajemex, situación que debería ser investigada y sancionada por [la] Comisión (...)”.		
<sup>1</sup> No se solicitó al entrevistado que se identificara; que acreditara su carácter; no se proporcionaron datos de conductas concretas con relación a la emplazada; no se indicó al entrevistado su obligación de conducirse con verdad; no se dio oportunidad a la emplazada de comparecer al acto; y, esta CFC no verificó el contenido de las actas.		

Por lo expuesto concluyen que existió una actuación ilegal por parte de esta Comisión al “(...) dar pleno valor probatorio a dichas actas de fe de hechos y pólizas sin cerciorarse... sobre la veracidad de los datos e informaciones allí consignadas (...)”.

El argumento en estudio es infundado. Los elementos de convicción aportados por la denunciada hicieron constar que los fedatarios públicos acudieron a los establecimientos detallistas en ellos referidos e hicieron constar la exactitud de lo que vieron, oyeron y percibieron por sus sentidos, situación que: i) no tiene como requisito el que las hoy emplazadas hubieren acudido a su desahogo; ii) al haberse desahogado en el canal detallista se encuentra adecuada a los mercados relevantes definidos en el presente expediente; y, iii) no obstante encontrarse, en algunos de los establecimientos detallistas, a la venta los productos Big Cola denota que, en la mayoría de los casos, existe el condicionamiento y la negativa de venta imputada al sistema Coca Cola. Así, las objeciones hechas valer por Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo lejos de desvirtuar la existencia de las conductas presuntamente violatorias de la legislación en materia de competencia económica buscan desacreditar los elementos de convicción presentados asemejándolos a pruebas testimoniales siendo que como se ha indicado su naturaleza jurídica es distinta y por ende tales consideraciones no desvirtúan las conductas imputadas a las emplazadas.

Además, como ya se ha dicho en reiteradas ocasiones, tales objeciones son insuficientes para restarles valor probatorio a los medios de convicción recabados durante la investigación, en especial las actas de fe de hechos y que sirvieron, entre otros, de sustento para el emplazamiento, ya que no basta con hacer una mera manifestación para restarles valor probatorio, sino que es necesario señalar la causa en que se apoya la objeción y demostrarla, para de este modo hacer ineficaz para sus fines el medio probatorio.

Esto es, que las emplazadas debieron acreditar el por qué las actas de fe de hechos acompañadas al escrito de denuncia de Ajemex y a su ampliación y que sirvieron, entre otras, de base para el emplazamiento en términos del artículo 31 del RLFCE, carecen de valor o veracidad, por lo que al no hacerlo, resulta insuficiente la objeción para restarles valor probatorio en la presente resolución. De una lectura de las objeciones hechas valer por las emplazadas se observa que niegan las declaraciones contenidas en las actas, manifiestan que son falsas las declaraciones, que son contradictorias las declaraciones, que no se imputan conductas concretas; sin embargo, se quedan en meras manifestaciones, ya que por un lado no pueden negar las declaraciones que ellas no formularon y por el otro porque no mencionan por qué son falsas las declaraciones, por qué son contradictorias o en dónde se contradicen las declaraciones.

Bajo las anteriores circunstancias, las objeciones hechas valer resultan insuficientes para restarles valor probatorio a las actas de fe de hechos.

Sirve de apoyo a lo anterior, las tesis de jurisprudencia y aisladas transcritas con anterioridad y cuyos rubros y antecedentes son los siguientes:

**DOCUMENTOS PRIVADOS, OBJECION A LOS.** No. Registro: 201,598. Jurisprudencia. Materia(s): Civil. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: IV, Agosto de 1996. Tesis: I.3o.C. J/8. Página: 423 TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 1093/95. José Luis Pineda Rebollo. 2 de marzo de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: José Becerra Santiago. Secretario: Gustavo Sosa Ortiz. Amparo directo 2433/95. Manuel Ortiz Alcayde. 18 de mayo de 1995. Unanimidad de votos. Ponente: José Becerra Santiago. Secretario: Gustavo Sosa Ortiz. Amparo directo 2473/96. Juan Pérez Flores. 9 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Angel Castañeda Niebla. Amparo directo 3003/96. Esther Saldívar Pérez, albacea de la sucesión de Julián Saldívar Sánchez. 31 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Angel Castañeda Niebla. Amparo directo 3013/96. Esther Saldívar Pérez, albacea de la sucesión de Julián Saldívar Sánchez. 31 de mayo de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: José Luis García Vasco. Secretario: Miguel Angel Castañeda Niebla.

**DOCUMENTOS PRIVADOS PROVENIENTES DE TERCEROS. DEBEN PROBARSE LAS RAZONES EN QUE SE APOYA LA OBJECIÓN.** No. Registro: 187,807. Tesis aislada. Materia(s): Civil. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XV, Febrero de 2002. Tesis: VIII.3o.4 C. Página: 804 TERCER TRIBUNAL COLEGIADO DEL OCTAVO CIRCUITO. Amparo en revisión 3/2001. María Guadalupe Martínez Muruato. 27 de febrero de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: Marco Antonio Arroyo Montero. Secretario: Miguel Negrete García. Amparo en revisión 287/2000. Carlos Mario Villarreal Garza. 9 de marzo de 2001. Unanimidad respecto del sobreseimiento decretado y mayoría de votos en relación con la modificación de la sentencia revisada y la concesión del amparo decretado. Ponente: Abraham Calderón Díaz. Secretario: Luis Sergio Lomelí Cázares. Amparo en revisión 102/2001. Sucesión intestamentaria a bienes de José Nieves Ramírez Díaz. 29 de marzo de 2001. Unanimidad de votos. Ponente: Sergio Eduardo Alvarado Puente. Secretario: José Luis Caballero Rodríguez. Véase: Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo VII, mayo de 1991, página 87, tesis VI.1o. J/51, de rubro: "DOCUMENTOS



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

PRIVADOS. NO BASTA DECIR QUE SE OBJETAN, SINO DEBEN ACREDITARSE LAS RAZONES DE LA OBJECCIÓN."

**OBJECCIÓN. PARA RESTARLE VALOR A UN DOCUMENTO CERTIFICADO, SE TIENE QUE DEMOSTRAR LA CAUSA DE ELLA.** No. Registro: 197,811. Tesis aislada. Materia(s): Común. Novena Época. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: VI, Septiembre de 1997. Tesis: III.1o.A.29 K. Página: 711 PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL TERCER CIRCUITO. Amparo en revisión 101/97. Jorge Contreras Cortés. 29 de mayo de 1997. Mayoría de votos. Disidente: Ramón Medina de la Torre. Ponente: Guillermo David Vázquez Ortiz. Secretaria: Eunice Sayuri Shibya Soto.

Asimismo, Grupo Contal en el numeral 9 (del apartado C de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad), Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita en el numeral 7 (de los apartados C por lo que hace a Yoli de Acapulco y E respecto de Embotelladora La Favorita y Embotelladora de Zapopan) objetan las actas de fe de hechos y la veracidad de los datos que contienen al carecer de valor probatorio e incumplir con los requisitos procesales para su desahogo.

Igualmente, en los apartados 3 y 7 de las consideraciones finales Yoli de Acapulco refiere que ninguna de las actas de fe de hechos que obran en el expediente con relación a la ciudad de Acapulco, Guerrero señala que haya habido intento o amenaza de negar los productos de las marcas Coca Cola a los detallistas. Por su parte Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita indican que ninguna de las actas de fe de hechos de la ZM de Guadalajara, Jalisco señalan que se hayan incurrido en las conductas presuntamente violatorias de la LFCE. En el punto 4 Yoli Acapulco, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita señalan que siendo las respuestas a las entrevistas realizadas en las actas de fe de hechos uniformes "(...) *dentro de cada una de las ciudades incluidas, pero no entre ciudades... [se] demuestra que: a) las políticas comerciales son determinadas independientemente por cada grupo embotellador, y b) las respuestas de los entrevistados fueron inducidas (...)*". Igualmente, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan señalan en su apartado 2.14 que dada la uniformidad de las respuestas en las actas de fe de hechos las políticas comerciales son determinadas independientemente de cada grupo embotellador.

TCCEC en el apartado II.2.3 señala que los elementos de convicción proporcionados por Ajemex en sus escritos iniciales y de ampliación de denuncia contravienen las disposiciones previstas en el CFPC ya que no obstante haberse ofrecido como documentales públicas de su lectura se observa que versan sobre cuestiones propias de una testimonial. Por lo anterior, tales elementos de convicción carecen de valor probatorio y no debieron ser admitidos ni tomados en consideración para la elaboración del oficio de presunta responsabilidad. Asimismo, resalta una

supuesta “(...) *actitud tendenciosa* (...)” de esta CFC ya que no se refirió a la totalidad de las actas de fe de hechos ofrecidas por Ajemex sino sólo a aquellas que le favorecían.<sup>287</sup>

Por su parte, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan indican en el numeral 2.4 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que las actas de fe de hechos realizadas en la ZM de la Querétaro, Querétaro carecen de valor probatorio ya que: fueron elaboradas por corredores públicos que no están autorizados para formular interrogatorios o interpelaciones personales; materialmente constituyen pruebas testimoniales desahogadas sin cumplir con las formalidades previstas por el CFPC; contienen afirmaciones respecto de hechos no acreditados durante su desahogo; las preguntas que contenían llevaban implícita la respuesta (preguntas cinco y nueve). En este orden de ideas refiere que debió haber sido esta CFC la que “(...) *en su proceso de investigación realizara las inspecciones* (...)”.

Los elementos de convicción aportados por la denunciada hicieron constar que los fedatarios públicos acudieron a los establecimientos detallistas en ellos referidos e hicieron constar la exactitud de lo que vieron, oyeron y percibieron por sus sentidos, situación que: i) no tiene como requisito el que las hoy emplazadas hubieren acudido a su desahogo; ii) al haberse desahogado en el canal detallista se encuentra adecuada a los mercados relevantes definidos en el presente expediente; y, iii) no obstante encontrarse, en algunos de los establecimientos detallistas, a la venta los productos Big Cola denota que, en la mayoría de los casos, existe el condicionamiento y la negativa de venta imputada al sistema Coca Cola. Así, las objeciones hechas valer por Propimex, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular e Inmuebles del Golfo lejos de desvirtuar la existencia de las conductas presuntamente violatorias de la legislación en materia de competencia económica buscan desacreditar los elementos de convicción presentados asemejándolos a pruebas testimoniales siendo que como se ha indicado su naturaleza jurídica es distinta y por ende tales consideraciones no desvirtúan las conductas imputadas a las emplazadas.

En el numeral 2.5 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan manifiestan con relación al acta de fe de hechos 831 pasada ante la fe del licenciado Gerardo Alcocer Murguía, corredor público número cinco de la ciudad de Querétaro, Querétaro, que fue desahogada en el [REDACTED]<sup>288</sup> que la persona con quien se entendió la diligencia es menor de edad y para probar la nulidad de tal acta ofrece como prueba: i) copia certificada el acta de nacimiento de la menor [REDACTED] identificada con el número A No. 11744 expedida por el

<sup>287</sup> Al respecto transcribe ciertas manifestaciones contenidas en las actas: 605 del veintiocho de julio de dos mil tres expedida por el Corredor Público número uno del estado de Guanajuato; y, 1767 del veintiocho de julio de dos mil tres expedida por el Corredor Público número dos del estado de Oaxaca.

<sup>288</sup> Instrumento que Ajemex presentó ante esta CFC como elemento de convicción en la etapa de investigación del presente expediente (fojas 3285 a 3289).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Registro Civil sito en La Cañada, El Marqués, Querétaro el veinte de agosto de dos mil cuatro; y ii) el primer testimonio de la escritura pública 14,945 del veinticuatro de agosto de dos mil cuatro pasada ante la fe del titular de la notaría pública número treinta y uno del Distrito Judicial de Querétaro, Querétaro de Arteaga consistente en una fe de hechos por la que se constata que [REDACTED] es menor de edad al haber nacido el veintiséis de diciembre de mil novecientos ochenta y nueve. (Eliminado: 8 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El argumento en estudio es fundado pero inoperante. Las probanzas ofrecidas tienen el valor probatorio previsto en los artículos 79, 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC y con ellos se acredita: i) que [REDACTED] es menor de edad; y ii) que el acta de fe de hechos 831 elaborada por el corredor público número cinco de la ciudad de Querétaro, Querétaro no podía servir como un elemento de convicción en la etapa de investigación al haberse entendido con una menor de edad que no cuenta con capacidad legal. Sin embargo, obran en el expediente las actas de fe de hechos 827, 828, 830 y 832 a 836 de hechos que indican que las conductas violatorias de la LFCE se llevan a cabo en la ZM de Querétaro, Querétaro, localidad en la que tanto Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro como Embotelladora de San Juan cuentan con autorización de TCCC para comercializar las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola. (Eliminado: 3 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Por su parte Industria Refresquera Peninsular reitera que en las actas 255 y 257 elaboradas por el corredor público número 3 de la ciudad de Mérida, Yucatán no se le señaló “(...) *como distribuidora... de los productos Coca Cola, ni... se formula acusación alguna de denegación o condicionamiento en el trato, sino que únicamente se habla de una oferta de “gratificación”.. que además es falsa (...)*”.

El argumento en estudio es infundado. El principio general de derecho que reza *quod gratis asseritur, gratis negatur*<sup>289</sup> ocasiona que el argumento relativo a que las consideraciones vertidas en las actas relacionadas con Industria Refresquera Peninsular son falsas caiga de base ya que la emplazada se limita a afirmarlo sin aportar prueba alguna que sustente su dicho. Apoya lo anterior las tesis inmediatamente citadas por cuento a las objeciones interpretadas analógicamente y a *contrario sensu*, así como la siguiente:

**NEGATIVA QUE IMPLICA UNA AFIRMACION. CARGA DE LA PRUEBA.** No. Registro: 202,454. Tesis aislada Materia(s):Común Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: III, Mayo de 1996 Tesis: I.5o.T.11 K Página: 661. QUINTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA DE TRABAJO DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 315/96. Yolanda Martínez Ramírez y otros. 8 de febrero de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: Gemma de la Llata Valenzuela. Secretario: José Francisco Cilia López.

<sup>289</sup> Lo que gratuitamente se afirma, gratuitamente se niega.

Con relación a que las referidas actas no se refieren a tal agente económico se indica que si bien como lo afirma, las actas están referidas a Embotelladora Peninsular, en la página cuarenta y ocho de su correspondiente escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad Industria Refresquera Peninsular indicó:

*“(...) los pocos **convenios de exclusividad** que se llegan a celebrar están claramente justificados en términos de eficiencia (...)” [énfasis añadido].*

La anterior manifestación tiene el valor probatorio previsto en los numerales el valor probatorio previsto en los artículos 79, 197 y 200 del CFPC y acredita que del CFPC y evidencia que Industria Refresquera Peninsular comete una de las conductas por las que fue emplazada no obstante que no fue señalado dentro de los elementos de convicción proporcionados por Ajemex. Por lo anterior, el argumento que al respecto hace valer es inoperante.

Por último, Coca Cola Femsa y Panamco México reiteran su objeto social y que derivado de sus actividades no pueden incurrir en práctica monopólica alguna.

Es infundado el presente argumento. Para evidenciar lo anterior, se remite a las emplazadas a las consideraciones que respecto a su objeto social ha hecho valer esta CFC en la presente resolución.

Es infundado pero inoperante el argumento en estudio. Tal como se indicó en el oficio de presunta responsabilidad<sup>290</sup> el municipio de El Marqués, Querétaro sí forma parte de la ZM de la ciudad de Querétaro, Querétaro, ya que se trata de una localidad contigua a una concentración de población de cien mil habitantes o más (la ciudad de Querétaro, Querétaro cuenta con seiscientos cuarenta y un mil trescientos ochenta y seis habitantes).<sup>291</sup>

Asimismo, afirman Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan en el apartado en estudio que de las actas de fe de hechos no puede desprenderse la comisión de las conductas que le son imputadas ya que ningún visitado expresó que Embotelladora La Victoria le haya vendido bebidas carbonatadas con la condición de no vender las diversas de las marcas Big Cola ni que le prohibiera vender cualquier marca de bebidas carbonatadas.

El argumento en estudio es infundado. De la lectura de las actas de fe de hechos 827, 828, 830 y 832 a 836 pasadas ante la fe del corredor público número 5 de la ciudad de Querétaro, Querétaro se observa que en los establecimientos visitados: i) se dejarían de conceder descuentos y promociones; ii) se tiene celebrado contrato de exclusividad con el sistema Coca Cola; y, iii) se solicitó no vender más los productos de Ajemex. Por lo anterior las afirmaciones de las

<sup>290</sup> Pie de página 82 (página 116).

