

COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

2020 OCT 29 PM 3: 29

Autoridad Investigadora

Av. Revolución 725,  
Col. Santa María Nonoalco,  
Alc. Benito Juárez,  
C. P. 03700  
Ciudad de México

154739

57

Original  copia simple

Testimonio  copia simple

Anexos  copia simple

Original  copia simple

CD. 1 USA

1 Disco Duro

OFICIALÍA DE PARTES

Asunto: Se presenta denuncia por prácticas monopólicas relativas

en representación de **Tiendas Chedraui, S.A. de C.V.** ("Tiendas Chedraui", "Representada" o "Denunciante"),<sup>1</sup> respetuosamente comparezco ante la H. Comisión Federal de Competencia Económica ("COFECE" o "Comisión") lo siguiente:

- I. Con fundamento en el artículo 67 de la Ley Federal de Competencia Económica ("LFCE")<sup>2</sup> y artículos aplicables de las Disposiciones Regulatorias ("DRLFCE")<sup>3</sup>, mi Representada denuncia ante la COFECE a Wal-Mart de México, S.A. B. de C.V. y sus subsidiarias ("Walmex", "WX" o "Denunciada"), por actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones que configuran prácticas monopólicas relativas en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de tiendas de autoservicio ("TDA"), en términos de lo dispuesto en los artículos 54, 56 (fracciones II, V, VII, IX, X y XI), 58, 59 y demás que resulten aplicables de la LFCE y las DRLFCE ("Escrito de Denuncia").
- II. También, mi Representada denuncia a todas las personas físicas que participan o hayan participado en representación o por cuenta y orden de las personas morales denunciadas en la comisión de las prácticas que se denuncian, así como a quienes hayan coadyuvado, propiciado, inducido o participado en la realización de las prácticas materia de la presente denuncia.
- III. El presente Escrito de Denuncia y sus anexos cumplen con los requisitos establecidos en el artículo 68 de la LFCE.
- IV. Los hechos que motivan la denuncia consisten en que, en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA, Walmex tiene poder sustancial de mercado y realiza prácticas, contratos, convenios, procedimientos o

<sup>2</sup> Publicada en el DOF el 23 de mayo de 2014, con última modificación publicada en el DOF el 27 de enero de 2017.

<sup>3</sup> Publicada en el DOF el 10 de noviembre de 2014, con última modificación publicada en el DOF el 4 de marzo de 2020.

## Versión Estrictamente Confidencial

combinaciones contrarios a la LFCE que tienen o pueden tener por objeto y/o efecto el desplazamiento indebido de sus competidores (incluido Chedraui), impedirles sustancialmente su acceso y establecer ventajas exclusivas en favor de agentes económicos en el mercado.

- V. Conforme a lo anterior, la Denunciante presenta ante esta Comisión los elementos de información y documentación que, en los términos de la LFCE y las DRLFCE, se requieren para el análisis de los hechos denunciados, bajo el entendido de que la información y los documentos aquí presentados son responsabilidad únicamente de la Denunciante. Así, la Denunciante no asume responsabilidad por la veracidad o precisión de la información de otros agentes económicos como tampoco de las autoridades públicas.
- VI. Con fundamento en los artículos 1, 2, fracción I y II, y 6 de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica de emergencia sobre el uso de medios electrónicos en ciertos procedimientos tramitados ante la Comisión Federal de Competencia Económica,<sup>4</sup> mi Representada manifiesta expresamente su voluntad para optar por utilizar medios electrónicos para la notificación y el desahogo de actuaciones en el procedimiento que corresponde a la presente tramitación de denuncia por prácticas monopólicas. En la sección II, se proporcionan el nombre de las personas autorizadas para oír y recibir notificaciones subsecuentes y relacionadas con el presente Escrito de denuncia, así como sus respectivos números de teléfonos y correos electrónicos de contacto de conformidad con las disposiciones aplicables.

*(espacio en blanco)*

---

<sup>4</sup> Publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 25 de junio de 2020.

## I. Cumplimiento de los requisitos que debe contener el Escrito de Denuncia.

1. En esta sección, se presentan los elementos que permiten acreditar los requisitos previstos en las siete fracciones del artículo 68 de la LFCE o, en su defecto, se señala su ubicación en el presente Escrito de Denuncia.
2. La **fracción I y II** requieren la denominación del denunciante, el nombre de su representante legal junto con el instrumento público que lo acredita, el domicilio para oír y recibir notificaciones, las personas autorizadas en términos del artículo 111 de la LFCE y los datos que permiten su pronta localización. Esta información se presenta en la Sección II del Escrito de Denuncia.
3. La **fracción III** solicita el nombre del denunciado y, en caso de conocerlo, su domicilio. Esta información se presenta en la Sección III del Escrito de Denuncia.
4. La **fracción IV** requiere la descripción sucinta de los hechos que motivan la denuncia. Por su parte, en la Guía para el inicio de investigaciones por prácticas monopólicas ("Guía")<sup>5</sup>, la COFECE recomienda presentar una descripción detallada de los hechos denunciados. Esta información se presenta en la Sección V del Escrito de Denuncia.
5. La **fracción V** solicita la descripción de los principales bienes involucrados, precisando su uso en el mercado y, en caso de conocerlo, la lista de los bienes iguales, similares o sustancialmente relacionados del denunciado y de los principales agentes económicos ("empresas") que los comercialicen en el territorio nacional. Esta información se presenta en la Sección IV del Escrito de Denuncia.
6. La **fracción V** solicita los documentos y los medios de convicción que acompañen a la presente denuncia, relacionados de manera precisa con los hechos denunciados. Al respecto, un listado de éstos se encuentra en la Sección VI del presente documento y, a lo largo del presente Escrito de Denuncia, se menciona cada documento y medio de convicción para relacionarlo de manera precisa con los hechos denunciados.
7. La **fracción VI** otorga la posibilidad de que mi Representada presente elementos adicionales que estime pertinentes y, en caso de no tenerlos a su disposición, indicar el lugar o archivo en el que se encuentren, para que se provea lo conducente durante la investigación. Esta información se presenta en la Sección V del Escrito de Denuncia.

## II. Información del Denunciante

8. En esta sección, se presenta la información requerida en el artículo 68, fracción I y II, de la LFCE: la denominación del denunciante, el nombre de su representante legal junto con el instrumento público que lo acredita, el domicilio para oír y recibir notificaciones, las personas autorizadas en términos del artículo 111 de la LFCE y los datos que permiten su pronta localización.

<sup>5</sup> Aprobadas por el Pleno de la COFECE en acuerdo núm. CFCE-160-2015 de la 21ª sesión de 18 de junio de dos mil 2015.

9. El denunciante es Tiendas Chedraui, S.A. de C.V., y su representante legal es [REDACTED] [REDACTED] quien acredita tal personalidad mediante Escritura Pública [REDACTED] [REDACTED] pasada ante la fe del licenciado [REDACTED] Notario Público número [REDACTED] de la [REDACTED] [REDACTED] adjuntada como **Anexo II**. Además, se proporcionan sus datos que permiten su pronta localización:

[REDACTED]

10. El domicilio para oír y recibir notificaciones se ubica en el [REDACTED]

[REDACTED]

11. Las personas autorizadas en términos del segundo párrafo del artículo 111 de la LFCE son:

[REDACTED]

12. Las personas autorizadas en términos del tercer párrafo del artículo 111 de la LFCE son:

[REDACTED]

### III. Información del Denunciado

13. En esta sección, se presenta la información requerida en el artículo 68, fracción III, de la LFCE: el nombre del denunciado y, en su caso, su domicilio.
14. El denunciado es Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias. Su domicilio es Boulevard Manuel Ávila Camacho # 647, Col. Periodista, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11220, Ciudad de México.
15. Se aclara que mi Representada conoce que Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. tiene subsidiarias, siendo tenedora del 100% de las partes sociales y/o acciones de ellas, pero desconoce la cantidad de subsidiarias, así como la razón social y domicilio (comercial y fiscal) de cada una de ellas.

#### IV. Descripción y lista de bienes y de empresas.

16. En esta sección, se presenta la información requerida en el artículo 68, fracción V, de la LFCE: la descripción de los principales bienes involucrados, precisando su uso en el mercado; y, en caso de conocerlo, la lista de los bienes iguales, similares o sustancialmente relacionados del denunciado y de las principales empresas que los comercializan en el territorio nacional.

##### IV.1. Bienes involucrados

17. Mi Representada es parte de un grupo de sociedades encabezadas por Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V. ("Grupo Chedraui"). Además, Grupo Chedraui tiene participación accionaria mayoritaria o minoritaria en varias sociedades mexicanas y extranjeras. En lo subsecuente, se usa el término "Chedraui" o "CH" para referirnos indistintamente a Grupo Chedraui, Tiendas Chedraui y otras subsidiarias de tal grupo, de manera conjunta, a menos que se especifique lo contrario.
18. En México, Chedraui participa en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA. Al cierre del 31 de diciembre de 2019, contaba con 306 sucursales con distintas marcas y formatos, localizadas en 25 estados de México.
19. Para más información de las actividades, el funcionamiento y la organización de Chedraui, ver los reportes anuales enviados a la Bolsa Mexicana de Valores ("BMV") de Chedraui, presentados en el **Anexo VI**.
20. Por su parte, Walmex es una subsidiaria de Walmart, Inc., la cual controla indirectamente el 70.51% del capital y del derecho a voto de Walmex. Además, Walmex es tenedora del 100% de las partes sociales y/o acciones de varias sociedades mexicanas y extranjeras, que se agrupan en cinco grupos: (i) "Nueva Walmart", opera las TDA de Walmex, (ii) "Empresas importadoras", importan mercancía para la venta; (iii) "Inmobiliario", participan en proyectos inmobiliarios y administración de compañías inmobiliarias; (iv) "Empresas de servicios", ofrecen servicios profesionales a Walmex y a otras de sus subsidiarias, servicios con fines no lucrativos a la comunidad y tenencia de acciones; y (v) "Walmart Centroamérica", opera sucursales en países de Centro América.
21. En México, Walmex participa en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA. Al cierre del 31 de diciembre de 2019, tenía 2,571 sucursales con distintas marcas y formatos ubicadas en todos los estados de México.
22. Para más información de las actividades, el funcionamiento y la organización de Walmex, ver los reportes anuales enviados a la BMV de Walmex que se adjuntan como **Anexo VI**.
23. Por otra parte, la COFECE ha analizado la comercialización minorista de bienes por medio de TDA como se observa en las versiones públicas de las resoluciones de los expedientes CNT-021-2015 (Soriana-Comerci), CNT-084-2016 (Chedraui-Soriana), CNT-092-2017 (Walmex-Soriana), CNT-154-2017 (HEB-Soriana), CNT-047-2019 (Almacenes Zaragoza-Casa

Ley) y CNT-064-2019 (Chedraui-Soriana) emitidas por el Pleno de la COFECE ("Resoluciones Relevantes").

24. En las Resoluciones Relevantes, la COFECE ha considerado que los operadores de TDA ("detallistas") se dedican principalmente a la adquisición, distribución y comercialización minorista de una amplia gama de bienes organizados en secciones que facilitan el acceso directo del público a los bienes. Además, ha descrito que los bienes se pueden agrupar en tres divisiones: supermercado, ropa y calzado, y mercancías generales; y que cada división contiene distintas categorías (e.g., la división "supermercado" incluye abarrotes, perecederos, entre otros; la división "mercancías generales", incluye bienes para el cuidado del hogar, para el cuidado personal, línea blanca, entre otros). Por último, ha identificado que la división supermercado y las categorías de bienes para el cuidado personal y del hogar, de la división mercancías generales, son las que representan la mayor parte del valor monetario de las ventas anuales totales de los detallistas.
25. Por lo expuesto, mi Representada considera que los principales bienes involucrados con los hechos denunciados son los bienes que se comercializan por medio de TDA, destacando aquellos que pertenecen a la división supermercado y a las categorías de bienes para el cuidado personal y del hogar de la división de mercancías generales. Además, estos bienes se usan comúnmente como alimentos y para el cuidado personal y del hogar.
26. En el **Anexo V5bi**, se proporcionan bases de datos elaboradas por la consultora [REDACTED] las cuales contienen [REDACTED]

#### *IV.2. Bienes iguales, similares o relacionados con los del denunciado*

27. Para identificar los bienes iguales, similares o relacionados con los del denunciado, mi Representada toma en consideración los resultados de los análisis de sustitución que ha elaborado la COFECE y la postura del Pleno de la Comisión en las Resoluciones Relevantes.
28. Dado lo anterior, mi Representada entiende que la COFECE ha considerado que los bienes que se comercializan por medio de TDA no tienen bienes iguales, similares o sustancialmente relacionados, debido a las funciones de bienes, características de las TDA, patrones de consumo de los hogares mexicanos, entre otros elementos; y que las TDA cuentan con varios tipos de formatos que pudieran ser iguales, similares o sustancialmente relacionados en la comercialización de bienes y que se agrupan en tiendas de formato pequeño (e.g., tiendas de conveniencia), tienda descuento y bodega exprés ("TDBE"), y bodega, supermercado, hipermercado y megamercado ("BSHM").

#### *IV.3. Lista de las principales empresas que ofrecen los bienes del denunciados*

29. Mi Representada considera que las principales empresas que participan en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA son Walmex, Chedraui, Organización Soriana, S.A.B de C.V. y subsidiarias ("Soriana"), y La Comer, S.A.B. de C.V. y subsidiarias ("LaComer"). Esta consideración se basa en las Resoluciones Relevantes, así como en el reconocimiento que realizan Chedraui, Walmex, Soriana y LaComer en los reportes anuales enviados a la BMV, presentados en el **Anexo VI**.

30. Otras empresas son los asociados de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales ("ANTAD").<sup>6</sup> También, aquellas empresas que aparecen en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas ("DENUE") elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía ("INEGI") bajo el código 462111, referente al comercio al por menor en supermercados.<sup>7</sup>

## V. Descripción y análisis detallado de los hechos denunciados

31. En esta sección, se presenta la descripción detallada de los hechos denunciados, así como los documentos y elementos de convicción de los cuales se presume (se considera por los indicios que se tienen) que las Prácticas de Walmex constituyen prácticas monopólicas relativas ("PMRs") en términos de la LFCE y las DRLFCE.

### V.1. Descripción sucinta de los hechos denunciados

32. Los hechos que motivan la denuncia consisten en que, en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA, Walmex tiene poder sustancial de mercado ("PSM") y realiza actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones (en lo subsecuente, se utiliza el término conducta para referirnos indistintamente a acto, contrato, convenio, procedimientos o combinación) que tienen o pueden tener por objeto y/o efecto el desplazamiento indebido de sus competidores en ciudades ubicadas en el sureste del país y la conservación de su poder sustancial en las ciudades localizadas en las demás regiones, en perjuicio de los consumidores. En la sección V, se detallan los hechos denunciados.

### V.2. Marco normativo

33. La LFCE tiene como objeto investigar y, en su caso, castigar cualquier restricción al funcionamiento eficiente de los mercados. Al respecto, la LFCE prevé como conductas anticompetitivas las prácticas monopólicas (absolutas y relativas) y las concentraciones ilícitas. En el caso de las conductas de Walmex, Chedraui considera que resulta procedente analizarla bajo la regulación aplicable a las PMRs.
34. La LFCE establece que las PMRs son aquellas conductas descritas en el artículo 56 de la LFCE, y llevadas a cabo por una empresa con poder sustancial en el mercado relevante, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser: (i) desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; (ii) impedirles sustancialmente su acceso, o (iii) establecer ventajas exclusivas en

<sup>6</sup> En el Anexo VI, se presenta la actual lista de asociados de la ANTAD.

<sup>7</sup> El DENUE usa el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte ("SCIAN"). El código 46211 del SCIAN contiene a las unidades económicas que participan en el comercio al por menor en tiendas de autoservicio, y las divide en supermercados (462111) y minisúpers (462112). Los formatos de TDBE y BSHM están en el grupo de supermercados, mientras que las tiendas de conveniencia y demás formatos pequeños están en el grupo de minisúpers. Como Anexo V2b.2, se presenta la base de datos del DENUE, la cual contiene la lista de unidades económicas y, según sea el caso, la razón social a la cual está asociada.

favor de una o varias empresas.<sup>8</sup> En ese sentido, la LFCE describe en su artículo 56 las conductas que pueden ser catalogadas como PMR.<sup>9</sup>

35. Para que alguna de dichas conductas constituya una PMR, esta debe ser llevada a cabo por una empresa con poder sustancial<sup>10</sup> en el mercado relevante<sup>11</sup>; de lo contrario, no sería considerada como ilegal. Además, este tipo de prácticas se evalúa bajo la "regla de la razón", lo cual implica determinar en qué medida la práctica tiene o puede tener el objeto o efecto de restringir indebidamente la entrada, desplazar indebidamente a otros agentes económicos o establecer ventajas exclusivas en favor de alguien en el mercado relevante o en algún mercado relacionado.
36. La empresa que sea presunta responsable de una PMR puede demostrar que su conducta genera ganancias en eficiencias y que éstas son mayores que sus posibles efectos anticompetitivos y resultan en una mejora del bienestar del consumidor.<sup>12</sup> En el presente caso, la carga de la prueba para mostrar esta condición sería de Walmex, por lo cual mi Representada no realiza manifestación alguna sobre este tema.
37. Para iniciar una investigación por PMR, la LFCE establece que la Denunciante debe presentar una causa objetiva, que es cualquier indicio<sup>13</sup> de la posible existencia de una posible PMR. Acorde con la Guía, la determinación de la presunta existencia de la PMR y la presunta responsabilidad de quienes participaron en ésta se realizará en la investigación.<sup>14</sup>
38. Por lo expuesto, mi Representada presenta los indicios que muestran la posibilidad de que los Prácticas de Walmex actualizan cada uno de los supuestos establecidos en la LFCE y DRLFCE para ser considerada como una PMR.

### V.3. Mercado Investigado

39. Mi Representada propone que el mercado investigado sea la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA, toda vez que las conductas de

<sup>8</sup> Artículo 54 de la LFCE.

<sup>9</sup> Los supuestos del artículo 56 de la LFCE son: Fracción I. Segmentación vertical de mercados a través de exclusividades; Fracción II. Restricción vertical de precios; Fracción III. Compras o ventas atadas o empaquetadas; Fracción IV. Exclusividades; Fracción V. Negativa de trato; Fracción VI. Boicot; Fracción VII. Depredación de precios; Fracción VIII. Programas de lealtad y transacciones condicionadas; Fracción IX. Subsidios cruzados; Fracción X. Discriminación de precios; Fracción XI. Obstaculización del proceso productivo o incremento en costos; Fracción XII. Denegación de acceso a insumo esencial; y Fracción XIII. Estrechamiento de márgenes.

<sup>10</sup> Para determinar si una empresa cuenta con poder sustancial se debe considerar lo siguiente (i) su participación en el mercado y si puede fijar precios o restringir el abasto por sí mismo sin que sus competidoras lo contrarresten; (ii) la existencia y poder de sus competidores, así como su comportamiento en el mercado; (iii) la existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores, (iv) las posibilidades de acceso a fuentes de insumos y (v) el comportamiento de las empresas que compiten en el mercado. Artículo 59 de la LFCE.

<sup>11</sup> Conforme al artículo 58 de la LFCE para determinar el mercado relevante se debe considerar (i) las posibilidades y el tiempo de sustitución de un bien o servicio; (ii) los costos de distribución, de insumos, complementos y sustitutos del bien o servicio, así como las restricciones impuestas por empresas o asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado; (iii) los costos y las probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados; y (iv) las restricciones normativas que limiten el acceso a las alternativas existentes.

<sup>12</sup> Artículo 55 de la LFCE.

<sup>13</sup> Un indicio "es una circunstancia cierta de la que se puede sacar, por inducción lógica, una conclusión acerca de la existencia (o inexistencia) de un hecho a probar". Tesis aislada "INDICIO. CONCEPTO DE." Octava Época. Semanario Judicial de la Federación Tomo XIV, Julio de 1994, página 621. Materia(s): Penal. Registro No. 211525.

<sup>14</sup> Guía, pág. 8.



Walmex ocurren en dichas actividades. Además, esta propuesta está alineada con los precedentes de la extinta Comisión Federal de Competencia ("CFC") y de la COFECE.

### V.3.a. Precedentes

40. Existen precedentes sobre el análisis de posibles PMR realizadas por Walmex, en los cuales se consideró como mercado investigado la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA. En el expediente IO-02-2002, la CFC definió como mercado investigado "*la adquisición, distribución y comercialización de bienes en tiendas de autoservicio*".<sup>15</sup> En este caso, no definió algún mercado relevante.<sup>16</sup>
41. Los demás precedentes involucran el análisis de los efectos en materia de competencia económica derivados de concentraciones. Al respecto, mi Representada considera que estos precedentes son una guía sobre como analizar la competencia entre detallistas, y no deben ser considerados de manera rigurosa por tener una naturaleza distinta al del análisis de presuntas PMR. Estos precedentes se pueden agrupar en dos grupos.
42. El primer grupo involucra la adquisición de sucursales y, en ocasiones, de centros de distribución ("CEDIs"). En estos casos, la CFC y la COFECE han centrado sus análisis en la comercialización minorista y reconocido su relación con la adquisición y distribución.
43. En el expediente CNT-124-2007 (Soriana-Gigante), la CFC analizó "*los efectos de la operación en los dos negocios donde coinciden Gigante y Soriana: la distribución y comercialización de mercancías y su abastecimiento*", y definió el mercado relevante como "*(la) comercialización minorista a través de los distintos formatos en que se presenta el canal de supermercados (con) una dimensión geográfica local*".<sup>17</sup>
44. En las Resoluciones Relevantes, la COFECE ha analizado la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDAs. Para ello, ha definido el mercado relevante como el comercio minorista de bienes a través de TDA con formatos TDBE y BSHM a nivel local, específicamente áreas de influencia comercial; y ha considerado las actividades de adquisición (proveeduría) y distribución como parte del análisis de barreras a la entrada.
45. El segundo grupo involucra la concentración de la comercialización minorista de productos a través de TDA y servicios relacionados. En la Resolución CNT-161-2018 (Walmex-CornerShop), la COFECE analizó los efectos de la concentración de la comercialización minorista de productos a través de tiendas físicas TDA y con servicios logísticos de exhibición, compra y entrega inmediata de productos ofrecidos por TDAs. Para ello, se analizó los efectos a nivel ciudad y a nivel nacional.
46. Dado estos precedentes, mi Representada entiende que (i) el análisis de posibles PMR realizadas por Walmex debe incluir la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA; (ii) la definición del mercado investigado puede ser mayor que la del mercado relevante; y (iii) el ámbito geográfico del mercado relevante varía según

<sup>15</sup> EXTRACTO del Acuerdo por el que la Comisión Federal de Competencia inicia la investigación de oficio identificada bajo el número de expediente IO-02-2002, publicado en el DOF del 29 de mayo de 2002.

<sup>16</sup> Resolución del Expediente IO-02-2002.

<sup>17</sup> En el Anexo VI - Resolución CNT-124-2007, pág. 1.

los efectos que se deseen evaluar, pudiendo ser desde local (aproximándolo como el área de influencia comercial de una sucursal y como ciudad) hasta nacional.

V.3.b. Consideraciones de Chedraui

47. El mercado investigado es la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA, porque las conductas de Walmex abarcan términos y condiciones a los que adquiere, distribuye y comercializa bienes, como se muestra en la Sección V.4.
48. Sobre la dimensión producto, mi Representada considera que todos los distintos formatos deben ser incluidos en el mercado investigado (y posible mercado relevante), porque es común que los detallistas cuenten con formatos TDBE y BSHM;<sup>18</sup> y las Prácticas de Walmex involucran a los formatos TDBE y BSHM, por lo cual su separación no permitiría entenderla, ni evaluar sus efectos, como se detalla en la sección V.5 del Escrito de Denuncia.
49. Sobre la dimensión geográfica, la adquisición, distribución y comercialización minorista son actividades que forman parte de distintos eslabones de la cadena de valor, por lo cual su ámbito geográfico difiere en cada una.
50. Para la comercialización minorista, mi Representada coincide con la caracterización realizada por la COFECE para concentraciones. Específicamente, coincide que el ámbito geográfico es local, pudiéndose aproximar de distintas maneras, incluidos círculos con centro en sucursales y radios preestablecidos, polígonos generados con tiempos de manejo y el área de la ciudad.
51. Para el presente caso, mi Representada considera que la manera de aproximar un ámbito geográfico local es por medio del área de la ciudad, debido a que las conductas de Walmex afectan a todas las sucursales de una misma ciudad. Además, aun cuando cada sucursal tiene un área de influencia comercial, los detallistas aglomeran sus sucursales en ciudades para obtener y aprovechar economías de escala asociadas con su red de distribución (como se explica en la sección V.4.), lo cual genera una cadena de sustitución que lleva a que el mercado relevante sea la población.
52. Para sustentar lo anterior, se presenta, como **Anexo V2b.3**, una base de datos, la cual contiene información sobre la ubicación de las tiendas Walmex. Esta base se construyó con información pública y exclusivamente para el Escrito de Denuncia, por lo cual Chedraui no cuenta con más información de otras sucursales de Walmex.
53. El análisis considera 401 sucursales de Walmex con marca "Walmart" y "Bodega Aurrera", y consiste en calcular la cantidad de sucursales de Walmex con marca "Walmart", "Superama", "Bodega Aurrera", "Bodega Aurrera Express" ("B.A. Express") y "Mi Bodega" dentro del área de influencia comercial, definida como en las Resoluciones Relevantes.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Ver Anexo VI – La Comer (2019), pág. 28; Chedraui (2019) pág. 48. Además, se presenta la impresión en pdf de las páginas de internet de Walmex y Soriana.

<sup>19</sup> Para este ejercicio, se utilizó la metodología de las Resoluciones Relevantes. Se utilizaron áreas circulares con radio predefinido, el cual varía por tipo de localidad: (i) un radio de 2.5 kilómetros ("km") para la Zona Metropolitana ("ZM") del Valle de México; (ii) de 4.98 km para las ZM tipo A; (iii) de 7.4 km para ZM tipo B; y (iv) de 18.6 km para el resto del país. Áreas circulares con radio predefinido, el cual varía por tipo de localidad: (i) un radio de 2.5 kilómetros ("km") para la Zona Metropolitana del Valle de México; (ii) de 4.98 km para las ZM tipo A; (iii) de 7.4 km para ZM tipo B; y (iv) de 18.6 km para el resto del país.

54. Los resultados son que: [REDACTED]  
[REDACTED]  
de Walmex, siendo el promedio de [REDACTED] de Walmex. En el **Anexo V2b.3**, se reportan los detalles por sucursal y en la siguiente tabla se resumen por tipo de localidad:

**Tabla 1.** Cantidad promedio de sucursales de Walmex en un área de influencia comercial

55. Además, el análisis por ciudad facilita el análisis de las conductas de Walmex sin perder rigor, toda vez que se reduce la cantidad de mercados a analizar, al pasar de alrededor [REDACTED] mercados asociados a cada una de las sucursales de Walmex a lo máximo [REDACTED] mercados asociados con cada una de las ciudades del Catálogo Sistema Urbano Nacional ("CSUN"), elaborado por el Consejo Nacional de Población ("CONAPO").<sup>20</sup>
56. Dado lo anterior, mi Representada identifica y analiza las ciudades donde Walmex y Chedraui tienen presencia y coinciden, usando la información de la DENUE (**Anexo V2b.2**). Para facilitar la exposición de los resultados a nivel ciudad,<sup>21</sup> mi Representada utiliza la clasificación de regiones geográficas de la ANTAD;<sup>22</sup> 1. Noroeste, incluye los estados de BCN, BCS, SON, SIN, NAY; 2. Norte, de CHH, COA, DUR, ZAC; 3. Noreste, de NLE, TAM; 4. Centro, de AGU, COL, GUA, HID, JAL, MEX, MIC, MOR, PUE, QUE, SLP, TLA; 5. Metropolitana, de CMX y zona conurbada; 6. Suroeste, de CHP, GRO, OAX; y 7. Sureste, de CAM, ROO, TAB, VER, y YUC.<sup>23</sup>

(Espacio en blanco)

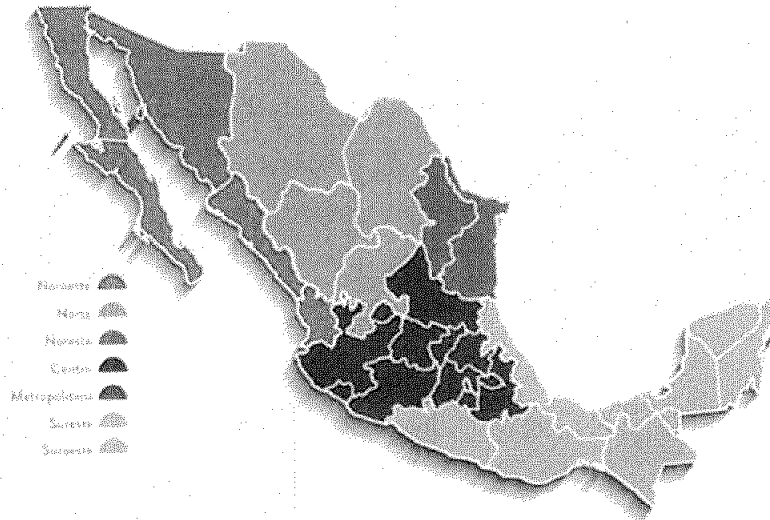
<sup>20</sup> Para más información, ver Catálogo Sistema Urbano Nacional 2012 del Conapo. Disponible aquí: <http://bit.ly/2Jm3tG>. El o los documentos citados se utilizan como un principio orientador no vinculante y no como un documento y/o medio de convicción que acompaña al Escrito de Denuncia, por lo cual, en caso de estar en idioma distinto al español, no es necesario presentar una traducción en términos del artículo 113 de la LFCE.

<sup>21</sup> Las sucursales que se localizan en poblaciones no consideradas como ciudades por la CONAPO, no se consideran en el análisis. Esta exclusión no afecta las conclusiones, toda vez que son muy pocas.

<sup>22</sup> Si una población está compuesta por municipios que abarcan estados de dos distintas regiones, se asigna la población a una sola región considerando la ubicación del municipio central.

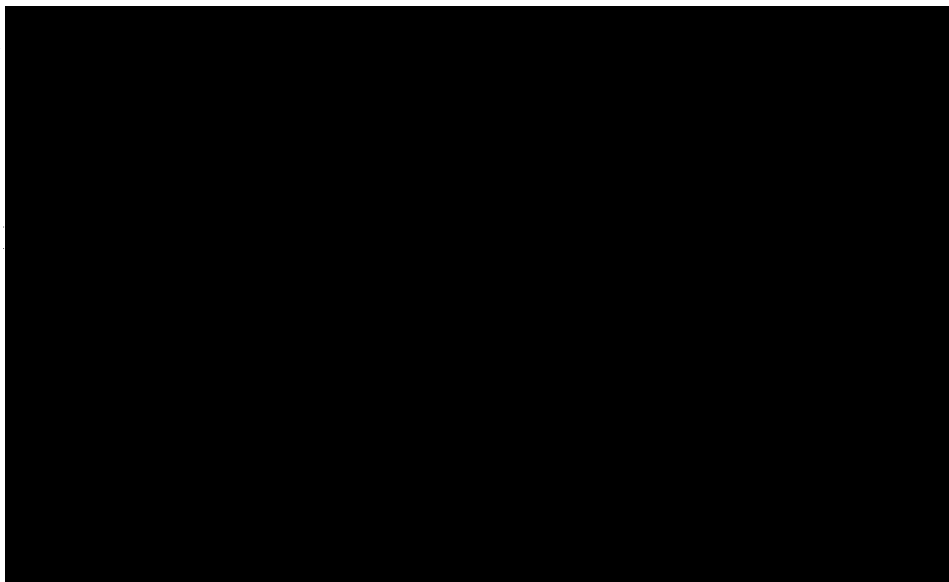
<sup>23</sup> Las siglas corresponden al código de tres dígitos de los estados de la República Mexicana, acorde con la ISO 3166-2.

Ilustración 1. Mapa de las regiones usadas en el Escrito de Denuncia

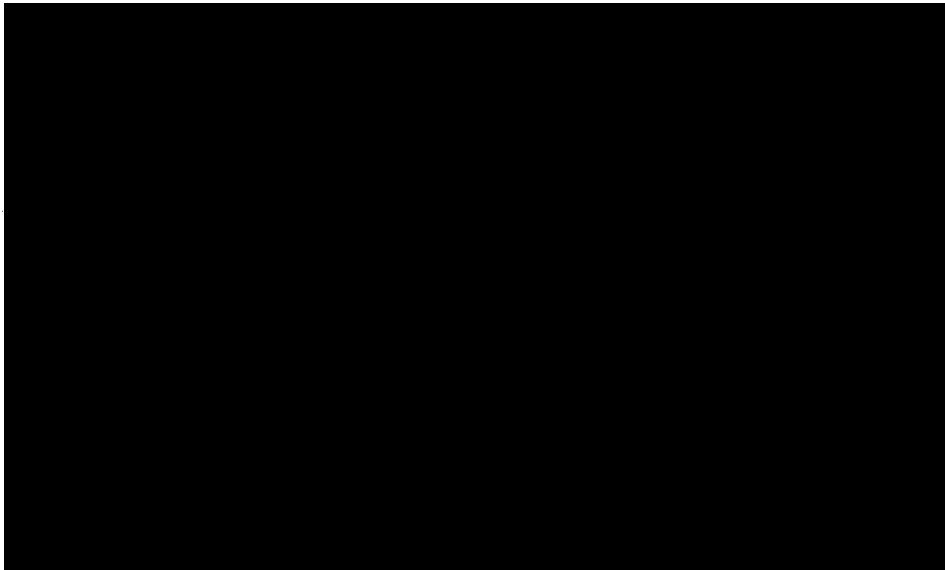


Fuente: Anexo VI - Antad (2019)

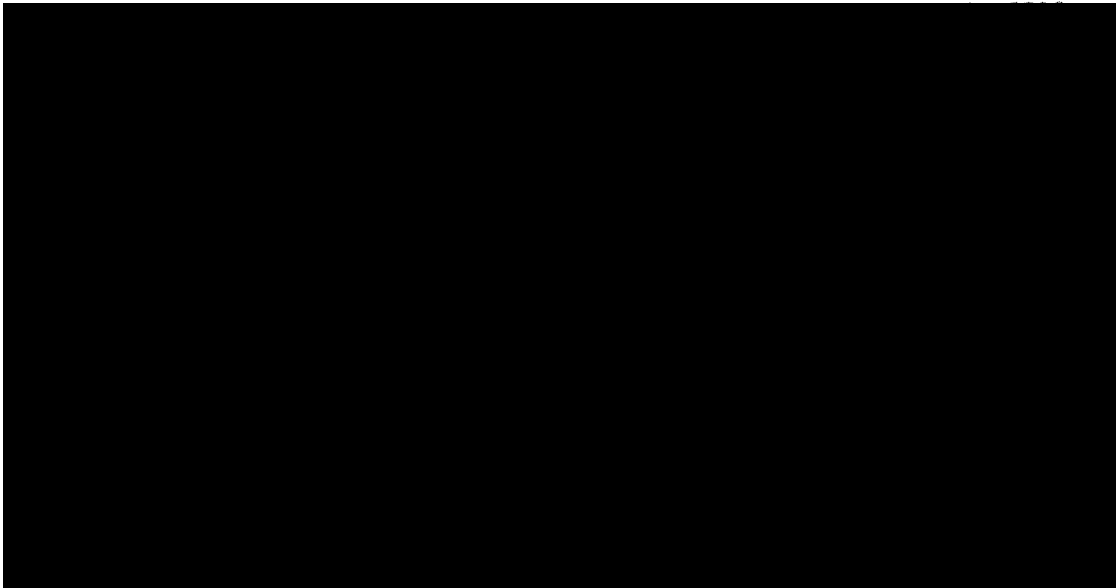
57. Los resultados son que: (i) en [redacted] ciudades, existe al menos una TDA; (ii) Walmex tiene presencia en [redacted] ciudades); (iii) [redacted] ciudades). Los resultados en cada una de las ciudades se encuentran en el **Anexo V2b.2**.



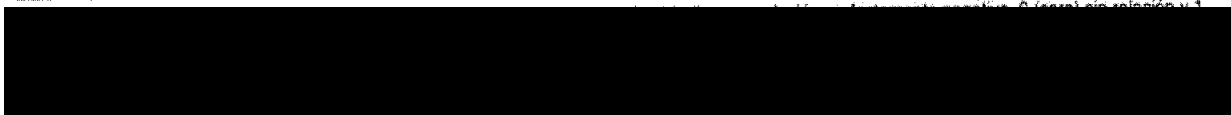
58. También, se identifica que: (i) las sucursales de Walmex se aglomeran en la región Centro con [redacted], Metropolitana con [redacted] (25%), Noroeste con [redacted] (13%); (ii) las [redacted] y [redacted] Metropolitana [redacted] y Centro [redacted] y (iii) los demás competidores, en la región Noroeste con [redacted] (26%), Centro con [redacted] y Norte con [redacted]. Los resultados en cada una de las ciudades se encuentran en el **Anexo V2b.2**.



59. Con información de Walmex, se observa que la distribución de sucursales y valor de ventas son similares entre esas dos unidades de medida.<sup>24, 25</sup> Además, la participación en el Sureste es [redacted], lo cual indica que su relevancia es [redacted], en comparación con su relevancia en términos de sucursales.



60. Por último, en la Resolución CNT-161-2018 (Walmex-CornerShop), la COFECE analizó la operación a nivel ciudad, dado que la concentración afectaría a todas las tiendas.