<sup>291</sup> Fuente: INEGI - XII Censo General de Población y Vivienda 2000.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

emplazadas son falaces. Evidencia lo anterior la confesión del C. Representante legal de Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan quien al desahogar el oficio de requerimiento de información y documentación DGJ-10-096-2005-003<sup>292</sup> aseveró que el “(...) *territorio en el que comercializan y distribuyen bebidas carbonatadas en envase cerrado las empresas... Refrescos Victoria del Centro... y Embotelladora de San Juan (...)*” comprende la ciudad de Querétaro, Querétaro<sup>293</sup> y siendo que tal aseveración tiene el valor probatorio previsto en los artículos 79, 197 y 200 del CFPC se acredita que del sistema Coca Cola, les corresponde a Embotelladora de San Juan y a Refrescos Victoria del Centro llevar a cabo las actividades de comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en Querétaro, Querétaro, y por ende las conductas descritas en las actas de fe de hechos citadas les son imputables al ser realizadas por agentes económicos que forman parte de su grupo embotellador.<sup>294</sup>

En cuanto al cuadro contenido en la página cincuenta del oficio de presunta responsabilidad<sup>295</sup> Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan indican en el apartado 2.6 que la información contenida en las actas correspondientes a la ZM de Querétaro, Querétaro ha sido apreciada incorrectamente ya que: i) sólo cinco actas se levantaron en la ciudad de Querétaro; ii) el dicho de los entrevistados sólo prueba que se dijo lo relatado mas no la veracidad de la información proporcionada; y, iii) no se especifica cuál es la condición impuesta a los detallistas.

El argumento en estudio es infundado. En cuanto a la representatividad de las actas de fe de hechos se reiteran las consideraciones que al respecto hizo valer esta CFC en la presente resolución. Por lo que hace al alcance probatorio de las actas de fe de hechos se indica que los elementos de convicción presentados por la denunciante al haber sido desahogados por personas investidas de fe pública hacen prueba de lo que los fedatarios observaron. Respecto de que no se especifica la condición que se impone a los establecimientos detallistas se reitera que en cuatro actas de fe de hechos se especifican las conductas que configuran lo preceptuado por las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE.

Asimismo, en el numeral 2.7 Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan afirman que de las actas de fe de hechos no se observa que detallista alguno “(...) *venda o haya vendido o pretendido vender... y que haya sido obstaculizado... para vender Mega Big, Doble Big, y First (...)*” ya que los cuestionamientos únicamente versaron sobre la bebida carbonatada de la marca Big Cola no así respecto de las diversas Mega Big, Doble Big

<sup>292</sup> Emitido por el titular de la Dirección General de Asuntos Jurídicos de esta CFC el doce de enero de dos mil cinco en desahogo de las diligencias probatorias adicionales ordenadas en el presente expediente.

<sup>293</sup> Foja 9257 del presente expediente.

<sup>294</sup> En términos de lo indicado por este órgano desconcentrado al definir al sistema Coca Cola.

<sup>295</sup> Que detalla la información contenida en los instrumentos públicos recabados en la etapa de investigación del presente expediente.

y First por lo que consideran ilegal la atribución de prácticas monopólicas relativas respecto de esos productos al no existir prueba alguna que lo demuestre.

El argumento en estudio es infundado. De la lectura de las actas de fe de hechos realizadas en la ZM de Querétaro, Querétaro, se observa que las preguntas formuladas por el fedatario público indistintamente se refirieron a los “productos Big Cola” o bien a los “refrescos Big Cola”, términos con los que comúnmente se conoce, en su conjunto, a las marcas de bebidas carbonatadas Big Cola, Doble Big, Mega Big y First cuyo titular es Ajemex. Aunado a lo anterior, el mercado relevante por producto se encuentra definido como el de las bebidas carbonatadas y las conductas que se sancionan versan sobre las conductas realizadas por el sistema Coca Cola para desplazar e impedir el acceso de los productos de Ajemex siendo éstos bebidas carbonatadas en envase cerrado comercializadas en el canal detallista.

En el numeral 2.13 del escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan resaltan las contradicciones de las actas 830, 831 y 833. Con relación a la primera indica que aún cuando se menciona que al establecimiento detallista no le ha sido surtida la bebida carbonatada de la marca Big Cola por otro lado se señala que tal producto está a la vista. En cuanto a la segunda acta menciona que la persona con quien se entendió la diligencia manifestó que vende la bebida carbonatada de la marca Big Cola “(...) *a escondidas* (...)” pero el corredor público indicó que lo tuvo a la vista. Respecto de la tercera afirma que aún cuando el establecimiento detallista indicó que contaba con contrato de exclusividad tenía a la vista del público bebidas de la marca Coca Cola.

Por lo que hace al acta de fe de hechos 831 se reitera que fue entendida con una menor de edad. En cuanto al acta 830 y 833 se indica que las emplazadas pretenden tergiversar el hecho de que: i) en el establecimiento detallista descrito en el acta 830 se han actualizado las conductas de condicionamiento imputadas en el oficio de presunta responsabilidad; y, ii) en el establecimiento detallista objeto del desahogo del acta 833 se tiene celebrado contrato de exclusividad (conducta prohibida por la fracción IV del artículo 10 de la LFCE). Los anteriores hechos son independientes a si se había o no sido surtida la bebida carbonatada de las marcas de Ajemex o bien si el locatario cumple con las obligaciones contenidas en el referido contrato. Las anteriores situaciones explican que el fedatario público en el caso del acta 830 haya asentado expresamente que los bienes relevantes referidos no existían porque no habían sido surtidos<sup>296</sup> (situación que omiten las emplazadas y desvirtúa sus afirmaciones) o bien se haya asentado que se tenía a la vista bebida carbonatada de las marcas cuyo titular es Ajemex.

Por su parte Industria Refresquera Peninsular reitera que en las actas 255 y 257 elaboradas por el corredor público número 3 de la ciudad de Mérida, Yucatán no se le señaló “(...) *como*

<sup>296</sup> Foja 3280 del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*distribuidora... de los productos Coca Cola, ni... se formula acusación alguna de denegación o condicionamiento en el trato, sino que únicamente se habla de una oferta de “gratificación”.. que además es falsa (...)*”.

El argumento en estudio es infundado. El principio general de derecho que reza *quod gratis asseritur, gratis negatur*<sup>297</sup> ocasiona que el argumento relativo a que las consideraciones vertidas en las actas relacionadas con Industria Refresquera Peninsular son falsas caiga de base ya que la emplazada se limita a afirmarlo sin aportar prueba alguna que sustente su dicho. Apoya lo anterior la siguiente:

**NEGATIVA QUE IMPLICA UNA AFIRMACION. CARGA DE LA PRUEBA.** No. Registro: 202,454. Tesis aislada Materia(s):Común Novena Época Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: III, Mayo de 1996 Tesis: I.5o.T.11 K Página: 661. QUINTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA DE TRABAJO DEL PRIMER CIRCUITO. Amparo directo 315/96. Yolanda Martínez Ramírez y otros. 8 de febrero de 1996. Unanimidad de votos. Ponente: Gemma de la Llata Valenzuela. Secretario: José Francisco Cilia López.

Con relación a que las referidas actas no se refieren a tal agente económico se indica que si bien como lo afirma, las actas están referidas a Embotelladora Peninsular, en la página cuarenta y ocho de su correspondiente escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad Industria Refresquera Peninsular indicó:

*“(...) los pocos convenios de exclusividad que se llegan a celebrar están claramente justificados en términos de eficiencia (...)”* [énfasis añadido].

La anterior manifestación tiene el valor probatorio previsto en los artículos 79, 197 y 200 del CFPC y evidencia que Industria Refresquera Peninsular comete una de las conductas por las que fue emplazada. Por lo anterior, el argumento que al respecto hace valer es inoperante. Sin perjuicio de lo anterior se resalta que tal como se ha indicado la referida emplazada al formar parte del sistema Coca Cola cuenta con poder sustancial dentro de los mercados relevantes definidos en el presente expediente y por ende las conductas imputadas actualizan la hipótesis prevista en el artículo 11 de la LFCE con relación a las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE.

Por último, Coca Cola Femsá y Panamco México reiteran su objeto social y que derivado de sus actividades no pueden incurrir en práctica monopólica alguna.

Es infundado el presente argumento. Para evidenciar lo anterior, se remite a las emplazadas a las consideraciones que respecto a su objeto social ha hecho valer esta CFC en la presente resolución.

<sup>297</sup> Lo que gratuitamente se afirma, gratuitamente se niega.

Los numerales 6.6 y 6.11 se estudian en su conjunto dada su íntima relación.

6.6 En este numeral las denunciadas refieren que no fueron debidamente investigadas. Resaltan que la información pública utilizada en la etapa de investigación se refiere a sociedades distintas y que respecto a las actas de fe de hechos proporcionadas a este órgano desconcentrado no fueron investigadas las afirmaciones en ellas contenidas para verificar si correspondían a la realidad, es decir, no fueron visitados “(...) *ninguno de los establecimientos y tampoco las ciudades en que Ajemex preparó sus actas (...)*”. Al respecto señalan que esta CFC estaba obligada a hacer una investigación y en el caso concreto “(...) *no realizó una sola diligencia investigadora, ni legalmente requirió información... ni tampoco tenía... una sola prueba de las presentadas por las denunciantes que (...)*” derive en una presunta responsabilidad. Por lo anterior concluyen que el oficio de presunta responsabilidad se ocupa de personas que no fueron materia de la investigación.<sup>298</sup> Coca Cola Femsa y Panamco México consideran absurdo el hecho de que se les haya emplazado ya que ni siquiera participan en los mercados relevantes definidos en el presente expediente. En este orden de ideas, Industria Refresquera Peninsular solicita el “(...) *cierre anticipado (...)*” del expediente absolviéndola de la comisión de las presuntas prácticas monopólicas que le son imputadas (situación que reitera en los numerales 6.7 a 6.11 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad).

6.11 En este numeral se indica que el oficio de presunta responsabilidad violenta el principio de debido proceso legal y las garantías de audiencia y seguridad jurídica. A juicio de las emplazadas ello se evidencia ya que esta CFC al no haber realizado diligencias de investigación válidas y no contar con evidencias aportadas por las denunciantes debió decretar el cierre del presente expediente. Asimismo, aducen que al haberse concedido la protección de la Justicia de la Unión respecto de los oficios de requerimiento de información la consecuencia es que este órgano desconcentrado no “(...) *ha notificado... el inicio de investigación en forma personal a efecto de que pudiera considerarse sujeto a proceso (...)*” no importando la publicación del acuerdo de inicio en el DOF ya que no puede considerarse como una notificación ya que no menciona a las personas investigadas. Concluyen señalando que este órgano desconcentrado se limitó a “(...) *hacer pesquisas de escritorio (...)*” sin realizar “(...) *una sola diligencia de comprobación directa (...)*” y dio validez a las afirmaciones de las denunciantes.

En este sentido se manifiestan Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan al indicar en el numeral 2.3 de su escrito de contestación que los informes presentados ante la CNBV no fueron elaborados por tales agentes económicos ni contienen información que les sea imputable o bien relacionada con el territorio en que distribuyen sus productos. Por lo que hace a la información obtenida de la Internet indican que no fue publicada por las emplazadas ni son responsables del material contenido en ellas. Añaden que

---

<sup>298</sup> Al respecto señala que al haberse concedido el amparo y protección de la Justicia de la Unión respecto de diversos oficios de requerimiento de información y documentación este órgano desconcentrado no puede sugerir que tales actuaciones constituyeron la etapa de investigación del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

en ningún acta de fe de hechos se mencionó a Refrescos Victoria del Centro o Embotelladora de San Juan (este argumento lo reiteran en la parte final del numeral 2.4 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad).

Por su parte, TCCEC señala en el apartado II.2.2 de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad que éste carece de una debida motivación ya que al emitirse se desestimó la información que TCCEC presentó durante la etapa de investigación del presente expediente ya que al emplazársele al procedimiento seguido en forma de juicio se desestimaron sin fundamento alguno las argumentaciones que al contestar el oficio de presunta responsabilidad vierte en los apartados II.1.1 a II.1.5 de su escrito (relativas a que tiene una personalidad jurídica independiente de TCCC, no otorga licencias o franquicias para embotellar, su objeto social le impide participar en el mercado relevante que respecto a tal agente económico fue definido en el presente expediente, no tiene participación accionaria en las embotelladoras del sistema Coca Cola y que los hechos imputados a éstas le son ajenos).

Los argumentos en estudio son infundados. La etapa de investigación de este expediente tuvo como objetivo verificar si en el mercado investigado se estaba cumpliendo con las disposiciones en materia de competencia económica. En momento versó sobre el comportamiento de alguna empresa en lo particular ya que lo que se investigó fue el mercado no la empresa al no existir en tal etapa la identificación de posibles infractores de la legislación en materia de competencia económica. Apoya lo anterior la siguiente:

**COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA. EL PROCEDIMIENTO OFICIOSO DE INVESTIGACIÓN DE ACTOS QUE SE ESTIMAN LESIVOS DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS PARTICULARES, QUE EFECTÚA DICHO ÓRGANO, NO ES UN PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO EN FORMA DE JUICIO.**

Novena Época. Pleno. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo: XII, Agosto de 2000. Tesis: P. CVIII/2000. Página 103. Amparo en revisión 2617/96. Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. Amparo en revisión 2318/97. Luis Ruiz Ortiz. 15 de mayo de 2000. Mayoría de seis votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Disidentes: Sergio Salvador Aguirre Anguiano, José Vicente Aguinaco Alemán, José de Jesús Gudiño Pelayo y Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: Silverio Rodríguez Carrillo. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CVIII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación no es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

Durante su desahogo esta Comisión estimó pertinente requerir cierta información y documentación a diversas empresas que participan en el referido mercado. Por diversas circunstancias, la mayoría de los oficios emitidos no fueron desahogados en su totalidad.<sup>299</sup> Sin embargo, como se ha dicho, estando el procedimiento de investigación basado en una ley de orden público e interés social se continuó con él. Para lo anterior, el titular de la Dirección

<sup>299</sup> Por el otorgamiento de la protección constitucional en su contra o bien porque los investigados querían aclarar su situación (denunciada o coadyuvante) para estar en posibilidad de proceder a su desahogo. O bien porque aún desahogados, con posterioridad se concedió la protección constitucional.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

General de Investigaciones de esta CFC determinó, en uso de las facultades que le confieren los artículos 31 de la LFCE y 31, fracción II del Reglamento Interior de esta Comisión, recabar información pública<sup>300</sup> referida al sistema Coca Cola de la que se obtuvo, junto con los elementos de convicción aportados por Ajemex, la presunta comisión de prácticas monopólicas relativas que les son imputadas. Aunado a lo anterior se indica que el desahogo de la etapa de investigación no puede supeditarse a la voluntad de los particulares ya que este órgano desconcentrado debe allegarse de todos los medios relevantes necesarios para desahogarla en sus términos. Por lo que hace al argumento relativo a que con relación a las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex esta CFC no realizó una inspección directa en los establecimientos detallistas visitados por los diversos fedatarios públicos se indica que tal actuación no se estimó necesaria dada la fuerza probatoria de los elementos de convicción presentados por la denunciante que al haber sido desahogados por personas investidas de fe pública<sup>301</sup> hacen prueba de lo que los fedatarios observaron. Además, en ningún precepto de la LFCE, el RLFCE o el CFPC se indica que sea obligatorio realizar las visitas o inspecciones que indica la presunta responsable por lo cual no puede pretender que éstas hayan tenido el carácter de obligatorias o indispensables para realizar debidamente la etapa de investigación, pues no existe un solo camino para allegarse de elementos relevantes sino que la estructura del procedimiento de investigación da la flexibilidad suficiente para adaptarse a las situaciones imperantes en los casos concretos.

Además, conviene señalar que la investigación está reflejada en el oficio de presunta responsabilidad, en el que se encuentran todos los elementos recabados durante la investigación. Al emplazarse con el oficio de presunta responsabilidad a las emplazadas se les está otorgando la garantía a defenderse, pudiendo desvirtuar los elementos de convicción que esta CFC tomó en consideración para hacerles las imputaciones de manera presuntiva; sin embargo, no lo hacen y se limitan a manifestar que es lo que esta CFC debió o no debió de hacer, en lugar de pretender desvirtuar las imputaciones y los elementos. Bajo esas circunstancias, el argumento resulta infundado, ya que tales manifestaciones no desvirtúan lo acreditado en el oficio de presunta responsabilidad, que es precisamente la comisión de las prácticas monopólicas relativas, consistentes en la venta o transacción sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o proporcionar los bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, en este caso, las bebidas carbonatadas de las marcas Big Cola, Doble Big, Mega Big y First, todas ellas elaboradas y distribuidas por Ajemex y la acción unilateral consistente en rehusarse a vender o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros para desplazar e impedir el acceso de los productos de Ajemex cuyas marcas son Big Cola, Mega Big, Doble Big y First.

Finalmente, se reitera que la investigación y el procedimiento seguido en forma de juicio son estadios autónomos e independientes. Por tanto, la investigación de este expediente tuvo como

---

<sup>300</sup> Informes que al treinta y uno de diciembre de dos mil uno y/o dos mil dos fueron presentados ante la CNBV así como la desprendida de diversas páginas de la Internet.

<sup>301</sup> Por fe pública se entiende la exactitud de lo que se ve, oye o percibe.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

objetivo verificar si en el mercado investigado se estaba cumpliendo con las disposiciones en materia de competencia económica, es decir, el mercado de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado, por lo que en ningún momento versó sobre el comportamiento de alguna empresa en lo particular ya que lo que se investigó fue el mercado no las empresas, ello en términos de lo dispuesto por los artículos 28 de la Constitución y 1 y 2 de la LFCE. Asimismo, en la etapa indagatoria no existe una identificación de posibles infractores, sino que los mismos son el resultado de la investigación realizada por esta CFC, para determinar la o las personas que participen en el mercado relevante y el poder sustancial con que cuentan dichos agentes económicos en términos de la legislación en materia de competencia económica.

Por lo que hace al argumento relativo a que con relación a las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex esta CFC no realizó una inspección directa en los establecimientos detallistas visitados por los diversos fedatarios públicos se indica que tal actuación no se estimó necesaria dada la fuerza probatoria de los elementos de convicción presentados por la denunciante que al haber sido desahogados por personas investidas de fe pública<sup>302</sup> hacen prueba de lo que los fedatarios observaron.

En cuanto al argumento de Coca Cola Femsá y Panamco se reitera lo expuesto al respecto durante la presente resolución en ánimo de no caer en repeticiones.

Por lo que hace a Industria Refresquera Peninsular se indica que el cierre anticipado del expediente debió presentarse en términos del segundo párrafo del artículo 31 del RLFCE al concluir la investigación, sin embargo, esto no aconteció sino que por el contrario fue determinada su presunta responsabilidad e inclusive es tal agente económico quien confiesa expresamente<sup>303</sup> que las conductas denunciadas y presuntamente violatorias de la legislación en materia de competencia económica se actualizan en la realidad.

Por último, se indica que si bien en las actas de fe de hechos realizadas respecto de la ZM de Querétaro, Querétaro no se mencionó ni a Embotelladora de San Juan ni a Refrescos Victoria del Centro al desahogar el oficio de requerimiento de información y documentación DGJ-10-096-2005-003<sup>304</sup> el C. Representante legal de ambos agentes económicos describió el “(...) *territorio en el que comercializan y distribuyen bebidas carbonatadas en envase cerrado las empresas... Refrescos Victoria del Centro... y Embotelladora de San Juan (...)*” señalando específicamente a la ciudad de Querétaro, Querétaro<sup>305</sup> y siendo que tal documento tiene el valor probatorio previsto en los artículos 79, 93, fracción III, 133, 197, 203 del CFPC se acredita que tales agentes

<sup>302</sup> Por fe pública se entiende la exactitud de los que se ve, oye o percibe.

<sup>303</sup> Tal como se determinó con anterioridad. Confesión que tiene el valor probatorio previsto en los artículos 79, 197 y 200 del CFPC.

<sup>304</sup> Emitido por el titular de la Dirección General de Asuntos Jurídicos de esta CFC el doce de enero de dos mil cinco en desahogo de las diligencias probatorias adicionales ordenadas en el presente expediente.

<sup>305</sup> Foja 9257 del presente expediente.

económicos llevan a cabo las actividades de comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la referida ciudad y por ende las conductas descritas en las actas de fe de hechos les son imputables al ser realizadas por agentes económicos que forman parte de su grupo embotellador.<sup>306</sup> Por lo anterior, el argumento que al respecto intentan hacer valer es infundado.

Propimex, Panamco Golfo, Industria Refresquera Peninsular, Inmuebles del Golfo, Coca Cola Femsa y Panamco México indican en su apartado 6.7 que el oficio de presunta responsabilidad fue emitido fuera de plazo ya que esta CFC amplió el periodo de investigación en una sola ocasión (veintitrés de octubre de dos mil tres) y con posterioridad a tal plazo fue emitido y notificado el oficio de presunta responsabilidad. Al respecto suponen que la determinación del Pleno de este órgano desconcentrado del once de marzo de dos mil cuatro fue una segunda ampliación. Tales actuaciones, aducen, carecen de motivación y fundamentación ya que la primera no está soportada por fundamentos jurídicos ni justifica las causas excepcionalmente complejas que ocasionaron la ampliación del plazo y la segunda además de no haber sido notificada no explica la razón de “(...) *una segunda extensión del plazo de investigación* (...)”. Al respecto resaltan que en los antecedentes cuadragésimo tercero y cuadragésimo cuarto del oficio de presunta responsabilidad se hace relación a actuaciones hechas cuando ya había fenecido el plazo de investigación. Así, indican que al haberse emitido el oficio de presunta responsabilidad hasta el dieciséis de julio de dos mil cuatro se violentó el artículo 27 del RLFCE.

En este sentido también se manifiestan Grupo Contal, Yoli de Acapulco, Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita al señalar en letra A del capítulo I “Defensas” que el oficio de presunta responsabilidad fue expedido fuera del plazo legal previsto para que este órgano desconcentrado “(...) *concluyera su investigación* (...)” ya que el término máximo de noventa días y su ampliación feneció antes de su emisión. Por su parte Embotelladora Zapopan y Embotelladora La Favorita añaden que dentro de los cinco días posteriores a la sesión del once de abril de dos mil cuatro<sup>307</sup> se debió proceder a emitir el oficio de presunta responsabilidad de conformidad con los artículos 4º, 30 y 31 del RLFCE y 220 y 221 del CFPC.

Por su parte TCCEC en su apartado II.2.1 asevera que el oficio de presunta responsabilidad debió emitirse cinco días después del once de marzo de dos mil cuatro,<sup>308</sup> de conformidad con el artículo 4º del RLFCE.

Es infundado el apartado en estudio. Es jurídicamente imposible que el oficio de presunta responsabilidad sea emitido de forma extemporánea en la forma planteada por las emplazadas. Lo anterior es así ya que la etapa de investigación es autónoma e independiente del procedimiento

<sup>306</sup> En términos de lo indicado por este órgano desconcentrado al definir al sistema Coca Cola.

<sup>307</sup> Fecha en la que el Pleno de esta CFC determinó no decretar el cierre del presente expediente.

<sup>308</sup> Fecha en la que el Pleno de esta Comisión determinó no decretar el cierre del presente expediente.



seguido en forma de juicio que se tramita ante este órgano desconcentrado. Tal situación se confirma con el contenido del artículo 30 del RLFCE que a la letra establece:

*“(…) Artículo 30.- **Concluida la investigación**, si existen elementos suficientes para sustentar la existencia de prácticas monopólicas o concentraciones prohibidas, el Presidente y el Secretario Ejecutivo de la Comisión emitirán un oficio de presunta responsabilidad, el que contendrá el nombre y domicilio del presunto responsable, los hechos materia de la práctica monopólica o concentración prohibida que se le imputen, los artículos que se estimen violados, y los elementos en que se apoye la presunta responsabilidad, con lo cual la Comisión emplazará al presunto responsable (...)” [énfasis añadido].*

De su lectura se observa que es requisito previo a la emisión del oficio de presunta responsabilidad que la etapa de investigación haya concluido por lo que pretender argumentar una supuesta extemporaneidad en tal actuación con base en el hecho de que transcurrieron los noventa días previstos para el periodo de investigación carece de toda lógica jurídica. Tal situación ha sido confirmada por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación al emitir el siguiente criterio:

**COMPETENCIA ECONÓMICA. LA FACULTAD DE LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA PREVISTA EN EL ARTÍCULO 31 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, ES AUTÓNOMA E INDEPENDIENTE DEL PROCEDIMIENTO CONTENCIOSO ANTE LA MISMA COMISIÓN.** No. Registro: 181,770. Tesis aislada Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Pleno Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: P. VII/2004 Página: 257. Amparo en revisión 2589/96. Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V. 25 de noviembre de 2003. Unanimidad de diez votos. Ausente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Ponente: José Vicente Aguinaco Alemán. Secretarios: Martha Elba Hurtado Ferrer y Emmanuel G. Rosales Guerrero. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy veinticinco de marzo en curso, aprobó, con el número VII/2004, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a veinticinco de marzo de dos mil cuatro.

Asimismo, es infundado el argumento de las emplazadas en el sentido de que el acuerdo del veintitrés de octubre de dos mil tres se encuentra indebidamente motivado. Lo anterior es así ya que al momento de emitirlo el Pleno de esta Comisión declaró, en términos del tercer párrafo del artículo 27 del RLFCE, que el presente expediente revestía complejidad sin dar mayor explicación al respecto ya que, como es del conocimiento de las presuntas responsables, tanto la información como la documentación que obraba hasta ese momento en el expediente era estrictamente confidencial en términos del artículo 31 de la LFCE y por ende en caso de haberse revelado de dónde provenía la complejidad referida el Pleno de esta Comisión podría haber incurrido en responsabilidad.

Por otro lado el argumento de las emplazadas en el sentido de que la decisión del Pleno de esta CFC del once de marzo de dos mil cuatro constituye una segunda ampliación del periodo de investigación es infundada ya que tal determinación no se fundamentó en el segundo párrafo del artículo 27 del RLFCE sino que se trató de una declaración informativa por parte del órgano

máximo de decisión de esta CFC elaborada con el ánimo de dar a conocer al público en general el estado del presente expediente en la etapa de investigación. Con tal determinación no se concluyó el periodo de investigación del expediente al rubro citado por lo que la afirmación relativa a que las actuaciones previstas en el antecedente cuadragésimo cuarto fueron emitidas fuera del plazo de investigación son infundadas ya que los noventa días hábiles concedidos por el proveído del veintitrés de octubre fenecieron el dieciocho de marzo de dos mil cuatro y por ende las actuaciones referidas se emitieron dentro del plazo legal.

Asimismo, respecto del argumento consistente en que el oficio de presunta responsabilidad debió emitirse cinco días después del once de marzo de dos mil cuatro se reitera que la actuación del Pleno de este órgano desconcentrado llevada a cabo en el día indicado simplemente decretó el estado que guardaba la etapa de investigación mas no declaró su finalización. Lo anterior aunado a que, como se ha indicado, la etapa de investigación es autónoma e independiente de la seguida en forma de juicio ante esta CFC.

6.8 Las emplazadas manifiestan que el Presidente y el Secretario Ejecutivo de esta Comisión carecen de facultades para emitir tanto el acuerdo de inicio de investigación como el oficio de presunta responsabilidad. Afirma lo anterior ya que a su juicio la facultad de ordenar el inicio de una investigación corresponde a la CFC (fracción I del artículo 25 del RLFCE) y al no existir disposición en la legislación en materia de competencia económica que atribuya tal facultad a un funcionario específico “(...) *debe entenderse que su ejercicio está reservado al... Pleno (...)*”. En este orden de ideas afirman que “(...) *si el Pleno ordenó el emplazamiento, debe ser el Pleno el que suscriba el OPR, y no el Presidente y el [Secretario Ejecutivo] de la CFC (...)*”. Para justificar lo anterior señalan que el artículo 30 del RLFCE es inconstitucional ya que violenta el principio de reserva de ley al ir contra lo establecido en el artículo 24, fracción I de la LFCE.

Es infundado el argumento en estudio. Los artículos 22, fracción III y 23, fracción X del Reglamento Interior de la Comisión establecen que corresponde al Presidente y Secretario Ejecutivo, entre otros, el poder admitir a trámite los casos interpuestos ante la Comisión, tal como en el presente caso ocurrió. Por su parte, el artículo 30 del RLFCE establece que el Presidente y el Secretario Ejecutivo de este órgano desconcentrado, concluida la investigación, emitirán un oficio de presunta responsabilidad como en la especie sucedió. Así, al existir disposición expresa que concede las facultades referidas a los funcionarios públicos mencionados las aseveraciones de las emplazadas son infundadas. Por lo que hace a la supuesta inconstitucionalidad del artículo 30 del RLFCE es inconstitucional al ir más allá de la fracción I del artículo 24 de la LFCE se reitera que este órgano desconcentrado carece de facultades para determinar la violación de un precepto reglamentario a la Constitución Federal.

Sin perjuicio de lo anterior, se señala que el término Comisión a que se refiere el artículo 24 de la LFCE se refiere a las funciones previas o preparatorias previas a la emisión de una resolución, situación que se traduce en la tramitación administrativa necesaria *para el* despacho eficaz de los

asuntos que corresponden al personal de ese órgano desconcentrado, por lo que no puede afirmarse, como lo pretenden las emplazadas que investigar la existencia de prácticas monopólicas así como el requerir información y documentos constituya una facultad exclusiva del Pleno de la Comisión en la medida en que esa atribución no implica una función resolutive sino solamente tiende a llegar, eventualmente, a ese estado de resolución. En este sentido se pronunció el Pleno de la SCJN al resolver el amparo en revisión 2589/96.<sup>309</sup>

*“(...) el artículo 24 de la Ley Federal de Competencia Económica, dispone:*

*[se transcribe]*

*La norma transcrita señala las facultades de la Comisión Federal de Competencia, entre ellas, que es la que interesa en el caso, la de requerir de los particulares y agentes económicos información y documentos en las investigaciones que realice.*

*En concepto de la quejosa, si la facultad de requerir informes y documentos en las investigaciones se atribuye a la Comisión Federal de Competencia, entonces debe entenderse que tal facultad corresponde exclusivamente al Pleno de dicha Comisión en términos del artículo 25 de la Ley Federal de Competencia Económica, que establece:*

*[se transcribe]*

*Ahora bien, el análisis del precepto transcrito permite distinguir que el concepto de “Comisión” se emplea con distintas connotaciones en cada párrafo, en el primero se refiere propiamente al Pleno de la Comisión Federal de Competencia, dado que alude a la forma en que se integrará y a las reglas que deberá observar al emitir sus determinaciones, a saber, deliberación en forma colegiada y decisión por mayoría de votos, es decir, se refiere propiamente a la función resolutive, esencialmente, en torno a la determinación sobre la existencia o no de monopolios, prácticas monopólicas y concentraciones y, en su caso, a la imposición de las sanciones correspondientes.*

*En cambio, en el segundo párrafo la norma alude a la “Comisión” como el órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, pues se refiere al personal que tendrá “para el despacho eficaz de sus asuntos”, sin que pueda considerarse que dicho personal también es integrante del Pleno de la Comisión.*

---

<sup>309</sup> Quejoso: Grupo Warner Lambert México, S.A. de C.V.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

*En este sentido, el artículo 23 de la propia ley dispone:*

*[se transcribe]*

*Esta distinción del concepto “Comisión” que se emplea en el artículo 25 de la ley, refiriéndose en el primer párrafo al Pleno y en el segundo al órgano administrativo, tiene especial relevancia en el caso pues, según se ha visto, cuando alude al Pleno se refiere a su función resolutive, en cambio, cuando alude al órgano desconcentrado se refiere al personal necesario “para el despacho eficaz de sus asuntos”, lo anterior permite distinguir claramente la distribución de las funciones que el artículo 24 de la ley atribuye, de manera genérica, a la “Comisión”, es decir, mientras la función resolutive compete al Pleno de la Comisión, en cambio, las funciones previas o preparatorias que tienden a llegar a ese estado de resolución, traducidas en la tramitación administrativa necesaria “para el eficaz despacho de los asuntos”, corresponden al personal de ese órgano desconcentrado, por lo que no puede afirmarse, como lo pretende la empresa quejosa, que requerir información y documentos constituya una facultad exclusiva del Pleno de la Comisión, en la medida en que esa atribución no implica una función resolutive sino solamente tiende a llegar, eventualmente, a ese estado de resolución; lo cual permite concluir que la facultad de mérito compete al órgano desconcentrado denominado Comisión Federal de Competencia y no al Pleno de la misma (...).”*

Por lo anterior, el argumento en estudio es infundado.

6.9 En este numeral se indica que el emplazamiento se llevó a cabo sin acompañar copia de todos los documentos en los que se basa el oficio de presunta responsabilidad ya que únicamente se corrió traslado con copia certificada del oficio de presunta responsabilidad, los escritos de denuncia y las actas de fe de hechos presentadas por Ajemex situación que es contraria al artículo 30 del RLFCE ya que el presente expediente contaba con más de cinco mil fojas. Así, indican que debió correrse traslado con todos los documentos que obraban en el expediente y que el hecho de que el presente expediente haya estado a su disposición durante los treinta días naturales para dar contestación al oficio de presunta responsabilidad es “(...) absurdo (...)” ya que los horarios de consulta son limitados; “(...) hasta 61 agentes económicos involucrados... tienen que acceder (...)” al mismo tiempo al expediente; y, se generan costos injustificados a las emplazadas.