- 61. Para la distribución y adquisición, mi Representada opina que las cadenas de detallistas toman decisiones centralizadas (e.g., descuentos, publicidad, distribución, proveeduría, entre otros) que afectan la operación del negocio. Además, Walmex tiene una amplia presencia nacional. También, la COFECE ha considerado que los detallistas más grandes, incluido Walmex, presentan redes de distribución a nivel nacional y que las redes de distribución pueden ser un factor germinante en la forma como se da la competencia.<sup>26</sup> Por último, la opinión de mi Representada está en línea con la práctica internacional, la cual indica que la toma de decisiones centralizadas que afectan la operación del negocio tienen un alcance mayor al ámbito geográfico local, pudiendo llegar a ser igual al ámbito nacional.<sup>27</sup>
- 62. Por último, la COFECE ha analizado la importancia de Walmex en la comercialización minorista de bienes a nivel local (ciudad), regional y nacional, ver Resolución CNT-161-2018 (Walmex-CornerShop).
- 63. Por lo expuesto, mi Representada considera que el mercado investigado debe ser la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA, y que el análisis de las conductas realizadas en la comercialización sea local y las de la adquisición y distribución sea a nivel nacional.

V.4. Poder sustancial de mercado

- 64. Walmex tiene poder sustancial en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA, dada su alta participación de mercado en términos de sucursales, piso de venta y valor de ventas a nivel nacional, y en términos de sucursales en varias ciudades, principalmente en aquellas donde no coincide con Chedraui y en aquellas donde sí coincide con Chedraui ubicadas en la región Centro, Metropolitana y Suroeste. Además, la literatura especializada en competencia económica encuentra que los competidores no tienen la capacidad de disciplinar a Walmex. Adicionalmente, la COFECE ha concluido recientemente que estos mercados presentan barreras a la entrada. Por último, Walmex tiene la capacidad unilateral de ajustar los términos y condiciones a sus proveedores para evitar que sus competidores tengan acceso a mercancías en términos competitivos.

V.4.a. Estructura de mercado

- 65. La COFECE usa los resultados de las participaciones (cuotas) de mercado y el Índice Herfindahl-Hirschman ("IHH") "... como una primera aproximación al análisis de los efectos probables de una concentración... en el análisis de... otros aspectos, como puede ser en

<sup>26</sup> Resolución CNT-021-2015, pág. 53 y 55.

<sup>27</sup> Ver por ejemplo la práctica de la Autoridad de Competencia del Reino Unido: Competition Comisión. CC (2015). Somerfield plc and Wm Morrison Supermarkets plc: A report on the acquisition by Somerfield plc of 115 stores from Wm Morrison Supermarkets plc. Disponible en <http://bit.ly/2XMZYqf>; Office of Fair Trading, OFT. (2008). Anticipated acquisition by Co-operative Group Limited of Somerfield Limited, ME/3777/08. Disponible en <http://bit.ly/2YurleN>; CC (2007). Tesco plc and the Co-operative Group (CWS) Limited: A report on the acquisition of the Co-operative Group (CWS) Limited's store at Uxbridge Road, Slough, by Tesco plc. Disponible en <http://bit.ly/2vmbbhp>. El o los documentos citados se utilizan como un principio orientador no vinculante y no como un documento y/o medio de convicción que acompaña al Escrito de Denuncia, por lo cual, en caso de estar en idioma distinto al español, no es necesario presentar una traducción en términos del artículo 113 de la LFCE.

materia de... existencia de poder sustancial".<sup>28</sup> Para ello, calcula las cuotas de mercado en el mercado relevante, en términos de la variable que considere conveniente<sup>29</sup>; y el periodo de medición es determinado según sea la calidad y oportunidad de la información y las particularidades del mercado. Por último, cuando un mercado relevante presenta un IHH menor a 2,000 puntos, considera que dicho mercado cuenta con baja probabilidad de contar con riesgos a la competencia económica y libre concurrencia.

66. En las Resoluciones Relevantes, la COFECE ha usado tres unidades de medida para calcular las participaciones de mercado (número de sucursales, piso de venta y valor de ventas); y ha considerado como primera opción el número de sucursales y como última opción el valor monetario de las ventas. También, ha considerado umbrales para evaluar la posibilidad de que una empresa tuviera o no probabilidades de poseer PSM, los cuales se basan en la práctica internacional.<sup>30</sup>
67. Acorde con esos criterios y parámetros, la COFECE ha considerado que una empresa no tiene posibilidades de poseer PSM cuando: (i) el IHH es menor a 2,000 puntos en términos de número de sucursales, piso de venta y/o valor de ventas; y (ii) su participación es menor al 30% en términos del valor de ventas. En caso contrario, la empresa tiene posibilidades de poseer PSM, las cuales van aumentando en la medida que aumenten la participación de mercado de la empresa analizada y el IHH.
68. En este contexto, Chedraui calcula las participaciones de mercado a nivel nacional y ciudad donde coinciden y donde no coinciden Walmex y Chedraui. Para el mercado nacional, se calculan las participaciones de mercado y se estima el IHH en términos de número de sucursales, piso de venta y valor de ventas. Mientras que, para los mercados locales, solamente en términos del número de sucursales, toda vez que Chedraui no tiene información del piso de venta, ni del valor de ventas de sus competidores a nivel ciudad. Además, considera que no se pueden descartar riesgos a la competencia cuando: el IHH es mayor a 2,000 puntos; o bien, Walmex posea una participación igual o mayor a 40%.
69. Para los cálculos y estimaciones mencionadas, mi Representada usa los reportes anuales de Walmex, Soriana, Chedraui, LaComer y ANTAD que contienen la información de sucursales, piso de venta y valor de ventas a nivel nacional presentados como **Anexo VI**, y presenta, como **Anexo V3b.1**, una base de datos que resume dicha información y muestra el procedimiento para realizar los cálculos y estimaciones reportadas en este Escrito de Denuncia. Por otra parte, para los cálculos de participaciones a nivel ciudad, se utiliza la información del **Anexo V2b.2**.

<sup>28</sup> Comisión Federal de Competencia. (2015). Criterios Técnicos para el Cálculo y Aplicación de un Índice Cuantitativo para medir Concentración del Mercado. 23 de abril de 2015, numeral sexto y séptimo; disponible en <http://bit.ly/2MPPr70L>.

<sup>29</sup> Las variables convenientes pueden ser: valor monetario de ventas, volumen de ventas, número de clientes, capacidad productiva u otras variables que considere convenientes.

<sup>30</sup> Por ejemplo, la COFECE indica que "Si bien cada jurisdicción tiene umbrales diferentes para considerar que un agente tiene poder sustancial o posición dominante en cierto mercado relevantes, existe un consenso tácito aparente sobre los rangos de los umbrales que son los siguientes: (i) una cuota de mercado de [confidencial] puede ser en sí mismas pruebas de la existencia que un agente tiene poder sustancial o posición dominante en el mercado relevante; (ii) en algunas ocasiones, si la empresa tienen una cuota de mercado entre [confidencial]; (iii) rara vez, con una cuota de mercado menor a [confidencial], y (iv) no es probable, con una cuota menor a [confidencial], como lo señala Kaplow en su artículo Folio 12073-12107. Resolución CNT-021-2015, pie de nota 81.

70. A nivel ciudad, los resultados son que: (i) Walmex tiene, en promedio, una participación del [redacted] en términos de sucursales en el total de ciudades del país;<sup>31</sup> (ii) en las ciudades donde Walmex tiene presencia, su participación promedio es de [redacted]

(iii) [redacted]

[redacted]

71. En la siguiente tabla, se presenta la estadística descriptiva de la participación de Walmex, de la cual se observa lo siguiente: primero, [redacted]

[redacted]

[redacted]

72.

[redacted]

[redacted]



[Redacted]

73.

[Redacted]

74. En la siguiente tabla, se presenta la estadística descriptiva de la participación de Walmex, de la cual se observa que [Redacted] las ciudades del Centro y Suroeste tiene, en promedio, una participación de [Redacted] respectivamente. En estas tres regiones, existen ciudades con participaciones de [Redacted]. Los resultados de cada ciudad están en el **Anexo V2b.2**.

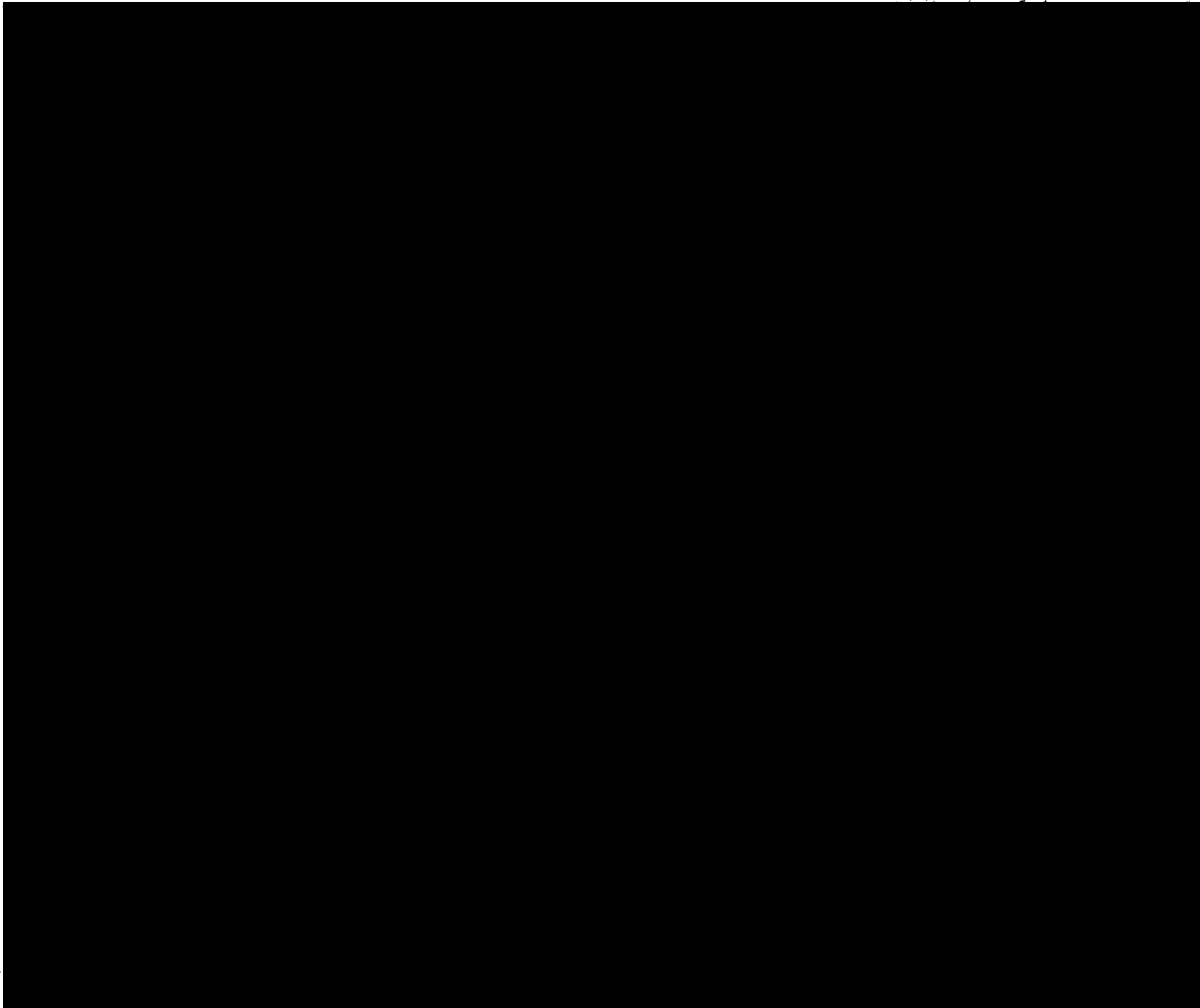
[Redacted]

75.

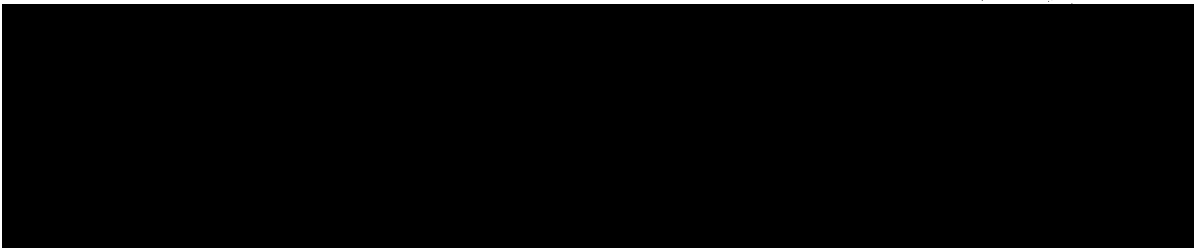


76. Con estas cuotas de mercado, se estima el límite inferior del IHH en cada ciudad. Para calcular este límite inferior, se considera solamente la participación de Walmex y Chedraui, y se supone que el rubro de otros está compuesto por una cantidad infinita de empresas tal que su contribución al IHH tiende a igual a cero.

77.



78.

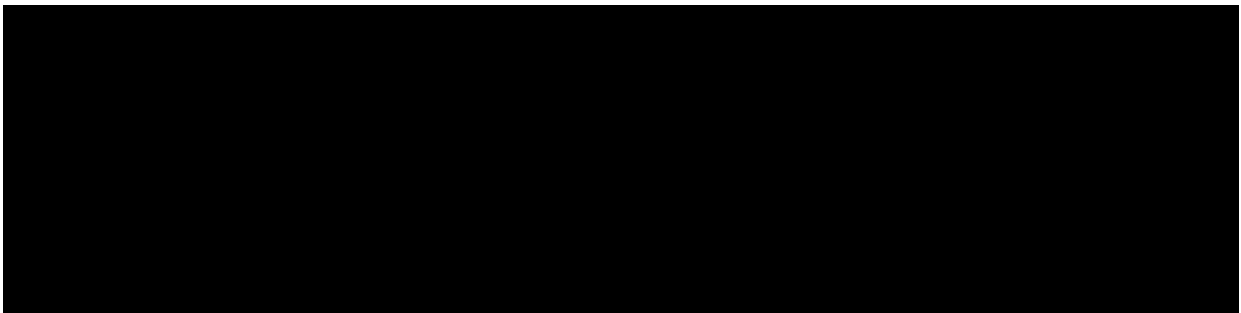


79. A nivel nacional, los principales resultados son que Walmex tiene una participación de mercado de entre [redacted] en términos de ventas, lo cual puede ser por sí misma prueba de que Walmex tiene PSM. Al considerar otras unidades de medida, la cuota de Walmex

están entre [redacted] lo cual sugiere que las participaciones de mercado de Walmex a nivel ciudad reportadas están subestimadas.



80. Con estas participaciones de mercado se calcula el rango del IHH, según la cantidad de empresas que componen el rubro de "Otros". El límite inferior se obtiene si se supone que el rubro de "Otros" se compone por una infinidad de empresas, tal que su participación al IHH tiende igual a cero. Mientras que el límite superior se obtiene si se supone que el rubro de "Otros" se compone por una única empresa. Los resultados son que el IHH es mayor a 2,000 puntos en cualquier escenario.



81. Estos resultados indican que no se puede descartar que Walmex tenga PSM a nivel nacional. Incluso, la participación de mercado de Walmex en términos del valor de ventas, que es mayor a [redacted] aumenta en el tiempo, puede ser por sí misma prueba de que Walmex tiene PSM.

82. Los cálculos anteriores se ven fortalecidos con el hecho de que la COFECE ha identificado que Walmex es el principal competidor en los mercados en cuestión y que sus competidores tienen una menor presencia a nivel ciudad, región y nacional durante 2018. En la Resolución CNT-161-2018 (Walmex-CornerShop), la COFECE ha analizado las cuotas de mercado a nivel ciudad (específicamente las ciudades donde Cornershop otorga sus servicios),<sup>32</sup> regional y nacional, pero por cuestiones de confidencialidad mi Representada no tiene

<sup>32</sup> En la Resolución CNT-161-2018, la COFECE analizó la Ciudad de México; Monterrey, Nuevo León; Guadalajara, Jalisco; León, Guanajuato; Querétaro, Querétaro; Puebla, Puebla; Cancún, Quintana Roo; Toluca, Estado de México.

acceso a tal información.<sup>33</sup> Con ese análisis, la COFECE concluyó que "... Walmart es un competidor importante en el mercado físico...";<sup>34</sup> "... Walmart es el principal competidor en la comercialización al menudeo de productos a través de tiendas físicas TDA y Club de Precios.";<sup>35</sup> y "... los competidores de Walmart tienen una menor presencia relativa vía tiendas físicas ...".<sup>36</sup>

#### V.4.b. Poder de los competidores

83. La literatura especializada en competencia económica muestra que los precios del mercado son mayores a medida que aumenta la participación de mercado de Walmex. El Dr. Alejandro Castañeda Sabido, ex comisionado de la COFECE, analizó la competencia en precios de supermercados en su artículo académico titulado "Supermercados: Competencia en precios".<sup>37</sup>
84. En su análisis, el autor define el mercado como la comercialización minorista de bienes de consumo<sup>38</sup> a través de TDA<sup>39</sup> a nivel local. Sobre la localidad, definió ésta como círculos concéntricos con centro en la sucursal de interés (pivote) y con radio de cinco kilómetros (para la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey) y de ocho kilómetros (para las demás ciudades).<sup>40</sup> Además, para cada mercado relevante, calculó las cuotas de mercado en términos de cantidad sucursales. Así, su análisis consideró un mercado similar o semejante al usado por la COFECE en las Resoluciones Relevantes. Por ello, mi Representada considera que sus resultados pueden ser usados en el presente caso.
85. El autor halla que: (i) Walmex establece, en promedio, mayores precios que Chedraui, independientemente del formato de las TDAs; (ii) cuando Walmex aumenta su participación en términos de tiendas en el mercado relevante, los precios incrementan; y (iii) Chedraui siempre está ausente en mercados con precios altos.<sup>41</sup>
86. Por otra parte, los Drs. Raymundo Campos y Eduardo Medina, en su artículo titulado "¿Realmente bajan los precios durante el Buen Fin?", analizan los precios y descuentos de bienes duraderos comercializados en TDA y otros tipos de tiendas (e.g., tiendas departamentales) en la época de promociones conocida como "El Buen Fin". Los autores

<sup>33</sup> Resolución CNT-161-2018, pág. 60 a 68.

<sup>34</sup> Resolución CNT-161-2018, pág. 61.

<sup>35</sup> Resolución CNT-161-2018, pág. 79.

<sup>36</sup> Resolución CNT-161-2018, pág. 80.

<sup>37</sup> En el Anexo VI, se presenta el artículo Castañeda, Alejandro. (2012). Supermercados: Competencia en precios. *Economía mexicana. Nueva época*, 21(2), 297-349.

<sup>38</sup> Específicamente, el autor considera una canasta de 106 artículos (80% son alimentos, bebidas y tabaco; 14% bienes para la salud y cuidado personal, y 6% artículos de limpieza doméstica).

<sup>39</sup> El autor no considera el formato megamercado y TDBE, toda vez que en su muestra de 118 sucursales no existen esos formatos.

<sup>40</sup> Por robustez, el autor considera también la localidad como municipio. Esta definición refuerza los resultados obtenidos con la definición de localidad con círculos concéntricos.

<sup>41</sup> Por otra parte, la información histórica de la Profeco no es gratuita, por lo cual mi Representada no puede realizar un análisis similar al del Dr. Castañeda, pero la COFECE puede realizarlo pues tiene un convenio de colaboración con la Profeco para intercambiar información que pudiera encontrar y/o reflejar la posible existencia de prácticas monopólicas: Convenio COFECE – PROFECO de 19 de mayo de 2014, disponible aquí: <http://bit.ly/2LGhrGS>.

<sup>42</sup> Publicada en el DOF el 23 de mayo de 2014, con última modificación publicada en el DOF el 27 de enero

encuentran que Walmart ofrece pocas o nulas ofertas y, en algunos casos, aumenta sus precios durante el Buen Fin.<sup>42</sup>

V.4.c. Barreras a la entrada

87. La COFECE ha analizado y concluido que existen barreras a la entrada en la distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDAs. En las Resoluciones Relevantes la COFECE ha manifestado que:

*"... las principales barreras a la entrada se vinculan al desarrollo de una red eficiente de distribución (refiriéndose al trayecto de los puntos de producción a CEDIs y al de los CEDIs a las sucursales); altos costos de inversión y tiempos prolongados para recuperarla; escasos usos alternativos de infraestructura y equipo...; la necesidad de contar con una multitud de permisos de diversa índole para lograr la apertura de tiendas".<sup>43</sup>*

88. Al respecto, mi Representada concuerda con la COFECE en que existen barreras a la entrada en la distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDAs.

V.4.d. Acceso a insumos y poder sustancial de compra

89. La COFECE ha analizado el acceso a redes de distribución, pero no a insumos o proveedores. En las Resoluciones Relevantes, la COFECE concluyó que la información disponible no sugiere que las cadenas de TDA no tengan acceso a los insumos, pero sí pueden tener dificultades para distribuir sus insumos a sus sucursales en la medida que no tengan sus propias redes de distribución.

90. En cuestión al acceso a insumos, este acceso puede ser restringido por los detallistas que tengan poder sustancial de compra (también conocido como *Superior Bargaining Position*)<sup>44</sup> y realicen conductas que limiten el acceso a los insumos. Por ejemplo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos ("OCDE") indica que los grandes detallistas con poder sustancial de compra pueden distorsionar las negociaciones contractuales entre proveedores y detallistas; y que los menores precios que consiguen los detallistas pueden trasladarse o no a los consumidores a través de los precios finales. Además, señala que las conductas que pueden constituir una PMR se puede reflejar en una reducción de precios pagada a los proveedores, cambios repentinos en los contratos unilaterales, las pocas opciones alternas de los proveedores. Por último, manifiesta que las restricciones a mercancías derivadas del elevado poder de compra y la realización de conductas pueden ser consideradas como un PMR, según la jurisdicción considerada.<sup>45, 46</sup>

<sup>42</sup> En el Anexo VI, se presenta el artículo Campos, Raymundo y Medina, Eduardo. (2017). ¿Realmente bajan los precios durante el Buen Fin? *Trimestre Económico*. LXXXIV(2), 337-382. Disponible aquí: <http://bit.ly/31uJb4u>.

<sup>43</sup> Resolución CNT-021-2015 (versión pública), página 70.

<sup>44</sup> Anexo VI – OCDE (2019). "Política de competencia en el sector minorista de abarrotes mexicano".

<sup>45</sup> Entre otros reportes se encuentran los de la ICN titulado "Report on Abuse of Superior Bargaining Position" (<https://bit.ly/3gaZFXa>) y de la OCDE titulado "Monopsony and Buyer Power" (<https://bit.ly/2G1geYr>). El o los documentos citados se utilizan como un principio orientador no vinculante y no como un documento y/o medio de convicción que acompaña al Escrito de Denuncia, por lo cual no es necesario presentar una traducción en términos del artículo 113 de la LFCE.

<sup>46</sup> Anexo VI – OCDE (2019). "Política de competencia en el sector minorista de abarrotes mexicano".

91. En este contexto, mi Representada considera que Walmex tiene poder sustancial en la adquisición y distribución, y presuntamente realiza conductas que limitan el acceso a insumos a sus competidores en términos y condiciones que no existirían en caso de haber competencia en la adquisición y distribución de bienes comercializados por medio de TDAs. En la sección V.6 del Escrito de Denuncia, se detallan las conductas que realiza Walmex en la adquisición y distribución de bienes que se venderán por medio de TDAs.

V.4.e. Conclusión

92. Walmex tiene PSM, porque (i) a nivel nacional, tiene una participación mayor al [REDACTED] en términos de la cantidad de sucursales, piso de venta y valor de ventas; (ii) a nivel ciudad, Walmex tiene, en promedio, una participación mayor al [REDACTED] sucursales en ciudades donde no coincide con Chedraui, y en las ciudades donde coincide con Chedraui ubicadas en las regiones Centro, Metropolitana y Suroeste; (iii) los trabajos empíricos en materia de competencia entre TDA encuentran que Walmex tiene la capacidad de aumentar precios a medida que incrementa su cuota de mercado, lo cual ha sucedido a nivel nacional; (iii) la COFECE ha analizado y concluido recientemente que la comercialización minorista de bienes por medio de TDA presenta barreras a la entrada; y (iv) existen indicios de que Walmex tiene poder sustancial de compra y que ha abusado de éste.

V.5. Características en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA

93. En esta sección, se presentan las principales características en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA, con el propósito de tener un mejor contexto para detallar, entender y analizar las conductas de Walmex y sus efectos sobre la competencia.

V.5.a. Decisiones a la hora de comprar en sucursales

94. Los consumidores demandan grupos de bienes ("despensas") que son complementarios entre departamentos y pueden ser sustitutos en un mismo departamento. Acorde con su popularidad para los consumidores, los bienes se pueden clasificar como bienes ancla (populares) o no-ancla (no-populares).
95. Por otra parte, la decisión de acudir a cierta sucursal depende, entre otros factores, de la disponibilidad y precios de ciertos bienes ("lista de compra"). Una vez estando en la sucursal, los consumidores pueden comprar bienes adicionales a la lista de compra. En este contexto, los consumidores tienden a tomar sus decisiones considerando una parte y no toda la información de los bienes que terminarán adquiriendo cuando acuden a alguna sucursal, lo que se denomina en la literatura económica como miopía.
96. Dado que las despensas contienen bienes complementarios que son ancla y no-ancla y los consumidores son miopes, es práctica común que los detallistas establezcan una estrategia de precio gancho. Esta estrategia busca incentivar la compra de algunos bienes por medio de la baja en precios de otros bienes. Así, los bienes con precio bajo "engancharán" (i.e.,

atraerían a la sucursal) a los consumidores, quienes una vez "enganchados" (i.e., una vez estando en la sucursal) comprarían los bienes con precio alto. Las ganancias de los bienes con precio alto cubrirían la reducción de las ganancias (o pérdidas) de los bienes con precios bajos.<sup>47</sup>

#### V.5.b. Decisión de exhibición de productos

97. Los detallistas son empresas multi-producto, pues en un mismo tiempo ofrecen una amplia gama de bienes en una misma sucursal. Las sucursales tienen una capacidad limitada (medida como piso de venta), por lo cual los detallistas toman la decisión de qué bienes exhibir en sus sucursales, en las cuales generalmente otorgan prioridad a bienes más populares (bienes ancla).
98. A medida que la sucursal tiene mayor capacidad, los detallistas tienen mayor posibilidad de ampliar la variedad de bienes que exhiben en la sucursal: es decir, aumenta la posibilidad de exhibir bienes menos populares (bienes no-ancla). Otra forma de ampliar la capacidad de los detallistas es mediante la apertura de más sucursales ubicadas en distintos puntos geográficos.
99. A medida que los detallistas tienen una mayor cantidad de sucursales diferenciadas por su capacidad (piso de venta), ubicación geográfica y otras variables, pueden establecer distintos formatos de sucursales que ofrecen distintos portafolios de productos, con el propósito de atender a diferentes clientes objetivos.
100. En este contexto, el portafolio de bienes exhibidos en distintas sucursales se caracteriza por tener bienes en común (bienes ancla) y por diferenciarse en otros bienes (bienes no-ancla). Esta situación limita la comparación de las ofertas entre detallistas, pero como los detallistas realizan estrategias de precio gancho, los bienes relevantes para realizar comparaciones de precios son los bienes ancla.

#### V.5.c. Prácticas de precios y descuentos

101. Los consumidores son sensibles a los precios, por lo cual eligen a la sucursal dados los precios y descuentos que ofrecen. En el Resolución CNT-021-2015, la COFECE señala que

*"... la información contenida en el expediente indica que los consumidores son sensibles principalmente a los Precios".<sup>48</sup>*

*"... los consumidores en las regiones Occidente y Sureste son más sensibles a los precios mientras los más insensibles son los de las regiones Pacífico y Norte..."<sup>49</sup>*

<sup>47</sup> Ver, por ejemplo, Domper, María de la Luz (2013). Análisis económico de la sentencia del Tribunal de la Libre Competencia respecto del comportamiento de los supermercados: Sentencia N° 9/2004, AGIP-D&S; disponible en <http://bit.ly/2z9AP8g>. Sentencia N° 9/2004, Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, Santiago, Chile; disponible en <http://bit.ly/33BduLL>.

<sup>48</sup> Resolución CNT-021-2015, pág. 67.

<sup>49</sup> Resolución CNT-021-2015, pág. 67.

"... los consumidores de todos los NSE (nivel socioeconómico) (excepto A/B) son sensibles a los precios, principalmente los consumidores con NSE D/E..."<sup>50</sup>

"Resultados similares son encontrados por encuestas realizadas por otras consultoras (contratadas por las Partes (refiriéndose a Soriana y Comerci) y por la... Profeco..."<sup>51</sup>

"...Así, la sensibilidad a los precios hace que los consumidores compren en distintas cadenas por alguna oferta especial, o bien, no tienen una cadena preferida..."<sup>52</sup>

102. Dada la sensibilidad a los precios por parte de los consumidores, los detallistas cuentan con estrategias de precios que se ajustan frecuentemente de manera centralizada y local. Además, ofrecen descuentos tales que pueden implicar que el precio neto (precio bruto menos el descuento) sea menor a sus costos medios (definido en la sección V.4.d) y los descuentos son temporales, teniendo generalmente una duración menor a un mes (equivalente a 4 o 5 semanas).
103. Además, la COFECE ha reconocido que las estrategias de precios pueden modificarse a los intereses de los detallistas. Por ejemplo, en la Resolución CNT-092-2017, declara que "... la política de precios de Walmex, no deja de ser una política interna de una empresa privada la cual, eventualmente puede modificarse según sus intereses ..." <sup>53</sup>
104. En este contexto, los detallistas pueden establecer precios netos que estén por debajo de costos medios, lo cual puede tener efectos anticompetitivos o ganancias en eficiencia. En el presente caso, la carga de la prueba para mostrar que las conductas de Walmex tienen ganancias en eficiencia es para Walmex, por lo cual mi Representada no realiza manifestación alguna sobre este tema.
105. Sobre los efectos anticompetitivos, la conducta de Walmex genera pérdidas, las cuales pueden ser recuperadas mediante ganancias presentes o futuras del mismo bien u otros bienes vendidos en la misma o distintas sucursales con el mismo o distinto formato, y ubicadas en la misma o diferentes ciudades. Las distintas formas de recuperar las pérdidas no necesariamente son mutuamente excluyentes, sino que pueden ser complementarias teniendo como objeto o efecto impedir el acceso o el desplazamiento de competidores.

#### V.5.d. Estructura de costos

106. Los detallistas enfrentan varios costos que se pueden agrupar en dos grupos: (i) costos variables, el gasto por la adquisición de la mercancía (precio unitario de cada bien por su volumen); (ii) costos fijos, el gasto asociado con la operación de su red de distribución y de sus sucursales, así como la tenencia de su infraestructura. La suma del costo variable y del costo fijo es igual al costo total.
107. El nivel de los costos variables depende de las negociaciones bilaterales entre detallistas y proveedores. A medida que algún detallista aumenta su volumen demandado, conseguirá

<sup>50</sup> Resolución CNT-021-2015, pág. 67.

<sup>51</sup> Resolución CNT-021-2015, pág. 68.

<sup>52</sup> Resolución CNT-021-2015, pág. 68.

<sup>53</sup> Resolución CNT-092-2017, pág. 29.



un mayor descuento por volumen, lo cual le permitirá ofrecer precios más bajos (sin incurrir en pérdidas) y vender a menores precios que los de sus competidores más pequeños.

108. A su vez, la reducción del precio aumentaría la participación de mercado del detallista, lo cual a su vez aumentaría el volumen de compras, lo que aumentaría su poder de compra y, por ende, conseguiría un mayor descuento por volumen. Así, el ciclo se repetiría, pero con rendimientos decrecientes (*i.e.*, el descuento por volumen adicional cada vez será menor) tal que un mayor volumen de compra ya generaría un descuento menor por volumen adicional.
109. Por su parte, la experiencia internacional indica que un detallista con poder sustancial de compra puede realizar conductas con el propósito de desplazar a competidores, lo cual ha sido sancionado en algunas jurisdicciones.<sup>54</sup>
110. En este contexto, los costos variables de un detallista con poder de compra sustancial pueden ser producto del elevado volumen de compra o de una PMR.
111. Por otra parte, la existencia de costos fijos implica que los detallistas pueden aprovechar economías de escala mediante incrementos en su volumen de ventas. Además, los detallistas cuentan con CEDIs que suministran las sucursales ubicadas en su área de alcance, por lo que, a medida que los detallistas tengan una mayor cantidad de sucursales, su volumen de ventas aumentará, permitiéndoles aprovechar las economías de escala asociadas con su red de distribución, compuesta por CEDIs y sucursales.

#### V.6. Conductas de Walmex y los supuestos del artículo 56 de la LFCE

112. En esta sección, se describe las conductas de Walmex en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA. Para ello, se analiza primero las conductas de Walmex en la adquisición y distribución de bienes, posteriormente en la comercialización minorista de bienes y, por último, de manera conjunta, en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA.

#### V.6.a. Conductas en la adquisición y distribución de bienes que se venden en TDA

113. La OCDE reporta para el caso mexicano la presencia de distintos problemas en las relaciones comerciales entre proveedores y detallistas, sin indicar explícitamente la o las identidades de los detallistas. Específicamente, indica que los detallistas consiguen de manera unilateral descuentos; imponen unilateralmente costos a los proveedores (*e.g.*, cobro por la gasolina usada en la distribución); y no respetan horarios de entrega, siendo los proveedores quienes pagan los costos causados por el retraso.<sup>55</sup>
114. En el mismo sentido, en 2018 algunos proveedores de bienes comestibles vendieron sus bienes a Amazon, quien tomó la decisión de comercializarlos a precios menores a los de Walmex. Ante esta situación, Walmex exigió a esos proveedores descuentos tales que le permitieran vender los productos a un precio menor que Amazon; incluso ajustó unilateralmente sus pagos por la diferencia del precio entre Amazon y Walmex, multiplicado

<sup>54</sup> Anexo VI – OCDE (2019).

<sup>55</sup> Anexo VI – OCDE (2019).

por la cantidad de existencias en su inventario. Como resultado de lo anterior, algunos proveedores decidieron dejar de venderle a Amazon para no poner en peligro su relación con Walmex, ya que las ventas realizadas por medio de las sucursales de Walmex representan más de la mitad de sus ventas por medio de TDA en México.<sup>56</sup>

115. En este contexto, mi Representada considera que Walmex realiza conductas en la adquisición y distribución que actualizan la fracción II (restricciones verticales de precios) y V (negativa de trato) del artículo 56 de la LFCE y tener efectos anticompetitivos en la distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA.

- Fracción II (restricciones verticales de precios). Walmex [REDACTED]  
 U [REDACTED]  
 C [REDACTED]  
 F [REDACTED]  
 I [REDACTED]  
 C [REDACTED]  
 F [REDACTED]  
 Y [REDACTED]
- Fracción V (negativa de trato). Walmex [REDACTED]  
 C [REDACTED]  
 r [REDACTED]  
 C [REDACTED]

116. Cabe señalar que la consideración de que Walmex está realizando una PMR en la adquisición y distribución de bienes se robustece con lo que la OCDE ha indicado:

*"... el actual marco normativo sobre competencia de México proporciona las herramientas adecuadas para erradicar el abuso de poder de compra en el sector minorista de abarrotes..."<sup>57</sup>*

*"... creemos que es crucial investigar más a fondo estas áreas (refiriéndose al posible abuso de poder sustancial en la adquisición) considerando el efecto que pueden tener sobre la eficiencia de la industria."<sup>58</sup>*

117. También, mi Representada considera que la realización de estas conductas por parte de Walmex están relacionadas con conductas en la comercialización minorista de bienes por medio de TDA, lo que se detalla en la sección V.5.c.

V.6.b. Conductas en la comercialización minorista de bienes a través de TDA

118. Walmex cuenta con una agresiva estrategia de precios enfocada en las ciudades donde coincide con Chedraui, específicamente, en la región Sureste donde Chedraui tiene mayor presencia. Además, los precios ofertados por Walmex en el Sureste no tienen una relación con la sensibilidad de precios de los consumidores, mientras que en las demás regiones sí.

<sup>56</sup> Anexo VI –El Economista. (2019a). "Walmex presiona a proveedores que venden a Amazon". (<https://cutt.ly/kaFxiU1o>); El Economista. (2019b). "Walmart presiona a proveedores en México para bajar precios en su guerra con Amazon". (<https://cutt.ly/QaFxi1rD>); y Forbes México. (2019). "Lucha de gigantes: Walmart obliga a proveedores a retirar productos en Amazon". (<https://cutt.ly/laFxiw>).

<sup>57</sup> Anexo VI – OCDE (2019), pág. 30.