El presente argumento es infundado. La fracción I del artículo 33 de la LFCE establece que al momento de emplazar al presunto responsable se acompañará al oficio de presunta responsabilidad copia del escrito o escritos de denuncia. Así, en observancia a lo anterior al momento de notificar el oficio de presunta responsabilidad a las emplazadas se acompañó la totalidad de los escritos de denuncia que obran en este expediente así como todos sus anexos tal como lo manifiestan las emplazadas y se observa del contenido de las cédulas de notificación que

obran en el presente expediente y que fueron firmadas de conformidad por las personas con quienes se entendió tal diligencia.

Asimismo, es falaz el argumento referido a que sesenta y un agentes económicos tuvieron que consultar al mismo tiempo las constancias que integran el presente expediente ya que únicamente veintidós fueron emplazados al procedimiento seguido en forma de juicio. Asimismo, se indica a las emplazadas que el argumento referido a la limitante de tiempo en la consulta de expedientes es tan absurdo como considerar que las diferentes oficinas de los Poderes de la Unión estuvieran abiertas en “horario corrido” para que cuando le plazca al particular acuda a ellas o que en el Poder Judicial de la Federación que llevan más de seiscientos o setecientos asuntos por Juzgado y Tribunal se tenga un “horario corrido”, porque seiscientas o setecientas personas acuden a ellas diariamente (nótese que el horario del Poder Judicial de la Federación es de 9:00 hrs. a 14:30 hrs. de lunes a viernes). El argumento que se hace valer desconoce disposiciones que son inherentes a las actuaciones judiciales, como un ejemplo se cita el artículo 281 del CFPC. Por lo anterior el argumento en estudio es infundado.

Aunado a lo anterior, las emplazadas esgrimen argumentos gratuitos, ya que no acreditan haber acudido a esta CFC y haberse encontrado con el número de agentes económico involucrados viendo el expediente al mismo tiempo o que tal situación les haya imposibilitado exponer su defensa adecuadamente ante la imputación presuntiva que se les formuló en el oficio de presunta responsabilidad. Además, carece de lógica lo expresado por las emplazadas, ya que ellas mismas saben que los agentes económicos involucrados no iban a acudir individualmente a las instalaciones de esta CFC para consultar el expediente al rubro citado en virtud de que:

- Los agentes económicos involucrados tienen en su mayoría representantes legales comunes; y
- Los representantes legales y/o sus autorizados acudieron a esta Comisión a consultar el expediente al rubro citado.

Motivo por el cual es incorrecto afirmar que se generaron costos injustificados a las emplazadas, ya que todas y cada una de ellas tuvieron acceso al expediente al rubro citado, a través de sus respectivos representantes legales y/o autorizados.

6.10 Las emplazadas señalan que el oficio de presunta responsabilidad carece de fundamentación y motivación. Lo anterior toda vez que no existen imputaciones concretas de hechos a cada una de las denunciadas, no menciona con qué elementos de convicción se pretenden probar y tampoco se indica el periodo investigado. Lo anterior a su juicio se traduce en una falta de estructura lógica ya que no se sabe cuáles son los hechos conocidos o los presuntamente conocidos al carecer el oficio referido de las argumentaciones jurídicas de actualización de las hipótesis normativas que indica. Al respecto establecen que al ser el oficio de presunta responsabilidad “(...) *genérico, ambiguo y oscuro* (...)” los coloca en un estado de indefensión ya que no tienen “(...) *una oportunidad real de defensa, ya que no [se] sabe a ciencia cierta qué*



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

*conductas específicas (...)*” les son imputadas. Asimismo, reiteran que las aseveraciones contenidas en las actas de fe de hechos son falsas y que esta Comisión no se preocupó por constatar su veracidad. Asimismo, indican que el oficio aludido “(...) *no se refiere a los casos concretos en los que supuestamente hubo denegación de trato o trato condicionado (...)*”. Igual pronunciamiento presentan Grupo Continental y Yoli de Acapulco en el numeral 11 del apartado C de sus escritos de contestación al oficio de presunta responsabilidad al indicar que no obstante no fueron establecidos de forma lógica jurídica los hechos que actualizaban los supuestos legales invocados en el oficio de presunta responsabilidad se desarrollaron las consideraciones de derecho relativas a la presunta comisión de las prácticas monopólicas objeto del presente expediente. Asimismo, Yoli de Acapulco, Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan indican en los puntos 5 y 6 de sus consideraciones finales que de las constancias que obran en autos no podía desprenderse la presunta comisión de prácticas monopólicas relativas ni se comprobó la definición de mercado relevante al no existir un estudio específico para la investigación.

El argumento en estudio es infundado. Para evidenciar lo anterior, en observancia al principio de economía procesal se remite a las emplazadas a las consideraciones que al respecto se han hecho valer en la presente resolución con relación a los elementos de convicción ofrecidos en la etapa de investigación del presente expediente y cómo fue que ellos refirieron las conductas presuntamente violatorias de la legislación en materia de competencia económica así como el hecho de que a lo largo del oficio de presunta responsabilidad se hace referencia específica a las conductas que se imputan a cada una de las emplazadas y cómo es que actualizan los supuestos previstos en las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE así como a la definición del mercado relevante y la determinación de poder sustancial dentro del presente expediente.

En el capítulo 7 de su escrito de contestación, las emplazadas se refieren a diversas afirmaciones contenidas en el oficio de presunta responsabilidad reiterando al respecto las manifestaciones que se han analizado.

En el capítulo 8 de su escrito de contestación se objetan, de nueva cuenta los elementos de convicción que obran en el presente expediente, en el capítulo 9 se ofrecen diversas pruebas que han sido valoradas a lo largo de la presente resolución. En su capítulo 10 solicitan la terminación anticipada del presente expediente, situación sobre la cual ya se ha pronunciado esta CFC y en el capítulo 11 solicitan la confidencialidad de la información que aportaron al contestar el oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro, situación que fue atendida al emitir los proveídos por los que se tuvo por contestado el oficio de presunta responsabilidad.

En los escritos presentados ante la Oficialía de Partes de este órgano desconcentrado el siete de enero del presente año, Propimex, Panamco Golfo, Panamco Bajío, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular manifestaron su inconformidad con el desahogo de las



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

diligencias probatorias adicionales decretadas por el titular de la Dirección General de Asuntos Jurídicos de esta CFC en el presente expediente.

Tomando en consideración que:

- i) Únicamente Propimex desahogó (parcialmente) la información solicitada;
- ii) Panamco Golfo, Panamco Bajío, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular no desahogaron los oficios DGJ-10-096-2005-007, DGJ-10-096-2005-008, DGJ-10-096-2005-009 y DGJ-10-096-2005-010.
- iii) El apercibimiento decretado a Panamco Golfo, Panamco Bajío, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular en los oficios respectivos no se hizo efectivo.

Así, toda vez que ninguna afectación a la esfera jurídica de Panamco Golfo, Panamco Bajío, Inmuebles del Golfo e Industria Refresquera Peninsular causó la emisión de los actos tendientes a desahogar el periodo probatorio adicional en el presente expediente al no haber proporcionado la información solicitada ni haberseles hecho efectivo apercibimiento alguno, esta CFC atiende únicamente las manifestaciones que al efecto expresó Propimex.

Señala la emplazada que el Presidente de esta CFC carecía de facultades para emitir el acuerdo delegatorio PRES-10-096-2004-065<sup>310</sup> ya que ni la LFCE ni su Reglamento ni el RICFC lo facultaban para ello.

Es infundado el argumento en estudio ya que dentro del juicio de garantías 795/2001 del índice del H. Juzgado Octavo de Distrito en Materia Administrativa en esta Ciudad,<sup>311</sup> una vez desahogado el procedimiento judicial por el referido Juzgado de Distrito se emitió la sentencia correspondiente, destacando para efectos del presente apartado lo siguiente:

*“(...) De los preceptos legales antes transcritos, [8º, fracción IV, inciso a), 25, fracciones IV y VIII, así como 28, fracción IV del Reglamento Interior de la Comisión Federal de Competencia] se advierte que el Director General de Asuntos Jurídicos se encuentra facultado únicamente para firmar acuerdos o resoluciones de trámite que sean de su competencia, así como desempeñar aquellas facultades que señalen los reglamentos de la ley u otros ordenamientos, o en su defecto, que mediante acuerdo delegatorio, se le otorguen; **pero no así a requerir información.** Asimismo, de la parte conducente de los oficios antes relacionados, no se advierte precepto legal alguno que le faculte para ello.*

<sup>310</sup> Foja 8969 del presente expediente.

<sup>311</sup> Juicio de amparo promovido por diversas empresas integrantes del sistema Coca Cola, entre ellas Propimex, en contra de la tramitación de pruebas para mejor proveer en el expediente DE-06-2000.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Ahora bien, los artículos 28, fracción V y 31 de la Ley Federal de Competencia establecen:

[se transcriben]

Por su parte, los artículos 36, primer párrafo, del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica; 21, primer párrafo; y 22, fracción VII, del Reglamento Interior de la Comisión Federal de Competencia... respectivamente, señalan:

[se transcriben]

*De donde se advierte, que la facultad otorgada por ley y reglamentos a la Comisión Federal de Competencia... entratándose (sic) de requerimiento de información, son ejercidas por conducto del Presidente de dicho organismo público desconcentrado, siendo, por ende, incompetente legalmente el Director General de Asuntos Jurídicos, para requerir a las impetrantes del juicio constitucional, la información relacionada en los oficios que por esta vía se combaten; no obstante que dicha Dirección General forme parte de la estructura de la Comisión, pues la ley y sus reglamentos no le atribuye la facultad en cuestión, ni se advierte del análisis de los oficios impugnados acuerdo delegatorio alguno que le asista para justificar que es competente emitir para el mismo (sic), de conformidad con lo previsto por el artículo 21 del Reglamento Interior de la referida Comisión.*

*Consecuentemente, al no haber sido emitidos los oficios reclamados por la autoridad debidamente facultada para ello, éstos devienen en inconstitucionales, en razón de contravenir la garantía de legalidad consagrada en el artículo 16 constitucional (...)" [énfasis añadido].*

Inconforme con tal determinación, esta Comisión interpuso recurso de revisión, que fue tramitado por el H. Sexto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa en el Primer Circuito Judicial bajo el toca RA 345/2002. En la ejecutoria de tal medio de impugnación se indicó:

*“(...) contrario a lo que alega la autoridad recurrente dichos dispositivos legales [referidos previamente] no le otorgan facultad alguna para requerir información, sino que únicamente la autorizan para supervisar o tramitar el desahogo de los procedimientos jurídicos que realice la Comisión, tramitar o desahogar pruebas, de ahí lo infundado de su agravio...*

*el Director General de Asuntos Jurídicos carece de facultades para requerir información, toda vez, que dicha atribución le corresponde al Presidente de la*





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**Comisión Federal de Competencia... según lo dispuesto por los artículos 28, fracción V, y 31 de la Ley Federal de Competencia** (sic) (...)” [énfasis añadido].

Por lo anterior, para Propimex es cosa juzgada que:

- El titular de la Dirección General de Asuntos Jurídicos de esta Comisión no tiene atribuciones para requerir información dentro de los procedimientos seguidos en forma de juicio pues la legislación en materia de competencia económica no le atribuye tales facultades.
- El funcionario competente para requerir tal información es el Presidente de esta CFC de conformidad con los artículos 31 de la LFCE, 36 del RLFCE y 22, fracción VII del Reglamento Interior de la Comisión Federal de Competencia (RICFC).
- Sólo mediante acuerdo delegatorio, expedido de conformidad con lo previsto en los artículos 28, fracción V de la LFCE y 21 del RICFC, se justificará la competencia del Director General de Asuntos Jurídicos de esta CFC para requerir información dentro de los procedimientos seguidos en forma de juicio ante esta Comisión.

Por lo que hace al acuerdo del catorce de diciembre de dos mil cuatro<sup>312</sup> Propimex indica que:

- I. Adolece de una debida motivación ya que no especifica: i) los hechos que pretende probar; ii) por qué la información solicitada era la idónea para esclarecer los hechos del procedimiento; y, iii) la necesidad, oportunidad e idoneidad de las probanzas requeridas.

El presente argumento es infundado. Para evidenciar lo anterior esta CFC indica que el acuerdo combatido buscó esclarecer por lo que hace a Propimex:

- i) Las afirmaciones vertidas al contestar el oficio de presunta responsabilidad con relación a la inclusión del agua envasada como producto integrante del mercado relevante de las bebidas carbonatadas; y,
- ii) El origen de las gráficas relativas a la participación de Ajemex.

La determinación de requerirle información se motivó en las siguientes consideraciones:

---

<sup>312</sup> Que concedió vista a los emplazados para que manifestaran lo que a su derecho conviniera respecto de la práctica de diligencias probatorias adicionales.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

- i) Propimex indicó en el apartado 5.4, inciso i de su escrito de contestación al oficio del dieciséis de julio de dos mil cuatro que el agua natural embotellada debió incluirse dentro del mercado relevante por producto del presente expediente; y,
- ii) La emplazada en el apartado 5.1, inciso iii de su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad hizo referencia a una gráfica elaborada con datos obtenidos por A.C. [REDACTED] respecto de la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal, sin embargo, no acompañó el estudio de mercado del cual deriva tal gráfica, los datos que sirvieron de base para su elaboración ni la fuente de la que se obtuvieron tales datos. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8º, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Así, basta la lectura del acuerdo del catorce de diciembre de dos mil cuatro para evidenciar que la motivación de tal acto demostró tanto los hechos que se pretendían probar como la idoneidad, necesidad y oportunidad de las diligencias probatorias adicionales decretadas.

- II. Se trató de un perfeccionamiento “(...) *indebido y sesgado* (...)” de los elementos de convicción ofrecidos por Ajemex en la etapa de investigación así como de un requerimiento de información correspondiente a la etapa de investigación. Asimismo, considera absurdo el desahogo de la etapa probatoria adicional ya que los comisionados de este órgano desconcentrado cuentan con los conocimientos técnicos necesarios para interpretar la gráfica que acompañó a su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad. Al respecto considera que se suple la queja de Ajemex quien cuestionó el valor y alcance probatorio de la referida gráfica no obstante haberse emitido al respecto el proveído que no acordó de conformidad la pretensión de la denunciante.<sup>313</sup>

Por lo que hace a los elementos de convicción presentados por Ajemex en la etapa de investigación de este expediente en ánimo de no caer en repeticiones se remite a la emplazada a las consideraciones que al respecto hizo valer esta CFC en la presente resolución.

Respecto al argumento que pretende desestimar el desahogo de las pruebas para mejor proveer ya que los comisionados de este órgano desconcentrado son peritos en competencia económica se indica que es infundado. Para demostrar lo anterior se indica que no obstante que los cinco comisionados que integran el Pleno de esta CFC reúnen los requisitos del artículo 26 de la LFCE para ocupar su encargo ello no exentaba a Propimex de proporcionar el estudio de mercado del cual deriva la gráfica ofrecida, los datos que sirvieron de base para su elaboración así como la fuente de la que se obtuvieron tales datos. Lo anterior en observancia al principio procesal dispositivo referido por la propia emplazada máxime que como ella reconoce tal gráfica deriva de

<sup>313</sup> Fojas 8762 y 8763 del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

“(...) *documentos... de un tercero ajeno (...)*”,<sup>314</sup> documentos que esta CFC debía constatar para estar en posibilidad de constatar la veracidad de la información que contiene.

Asimismo, es infundado el argumento relativo a una supuesta suplencia de la queja de Ajemex. Lo anterior es así ya que el motivo de la práctica de las diligencias adicionales fue originado por las manifestaciones de Propimex en su escrito de contestación al oficio de presunta responsabilidad y no de una solicitud hecha por Ajemex. Si bien ésta intentó cuestionar ciertas probanzas ofrecidas por las emplazadas se decretó que no había lugar a acordar de conformidad tal pretensión ya que la naturaleza del procedimiento seguido en forma de juicio ante esta Comisión es administrativa y no civil y por ende no existe la posibilidad de objetar pruebas (como en los procedimientos civiles), cuestión definida por el más Alto Tribunal de nuestro País y que se refleja en la tesis:

**COMPETENCIA ECONÓMICA. LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN LA LEY FEDERAL CORRESPONDIENTE, LO IDENTIFICAN COMO ADMINISTRATIVO Y NO COMO CIVIL.** No. Registro: 191,431. Tesis aislada. Materia(s): Administrativa.

Novena Época. Instancia: Pleno. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XII, Agosto de 2000 Tesis: P. CXII/2000 Página: 108. Amparo en revisión 643/99. Warner Bros. (México), S.A. 15 de mayo de 2000. Unanimidad de diez votos. Ausente: Presidente Genaro David Góngora Pimentel. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretario: José Luis Rafael Cano Martínez. El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy once de julio en curso, aprobó, con el número CXII/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a once de julio de dos mil.