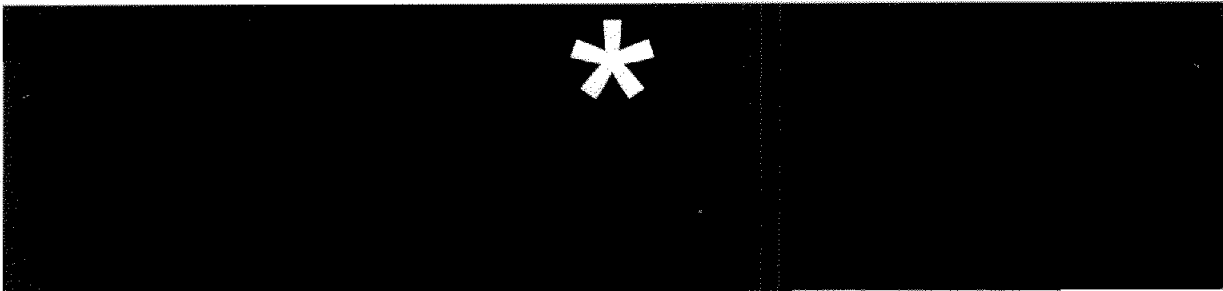
<sup>58</sup> Anexo VI – OCDE (2019), pág. 32.

Incluso, en algunos bienes, los precios de Walmex en el Sureste están por debajo de costos medios, mientras que en las demás regiones no. Así, estas conductas tienen o puede tener por objeto y/o efecto la reducción de la demanda residual, principalmente en las ciudades ubicadas en el Sureste.

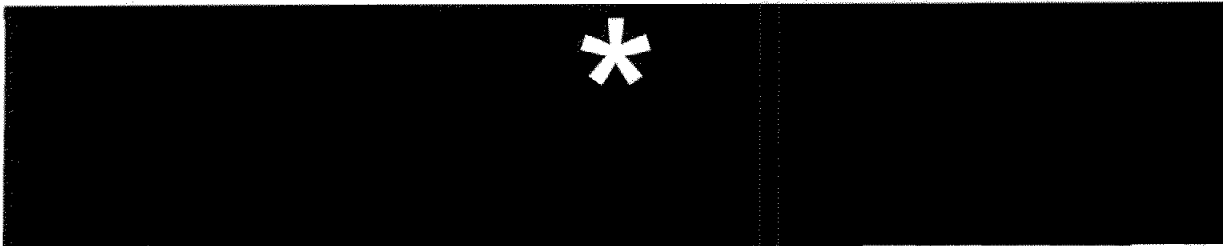
119. Para demostrar lo anterior, a continuación, se presenta un análisis de precio-costo de una canasta, así como el análisis de precios de otras dos canastas. En el siguiente apartado, se describen las principales características del portafolio de bienes usados para los análisis mencionados y, posteriormente, se presentan los análisis que consideran las características de adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA, descritas en la Sección V.4.

*V.6.b.i. Características del portafolio de bienes*

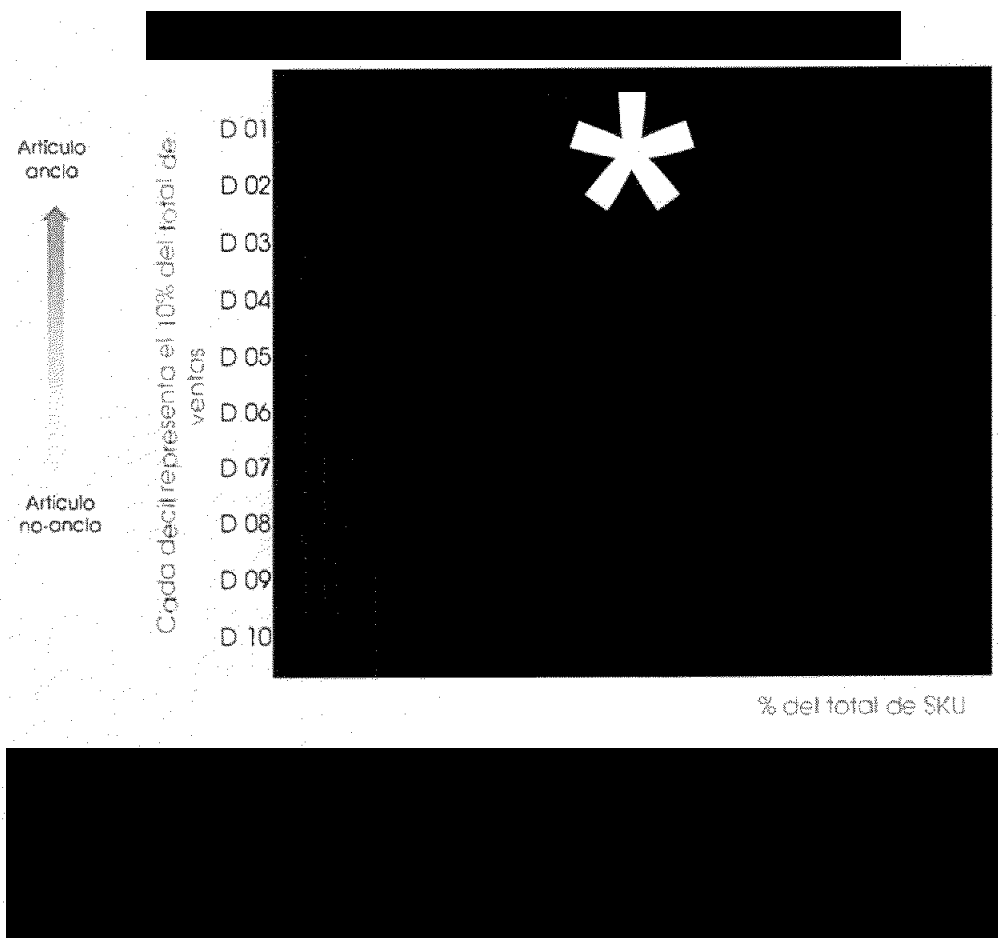
120.



121.



*(Espacio en blanco)*

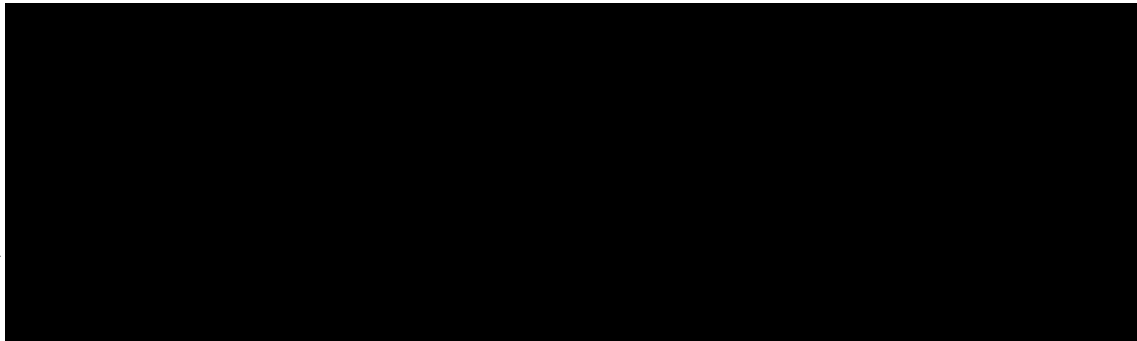
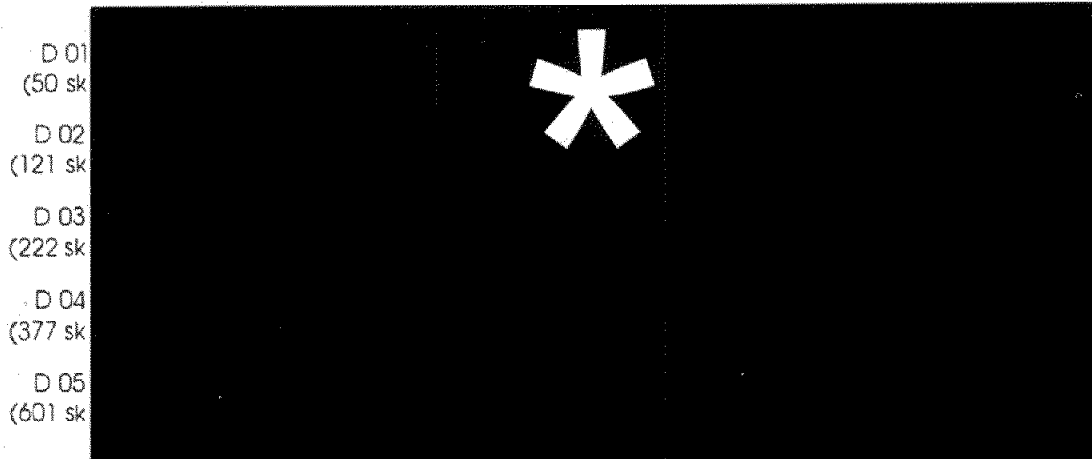


- 122. Dado lo anterior, se muestra que las conductas de Walmex se enfoca en los bienes de los primeros deciles que son los que generan mayores ingresos, siendo estos los bienes ancla. En contraste, los bienes de los últimos deciles son bienes no-ancla y, por consiguiente, presentan mayores precios o alzas de precios para compensar los precios bajos o reducción de precios de los bienes ancla.
- 123. Los bienes del Portafolio Nielsen se pueden clasificar por su duración dentro de los seis bimestres: (i) anual, estuvieron durante todo el año; (ii) intermedio, estuvieron entre 2 a 5 bimestres; y (ii) temporal, se ofertaron durante un sólo bimestre. Para los bienes anuales e intermedios, los bienes se pueden dividir en aquellos que siempre estuvieron en el mismo decil o los que cambiaron de decil en algún bimestre.

124. \*

[Espacio en blanco]

Gráfica 2. Distribución de bienes por constancia en tiempo y decil, 2018



- 125. Por otra parte, la base de datos de precios se enfoca en bienes vendidos en sucursales de Chedraui y reporta el precio de la o las tiendas más cercanas de sus competidores (competidor frontal), que casi en su totalidad son de Walmex. Por ello, los análisis de precios solo permiten conocer los precios de bienes vendidos por Chedraui y en ciudades donde Chedraui y Walmex coinciden. Mi Representada indica que no cuenta con información de precios de bienes que no se venden en sus sucursales, ni de los precios de Walmex en ciudades donde no coincide con Chedraui.
- 126. Como se mencionó en la sección V.4.b, las sucursales ofrecen bienes coincidentes en sucursales (bienes ancla) y bienes dirigidos a distintos clientes objetivo. En este sentido, la base de datos de precios no reporta el precio para todos los artículos, por sucursal y semana; es decir, esta base es un panel desbalanceado a nivel bien-sucursal. Dada esta situación, se construyen tres canastas de bienes para describir y analizar las conductas de Walmex en la comercialización minorista de bienes por medio de TDA.

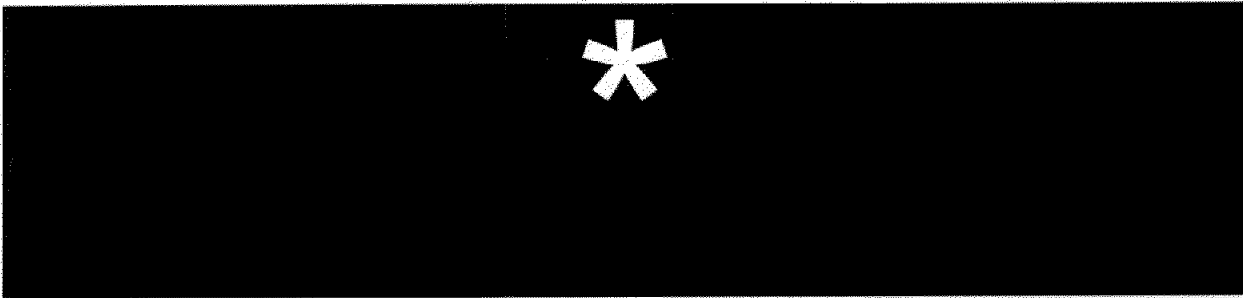
[Redacted text]

- 127. Walmex empezó a vender la [Redacted]  
 [Redacted]  
 [Redacted]  
 [Redacted]  
 [Redacted]  
 [Redacted]  
 [Redacted]

030  
9957

128. La [REDACTED],<sup>59</sup> los cuales se caracterizan por ser artículos anuales y por estar entre el segundo y quinto decil, según el sabor y bimestre considerado. Para el presente análisis, se usan los precios de la [REDACTED]
129. En cuestión de costos, se aproxima el costo medio variable ("CMV") como el precio neto de compra de cada SKU de la [REDACTED] y el costo medio total ("CMT") como el CMV más un margen por costos fijos ("MCF"). A su vez, el MCF se calcula como la razón de gastos generales o de operación (incluye salarios y prestaciones, gasto de arrendamientos de inmuebles, publicidad y gastos de marketing, depreciación y electricidad) y el costo de compra (que incluye principalmente el costo de la mercancía vendida). Así, el CMT de cada bien se puede expresar de acuerdo con la siguiente ecuación:  $CMT = CU * (1 + MCF)$ .

130.



131.

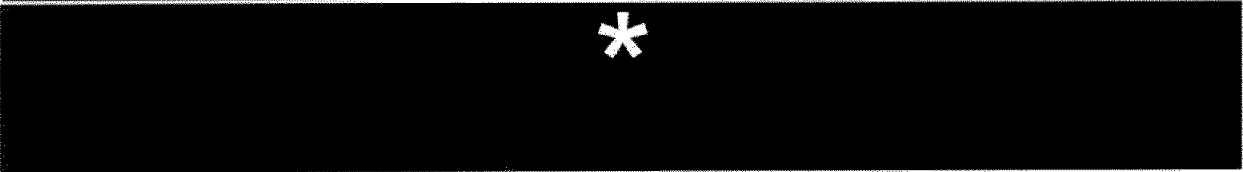


Tabla 12. Margen por costos fijos, 2018.

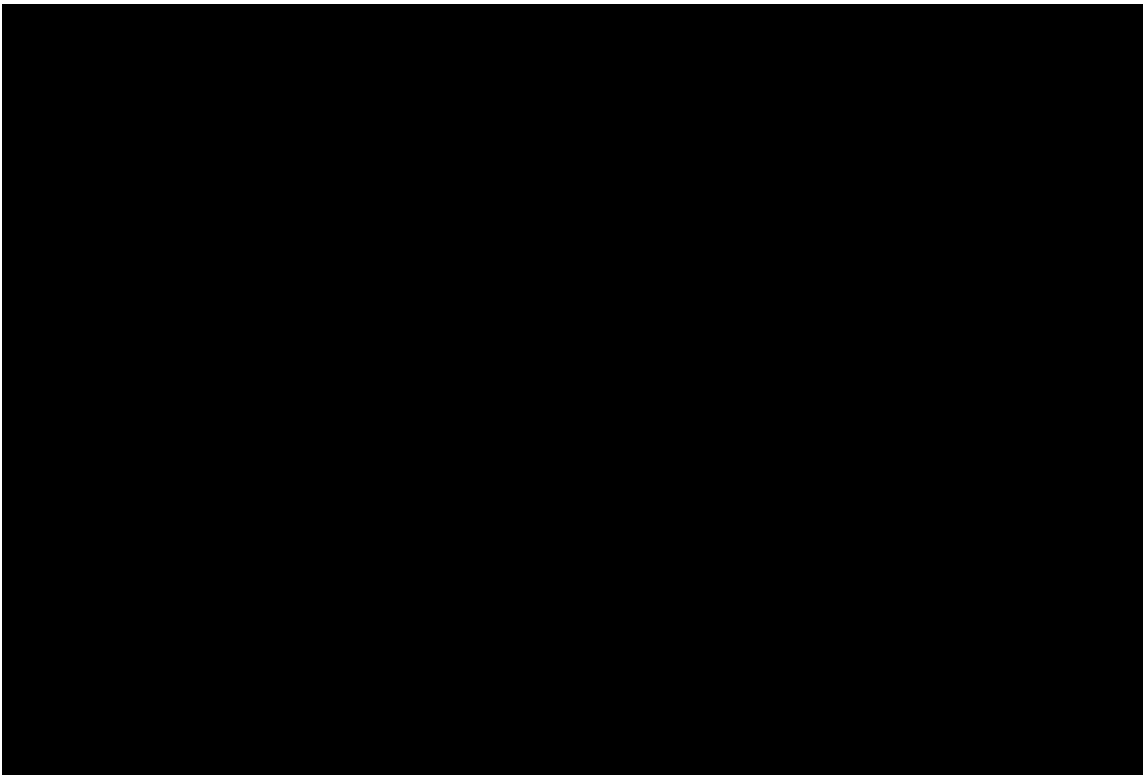
132. En el caso del CMV, Walmex tiene un mayor tamaño que Chedraui, por lo cual puede tener un mayor poder de compra y conseguir menores precios (obtener mayores descuentos) que Chedraui a la hora de adquirir los mismos bienes. No obstante, mi Representada señala que, como se muestra en la sección V.5.a, existen indicios que Walmex tiene poder sustancial en la adquisición y distribución de bienes y realiza conductas que puede constituir PMR. Por ello, los precios a los que compra Walmex no pueden ser considerados como referencia (*benchmark*) para evaluar si está o no vendiendo productos por debajo del CMV.



133. [REDACTED]

134. Como Anexo V5bii, se proporcionan los archivos usados para calcular las estadísticas relacionadas con el precio de la [REDACTED] los archivos usados para calcular los costos medios de la [REDACTED] y los que resumen el análisis de precio-costo de la [REDACTED].