- III. Considera que existió una asimetría entre la información que le fue requerida y la diversa contenida en los escritos de denuncia de los CC. Chávez, [REDACTED] que no reunía los requisitos de admisibilidad. (Eliminado: 2 palabras. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

El argumento en estudio es infundado. Por lo que hace a la admisión de los diversos escritos de denuncia presentados ante esta Comisión en el presente asunto se remite a la emplazada a las consideraciones hechas valer por esta autoridad en la presente resolución al respecto. Ahora bien, respecto a la existencia de una asimetría se indica que el argumento cae de base ya que como se ha indicado el procedimiento seguido en forma de juicio ante este órgano desconcentrado es independiente de la etapa indagatoria, situación que reconoce Propimex al afirmar en su escrito del siete de enero de dos mil cinco que “(...) *independientemente del título que se dé al acto emitido, la naturaleza del mismo reviste más bien el carácter de... un requerimiento de información correspondiente a la etapa de investigación y no a la etapa procesal en que nos encontramos (...)*”<sup>315</sup> [énfasis añadido]. Lo anterior no hace sino demostrar la ambivalencia de las argumentaciones de la emplazada con el ánimo de cuestionar, sin razón jurídica alguna, las actuaciones de esta CFC.

<sup>314</sup> Último párrafo de la foja 9006 del presente expediente.

<sup>315</sup> Segundo párrafo de la foja 9004 del expediente al rubro citado.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

- IV. Finalmente reitera que al no haberse motivado debidamente el acuerdo del catorce de diciembre de dos mil cuatro (por las razones que expresó en el apartado I) se rompe el principio procesal dispositivo.

El argumento en estudio es infundado. Para evidenciarlo se remite a Propimex a las consideraciones que al estudiar el apartado I hizo valer esta Comisión y que evidencian que el acuerdo del catorce de diciembre de dos mil cuatro se encuentra debidamente motivado y que si existió alguna violación al principio procesal dispositivo fue cometida por las emplazadas que ofrecieron como prueba las gráficas elaboradas por AC [REDACTED] sin acompañar los documentos que soportaran tales elementos de convicción. (Eliminado: 1 palabra. Artículos 3, fracción II, 8°, 18 fracción II y 21 LFTAIPG. Motivación: Protección de datos personales)

Finalmente, en los escritos de alegatos, las emplazadas que los rindieron en tiempo y forma hicieron valer las mismas consideraciones que han sido analizadas a lo largo de la presente resolución por lo que su estudio debe considerarse realizado en la presente consideración.

Por todo lo expuesto en la presente consideración de derecho se acredita que Yoli de Acapulco, Coca Cola Femsa, Propimex, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Grupo Contal, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Industria Refresquera Peninsular, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan y TCCEC han cometido las prácticas monopólicas relativas previstas en el artículo 10, fracciones IV y V de la LFCE consistentes en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (de Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando dichas bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, lo cual desplaza indebidamente e impide sustancialmente el acceso de Ajemex en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en la ciudad de Acapulco, Guerrero, por lo que hace a Yoli de Acapulco; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; y en las ZM de las ciudades de: Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato respecto de Coca Cola Femsa, Propimex, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco en cuanto a Grupo Contal, Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán por lo que hace a Industria Refresquera Peninsular y en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro por lo que hace a Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan; y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

TCCEC, las empresas cabeza de grupo y las embotelladores referidas, todas integrantes del sistema Coca Cola.

**Quinta.-** Toda vez que se ha acreditado que Yoli de Acapulco, Coca Cola Femsa, Propimex, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío, Panamco Golfo, Grupo Contal, Embotelladora La Favorita, Embotelladora Zapopan, Industria Refresquera Peninsular, Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro, Embotelladora de San Juan y TCCEC han cometido las prácticas monopólicas relativas previstas en el artículo 10, fracciones IV y V de la LFCE consistentes en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (de Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando dichas bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, lo cual desplaza indebidamente e impide sustancialmente el acceso de Ajemex en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en la ciudad de Acapulco, Guerrero, por lo que hace a Yoli de Acapulco; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; y en las ZM de las ciudades de: Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato respecto de Coca Cola Femsa, Propimex, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco en cuanto a Grupo Contal, Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán por lo que hace a Industria Refresquera Peninsular y en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro por lo que hace a Embotelladora La Victoria, Refrescos Victoria del Centro y Embotelladora de San Juan; y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y las embotelladores referidas, todas integrantes del sistema Coca Cola, de conformidad con el artículo 35, fracciones I y V de la LFCE, esta CFC puede ordenar la suspensión, corrección o supresión de las prácticas monopólicas referidas e imponer como sanción una multa hasta por el equivalente a doscientas veinticinco mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal.

Por lo anterior y tomando en consideración que el artículo 36 de la LFCE señala que al momento de imponer una sanción pecuniaria este órgano desconcentrado deberá considerar la gravedad de la infracción, el daño causado, los indicios de intencionalidad, la participación del infractor en los mercados, el tamaño del mercado afectado, la duración de las prácticas monopólicas que se sancionan y la reincidencia o antecedentes del infractor así como su capacidad económica se procede al análisis de tales requisitos.

En cuanto a TCCEC se indica lo siguiente.

La gravedad de la infracción. Las prácticas monopólicas cometidas por TCCEC son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.** No. Registro: 181,645. Jurisprudencia. Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, instrumentar políticas dentro del sistema Coca Cola para: i) sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex); y, ii) de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor del referido grupo económico en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas en todo el territorio nacional, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas, que en este acto se sancionan, el sistema Coca Cola cuyo titular en México es TCCEC da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento

indebido— a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y las embotelladores referidas al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se reitera que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que TCCEC al encabezar el sistema Coca Cola puede prever la consecuencia de coordinar políticas implementadas para sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebran contratos de exclusividad tales conductas tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos al mercado relevante del presente expediente.

Respecto de la participación de TCCEC en el mercado relevante se indica que este agente económico tiene la siguiente participación:

	2001	2002
Volumen de ventas Coca Cola en México Millones de cajas unidad	1,914 <sup>1</sup>	2,064 <sup>2</sup>
Volumen de ventas de refrescos en México Millones de cajas unidad	2,810.7 <sup>3</sup>	2,923.1
% de mercado de Coca Cola	68.1%	70.6%

1 Paginas treinta y siete y treinta y ocho, 2001 Annual Report, The Coca Cola Company (fojas 4737 a 4830).

2 Paginas cuarenta y uno y cuarenta y dos, 2002 Annual Report, The Coca Cola Company (fojas 4831 a 4948).

3 De acuerdo con reporte del mercado de bebidas en México de la empresa Beverage Marketing, en México se tuvo en dos mil un consumo *per cápita* de ciento cincuenta y cinco punto nueve litros. Considerando una población de noventa y siete millos cuatrocientos ochenta mil habitantes (INEGI), se tendría un consumo en México de dos mil seiscientos setenta y seis punto nueve millones de CU en ese año. Para estimar el consumo de dos mil uno y dos mil dos se aplicaron las tasas de crecimiento de 5% y 4% de la industria para dos mil uno y dos mil dos reportadas por The Coca Cola Company. Página ciento cinco del dos mil dos Annual Report y página cuarenta del dos mil uno Annual Report de The Coca Cola Company. (Reporte para México de Beverage Marketing [www.beveragemarketing.com](http://www.beveragemarketing.com) fojas 4507 a 4509).

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, constituyen un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa el sistema Coca Cola cuyo titular en nuestro país es TCCEC. Lo anterior es reconocido por el propio sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de*





*Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>316</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>317</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Por lo anterior es posible vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

En este orden de ideas, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por el sistema Coca Cola que son coordinadas por TCCEC dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para el sistema Coca Cola el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con la siguiente información que se encuentra acreditada en autos:


(Eliminado un cuadro con 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

Lo anterior se robustece con la aseveración hecha por el sistema Coca Cola en el Informe de Responsabilidad Social 2002 en el que se indica que el canal detallista representa un “(...) *importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*”.<sup>318</sup>

<sup>316</sup> Foja 3775 del presente expediente.  
<sup>317</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).  
<sup>318</sup> Foja 3822.

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa que coordina e implementa TCCEC y consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido por lo menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica relativa que coordina e implementa TCCEC consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por el sistema Coca Cola (que TCCEC encabeza en nuestro país) ya que implementó y coordinó políticas encaminadas a la celebración de las prácticas monopólicas sancionadas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas en envase cerrado en el territorio nacional. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un grupo económico, en este asunto el sistema Coca Cola que TCCEC encabeza, insista, repita o reitera una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en el mercado relevante de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas en envase cerrado en el territorio nacional, esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. Así, en el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de TCCEC obra en el expediente información financiera (foja 1908) que permite determinar su capacidad económica de la siguiente manera:

De sus estados financieros al treinta y uno de diciembre de dos mil dos se observa que cuenta con una capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa a imponer ya que para tal ejercicio fiscal tuvo activos totales por [REDACTED] (Eliminado 1 cifra y 16 palabras. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta tal capacidad económica para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y las embotelladores referidas, todas integrantes del sistema Coca Cola en todo el territorio nacional no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a TCCEC una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Por lo que hace a Coca Cola Femsa se indica.

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Coca Cola Femsa son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBIERNO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s): Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Coca Cola Femsa en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Coca Cola Femsa da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las

políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Coca Cola Femsa puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Coca Cola Femsa en los mercados relevantes se indica que está acreditado en autos la siguiente información:


(Eliminado un cuadro con 6 columnas y 9 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

Estos porcentajes de mercado muestran que Coca Cola Femsa tuvieron en dos mil dos participaciones de mercado en los mercados relevantes analizados en un rango de [REDACTED]

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Coca Cola Femsa. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>319</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>320</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de

<sup>319</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>320</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente. (Eliminado dos porcentajes. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Coca Cola Femsa, a través de sus subsidiarias, dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Coca Cola Femsa el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


(Eliminado un cuadro con 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

Aunado a lo anterior en su Informe Anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV Coca Cola Femsa:

*“(...) En los territorios mexicanos vendemos la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (...)”.*<sup>321</sup>

<sup>321</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un “(...) *importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*”.<sup>322</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Coca Cola Femsa (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Coca Cola Femsa ya que incurrió, a través de sus subsidiarias, en las exclusividades para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo). Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Coca Cola Femsa, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México,

---

<sup>322</sup> Foja 3822.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Coca Cola Femsa esta Comisión cuenta con la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatrocientos mil cinco presentada ante la BMV (estados financieros consolidados).<sup>323</sup> De tal información se observa que Coca Cola Femsa cuenta con una capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa a imponer ya que tuvo activos totales por:

---

<sup>323</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A. DE C.V.

CLAVE DE COTIZACION: KOF  
COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.

TRIMESTRE: 4 AÑO: 2004

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2004 Y 2003  
(Miles de Pesos)

CONSOLIDADO

INFORMACION DICTAMINADA

Impresión Final

REF S	CONCEPTOS	TRIMESTRE AÑO ACTUAL		TRIMESTRE AÑO ANTERIOR	
		Importe	%	Importe	%
1	ACTIVO TOTAL	67,066,414	100	66,668,130	100
2	ACTIVO CIRCULANTE	9,049,854	13	8,718,620	13
3	EFFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES	3,602,942	5	3,020,523	5
4	CLIENTES Y DOCUMENTOS POR COBRAR (NETO)	1,613,421	2	1,540,491	2
5	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR (NETO)	490,198	1	425,169	1
6	INVENTARIOS	2,515,402	4	2,354,385	4
7	OTROS ACTIVOS CIRCULANTES	827,891	1	1,378,052	2
8	LARGO PLAZO	418,412	1	517,525	1
9	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR (NETO)	0	0	0	0
10	INVERSIONES EN ACCIONES DE SUBSIDIARIAS Y ASOCIADAS NO CONSOLIDADAS	418,412	1	517,525	1
11	OTRAS INVERSIONES	0	0	0	0
12	INMUEBLES, PLANTA Y EQUIPO (NETO)	18,672,329	28	19,133,349	29
13	INMUEBLES	2,482,044	4	2,675,578	4
14	MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL	28,402,701	42	27,067,699	41
15	OTROS EQUIPOS	0	0	0	0
16	DEPRECIACION ACUMULADA	12,883,646	19	11,323,501	17
17	CONSTRUCCIONES EN PROCESO	671,230	1	713,573	1
18	ACTIVO DIFERIDO (NETO)	38,925,819	58	38,298,636	57
19	OTROS ACTIVOS	0	0	0	0
20	PASIVO TOTAL	36,957,019	100	42,373,833	100
21	PASIVO CIRCULANTE	10,687,338	29	10,202,210	24
22	PROVEEDORES	4,143,762	11	3,669,882	9
23	CREDITOS BANCARIOS	836,462	2	3,527,021	8
24	CREDITOS BURSATILES	2,750,000	7	0	0
25	IMPUESTOS POR PAGAR	575,522	2	1,132,473	3
26	OTROS PASIVOS CIRCULANTES	2,381,592	6	1,872,834	4
27	PASIVO A LARGO PLAZO	21,742,651	59	27,456,602	65
28	CREDITOS BANCARIOS	13,028,816	35	16,905,560	40
29	CREDITOS BURSATILES	8,686,364	24	10,519,090	25
30	OTROS CREDITOS	27,471	0	31,952	0
31	CREDITOS DIFERIDOS	1,380,000	4	1,620,000	4
32	OTROS PASIVOS	3,147,030	9	3,095,021	7
33	CAPITAL CONTABLE	30,109,395	100	24,294,297	100
34	PARTICIPACION MINORITARIA	709,138	2	173,981	1
35	CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	29,400,257	98	24,120,316	99
36	CAPITAL CONTRIBUIDO	14,747,489	49	14,744,489	61
37	CAPITAL SOCIAL PAGADO (NOMINAL)	820,572	3	820,572	3
38	ACTUALIZACION CAPITAL SOCIAL PAGADO	1,972,722	7	1,972,722	8
39	PRIMA EN VENTA DE ACCIONES	11,954,195	40	11,951,195	49
40	APORTACIONES PARA FUTUROS AUMENTOS DE CAPITAL	0	0	0	0
41	CAPITAL GANADO (PERDIDO)	14,652,768	49	9,375,827	39
42	RESULTADOS ACUMULADOS Y RESERVA DE CAPITAL	11,618,758	39	9,695,412	40
43	RESERVA PARA RECOMPRA DE ACCIONES	400,000	1	400,000	2
44	EXCESO (INSUFICIENCIA) EN LA ACTUALIZACION DE CAPITAL CONTABLE	(2,770,081)	(9)	(3,182,188)	(13)
45	RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	5,404,091	18	2,462,603	10



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A. DE C.V.

CLAVE DE COTIZACION: KOF  
\* COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.

TRIMESTRE: 4 AÑO: 2004

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
DESGLÓSE DE PRINCIPALES CONCEPTOS  
(Miles de Pesos)

CONSOLIDADO

INFORMACION DICTAMINADA

Impresión Final

REF S	CONCEPTOS	TRIMESTRE AÑO ACTUAL		TRIMESTRE AÑO ANTERIOR	
		Importe	%	Importe	%
3	EFFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES	3,602,942	100	3,020,523	100
46	EFFECTIVO	1,145,535	32	814,792	27
47	INVERSIONES TEMPORALES	2,457,407	68	2,205,731	73
18	CARGOS DIFERIDOS	38,925,819	100	38,298,636	100
48	GASTOS AMORTIZABLES (NETO)	2,811,719	7	117,433	0
49	CREDITO MERCANTIL	36,114,100	93	36,826,203	96
50	IMPUESTOS DIFERIDOS	0	0	1,355,000	4
51	OTROS	0	0	0	0
21	PASIVO CIRCULANTE	10,687,338	100	10,202,210	100
52	PASIVOS EN MONEDA EXTRANJERA	3,952,852	37	5,592,817	55
53	PASIVOS EN MONEDA NACIONAL	6,734,486	63	4,609,393	45
24	CREDITOS BURSATILES CORTO PLAZO	2,750,000	100	0	100
54	PAPEL COMERCIAL	0	0	0	0
55	PAGARE DE MEDIANO PLAZO	2,750,000	100	0	0
56	PORCION CIRCULANTE DE OBLIGACIONES	0	0	0	0
26	OTROS PASIVOS CIRCULANTES	2,381,592	100	1,872,834	100
57	OTROS PASIVOS CIRCULANTES CON COSTO	0	0	0	0
58	OTROS PASIVOS CIRCULANTES SIN COSTO	2,381,592	100	1,872,834	100
27	PASIVO A LARGO PLAZO	21,742,651	100	27,456,602	100
59	PASIVO EN MONEDA EXTRANJERA	7,856,287	36	16,937,512	62
60	PASIVO EN MONEDA NACIONAL	13,886,364	64	10,519,090	38
29	CREDITOS BURSATILES LARGO PLAZO	8,686,364	100	10,519,090	100
61	OBLIGACIONES	0	0	0	0
62	PAGARE DE MEDIANO PLAZO	8,686,364	100	10,519,090	100
30	OTROS CREDITOS	27,471	100	31,952	100
63	OTROS CREDITOS CON COSTO	0	0	0	0
64	OTROS CREDITOS SIN COSTO	27,471	100	31,952	100
31	CREDITOS DIFERIDOS	1,380,000	100	1,620,000	100
65	CREDITO MERCANTIL	0	0	0	0
66	IMPUESTOS DIFERIDOS	1,380,000	100	1,620,000	100
67	OTROS	0	0	0	0
32	OTROS PASIVOS	3,147,030	100	3,095,021	100
68	RESERVAS	644,979	20	642,344	21
69	OTROS PASIVOS	2,502,051	80	2,452,677	79
44	EXCESO (INSUFICIENCIA) EN LA ACTUALIZACION DEL CAPITAL CONTABLE	(2,770,081)	100	(3,182,188)	100
70	RESULTADO ACUMULADO POR POSICION MONETARIA	(2,770,081)	(100)	(3,182,188)	(100)
71	RESULTADO POR TENENCIA DE ACTIVOS NO MONETARIOS	0	0	0	0



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

CLAVE DE COTIZACION: KOF  
COCA-COLA FEMSA, S.A. DE C.V.

TRIMESTRE: 1 AÑO: 2005

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
OTROS CONCEPTOS  
(Miles de Pesos)

CONSOLIDADO

Impresión Final

REF S	CONCEPTOS	TRIMESTRE AÑO ACTUAL	TRIMESTRE AÑO ANTERIOR
		Importe	Importe
72	CAPITAL DE TRABAJO	(1,060,014)	(1,504,110)
73	FONDO PARA PENSIONES Y PRIMA DE ANTIGUEDAD	668,662	660,727
74	NUMERO DE FUNCIONARIOS (*)	416	408
75	NUMERO DE EMPLEADOS (*)	31,229	31,318
76	NUMERO DE OBREROS (*)	23,772	23,765
77	NUMERO DE ACCIONES EN CIRCULACION (*)	1,846,530,201	1,846,374,197
78	NUMERO DE ACCIONES RECOMPRADAS (*)	0	0

(\*) DATOS EN UNIDADES



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Para graduar las multas a imponer, esta Comisión toma en cuenta su situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal; Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Propimex, Refrescos y Aguas Minerales, Inmuebles del Golfo, Panamco México, Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Coca Cola Femsa una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto de Propimex se señala.

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Propimex son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA**



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s): Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Propimex en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Propimex, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Propimex da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Propimex, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad

mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Propimex puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Respecto de la participación de Propimex en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información


Estos porcentajes de mercado muestran que Propimex tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ZM de la Ciudad de México. (Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas, así como el porcentaje del renglón que antecede. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Coca Cola Femsa. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>324</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>325</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Propimex dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Propimex el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


<sup>324</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>325</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**


(Eliminado un cuadro de 16 filas y 5 columnas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.

Aunado a lo anterior en su Informe Anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV Coca Cola Femsa (empresa controladora de Propimex) indicó:

*“(...) En los territorios mexicanos vendemos la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (...)”.*<sup>326</sup>

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un *“(...) importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)”.*<sup>327</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de

<sup>326</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.

<sup>327</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Propimex (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Propimex ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Propimex, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Propimex, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, por lo que hace a TCCC se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Propimex se remite a la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-cinco presentada ante la BMV por Coca Cola Femsa (empresa controladora de Propimex) para el primer trimestre de 2004-2005 (estados financieros consolidados)<sup>328</sup> en la que se indicó que Coca Cola Femsa detenta el control de Propimex. Por lo anterior, al momento de imponerse la multa correspondiente a Propimex se toman en consideración tales activos para determinar su capacidad económica siendo Coca Cola Femsa quien deberá cubrir su importe ante la autoridad fiscal competente.

---

<sup>328</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta la situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de México, Distrito Federal y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Propimex, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Propimex una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Por lo que hace a Inmuebles del Golfo se manifiesta.

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Inmuebles del Golfo son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBIERNO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.** No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario:



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Inmuebles del Golfo en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Oaxaca, Oaxaca y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa e Inmuebles del Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Inmuebles del Golfo da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Oaxaca, Oaxaca y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa e Inmuebles del Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Inmuebles del Golfo puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Inmuebles del Golfo en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información




Estos porcentajes de mercado muestran que Inmuebles del Golfo tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ZM de Oaxaca, Oaxaca.

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Inmuebles del Golfo. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)”.<sup>329</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>330</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Inmuebles del Golfo dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Inmuebles del Golfo el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


<sup>329</sup> Foja 3775 del presente expediente.  
<sup>330</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Aunado a lo anterior en su Informe Anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV Coca Cola Femsá (empresa controladora de Inmuebles del Golfo) indicó:

*“(...) En los territorios mexicanos vendemos la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (...)”*<sup>331</sup>

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un *“(...) importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)”*<sup>332</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Inmuebles del Golfo (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan

<sup>331</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsá.

<sup>332</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Inmuebles del Golfo ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de Oaxaca, Oaxaca. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Inmuebles del Golfo, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de la Ciudad de Oaxaca, Oaxaca y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa e Inmuebles del Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Inmuebles del Golfo se remite a la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-cinco presentada ante la BMV por Coca Cola Femsa (empresa controladora de Inmuebles del Golfo) para el primer trimestre de 2004-2005 (estados financieros consolidados)<sup>333</sup> en la que se indicó que Coca Cola Femsa detenta el control de Inmuebles del Golfo. Por lo anterior, al momento de imponerse la multa correspondiente a Propimex se toman en consideración tales activos para determinar su capacidad económica siendo Coca Cola Femsa quien deberá cubrir su importe ante la autoridad fiscal competente.

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta la situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Oaxaca, Oaxaca y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa e Inmuebles del Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex

---

<sup>333</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Inmuebles del Golfo una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto de Panamco México se indica.

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Panamco Méxic son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.**

No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

No. Registro: 181,645. Jurisprudencia. Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Panamco México en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa, Panamco México y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Panamco México da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa, Panamco México y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Panamco México puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Panamco México en los mercados relevantes se indica que está acreditado en autos la siguiente información


Estos porcentajes de mercado muestran que Panamco México tuvo en dos mil dos participaciones de mercado en los mercados relevantes analizados del [REDACTED] (Eliminado un cuadro de 6 columnas y 7 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Panamco México a través de sus subsidiarias. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casí todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>334</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>335</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Panamco México, a través de sus subsidiarias, dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Panamco México el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


<sup>334</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>335</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Aunado a lo anterior en su Informe Anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV Coca Cola Femsa:

*“(...) En los territorios mexicanos vendemos la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (...).”<sup>336</sup>*

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un *“(...) importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...).”<sup>337</sup>*

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Panamco México (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es

<sup>336</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.

<sup>337</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Panamco México ya que incurrió, a través de sus subsidiarias, en las exclusividades para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Panamco Bajío y Panamco Golfo). Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Panamco México, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa, Panamco México y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Panamco México se remite a la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-dos mil cinco presentada ante la BMV por Coca Cola Femsa (empresa controladora de Panamco México) para el primer trimestre de 2004-2005 (estados financieros consolidados)<sup>338</sup> en la que se indicó que Coca Cola Femsa detenta el control de Panamco México. Por lo anterior, al momento de imponerse la multa correspondiente a Panamco México se toman en consideración tales activos para determinar su capacidad económica siendo Coca Cola Femsa quien deberá cubrir su importe ante la autoridad fiscal competente.

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta la situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas

---

<sup>338</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato (a través de sus subsidiarias Panamco Bajío y Panamco Golfo) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa, Panamco México y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Panamco México una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto de Panamco Bajío se informa que:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Panamco Bajío son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.** No. Registro: 181,645. Jurisprudencia. Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Panamco Bajío en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de León, Guanajuato y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Bajío, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Panamco Bajío da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de León, Guanajuato y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Bajío, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Panamco Bajío puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Panamco Bajío en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información




COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Estos porcentajes de mercado muestran que Panamco Bajío tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ZM de León, Guanajuato.

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Panamco Bajío. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional* (...)”.<sup>339</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>340</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Panamco Bajío dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Panamco Bajío el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


<sup>339</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>340</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Aunado a lo anterior en su Informe Anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV Coca Cola Femsa (empresa controladora de Panamco Bajío) indicó:

*“(...) En los territorios mexicanos vendemos la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (...).”<sup>341</sup>*

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un *“(...) importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...).”<sup>342</sup>*

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Panamco Bajío (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan

<sup>341</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsa.

<sup>342</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Panamco Bajío ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de León, Guanajuato. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Panamco Bajío, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de León, Guanajuato y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Bajío, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Panamco Bajío se remite a la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-cinco presentada ante la BMV por Coca Cola Femsa (empresa controladora de Panamco Bajío) para el primer trimestre de 2004-2005 (estados financieros consolidados)<sup>343</sup> en la que se indicó que Coca Cola Femsa detenta el control de Panamco Bajío. Por lo anterior, al momento de imponerse la multa correspondiente a Panamco Bajío se toman en consideración tales activos para determinar su capacidad económica siendo Coca Cola Femsa quien deberá cubrir su importe ante la autoridad fiscal competente.

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta la situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de León, Guanajuato y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Bajío, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de

---

<sup>343</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.

la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Panamco Bajío una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto de Panamco Golfo se informa que:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Panamco Golfo son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.** No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Panamco Golfo en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM Puebla, Puebla y Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Panamco Golfo da una señal negativa – relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM Puebla, Puebla y Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Panamco Golfo puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Panamco Golfo en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información:


Estos porcentajes de mercado muestran que Panamco Golfo tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en las ZM Puebla, Puebla y Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 6 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Panamco Golfo. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>344</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>345</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Panamco Golfo dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Panamco Golfo el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


<sup>344</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>345</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

Aunado a lo anterior en su Informe Anual de dos mil dos publicado en la página en Internet de la BMV Coca Cola Femsá (empresa controladora de Panamco Golfo) indicó:

*“(...) En los territorios mexicanos vendemos la mayoría de nuestros refrescos en tiendas detallistas a clientes que llevan los refrescos a su hogar o a otro lugar para su consumo (...)”*<sup>346</sup>

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un *“(...) importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)”*<sup>347</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Panamco Golfo (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que

<sup>346</sup> Ver página veinticuatro y veintisiete del Reporte Anual dos mil uno de Coca Cola Femsá.

<sup>347</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Panamco Golfo ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Puebla, Puebla y Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Panamco Bajío, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en las ZM de Puebla, Puebla y Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Panamco Golfo se remite a la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-cinco presentada ante la BMV por Coca Cola Femsa (empresa controladora de Panamco Golfo) para el primer trimestre de 2004-2005 (estados financieros consolidados)<sup>348</sup> en la que se indicó que Coca Cola Femsa detenta el control de Panamco Golfo. Por lo anterior, al momento de imponerse la multa correspondiente a Panamco Golfo se toman en consideración tales activos para determinar su capacidad económica siendo Coca Cola Femsa quien deberá cubrir su importe ante la autoridad fiscal competente.

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta la situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM Puebla, Puebla y Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Coca Cola Femsa y Panamco Golfo, todas integrantes del sistema Coca Cola en

---

<sup>348</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Panamco Golfo una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

En cuanto a Grupo Contal se manifiesta:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Grupo Contal son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.** No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matfías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Grupo Contal en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco (a través de sus subsidiarias Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Grupo Contal da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Grupo Contal puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Grupo Contal en los mercados relevantes se indica que está acreditado en autos la siguiente información:


Estos porcentajes de mercado muestran que Grupo Contal tuvo en dos mil dos participaciones de mercado en el mercado relevante analizado en un rango de [REDACTED]

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas; así como dos porcentajes en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Grupo Contal. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional* (...)”.<sup>349</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>350</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Grupo Contal, a través de sus subsidiarias, dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Grupo Contal el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información

<sup>349</sup> Foja 3775 del presente expediente.  
<sup>350</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

[Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.\)](#)

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un “(...) *importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*”.<sup>351</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Grupo Contal (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Grupo Contal ya que incurrió, a través de sus subsidiarias, en las exclusividades para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco (a través de sus subsidiarias Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan). Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Grupo Contal, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco (a través de sus subsidiarias Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración,

---

<sup>351</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, por lo se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Grupo Contal esta Comisión cuenta con la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-dos mil cinco presentada ante la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) (estados financieros consolidados).<sup>352</sup> De tal información se observa que Grupo Contal cuenta con una capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa a imponer ya que tuvo activos totales por:

-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----  
-----

<sup>352</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A. DE C.V.

CLAVE DE COTIZACION: CONTAL  
GRUPO CONTINENTAL, S.A.

TRIMESTRE: 1 AÑO: 2005

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
AL 31 DE MARZO DE 2005 Y 2004  
(Miles de Pesos)

CONSOLIDADO

Impresión Final

REF S	CONCEPTOS	TRIMESTRE AÑO ACTUAL		TRIMESTRE AÑO ANTERIOR	
		Importe	%	Importe	%
1	ACTIVO TOTAL	10,328,758	100	10,398,874	100
2	ACTIVO CIRCULANTE	4,311,933	42	4,236,410	41
3	EFFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES	3,052,183	30	2,923,599	28
4	CLIENTES Y DOCUMENTOS POR COBRAR (NETO)	243,008	2	210,277	2
5	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR (NETO)	220,129	2	189,560	2
6	INVENTARIOS	779,239	8	912,974	9
7	OTROS ACTIVOS CIRCULANTES	17,374	0	0	0
8	LARGO PLAZO	995,388	10	976,030	9
9	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR (NETO)	0	0	0	0
10	INVERSIONES EN ACCIONES DE SUBSIDIARIAS Y ASOCIADAS NO CONSOLIDADAS	989,150	9	934,598	9
11	OTRAS INVERSIONES	26,238	0	41,432	0
12	INMUEBLES, PLANTA Y EQUIPO (NETO)	4,342,941	42	4,458,973	43
13	INMUEBLES	2,897,846	28	2,771,318	27
14	MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL	2,763,006	27	2,712,444	26
15	OTROS EQUIPOS	2,501,734	24	2,238,375	22
16	DEPRECIACION ACUMULADA	3,830,660	37	3,350,854	32
17	CONSTRUCCIONES EN PROCESO	11,215	0	87,690	1
18	ACTIVO DIFERIDO (NETO)	485,881	5	520,705	5
19	OTROS ACTIVOS	192,615	2	206,756	2
20	PASIVO TOTAL	1,879,551	100	2,049,431	100
21	PASIVO CIRCULANTE	717,039	38	753,430	37
22	PROVEEDORES	311,502	17	303,014	15
23	CREDITOS BANCARIOS	0	0	0	0
24	CREDITOS BURSATILES	0	0	0	0
25	IMPUESTOS POR PAGAR	89,953	5	154,044	8
26	OTROS PASIVOS CIRCULANTES	315,584	17	296,372	14
27	PASIVO A LARGO PLAZO	0	0	0	0
28	CREDITOS BANCARIOS	0	0	0	0
29	CREDITOS BURSATILES	0	0	0	0
30	OTROS CREDITOS	0	0	0	0
31	CREDITOS DIFERIDOS	868,867	46	1,000,411	49
32	OTROS PASIVOS	293,745	16	295,590	14
33	CAPITAL CONTABLE	8,449,107	100	8,349,443	100
34	PARTICIPACION MINORITARIA	6,766		4,521	
35	CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	8,442,341	100	8,344,922	100
36	CAPITAL CONTRIBUIDO	898,385	11	898,385	11
37	CAPITAL SOCIAL PAGADO (NOMINAL)	15,000	0	15,000	0
38	ACTUALIZACION CAPITAL SOCIAL PAGADO	846,644	10	846,644	10
39	PRIMA EN VENTA DE ACCIONES	36,741	0	36,741	0
40	APORTACIONES PARA FUTUROS AUMENTOS DE CAPITAL	0	0	0	0
41	CAPITAL GANADO (PERDIDO)	7,543,956	89	7,446,537	89
42	RESULTADOS ACUMULADOS Y RESERVA DE CAPITAL	8,914,116	106	8,804,049	105
43	RESERVA PARA RECOMPRA DE ACCIONES	150,000	2	150,000	2
44	EXCESO (INSUFICIENCIA) EN LA ACTUALIZACION DE CAPITAL CONTABLE	(1,731,514)	(20)	(1,689,685)	(20)
45	RESULTADO NETO DE EJERCICIO	211,354	3	182,173	2



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A. DE C.V.