135. Walmex tienen una política de precios agresiva en en el Sureste. En 2018, Walmex estableció menores precios en el Sureste (donde tiene mayor presencia Chedraui) en comparación con las demás regiones, en las cuales fija precios similares entre las demás regiones.<sup>61</sup> Además, a partir de la semana 27 del 2018, el diferencial del precio de la [REDACTED] del Sureste con respecto a las demás regiones aumentó considerablemente.<sup>62</sup>



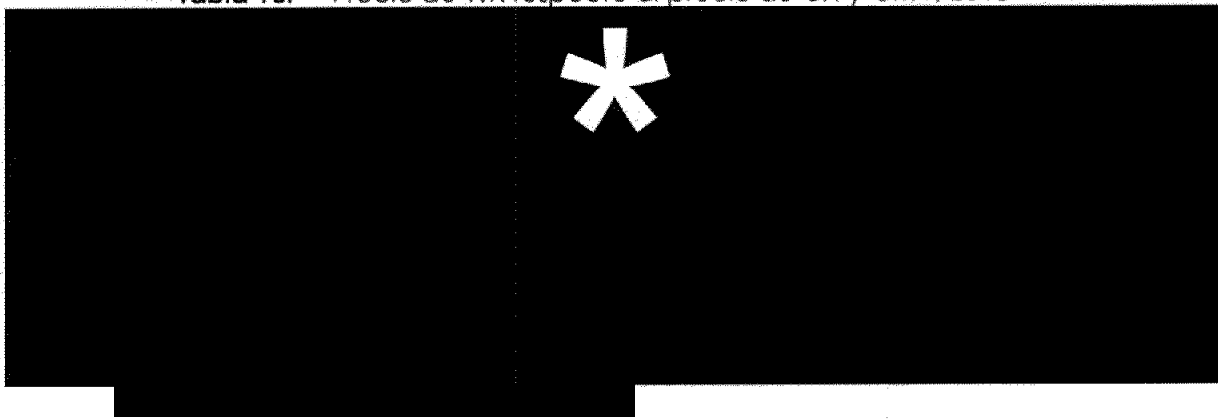
136. Como es práctica común que los detallistas otorguen descuentos de manera temporal, el análisis subsecuente considera el precio y costo promedio simple de las 52 semanas del

[REDACTED]

2018, para evitar la selección de alguna o algunas semanas en las cuales Walmex pudo haber otorgado descuentos de manera justificada y no anticompetitiva.<sup>63</sup>

137. [Redacted text block]

Tabla 13. Precio de WX respecto al precio de CH y CMV, 2018



138. Los precios de Walmex en [Redacted text block]

139. En este contexto, si se analiza la relación del precio de la [Redacted text block] que fijó Walmex y el porcentaje de la población con NSE "D/E", se observa una relación negativa, lo cual es de esperarse, pero el precio para el Sureste es significadamente menor al que se debería fijar en caso de seguir el patrón de precios de las demás regiones. Con una regresión simple, se estima que [Redacted text block]

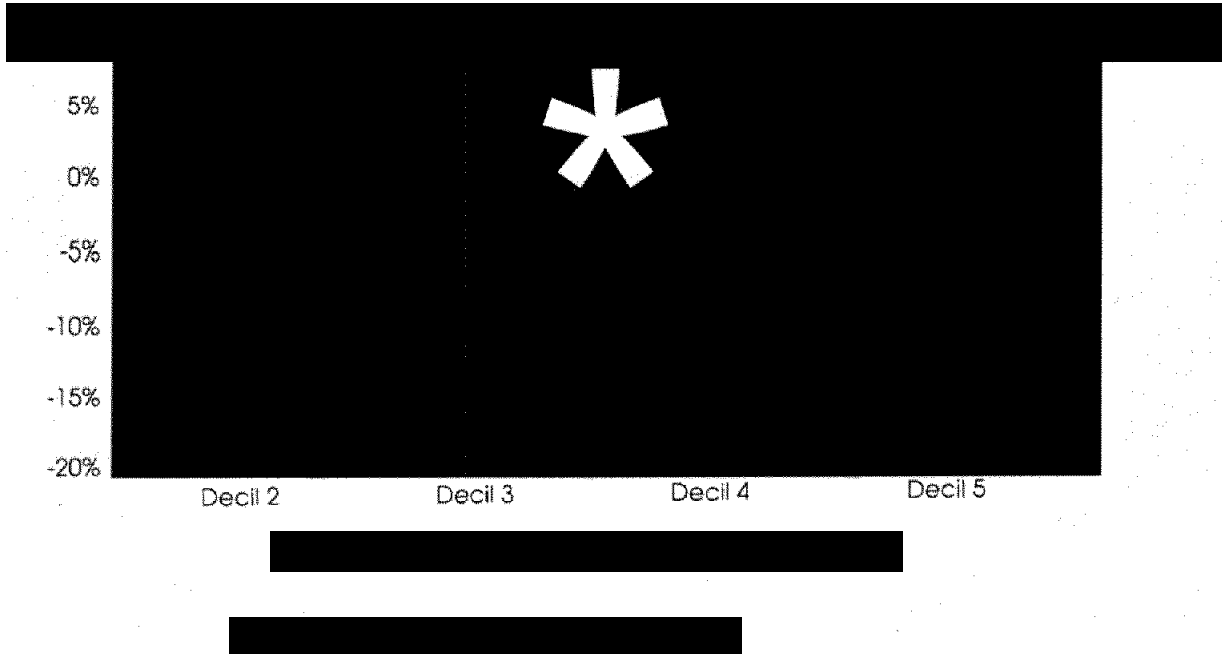
(Espacio en blanco)

[Redacted text block]





140. Adicionalmente, Walmex está dispuesto a tener mayores pérdidas en bienes populares o ancla que son los que atraen a más consumidores. En 2018, Walmex estableció un menor precio a los sabores más populares de la C [redacted] en el Sureste, mientras que en las demás regiones fijó precios a los sabores de tal manera que obtiene una ganancia relativamente similar, independientemente de su popularidad.



141. En el mismo sentido, Walmex está dispuesto a tener mayores pérdidas en formatos de tiendas dirigidos a clientes más sensibles en precios (NSE "D/E"). Como se muestra en la sección V.4.c, los consumidores con NSE "A/B" no son sensibles a precios y los más sensibles son aquellos con NSE "D/E". Por otra parte, Walmex reporta que su marca Walmart (que

puede ser un formato de megamercado o hipermercado, según las características de cada tienda) está dirigido a clientes con NSE "B/C/D", y su marca Bodega Aurrera (que es un formato de bodega) a NSE "D/E".<sup>66</sup>

142. En este contexto, se observa que Walmex [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

Tabla 14. Precio de Walmex por región y marca/formato, 2018

[REDACTED TABLE]

[REDACTED]

143. Dado lo anterior, durante 2018, Walmex vendió en el [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

(Espacio en blanco)

[REDACTED]

<sup>67</sup> Se aclara que mi Representada no cuenta con información del volumen de ventas de Walmex.

Tabla 15. Ganancia de WX por realizar las conductas denunciadas en la [REDACTED]



144. Además del anterior análisis precio-costo, existen elementos adicionales que indican que Walmex ha establecido precios por debajo de costos medios para otros bienes y periodos de tiempo. Por ejemplo, en 2012, líderes gremiales del sector detallista indicaron que Walmex estaba vendiendo bienes por abajo del costo.<sup>68</sup> Específicamente, el director de la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas ("ANAM"), Iñaki Landáburu, señaló que: *"No estamos contra el crecimiento de los autoservicios, pero sí de las malas prácticas comerciales, como es vender por debajo del costo de producción"*.<sup>69</sup> Otro ejemplo, los productores e industriales de arroz han manifestado que Walmex adquiere en 11.00 pesos el kilo de arroz y lo vende en 9.90 pesos a través de su marca libre.<sup>70</sup>
145. Con fundamento en el artículo 68, fracción VII, de la LFCE, mi Representada indica respetuosamente que la COFECE puede allegarse de más y de mejor información sobre este tema, solicitándole a la ANAM, Consejo Nacional de Productores de Arroz de México ("CONAPAMEX"), Consejo Mexicano del Arroz ("CMA") u otros proveedores de información que sustente las manifestaciones realizadas por su director en 2012, así como, información actualizada.
146. Adicionalmente, algunos detallistas han denunciado ante la Procuraduría Federal del Consumidor ("Profeco") a Walmex por engañar a los consumidores con sus campañas de "precios bajos". Este engaño consistía en usar como gancho los "precios bajos" de algunos bienes que se vendían por debajo de su valor de producción, para luego recuperarlo en otros bienes que se ofertaban a precios más elevados. La Profeco sancionó a Walmex por dicha conducta.<sup>71</sup> Con fundamento en el artículo 68, fracción VII, de la LFCE, mi Representada indica respetuosamente que la COFECE puede allegarse de más y de mejor

<sup>68</sup> Anexo VI –MVS Noticias (2012), "Urgen mayoristas a cambiar Ley de Competencia por caso Walmart", disponible aquí: <http://bit.ly/2H910Gz>; Anisegui Noticias (2012) "Calderón, "indignado" por caso Walmart", disponible aquí: <http://bit.ly/2JBpvcv>; Vanguardia (2012) "Lo que hay detrás de los "precios bajos" de Walmart", disponible aquí: <http://bit.ly/2LPSc1s>

<sup>69</sup> Anexo VI –Vanguardia (2012).

<sup>70</sup> Anexo VI – La Jomada (2012), "Acusan productores e industriales a Walmart por 'competencia desleal'", disponible aquí: <http://bit.ly/2mna18L>.

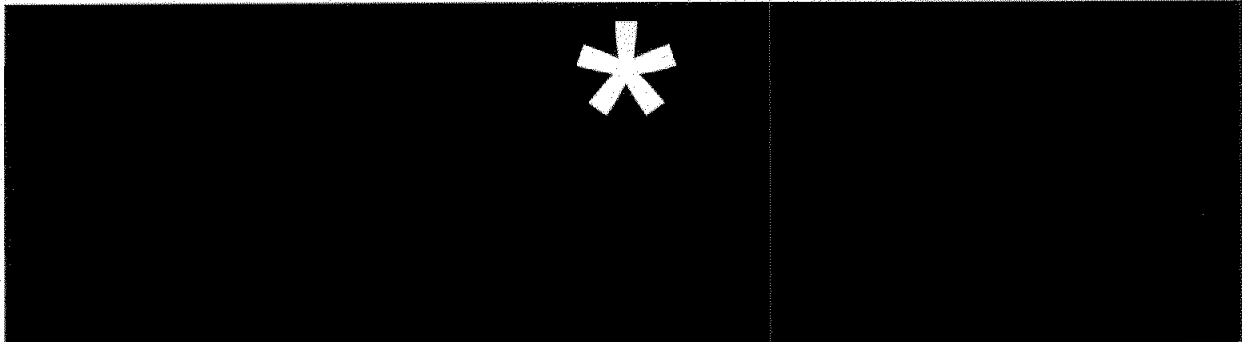
<sup>71</sup> Ver, por ejemplo, Vanguardia (2012).

información sobre este tema, solicitándola a la Profeco en el marco del convenio que tiene celebrado con esta otra autoridad.<sup>72</sup>

147. Además de recuperar las pérdidas en la región Sureste por medio de las ganancias en otras regiones, mi Representada considera que existen elementos para presumir, suponer o considerar por indicios que Walmex recuperará sus pérdidas mediante incrementos futuros de precios, los cuales se presentan en la Sección V.6.

V.6.b.iii. Canasta "A" / Canasta a nivel sucursal

148.



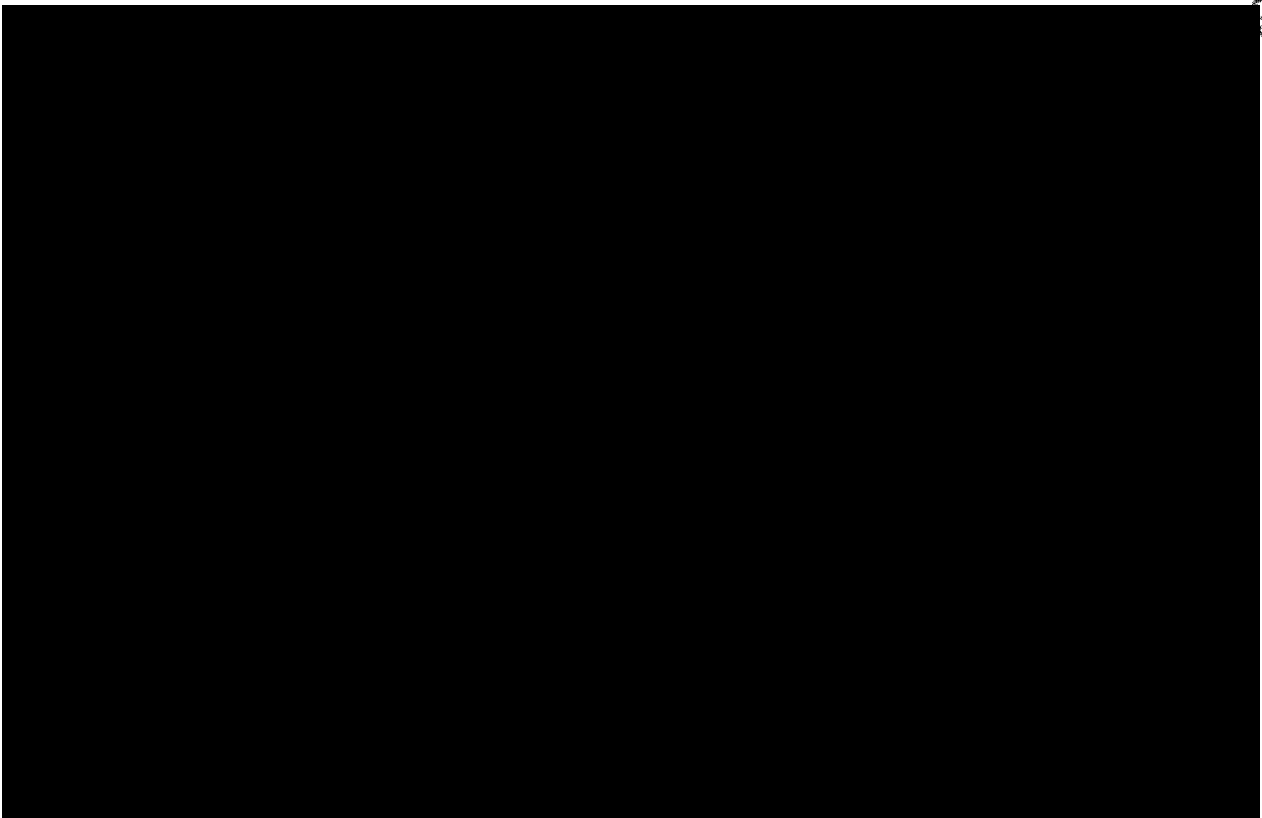
149. Como Anexo V5biii, se presentan los archivos usados para calcular las estadísticas relacionadas con el precio de la Canasta "A". Además, la estadística presentada se basa en un panel balanceado, a menos que se indique lo contrario. Las conclusiones no varían por el uso de un panel balanceado (sucursales o tiendas iguales) vis a vis un panel desbalanceado (sucursales o tiendas totales).

150. La canasta A incorpora una mayor cantidad de bienes en comparación con la [REDACTED], con lo cual se muestra que la conducta de Walmex no es un hecho aislado que solo afecta a un pequeño grupo de productos. Además, al dividir la canasta A en bienes populares y no populares, se muestra que la conducta de Walmex se enfoca en bienes que atraen a consumidores a sucursales.

151. Los resultados son que, para la canasta A1, [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]

(Espacio en blanco)

<sup>72</sup> En el Convenio COFECE-PROFECO (recepción de documentos) de 29 de enero de 2015, se establece que "... acuerdan intercambiar cualquier información que se requiera para resolver dentro de los procedimientos que les correspondan conforme a su competencia...".



152. Similar a la [redacted]  
[redacted]  
[redacted]  
[redacted]  
[redacted]

Tabla 16. Precio de WX respecto al precio de CH, 2018

\*

[redacted]

153. [redacted]

\*

[Redacted]

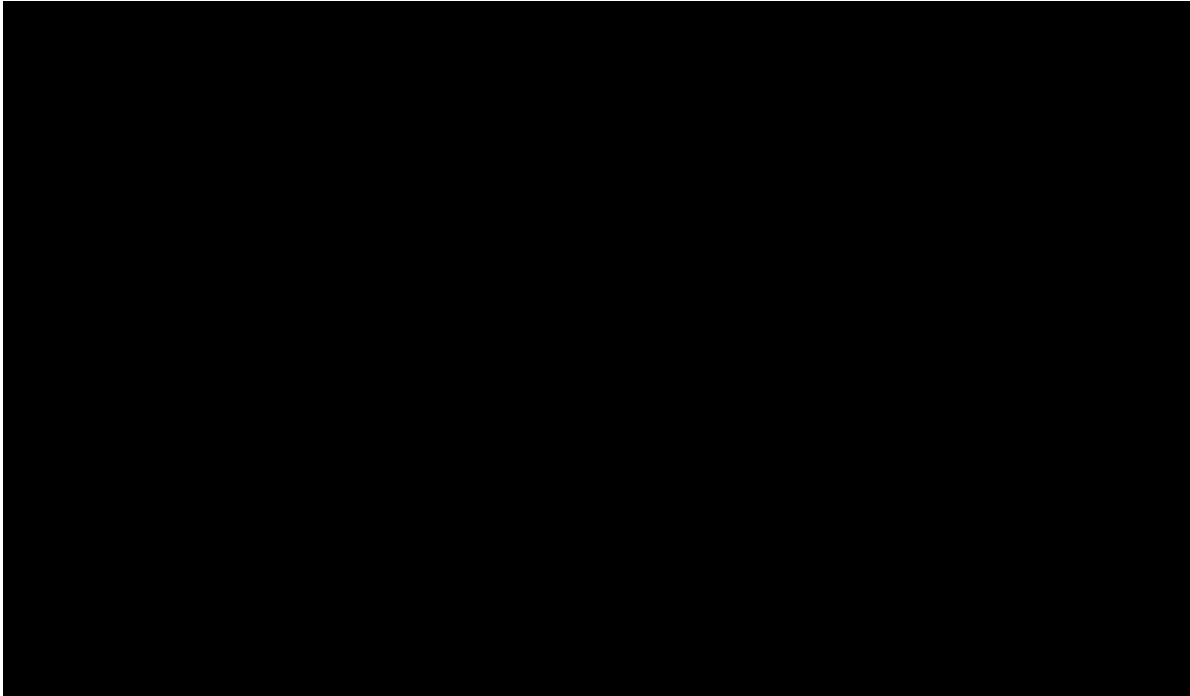
[Redacted]

154.

[Redacted]

(Espacio en blanco)

[Redacted]



155. Por otra parte, [redacted]  
[redacted]  
[redacted]  
[redacted]

Tabla 17. Canasta A: Precio promedio de Walmex por marca/formato

(espacio en blanco)







160. A diferencia de las canastas anteriores, [redacted]  
[redacted]  
[redacted]

Tabla 18. Canasta B: Precio de WX respecto al precio de CH, 2018

*	
---	--

Fuente: Anexo V5biv - Canastas\_B\_01

161

*	
---	--

\*  
 79

[Redacted content]

162.

\*  
 81

(espacio en blanco)

78 \*  
 [Redacted content]

78 Para la estadística reportada en este párrafo, se utiliza un panel desbalanceado para contar con un mayor número de observaciones.

81 \*  
 [Redacted content]

81 Para la estadística reportada en este párrafo, se utiliza un panel desbalanceado para contar con un mayor número de observaciones.

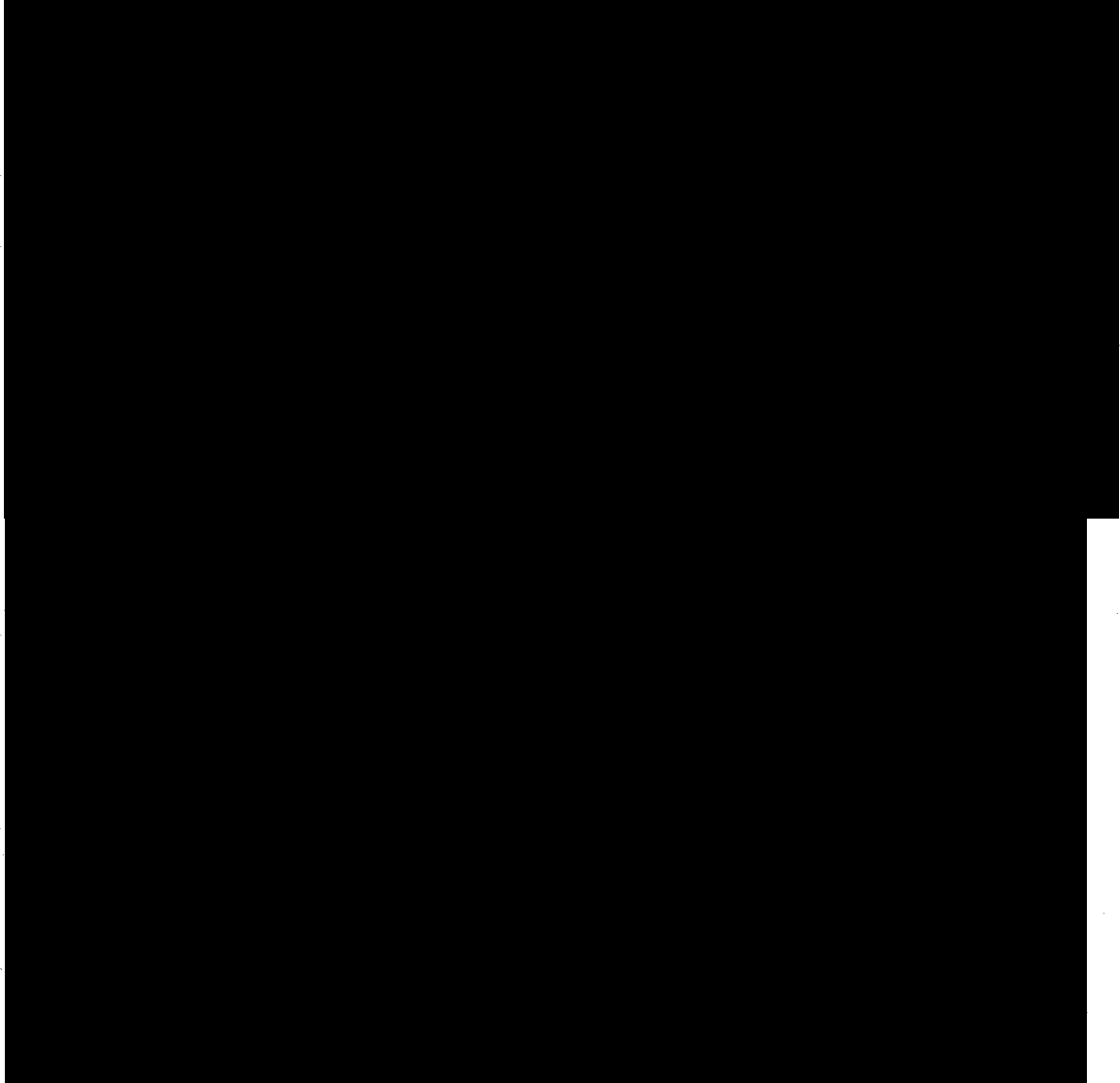
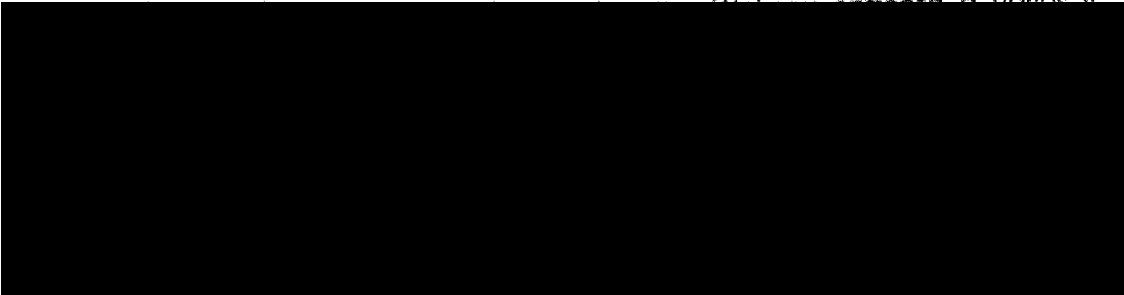


163. Similar a las canastas anteriores. [Redacted]  
[Redacted]  
[Redacted]  
[Redacted]

Tabla 19. Canasta B: Precio de WX respecto al precio de CH, 2018

164. Por todo lo expuesto en esta Sección V.5.b, mi Representada considera que la conducta de Walmex, quien tiene poder sustancial en la comercialización minorista de bienes por medio de TDA, puede actualizar la fracción VII (depredación de precios), IX (subsídios cruzados) y X (discriminación de precio) del artículo 56 de la LFCE y tener o reforzar efectos anticompetitivos en la adquisición y distribución de bienes.

- Fracción VII (depredación de precios). Walmex utiliza la depredación de precios en el Sureste para generar [Redacted]  
[Redacted]  
[Redacted]



165. También, mi Representada considera que la realización de estas conductas por parte de Walmex están relacionada con conductas que Walmex realizan en la adquisición y distribución de bienes, lo que se detalla en la sección V.5.c.

---

<sup>62</sup> Anexo VI – AMAI (2018).

V.6.c. Conductas en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA

166. El análisis de las secciones V.5.a y V.5.b supone que las conductas de Walmex actualiza de manera individual alguna de las fracciones del artículo 56 de la LFCE. No obstante, mi Representada considera que las conductas de Walmex actualiza de manera simultánea las fracciones II, V, VII, IX y X del artículo citado para reforzar el efecto de desplazamiento de competidores en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA.
167. En este contexto, mi Representada estima que las conductas de Walmex también actualizan la fracción XI del artículo 56 de la LFCE, consistente en "*La acción de (Walmex) cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan (Chedraui y otros detallistas)*". Esto se debe a que las prácticas de las fracciones mencionadas en el párrafo anterior actualizan alguno de los supuestos de la fracción XI (incrementar costos, obstruir el proceso productivo o reducir la demanda), pues de otra manera no tendrían un carácter anticompetitivo.

V.7. Objeto y/o efecto anticompetitivo

168. Mi Representada considera que las conductas de Walmex tienen o pueden tener el objeto o efecto de desplazar indebidamente a Chedraui y otros competidores, impedirles sustancialmente su acceso y/o establecer ventajas exclusivas en favor de ella ("efectos anticompetitivos") en la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA. Además, estos efectos perjudican a los consumidores finales, debido a que el desplazamiento de competidores permitirá a Walmex incrementar precios en el Sureste y, al menos, mantener los precios observados en las demás regiones, los cuales claramente es en perjuicio de los consumidores finales.
169. Para sustentar lo anterior, se caracteriza primero la manera en que compiten los detallistas en la comercialización minorista de bienes y, después, se muestra por qué las conductas de Walmex generan efectos anticompetitivos y cómo éstos dañan a los consumidores finales.

V.7.a. Caracterización de la competencia entre detallistas

170. Mi Representada considera que la competencia se produce principalmente en precios y, en menor medida, en la ubicación, selección de mercancía, calidad de la mercancía (en particular, los bienes perecederos y frescos), el servicio, las condiciones de las tiendas y las promociones.<sup>83</sup> Por ello, ha identificado y manifestado en sus reportes anuales como un riesgo que sus competidores mantengan precios bajos por largos periodos de tiempo, lo que podría generarle márgenes reducidos o pérdidas.<sup>84</sup>

171.



<sup>83</sup> Anexo VI - Chedraui (2019), página 13.

<sup>84</sup> Anexo VI - Chedraui (2019), página 16.

locales. Por ello, monitorea diariamente los precios de bienes de sus competidores de manera central y después local, y compara los precios recolectados con los suyos, con la finalidad de establecer precios competitivos en sus tiendas.<sup>85</sup>

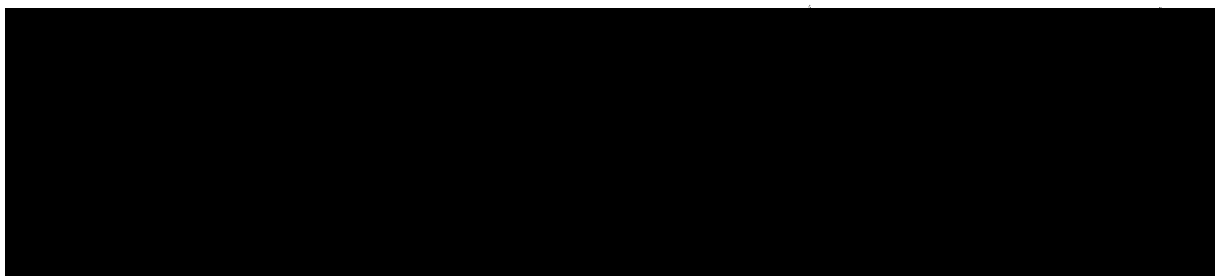
172. Por su parte, la literatura especializada en competencia económica realiza sus análisis considerando el precio de venta de los detallistas.<sup>86</sup>
173. Por último, la COFECE ha considerado que, dado el monitoreo diario y local de precios, la reducción de presión competitiva conlleva a un incremento de precios en los mercados relevantes. En la resolución CNT-021-2015, manifiesta textualmente que:

*"... las cadenas de TDA monitorean precios de forma frecuente y a nivel localidad, lo que hace que los precios que ofrece cada una de las tiendas que participan en un área geográfica sean ampliamente observables... En consecuencia, ante una reducción en la presión competitiva en sus áreas de influencia, las tiendas estarían en condiciones y tendrían los incentivos para incrementar sus precios en un periodo corto de tiempo".<sup>87</sup>*

174. Por lo expuesto, los detallistas compiten principalmente en precios y el análisis de los efectos anticompetitivos se centra en dicha variable.

V.7.b. Efectos anticompetitivos y daño a los consumidores finales

175.



176. La adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes a través de TDA presenta economías de escala, lo cual ha sido documentado en la literatura económica,<sup>89</sup> así como por la COFECE en las Resoluciones Relevantes. Aun cuando algún competidor ya haya alcanzado una escala mínima eficiente en una ciudad, región o nicho (segmento) de mercado, no es condición suficiente para que pueda seguir compitiendo efectivamente en el mercado, toda vez que su aprovechamiento puede ser crucial para recuperar inversiones en capacidad adicional, construir una red de distribución más conectada, entrar a nuevos mercados (ciudades, regiones o segmentos), proporcionar nuevos productos, etcétera. En este sentido, las conductas de Walmex tienen o pueden tener el

<sup>85</sup> Anexo VI – Chedraui (2019), pág. 16 y 29.

<sup>86</sup> Anexo VI – Castañeda (2012) y Campos & Mediana (2017).

<sup>87</sup> Resolución CNT-021-2015, pág. 74.

<sup>88</sup> Ver, por ejemplo, Fumagalli, C., Motta, M., & Calcagno, C. (2018). *Exclusionary Practices: The Economics of Monopolisation and Abuse of Dominance*. Cambridge: Cambridge University Press. El o los documentos citados se utilizan como un principio orientador no vinculante y no como un documento y/o medio de convicción que acompaña al Escrito de Denuncia, por lo cual no es necesario presentar una traducción en términos del artículo 113 de la LFCE.

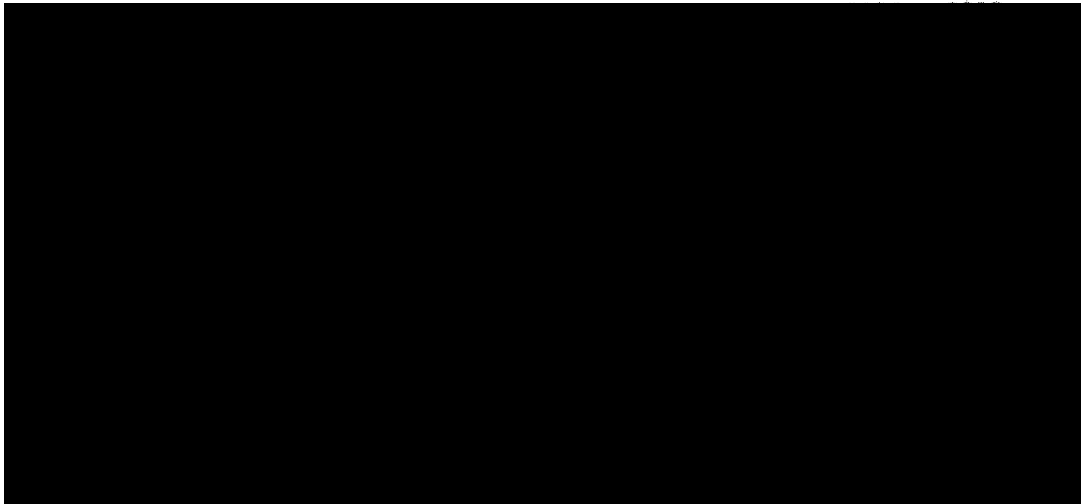
<sup>89</sup> Ver, por ejemplo, Basker, Emek (2016). *Handbook on the economics of retailing and distribution*. Edward Elgar Publishing. El o los documentos citados se utilizan como un principio orientador no vinculante y no como un documento y/o medio de convicción que acompaña al Escrito de Denuncia, por lo cual no es necesario presentar una traducción en términos del artículo 113 de la LFCE.

objeto o efecto de reducir la demanda residual de sus competidores, lo cual genera su indebido desplazamiento en los mercados.

177. Al respecto, mi Representada indica que el desplazamiento se puede observar en el limitado crecimiento de los competidores de Walmex.

- Chedraui ha tenido [REDACTED] ventas por sucursal. De 2016 a 2019, las ventas por sucursal [REDACTED] significando una reducción promedio anual del [REDACTED].
- Soriana ha cerrado sucursales. De 2016 a 2019, la cantidad de sucursales pasó de [REDACTED] [REDACTED] sucursales por año.<sup>91</sup>
- La Comer es un competidor de nicho, pues el [REDACTED] ZMVM y a la región centro, y su expansión es difícil por reconocimiento de marca y costos logísticos.<sup>92</sup>
- Los demás competidores están atomizados, pues son independientes o cadenas regionales.

178. Por su parte, Walmex ha aumentado su participación en términos de sucursales. De 2013 a 2019, su participación pasó de [REDACTED]%, significando un aumento acumulado [REDACTED] puntos porcentuales ("pp"). Al igual que a nivel nacional, Walmex ha aumentado su participación en las regiones del Noroeste, Norte, Noreste, Centro, Metropolitana y Sureste presentan, mientras que ha disminuido en la región Sureste.



179. Además, el aumento en la participación de mercado está acompañado con incrementos en el margen de ganancia de Walmex. De 2015 a 2019, el margen de la utilidad de operación pasó de 7.3% a 8.9%, y el de la utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización ("EBITDA" por sus siglas en inglés), de 7.3% a 8.1%.<sup>93</sup> En el mismo

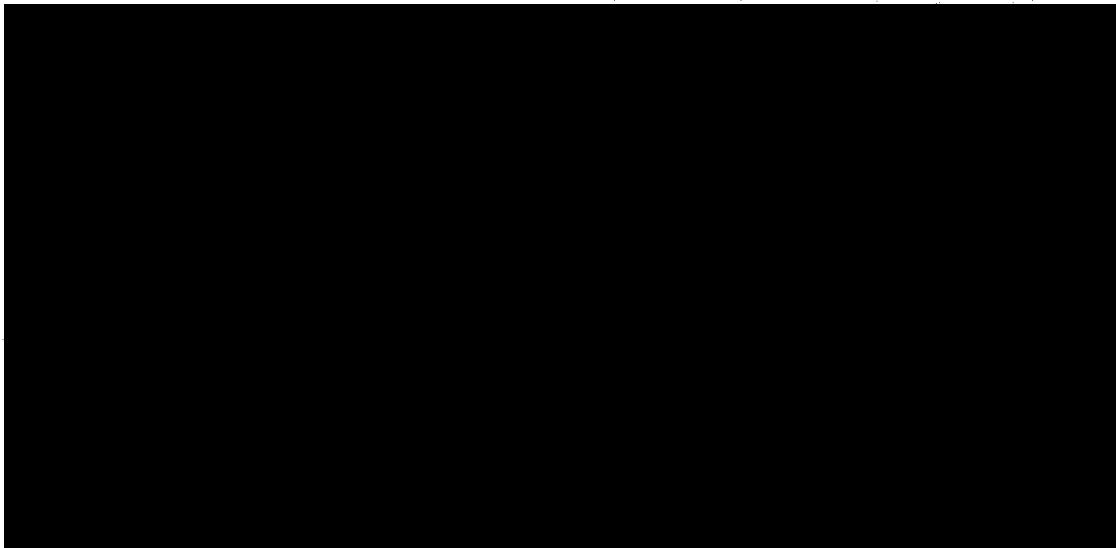
<sup>90</sup> Anexo VI – Chedraui (2017), Chedraui (2018) y Chedraui (2019).

<sup>91</sup> Anexo VI – Soriana (2017), Soriana (2018) y Soriana (2019).

<sup>92</sup> Anexo VI – LaComer (2017), LaComer (2018) y LaComer (2019).

<sup>93</sup> No se reporta los márgenes de utilidad operativa y EBITDA del 2013 y 2014, debido a un aparente cambio en la metodología y/o forma de reportar sus estados financieros.

periodo, aumentó la participación de Walmex en términos de sucursales, piso de venta y valor de ventas.



180. Por otra parte, la literatura especializada en competencia económica encuentra que una mayor participación de Walmex no reduce precios. Específicamente, encuentra que:

*"El mayor número de tiendas Walmart no ejerce un efecto de disciplina en precios.";*<sup>94</sup>

*"las tiendas que se encuentran en zonas donde hay muchos Walmart no tienen incentivo para fijar precios bajos";*<sup>95</sup>

*"... durante el Buen Fin... Bodega Aurrera y Walmart no muestran reducciones de precios estadísticamente diferentes de cero...";*<sup>96</sup>

*"Asimismo, tiendas como Walmart, reportan pocas o nulas ofertas... y, en algunos casos, aumento de precios durante el Buen Fin".*<sup>97</sup>

181. También, esa literatura encuentra que la presencia de Chedraui y LaComer (antes Comercial Mexicana) disciplina los precios en el mercado. Específicamente, encuentra que:

*"... Chedraui siempre está ausente en mercados con precios altos. Esto puede... indicar que donde Chedraui está presente significa un mayor nivel de competencia para otras cadenas";*<sup>98</sup>

*"...Comercial Mexicana (ahora LaComer) ... tiene resultados de disciplina entre el número de tiendas que tiene la cadena y los precios de los rivales.";*<sup>99</sup>

<sup>94</sup> Anexo VI – Castañeda, Alejandro. (2012), pág. 325.

<sup>95</sup> Anexo VI – Castañeda, Alejandro. (2012), pág. 325.

<sup>96</sup> Anexo VI – Campos & Medina. (2017), pág. 362.

<sup>97</sup> Anexo VI – Campos & Medina. (2017), pág. 363.

<sup>98</sup> Anexo VI – Castañeda, Alejandro. (2012), pág. 327.

<sup>99</sup> Anexo VI – Castañeda, Alejandro. (2012), pág. 327.