CLAVE DE COTIZACION: CONTAL  
GRUPO CONTINENTAL, S.A.

TRIMESTRE: 1 AÑO: 2005

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
DESGLÓSE DE PRINCIPALES CONCEPTOS  
(Miles de Pesos)

CONSOLIDADO

Impresión Final

REF S	CONCEPTOS	TRIMESTRE AÑO ACTUAL		TRIMESTRE AÑO ANTERIOR	
		Importe	%	Importe	%
3	EFFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES	3,052,183	100	2,923,599	100
46	EFFECTIVO	52,489	2	55,564	2
47	INVERSIONES TEMPORALES	2,999,694	98	2,868,035	98
18	CARGOS DIFERIDOS	485,881	100	520,705	100
48	GASTOS AMORTIZABLES (NETO)	764	0	8,237	2
49	CREDITO MERCANTIL	485,117	100	512,468	98
50	IMPUESTOS DIFERIDOS	0	0	0	0
51	OTROS	0	0	0	0
21	PASIVO CIRCULANTE	717,039	100	753,430	100
52	PASIVOS EN MONEDA EXTRANJERA	4,093	1	6,366	1
53	PASIVOS EN MONEDA NACIONAL	712,946	99	747,064	99
24	CREDITOS BURSATILES CORTO PLAZO	0	100	0	100
54	PAPEL COMERCIAL	0	0	0	0
55	PAGARE DE MEDIANO PLAZO	0	0	0	0
56	PORCION CIRCULANTE DE OBLIGACIONES	0	0	0	0
26	OTROS PASIVOS CIRCULANTES	315,584	100	296,372	100
57	OTROS PASIVOS CIRCULANTES CON COSTO	0	0	0	0
58	OTROS PASIVOS CIRCULANTES SIN COSTO	315,584	100	296,372	100
27	PASIVO A LARGO PLAZO	0	100	0	100
59	PASIVO EN MONEDA EXTRANJERA	0	0	0	0
60	PASIVO EN MONEDA NACIONAL	0	0	0	0
29	CREDITOS BURSATILES LARGO PLAZO	0	100	0	100
61	OBLIGACIONES	0	0	0	0
62	PAGARE DE MEDIANO PLAZO	0	0	0	0
30	OTROS CREDITOS	0	100	0	100
63	OTROS CREDITOS CON COSTO	0	0	0	0
64	OTROS CREDITOS SIN COSTO	0	0	0	0
31	CREDITOS DIFERIDOS	868,867	100	1,000,411	100
65	CREDITO MERCANTIL	0	0	0	0
66	IMPUESTOS DIFERIDOS	868,867	100	1,000,411	100
67	OTROS	0	0	0	0
32	OTROS PASIVOS	293,745	100	295,590	100
68	RESERVAS	293,745	100	295,590	100
69	OTROS PASIVOS	0	0	0	0
44	EXCESO (INSUFICIENCIA) EN LA ACTUALIZACION DEL CAPITAL CONTABLE	(1,731,514)	100	(1,689,685)	100
70	RESULTADO ACUMULADO POR POSICION MONETARIA	0	0	0	0
71	RESULTADO POR TENENCIA DE ACTIVOS NO MONETARIOS	(1,731,514)	(100)	(1,689,685)	(100)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A. DE C.V.

CLAVE DE COTIZACION: CONTAL  
GRUPO CONTINENTAL, S.A.

TRIMESTRE: 1 AÑO: 2005

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA  
OTROS CONCEPTOS  
(Miles de Pesos)

CONSOLIDADO

Impresión Final

REF S	CONCEPTOS	TRIMESTRE AÑO ACTUAL	TRIMESTRE AÑO ANTERIOR
		Importe	Importe
72	CAPITAL DE TRABAJO	3,594,894	3,482,980
73	FONDO PARA PENSIONES Y PRIMA DE ANTIGUEDAD	0	0
74	NUMERO DE FUNCIONARIOS (*)	63	64
75	NUMERO DE EMPLEADOS (*)	4,871	4,989
76	NUMERO DE OBREROS (*)	8,715	8,994
77	NUMERO DE ACCIONES EN CIRCULACION (*)	750,000,000	750,000,000
78	NUMERO DE ACCIONES RECOMPRADAS (*)	0	0

(\*) DATOS EN UNIDADES



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Para graduar las multas a imponer, esta Comisión toma en cuenta su situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco (a través de sus subsidiarias Embotelladora La Favorita y Embotelladora Zapopan) y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y sus subsidiarias, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Grupo Contal una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto de Embotelladora La Favorita se informa que:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Embotelladora La Favorita son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Embotelladora La Favorita en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora La Favorita, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Embotelladora La Favorita da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora La Favorita, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad

mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Embotelladora La Favorita puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Embotelladora La Favorita en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un “(...) *importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*”.<sup>355</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Embotelladora La Favorita (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Embotelladora La Favorita ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el

<sup>355</sup> Foja 3822.





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Embotelladora La Favorita, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora La Favorita, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Embotelladora La Favorita se remite a la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-cinco presentada ante la BMV por Grupo Contal (empresa controladora de Embotelladora La Favorita) para el primer trimestre de 2004-2005 (estados financieros consolidados)<sup>356</sup> en la que se indicó que Grupo Contal detenta el control de Embotelladora La Favorita. Por lo anterior, al momento de imponerse la multa correspondiente a Embotelladora La Favorita se toman en consideración tales activos para determinar su capacidad económica siendo Grupo Contal quien deberá cubrir su importe ante la autoridad fiscal competente.

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta la situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora La Favorita, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Embotelladora

---

<sup>356</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

La Favorita una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

En cuanto a Embotelladora Zapopan:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Embotelladora Zapopan son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.** No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Embotelladora Zapopan en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora Zapopan, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Embotelladora Zapopan da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora Zapopan, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Embotelladora Zapopan puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Embotelladora Zapopan en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información


Estos porcentajes de mercado muestran que Embotelladora Zapopan tuvo en dos mil dos una participación entre el [REDACTED] en la ZM de Guadalajara, Jalisco.

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas; así como dos porcentajes en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

*apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*.<sup>359</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Embotelladora Zapopan (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Embotelladora Zapopan ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Embotelladora Zapopan, insista, repita o reitera una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora Zapopan, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

---

<sup>359</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Embotelladora Zapopan se remite a la Información Financiera Trimestral correspondiente al primer trimestre de dos mil cuatro-cinco presentada ante la BMV por Grupo Contal (empresa controladora de Embotelladora Zapopan) para el primer trimestre de 2004-2005 (estados financieros consolidados)<sup>360</sup> en la que se indicó que Grupo Contal detenta el control de Embotelladora Zapopan. Por lo anterior, al momento de imponerse la multa correspondiente a Embotelladora Zapopan se toman en consideración tales activos para determinar su capacidad económica siendo Grupo Contal quien deberá cubrir su importe ante la autoridad fiscal competente.

Para graduar la multa a imponer, esta Comisión toma en cuenta la situación financiera para sancionar una conducta grave al incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Guadalajara, Jalisco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, Grupo Contal y Embotelladora Zapopan, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Embotelladora Zapopan una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto a Yoli de Acapulco se indica:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Yoli de Acapulco son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

---

<sup>360</sup> “(...) Estado que muestra la situación financiera o los resultados de las operaciones de dos o más empresas asociadas como aparecerían si fueran una sola organización (...)”. KOHLER, Eric L. Diccionario para contadores. Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana. México. 1976. Página 238.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE**

**TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Yoli de Acapulco en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Yoli de Acapulco, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Yoli de Acapulco da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco, Guerrero y en todo el territorio nacional respecto de la



elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Yoli de Acapulco, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Yoli de Acapulco puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Yoli de Acapulco en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información


Estos porcentajes de mercado muestran que Yoli de Acapulco tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ciudad de Acapulco, Guerrero.

(Eliminado un cuadro de 4 columnas y 6 filas; así como dos porcentajes en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Yoli de Acapulco. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>361</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>362</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

<sup>361</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>362</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Yoli de Acapulco dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Yoli de Acapulco el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un “(...) *importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*”<sup>363</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

<sup>363</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Yoli de Acapulco (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Yoli de Acapulco ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco, Guerrero. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Yoli de Acapulco, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco, Guerrero y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Yoli de Acapulco, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Yoli de Acapulco se indica que tal agente económico injustificadamente se rehusó a desahogar el requerimiento de información y documentación emitido en la etapa de investigación del presente expediente en el cual le fueron requeridos sus estados financieros auditados al ejercicio fiscal dos mil dos. Por lo anterior, al no contar con información financiera de la referida empresa por causas que le son imputables esta Comisión presuntivamente determina que Yoli de Acapulco cuenta con la capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa máxima prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Lo anterior es así ya que tal empresa tiene el derecho de comercializar en exclusiva las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola en la ciudad de Acapulco, Guerrero que cuenta con una población de setecientos veintidós mil cuatrocientos noventa y nueve habitantes<sup>364</sup> y tomando en consideración que: i) en la industria de refrescos se utiliza generalmente como medida el consumo *per cápita* en botellas unidad (ocho onzas); y, ii) en nuestro país había un consumo *per cápita* de cuatrocientas ochenta y siete botellas unidad de productos de Coca Cola en todo el país en el dos mil dos es factible suponer que Yoli de Acapulco podrá hacer frente a la multa que por esta resolución se el impone.

Aunado a lo anterior se toma en cuenta que las prácticas monopólicas cometidas por Yoli de Acapulco buscan incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco Guerrero y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Yoli de Acapulco, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Yoli de Acapulco una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Por lo que hace a Industria Refresquera Peninsular se indica:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Industria Refresquera Peninsular son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s): Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358.

<sup>364</sup> [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Industria Refresquera Peninsular en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo e Industria Refresquera Peninsular, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Industria Refresquera Peninsular da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo e Industria Refresquera Peninsular, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera

unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Industria Refresquera Peninsular puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Industria Refresquera Peninsular en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información


Estos porcentajes de mercado muestran que Industria Refresquera Peninsular tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ZM de Mérida, Yucatán.

(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 4 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Industria Refresquera Peninsular. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>365</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>366</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Industria Refresquera Peninsular dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos

<sup>365</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>366</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).







COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Industria Refresquera Peninsular (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Industria Refresquera Peninsular ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Industria Refresquera Peninsular, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo e Industria Refresquera Peninsular, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Industria Refresquera Peninsular se indica que esta CFC no cuenta con información financiera de la referida empresa por lo que presuntivamente se determina que Industria Refresquera Peninsular cuenta con la capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa máxima prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Lo anterior es así ya que tal empresa tiene el derecho de comercializar en exclusiva las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola en la ZM de Mérida, Yucatán, ciudad que cuenta con una población de setecientos cinco mil cincuenta y cinco habitantes<sup>368</sup> y tomando en consideración que: i) en la industria de refrescos se utiliza generalmente como medida el consumo *per cápita* en botellas unidad (ocho onzas); y, ii) en nuestro país había un consumo *per cápita* de cuatrocientas

---

<sup>368</sup> [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

ochenta y siete botellas unidad de productos de Coca Cola en todo el país en el dos mil dos es factible suponer que Industria Refresquera Peninsular podrá hacer frente a la multa que por esta resolución se el impone.

Aunado a lo anterior se toma en cuenta que las prácticas monopólicas cometidas por Industria Refresquera Peninsular buscan incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Mérida, Yucatán y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo e Industria Refresquera Peninsular, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Industria Refresquera Peninsular una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto de Embotelladora La Victoria se indica:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Embotelladora La Victoria son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s): Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA**



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Embotelladora La Victoria en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Embotelladora La Victoria, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Embotelladora La Victoria da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Embotelladora La Victoria, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Embotelladora La Victoria puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Respecto de la participación de Embotelladora La Victoria en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información


Estos porcentajes de mercado muestran que Embotelladora La Victoria tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ZM de Querétaro, Querétaro.

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Embotelladora La Victoria. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>369</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>370</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Embotelladora La Victoria dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Embotelladora La Victoria el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


<sup>369</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>370</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Embotelladora La Victoria ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Embotelladora La Victoria, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Embotelladora La Victoria, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Embotelladora La Victoria se indica que esta CFC no cuenta con información financiera de la referida empresa por lo que presuntivamente se determina que Embotelladora La Victoria cuenta con la capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa máxima prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Lo anterior es así ya que tal empresa (junto con Refrescos Victoria del Centro y Embotelladoa de San Juan) tiene el derecho de comercializar en exclusiva las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola en la ZM de Querétaro, Querétaro, ciudad que cuenta con una población de seiscientos cuarenta y un mil trescientos ochenta y seis habitantes<sup>372</sup> y tomando en consideración que: i) en la industria de refrescos se utiliza generalmente como medida el consumo *per cápita* en botellas unidad (ocho onzas); y, ii) en nuestro país había un consumo *per cápita* de cuatrocientas ochenta y siete botellas unidad de productos de Coca Cola en todo el país en el dos mil dos es factible suponer que Embotelladora La Victoria podrá hacer frente a la multa que por esta resolución se el impone.

---

<sup>372</sup> [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)





COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Aunado a lo anterior se toma en cuenta que las prácticas monopólicas cometidas por Embotelladora La Victoria buscan incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo e Embotelladora La Victoria, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Embotelladora La Victoria una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Respecto de Refrescos Victoria del Centro se indica:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Refrescos Victoria del Centro son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBERNADO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.** No. Registro: 181,645. Jurisprudencia. Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Refrescos Victoria del Centro en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Refrescos Victoria del Centro, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Refrescos Victoria del Centro da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Refrescos Victoria del Centro, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor cuente con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Refrescos Victoria del Centro puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Refrescos Victoria del Centro en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información




COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003


Estos porcentajes de mercado muestran que Refrescos Victoria del Centro tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ZM de Querétaro, Querétaro.

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Refrescos Victoria del Centro. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>373</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>374</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Refrescos Victoria del Centro dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Refrescos Victoria del Centro el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


<sup>373</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>374</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas; así como dos porcentajes en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un “(...) *importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*”.<sup>375</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Scheweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Refrescos Victoria del Centro (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Refrescos

<sup>375</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

Victoria del Centro ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Refrescos Victoria del Centro, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Refrescos Victoria del Centro, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Refrescos Victoria del Centro se indica que esta CFC no cuenta con información financiera de la referida empresa por lo que presuntivamente se determina que Refrescos Victoria del Centro cuenta con la capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa máxima prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Lo anterior es así ya que tal empresa (junto con Embotelladora La Victoria y Embotelladoa de San Juan) tiene el derecho de comercializar en exclusiva las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola en la ZM de Querétaro, Querétaro, ciudad que cuenta con una población de seiscientos cuarenta y un mil trescientos ochenta y seis habitantes<sup>376</sup> y tomando en consideración que: i) en la industria de refrescos se utiliza generalmente como medida el consumo *per cápita* en botellas unidad (ocho onzas); y, ii) en nuestro país había un consumo *per cápita* de cuatrocientas ochenta y siete botellas unidad de productos de Coca Cola en todo el país en el dos mil dos es factible suponer que Refrescos Victoria del Centro podrá hacer frente a la multa que por esta resolución se el impone.

---

<sup>376</sup> [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Aunado a lo anterior se toma en cuenta que las prácticas monopólicas cometidas por Refrescos Victoria del Centro buscan incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo e Refrescos Victoria del Centro, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Refrescos Victoria del Centro una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

En cuanto a Embotelladora de San Juan:

En cuanto a la gravedad se indica que las prácticas monopólicas cometidas por Embotelladora de San Juan son de carácter grave al ser violatorias de las fracciones IV y V del artículo 10 de la LFCE, ordenamiento reglamentario del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que la H. Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado como de orden público e interés social, de conformidad con las siguientes jurisprudencias:

**SUSPENSIÓN DEFINITIVA. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS ACTOS PROHIBITIVOS CONTENIDOS EN LAS RESOLUCIONES EMITIDAS POR LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, APOYADAS EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL RELATIVA, PUES DE OTORGARSE SE INCORPORARÍAN A LA ESFERA JURÍDICA DEL GOBIERNO DERECHOS QUE NO TENÍA ANTES DE LA EMISIÓN DE TALES ACTOS.** No. Registro: 186,413. Jurisprudencia Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XVI, Julio de 2002 Tesis: 2a./J. 53/2002 Página: 358. Contradicción de tesis 24/2002-SS. Entre las sustentadas por el Tercer Tribunal Colegiado del Décimo Sexto Circuito y el Décimo Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de mayo de 2002. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Mariano Azuela Güitrón. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Arnulfo Moreno Flores. Tesis de jurisprudencia 53/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos.