"... durante el Buen Fin. Entre las cadenas que más bajan sus precios, se encuentran... Comercial Mexicana (ahora La Comer) con 12%..."<sup>100</sup>

182. Por lo expuesto, mi Representada considera que existen los suficientes indicios para presumir (considerar por los indicios presentados) que, como resultado del desplazamiento derivado de los hechos denunciados, Walmex incrementará los precios en las ciudades de la región Sureste y mantendrá los precios elevados en las ciudades de las demás regiones, lo cual es claramente en detrimento de los consumidores.

VI. Documentos y elementos de convicción

183. En la siguiente tabla, se enlistan los documentos y elementos de convicción usados en el presente Escrito de Denuncia.

Tabla 22. Documentos y elementos de convicción

Anexo	Nombre del archivo	Descripción
Anexo I	No aplica	[Redacted]
Anexo V2b.2	DENUE-2018	Archivo de Excel con la base de datos de la DENUE consultada el día 5 de junio del 2019 y los cálculos realizados con ella.
Anexo V2b.3	Sucursales Walmex	Archivo de Excel con la base de datos que contiene información sobre la ubicación de las tiendas Walmex y los cálculos realizados con ella.
Anexo V3b.1.	Reportes Anuales	Archivo de Excel que agrega la información de los reportes anuales de Walmex, Chedraui, La Comer, Soriana y la ANTAD; y los cálculos realizados con esta.
Anexo V5bi	Deciles 2018 Original	Archivo de Excel con la base de datos de deciles [Redacted]
	Base Deciles [Redacted]	[Redacted]
	Deciles 2018	[Redacted]
	Descripcion base precios	[Redacted]
	etiquetas_tienda_final	Archivo de Excel que contiene una base de datos utilizada en el código de programación con las etiquetas de las Tiendas Chedraui y de las Ciudades SUN 2012.

<sup>100</sup> Anexo VI – Campos & Medina. (2017). pág. 361.

Anexo	Nombre del archivo	Descripción
	etiquetas_competencia_final	Archivo de Excel que contiene una base de datos utilizada en el código de programación con la identificación de la cadena de TDA de la competencia.
	[Redacted]	[Redacted]
	Azul Azul_log	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]
Anexo V5bii	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]
Anexo V5biii	[Redacted]	[Redacted]
	Canastas_A_Resultados: Canastas_A_01	Archivos de Excel que contienen las bases de datos utilizadas para los cálculos relacionados con las Canastas A.
	Canastas a	Archivo de Excel que contiene una base de datos utilizada en el código de programación.
	[Redacted]	[Redacted]
Anexo V5biv	[Redacted]	[Redacted]
	Canastas_B; Canastas_B_01	Archivos de Excel que contienen las bases de datos utilizadas para los cálculos relacionados con las Canastas B.
	Canastas b	Archivo de Excel que contiene una base de datos utilizada en el código de programación.
	[Redacted]	[Redacted]
Anexo V.6.b	[Redacted]	[Redacted]
	Arisegui Noticias (2012)	Arisegui Noticias (2012) "Calderón, "indignado" por caso Walmart"
Anexo VI	Campos (2017)	Campos, Raymundo y Medina, Eduardo. (2017). ¿Realmente bajan los precios durante el Buen Fin?
	Castañeda (2012)	Castañeda. (2012). Supermercados: Competencia en precios.

Anexo	Nombre del archivo	Descripción
	El Economista. (2019a)	El Economista. (2019a). "Walmex presiona a proveedores que venden a Amazon"
	El Economista. (2019b)	El Economista. (2019b). "Walmart presiona a proveedores en México para bajar precios en su guerra con Amazon"
	Forbes (2019)	Forbes México. (2019). "Lucha de gigantes: Walmart obliga a proveedores a retirar productos en Amazon"
	Formatos de tienda - Soriana	Formatos de tienda - Soriana
	Formatos de tienda - Walmex	Formatos de tienda - Walmex
	Antad (2013)	Información de la Antad por Zonas geográficas, 2013.
	Antad (2014)	Información de la Antad por Zonas geográficas, 2014.
	Antad (2015)	Información de la Antad por Zonas geográficas, 2015.
	Antad (2016)	Información de la Antad por Zonas geográficas, 2016.
	Antad (2017)	Información de la Antad por Zonas geográficas, 2017.
	Antad (2018)	Información de la Antad por Zonas geográficas, 2018.
	Antad (2019)	Información de la Antad por Zonas geográficas, 2019.
	La Jornada (2012)	La Jornada (2012). "Acusan productores e industriales a Walmart por 'competencia desleal'"
	ANTAD - Lista de Asociados TDA	Lista de Asociados a la Antad, 2020.
	AMAI(2018)	Metodología AMAI, 2018.
	MVS Noticias (2012)	MVS Noticias (2012). "Urgen mayoristas a cambiar Ley de Competencia por caso Walmart"
	OCDE (2019)	OCDE (2019). "Política de competencia en el sector minorista de abarrotes mexicano"
	Reporte BMV - Walmex 2013	Reporte anual 2013 enviado a la BMV por Walmex.
	Reporte BMV - Walmex 2014	Reporte anual 2014 enviado a la BMV por Walmex.
	Reporte BMV - Walmex 2015	Reporte anual 2015 enviado a la BMV por Walmex.
	Reporte BMV - Walmex 2016	Reporte anual 2016 enviado a la BMV por Walmex.
	Reporte BMV - Chedraui 2017	Reporte anual 2017 enviado a la BMV por Chedraui.

Anexo	Nombre del archivo	Descripción
	Reporte BMV - La Comer 2017	Reporte anual 2017 enviado a la BMV por La Comer.
	Reporte BMV - Soriana 2017	Reporte anual 2017 enviado a la BMV por Soriana.
	Reporte BMV - Walmex 2017	Reporte anual 2017 enviado a la BMV por Walmex.
	Reporte BMV - Chedraui 2018	Reporte anual 2018 enviado a la BMV por Chedraui.
	Reporte BMV - La Comer 2018	Reporte anual 2018 enviado a la BMV por La Comer.
	Reporte BMV - Soriana 2018	Reporte anual 2018 enviado a la BMV por Soriana.
	Reporte BMV - Walmex 2018	Reporte anual 2018 enviado a la BMV por Walmex.
	Reporte BMV - Chedraui 2019	Reporte anual 2019 enviado a la BMV por Chedraui.
	Reporte BMV - La Comer 2019	Reporte anual 2019 enviado a la BMV por La Comer.
	Reporte BMV - Soriana 2019	Reporte anual 2019 enviado a la BMV por Soriana.
	Reporte BMV - Walmex 2019	Reporte anual 2019 enviado a la BMV por Walmex.
	CNT-021-2015 (Soriana-Comerci)	Resolución CNT-021-2015 (Soriana-Comerci).
	CNT-047-2019 (Almacenes Zaragoza-Casa Ley)	Resolución CNT-047-2019 (Almacenes Zaragoza-Casa Ley).
	CNT-064-2019 (Chedraui-Soriana)	Resolución CNT-064-2019 (Chedraui-Soriana).
	CNT-084-2016 (Chedraui-Soriana)	Resolución CNT-084-2016 (Chedraui-Soriana).
	CNT-092-2017 (Walmex-Soriana)	Resolución CNT-092-2017 (Walmex-Soriana).
	CNT-124-2007 (Soriana-Gigante)	Resolución CNT-124-2007 (Soriana-Gigante)
	CNT-154-2017 (HEB-Soriana)	Resolución CNT-154-2017 (HEB-Soriana).
	CNT-161-2018 (Walmex-CornerShop)	Resolución CNT-161-2018 (Walmex-CornerShop)
	Vanguardia (2012)	Vanguardia (2012) "Lo que hay detrás de los "precios bajos" de Walmart"

184. Como parte de los documentos y elementos de convicción, mi Representada otorga permiso a la COFECE para usar en el presente caso la información que Chedraui ya ha entregado a la COFECE en los siguientes expedientes:

- CNT-021-2015: La COFECE requirió información a Chedraui, con el objeto de que ayudara al análisis de la operación radicada en ese expediente. Al respecto, Chedraui presentó la información requerida en tiempo y forma.

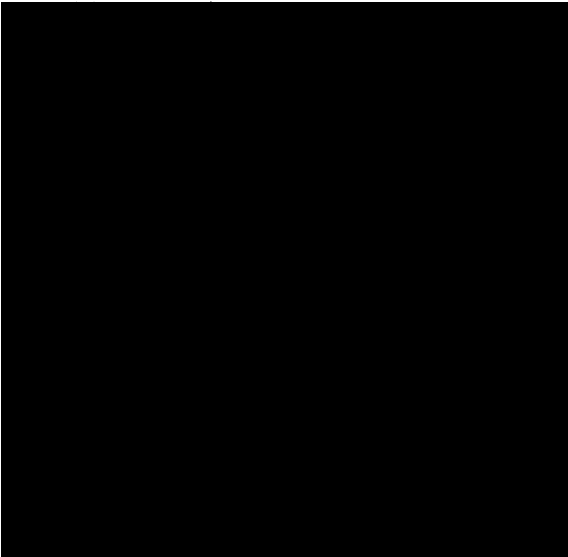
- CNT-084-2016: Chedraui proporcionó información a la COFECE, como parte notificante de la operación radicada en dicho expediente.
  - CNT-161-2018: La COFECE requirió información a Chedraui, con el objeto de que ayudara al análisis de la operación radicada en ese expediente. Al respecto, Chedraui presentó la información requerida en tiempo y forma.
  - CNT-064-2019: Chedraui proporcionó información a la COFECE, como parte notificante de la operación radicada en dicho expediente.
  - REC-001-2019: La COFECE requirió información a Chedraui, con el objeto de que la COFECE elaborara un estudio de mercado en el sector de comercio al menudeo de alimentos y bebidas en los canales tradicional, moderno y electrónico. Al respecto, Chedraui presentó la información requerida en tiempo y forma.
185. Con fundamento en la fracción VII del artículo 68 de la LFCE, mi Representada indica no tener archivos de información de terceros, pero indica el lugar o archivo en el que se encuentren:
- Se infiera de las Resoluciones Relevantes y de los requerimientos realizados a Chedraui como tercero en los expedientes CNT-021-2015, CNT-161-2018 y REC-001-2019 (que la Comisión realizó a Walmex, Soriana, LaComer y otros detallistas, según el expediente) que la COFECE contiene elementos para analizar las características de la adquisición, distribución y comercialización minorista de bienes por medio de TDA, así como de las prácticas y políticas de las empresas que notificaron alguna concentración y/o a quienes la Comisión les requirió información para realizar sus análisis.
  - La ANAM, CONAPAMEX y CMA pueden tener elementos para mostrar que Walmex vende bienes por debajo de su costo medio variable.
  - La Profeco cuenta con información relacionada con las sanciones que ha impuesto a Walmex por usar como gancho los "precios bajos" de algunos bienes, que se venden por debajo de su valor de producción, para luego recuperarlo en otros bienes que se ofertan a precios más elevados. Además, tiene bases de datos con el precio de bienes que se venden por medio de TDA a nivel sucursal y ciudad y con series históricas que tiene un costo para Chedraui. Además, identifica como información pública el Convenio COFECE-PROFECO (recepción de documentos) de 29 de enero de 2015, en el cual se establece que "... acuerdan intercambiar cualquier información que se requiera para resolver dentro de los procedimientos que les correspondan conforme a su competencia...".

## VII. Confidencialidad de la información

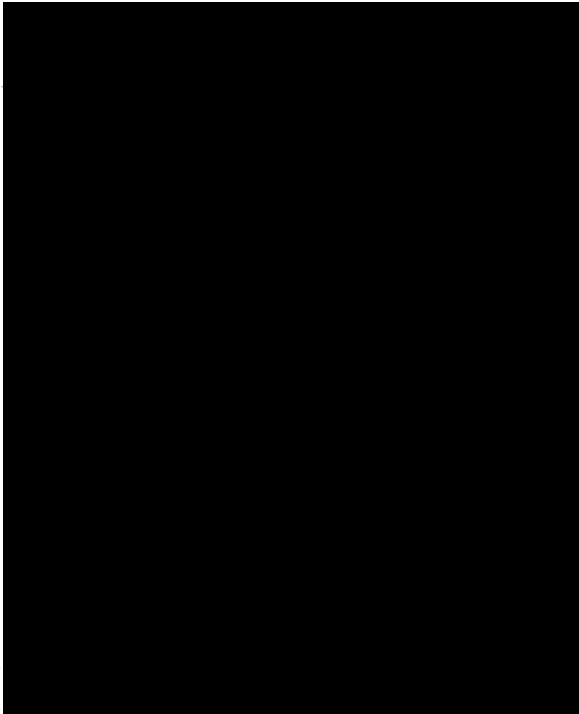
186. En esta sección, se presentan el fundamento, así como razones, motivos y consideraciones particulares que acreditan que la información entregada a la COFECE como confidencial debe clasificarse con tal carácter.

- 187. La COFECE debe guardar estricta confidencialidad respecto de la información que le es aportada con dicho carácter, ello en términos de los artículos 3, las fracciones IX y X, 124 y 125 de la LFCE; 43 de las DRLFCE; artículos 1, 34, 35, 38, 39, 41, 42, 49, 50 y 51 del Reglamento de Transparencia y Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales de la Comisión Federal de Competencia Económica; 106, 107, 109, 110, 111, 116 y 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, así como los Lineamientos Generales en materia de Clasificación y Desclasificación de la Información así como para la Elaboración de Versiones Públicas, publicados en el DOF el 15 de abril de 2016, entre otras disposiciones aplicables que obligan a la Comisión guardar estricta confidencialidad en relación a la información confidencial que se le proporciona. Lo anterior sin perjuicio de que el presente Escrito de Denuncia constituye en su totalidad información reservada, en la que solo la Denunciante y sus autorizados pueden tener acceso al presente asunto.
- 188. Diversa información contenida en este escrito, sus anexos y apéndices es estrictamente confidencial. En efecto, la divulgación de dicha información podría generar daños patrimoniales, no pecuniarios, o financieros que afecten la posición competitiva de Chedraui, sus subsidiarias, afiliados y/o accionistas de manera sustancial, irreversible e irreparable.
- 189. En este sentido, en cumplimiento con la legislación aplicable, mi Representada identifica aquella información que debe ser clasificada como estrictamente confidencial, asimismo solicitan atentamente a esa Comisión que tome todas las medidas necesarias para evitar su divulgación, o acceso, en cualquier momento presente o futuro, a personas distintas de las autorizadas en la Sección II del Escrito de Denuncia.
- 190. Por lo anterior, en la **Tabla 23**, mi Representada identifica aquella información que debe ser clasificada como estrictamente confidencial y a la cual solo debe tener acceso la Denunciante y las personas autorizadas en la Sección II del Escrito de Denuncia.

**Tabla 23.** Lista de Secciones y anexos confidenciales

Anexo / Sección	Descripción	Confidencialidad
Anexo V5bi		Por tratarse del manejo del negocio y estrategias comerciales de Grupo Chedraui que no tiene carácter público. Al respecto, la divulgación de esta información a los demás agentes económicos puede causar daño o perjuicio en la posición competitiva de Grupo Chedraui, sus subsidiarias y sus accionistas

Anexo / Sección	Descripción	Confidencialidad
Anexo V5bii		Por tratarse del manejo del negocio y estrategias comerciales de Grupo Chedraui que no tiene carácter público. Al respecto, la divulgación de esta información a los demás agentes económicos puede causar daño o perjuicio en la posición competitiva de Grupo Chedraui, sus subsidiarias y sus accionistas
Anexo V5biii		Por tratarse del manejo del negocio y estrategias comerciales de Grupo Chedraui que no tiene carácter público. Al respecto, la divulgación de esta información a los demás agentes económicos puede causar daño o perjuicio en la posición competitiva de Grupo Chedraui, sus subsidiarias y sus accionistas
Anexo V5biv		Por tratarse del manejo del negocio y estrategias comerciales de Grupo Chedraui que no tiene carácter público. Al respecto, la divulgación de esta información a los demás agentes económicos puede causar daño o perjuicio en la posición competitiva de Grupo

Anexo / Sección	Descripción	Confidencialidad
Anexo V.6.b		Chedraui, sus subsidiarias y sus accionistas
Sección V		<p>Por tratarse del manejo del negocio y estrategias comerciales de Grupo Chedraui que no tiene carácter público. Al respecto, la divulgación de esta información a los demás agentes económicos puede causar daño o perjuicio en la posición competitiva de Grupo Chedraui, sus subsidiarias y sus accionistas</p>
		<p>Por tratarse del manejo del negocio y estrategias comerciales de Grupo Chedraui que no tiene carácter público. Al respecto, la divulgación de esta información a los demás agentes económicos puede causar daño o perjuicio en la posición competitiva de Grupo Chedraui, sus subsidiarias y sus accionistas</p>

191. Adicionalmente, mi Representada presenta como **Apéndice A** una versión reservada de esta denuncia que omite aquella información a la que se le solicita se le dé tratamiento de estrictamente confidencial. Lo anterior en cumplimiento a la obligación que le impone el artículo 125 de la LFCE.
192. En caso de que la COFECE considere hacer un resumen y clasificación diferente a la propuesta en este documento, la Comisión deberá hacerlo en estricto cumplimiento de los Lineamientos Generales en Materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la elaboración de Versiones Públicas publicados el 15 de abril de 2016 en el Diario Oficial de la Federación y su Gaceta.

*(espacio en blanco)*



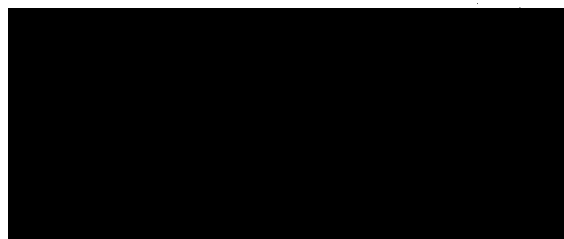
PETITORIOS

En virtud de lo anteriormente expuesto a la Comisión Federal de Competencia Económica, atenta y respetuosamente solicito:

- Primero.-** Tenerme por presentada y reconocida con la personalidad que ostento, denunciando las prácticas monopólicas a que este escrito se refiere.
- Segundo.-** Reconocer el domicilio para oír y recibir notificaciones, y tener por autorizadas a las personas señaladas que se indica en el primer párrafo y sección II del presente escrito, para los efectos ahí señalados.
- Tercero.-** Tener por presentada la voluntad para optar por utilizar medios electrónicos para la notificación y el desahogo de actuaciones en el procedimiento que corresponde a la presente tramitación de denuncia por prácticas monopólicas.
- Cuarto.-** Tener por presentada la denuncia y emitir el acuerdo correspondiente.
- Quinto.-** Emplazar a los agentes económicos denunciados una vez que se concluya la investigación de los hechos materia de la presente denuncia.
- Sexto.-** Desahogado el procedimiento, ordenar la supresión de las prácticas monopólicas denunciadas imponer las sanciones a que hace referencia la Ley Federal de Competencia Económica.
- Séptimo.-** Clasificar la información señalada como confidencial.

Atentamente

Ciudad de México, día de su presentación



Tiendas Chedraui, S.A. de C.V.