**SUSPENSIÓN EN EL JUICIO DE AMPARO. NO PROCEDE CONCEDERLA CONTRA LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN FORMULADOS POR LA**



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

**COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES PARA INVESTIGAR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS, PORQUE DE OTORGARSE SE AFECTARÍA EL INTERÉS SOCIAL Y SE CONTRAVENDRÍAN DISPOSICIONES DE ORDEN PÚBLICO.**

No. Registro: 181,645. **Jurisprudencia.** Materia(s):Administrativa Novena Época Instancia: Segunda Sala Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo: XIX, Abril de 2004 Tesis: 2a./J. 37/2004 Página: 447. Contradicción de tesis 116/2003-SS. Entre las sustentadas por el Tercero, Cuarto, Sexto, Noveno y Décimo Segundo Tribunales Colegiados en Materia Administrativa del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Cinco votos. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Alberto Miguel Ruiz Matías. Tesis de jurisprudencia 37/2004. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del veintiséis de marzo de dos mil cuatro.

En efecto, sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, para desplazar indebidamente a Ajemex e impedirle sustancialmente el acceso al mercado relevante creándose ventajas indebidas a favor de Embotelladora de San Juan en la comercialización de los mencionados bienes, obstaculizando así el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Embotelladora de San Juan, todas integrantes del sistema Coca Cola, situación que, en cumplimiento del artículo 2º de la LFCE, esta CFC debe eliminar y sancionar. Con la comisión de las prácticas monopólicas relativas que en este acto se sancionan Embotelladora de San Juan da una señal negativa –relativa al acceso o bien a un desplazamiento indebido– a los agentes económicos que deseen competir en el mercado de las bebidas carbonatas. La gravedad queda manifiesta además por las siguientes consideraciones.

En cuanto al daño causado a los mercados relevantes se reitera que la comisión de las prácticas monopólicas referidas menoscaban el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Embotelladora de San Juan, todas integrantes del sistema Coca Cola al sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola (cuyo titular es Ajemex) y además, de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Tales conductas inhiben la posibilidad de que el consumidor



cuenta con diversas opciones (precio y calidad) al momento de adquirir refrescos dentro del canal de distribución referido.

Al respecto se indica que la competencia como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de la sociedad mexicana y constituye, en el plano de las garantías individuales, la forma más importante de manifestar el ejercicio de la libertad de empresa, generando así un bienestar social.

Bajo esta premisa, la LFCE responde al objetivo constitucional específico de garantizar la competencia y libre concurrencia y protegerla frente a todo ataque o intento de ataque al orden público económico. Así, dada la trascendencia de la materia el Congreso de la Unión consideró en la LFCE: i) otorgar al órgano encargado de velar por su cumplimiento (esta CFC) la facultad de actuar bajo las figuras de la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios; ii) prever que las conductas restrictivas del objeto de la ley sean sancionadas tanto por el efecto como por el objeto, ya que ambas tienen un trasfondo anticompetitivo y por lo tanto perjudicial para la sociedad; y, iii) que el procedimiento previsto en la ley de la materia estuviera cimentado entre otros, en los principios de economía, celeridad y eficacia, precisamente porque el bien jurídicamente tutelado es el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados y tal situación no puede estar supeditada a diversos actos que únicamente entorpecerían la acción de la administración pública.

En este sentido, la aplicación de la LFCE no puede supeditarse a que únicamente puedan sancionarse aquellas conductas anticompetitivas que ya hayan surtido efectos adversos en la totalidad del proceso de competencia y libre concurrencia (por ejemplo el cierre total del mercado o el desplazamiento indebido completo de diversos competidores como indican las emplazadas). Lo anterior, ya que como se ha indicado el Congreso de la Unión consiente de la afectación que puede causar a la economía nacional y por tanto al interés social cierto tipo de comportamientos anticompetitivos, de manera preventiva estableció en la legislación de competencia la facultad de sancionar aquellas conductas anticompetitivas que distorsionen el funcionamiento eficiente de un determinado mercado, como lo es en el presente caso el de las bebidas carbonatadas, en detrimento de la economía nacional y en perjuicio de la sociedad en general, y no sólo la eliminación completa de la competencia en el mercado relevante.

Por lo que hace a los indicios de intencionalidad se establece que Embotelladora de San Juan puede prever la consecuencia de sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

de las marcas de Big Cola y de rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros. Lo anterior al estar consciente del alto consumo que en nuestro país existe respecto de los refrescos de las marcas Coca Cola y saber que si se celebra un contrato de exclusividad tal conducta tienen por objeto impedir el acceso de diversos productos a los mercados relevantes del presente expediente.

Respecto de la participación de Embotelladora de San Juan en los mercados relevantes se indica que está acreditada en autos la siguiente información


Estos porcentajes de mercado muestran que Embotelladora de San Juan tuvo en dos mil dos una participación del [REDACTED] en la ZM de Querétaro, Querétaro.

(Eliminado un cuadro de 6 columnas y 4 filas; así como un porcentaje en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En cuanto al tamaño del mercado relevante se reitera que las bebidas carbonatadas son un producto de alto consumo en nuestra sociedad, es decir, son un elemento importante dentro de la dieta del mexicano. Tal situación se corrobora con el hecho de que nuestro país es el que más consume *per capita* las bebidas carbonatadas que comercializa Embotelladora de San Juan. Lo anterior es reconocido por el sistema Coca Cola al indicar que “(...) *casi todos los mexicanos han disfrutado de alguno de los productos de Coca Cola que se distribuyen en todo el territorio nacional (...)*”.<sup>377</sup> Es por ello que la comercialización de las bebidas carbonatadas representa el 0.6% del Producto Interno Bruto Nacional y el 2.7% del Producto Interno Bruto de la industria manufacturera; dentro de ésta en la división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, representa el 10.5%.<sup>378</sup> Así, tal actividad es importante para la economía nacional ya que existen millones de consumidores de los bienes relevantes. Las cuestiones expuestas permiten vislumbrar la importancia del mercado relevante en el presente expediente.

<sup>377</sup> Foja 3775 del presente expediente.

<sup>378</sup> Procuraduría Federal del Consumidor (Revista del Consumidor número trescientos dieciséis).



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros

Resolución  
Expediente: DE-21-2003

Por lo anterior, deben erradicarse las prácticas monopólicas relativas cometidas por Embotelladora de San Juan dentro del canal detallista al desplazar indebidamente e impedir sustancialmente que Ajemex ingrese al mercado. Al respecto se reitera que los establecimientos detallistas son para Embotelladora de San Juan el canal de distribución más importante. Lo anterior de conformidad con el siguiente cuadro:


(Eliminado un cuadro de 5 columnas y 16 filas; así como dos porcentajes en el párrafo anterior. Este Comité clasifica como reservada la información aludida por contener secretos comerciales que pudieran ser utilizados en perjuicio de los agentes involucrados en el caso, en términos de lo previsto por el artículo 14, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y 14, fracción I de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en relación con el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica.)

En este orden de ideas también en el Informe de Responsabilidad Social 2002 publicado por el sistema Coca Cola se indica que el canal detallista representa un “(...) *importantísimo sector del comercio nacional... tan sólo en el año 2002, se invirtieron cuantiosos recursos para brindar apoyo y hacer más eficaz la operación de los más de 1.1 millones de establecimientos en todo el país (...)*”.<sup>379</sup>

Por lo anterior, la duración de la práctica monopólica relativa consistente en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola, cuyo titular es Ajemex, ha existido en el canal detallista al menos desde el momento en que tal empresa presentó su escrito de denuncia ante este órgano desconcentrado. Por lo que hace a la práctica monopólica

<sup>379</sup> Foja 3822.



COMISION FEDERAL  
DE  
COMPETENCIA

**Pleno**  
**Propimex, S.A. de C.V.**  
**y Otros**

**Resolución**  
**Expediente: DE-21-2003**

consistente en rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas de Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros se indica que ha ido a la par de la existencia de la comercialización de bebidas carbonatadas en el canal detallista.

De conformidad con el Diccionario de la Lengua Española, por reincidencia se entiende la reiteración de una misma culpa o defecto. Es decir, la repetición de un hecho contrario a la ley, generalmente relacionado con la peligrosidad, razón por la cual, se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni a sus integrantes. Sin embargo, se resalta que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC. El conocimiento de tal circunstancia por parte de Embotelladora de San Juan (al pertenecer al sistema Coca Cola) refleja que la posibilidad de incurrir en prácticas monopólicas relativas es mayor cuando se tiene tal participación de mercado. Si bien el hecho de que no existan antecedentes de infracciones a la ley que podría atenuar el máximo de la multa, también lo es que la objeción a la concentración referida no fue tomada en consideración por Embotelladora de San Juan ya que incurrió en las prácticas monopólicas para impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante de la comercialización y distribución de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro. Ahora bien, este elemento es considerado como atenuante para no imponer el máximo previsto en el artículo 37 de la LFCE ya que en caso de que un agente económico, Embotelladora de San Juan, insista, repita o reitere una misma conducta, con la finalidad de impedir y entorpecer el proceso de libre competencia y concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo y Embotelladora de San Juan, todas integrantes del sistema Coca Cola esta CFC podrá imponer una multa adicional hasta por el doble de la sanción que corresponda, de conformidad con lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la LFCE. En el caso en concreto, se analiza este concepto para no imponer el máximo previsto en el referido artículo 37.

Por lo que hace a los antecedentes del infractor se indica que en los archivos de esta Comisión no obra constancia alguna relativa al sistema Coca Cola ni de sus integrantes. Sin embargo, se reitera que en el expediente CNT-166-98 este órgano desconcentrado objetó la concentración de TCCC con Cadbury Schweppes derivado de la alta participación en el mercado de TCCC.

Finalmente, con relación a la capacidad económica de Embotelladora de San Juan se indica que esta CFC no cuenta con información financiera de la referida empresa por lo que presuntivamente se determina que Embotelladora de San Juan cuenta con la capacidad económica suficiente para hacer frente a la multa máxima prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Lo anterior es así ya que tal empresa (junto con Embotelladora La Victoria y Refrescos Victoria del Centro) tiene el derecho de comercializar en exclusiva las bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola en la ZM de Querétaro, Querétaro, ciudad que cuenta con una población de seiscientos cuarenta y un mil trescientos ochenta y seis habitantes<sup>380</sup> y tomando en consideración que: i) en la industria de refrescos se utiliza generalmente como medida el consumo *per cápita* en botellas unidad (ocho onzas); y, ii) en nuestro país había un consumo *per cápita* de cuatrocientas ochenta y siete botellas unidad de productos de Coca Cola en todo el país en el dos mil dos es factible suponer que Embotelladora de San Juan podrá hacer frente a la multa que por esta resolución se el impone.

Aunado a lo anterior se toma en cuenta que las prácticas monopólicas cometidas por Embotelladora de San Juan buscan incidir de forma negativa en el proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados relevantes de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ZM de Querétaro, Querétaro y en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por TCCEC, las empresas cabeza de grupo e Embotelladora de San Juan, todas integrantes del sistema Coca Cola en perjuicio no sólo de Ajemex sino de la sociedad en general al privarla de contar con mayores opciones al momento de adquirir una bebida carbonatada en un establecimiento detallista, razón por la que se estima procedente imponer la máxima cuantía prevista en la fracción V del artículo 35 de la LFCE.

Por lo expuesto y toda vez que se han considerado los elementos previstos en el artículo 36 de la LFCE, con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la LFCE se impone a Embotelladora de San Juan una multa por el importe máximo que prevé el referido numeral, esto es, por la cantidad de \$ 10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.).

Por todo lo antes expuesto se procede a dictar los siguientes:

---

<sup>380</sup> [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

## RESOLUTIVOS

**Primero.-** No se acreditan las prácticas monopólicas relativas imputadas a Inmuebles del Caribe, S.A. de C.V., Embotelladora del Caribe, S.A. de C.V., Agua de Taxco Yoli, S.A. de C.V., Embotelladora Peninsular, S.A. de C.V., Administración Peninsular Corporativa, S.A. de C.V., Refrescos y Aguas Minerales, S.A. de C.V. y Fomento Queretano, S.A. de C.V.

**Segundo.-** Se acreditan las prácticas monopólicas relativas previstas en el artículo 10, fracciones IV y V de la Ley Federal de Competencia Económica consistentes en sujetar la venta de bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola a las tiendas detallistas a la condición de no vender ni proporcionar las bebidas carbonatadas de las marcas de Big Cola y de manera unilateral rehusarse a vender a las tiendas detallistas bebidas carbonatadas de las marcas Coca Cola, aún cuando tales bebidas carbonatadas están disponibles y son normalmente ofrecidas a terceros, en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la ciudad de Acapulco, Guerrero por lo que hace a Yoli de Acapulco S.A. de C.V.; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la zona metropolitana de la Ciudad de México, Distrito Federal; y en las zonas metropolitanas de las ciudades de: Oaxaca, Oaxaca; Puebla, Puebla; Veracruz y Xalapa, ambas del estado de Veracruz y León, Guanajuato respecto de Coca Cola Femsa, S.A. de C.V., Propimex, S.A. de C.V., Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V., Panamco México, S.A. de C.V., Panamco Bajío, S.A. de C.V. y Panamco Golfo, S.A. de C.V.; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco en cuanto a Grupo Continental, S.A., Embotelladora La Favorita, S.A. de C.V. y Embotelladora Zapopan, S.A. de C.V.; en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la zona metropolitana de Mérida, Yucatán por lo que hace a Industria Refresquera Peninsular, S.A. de C.V.; y, en el mercado relevante de la distribución y comercialización de bebidas carbonatadas en envase cerrado en la zona metropolitana de Querétaro, Querétaro por lo que hace a Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V., Refrescos Victoria del Centro, S.A. de C.V. y Embotelladora de San Juan, S.A. de C.V.; así como en todo el territorio nacional respecto de la elaboración, envasado y transporte de bebidas carbonatadas atendiendo a la integración y coordinación de las políticas instrumentadas por The Coca Cola Export Corporation, las empresas cabeza de grupo y las embotelladores referidas, todas integrantes del sistema Coca Cola.

**Tercero.-** Con fundamento en la fracción I del artículo 35 de la Ley Federal de Competencia Económica se ordena a Yoli de Acapulco S.A. de C.V., Coca Cola Femsá, S.A. de C.V., Propimex, S.A. de C.V., Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V., Panamco México, S.A. de C.V., Panamco Bajío, S.A. de C.V., Panamco Golfo, S.A. de C.V., Grupo Continental, S.A., Embotelladora La Favorita, S.A. de C.V., Embotelladora Zapopan, S.A. de C.V., Industria Refresquera Peninsular, S.A. de C.V., Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V., Refrescos Victoria del Centro, S.A. de C.V., Embotelladora de San Juan, S.A. de C.V. y The Coca Cola Export Corporation la supresión inmediata de las prácticas monopólicas imputadas.

**Cuarto.-** Con fundamento en la fracción V del artículo 35 de la Ley Federal de Competencia Económica y toda vez que en la consideración quinta de la presente resolución se han considerado los elementos que para tales efectos prevé el artículo 36 del referido ordenamiento, se impone a Yoli de Acapulco S.A. de C.V., Coca Cola Femsá, S.A. de C.V., Propimex, S.A. de C.V., Inmuebles del Golfo, S.A. de C.V., Panamco México, S.A. de C.V., Panamco Bajío, S.A. de C.V., Panamco Golfo, S.A. de C.V., Grupo Continental, S.A., Embotelladora La Favorita, S.A. de C.V., Embotelladora Zapopan, S.A. de C.V., Industria Refresquera Peninsular, S.A. de C.V., Embotelladora La Victoria, S.A. de C.V., Refrescos Victoria del Centro, S.A. de C.V., Embotelladora de San Juan, S.A. de C.V. y The Coca Cola Export Corporation, respectivamente, una multa por la cantidad de \$10,530,000.00 (diez millones quinientos treinta mil pesos 00/100 M.N.), equivalente a doscientas veinticinco mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal.

**Quinto.-** Notifíquese personalmente.

Así lo resolvió el Pleno de esta Comisión Federal de Competencia, por unanimidad de votos, en sesión ordinaria del catorce de junio de dos mil cinco ante la fe del Secretario Ejecutivo, de conformidad con los artículos 29 de la Ley Federal de Competencia Económica y 23, fracción IV del Reglamento Interior de la Comisión Federal de Competencia, resolución que por la carga de trabajo de esta Comisión se terminó de engrosar el día de hoy.



**Pleno  
Propimex, S.A. de C.V.  
y Otros**

**Resolución  
Expediente: DE-21-2003**

**Eduardo Pérez Motta  
Presidente**

**Dr. Pascual García Alba Iduñate  
Comisionado**

**Lic. Fernando Heftye Etienne  
Comisionado**

**Ing. Adalberto García Rocha  
Comisionado**

**Dr. José Agustín Navarro Gergely  
Comisionado**

**Luis A. Prado Robles  
Secretario Ejecutivo**