# **VERSIÓN PÚBLICA DEL ANEXO IV**

**CORRESPONDIENTE AL ACUERDO P/IFT/240217/104, APROBADO EN LA VIII SESIÓN ORDINARIA DEL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, CELEBRADA EL 24 DE FEBRERO DE 2017.**

**LEYENDA DE LA CLASIFICACIÓN**

**Fecha de Clasificación:** 24 de febrero de 2017.

**Unidad Administrativa** Secretaría Técnica del Pleno, de conformidad con los artículos 72, fracción V, inciso c), 98, fracción III y 104 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (“LFTAIP”); 106, 107 y 110 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LGTAIP”); así como el Lineamiento Séptimo, fracción III, Quincuagésimo Primero al Cuarto, Sexagésimo y Sexagésimo Primero de los Lineamientos Generales en materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas (“LGCDIEVP”) y finalmente, conforme a la versión pública elaborada por la Dirección General de Procedimiento de Competencia, remitida mediante oficio IFT/226/UCE/DGPC/041/2017 de fecha 14 de marzo de 2017, por contener información **Confidencial**.

**Núm. de Resolución:** Anexo IV del Acuerdo P/IFT/240217/104.

**Descripción del asunto:** Resolución del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en el expediente R.A.141/2016, en relación con lo ordenado en la Ejecutoria dictada en el amparo 1675/2015 por el Primer Tribunal Colegiado de Circuito en materia Administrativa especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y jurisdicción en toda la República.

**Fundamento legal:** Confidencial con fundamento el artículo 3, fracción IX, 124 y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica; en relación con los artículos 113, fracción II de la “LFTAIP” publicada en el DOF el 9 de mayo de 2016; el artículo 116 de la “LGTAIP”, publicada en el DOF el 4 de mayo de 2015; así como el Lineamiento Trigésimo Octavo, fracción II y Cuadragésimo de los “LCCDIEVP”, publicado en el DOF el 15 de abril de 2016.

**Motivación:** Contiene información entregada con carácter Confidencial por el Agente Económico; relacionada con secretos industriales y comerciales que corresponde a los particulares; así como información relacionada con hechos y actos de carácter económico y contable que pudieran ser útiles a cualquier competidor; información del manejo del negocio y su proceso de toma de decisiones; así como datos personales.

**Secciones Confidenciales:** Las secciones marcadas en color azul con la inscripción que dice **“CONFIDENCIAL POR LEY”**.

# **ANEXO IV**

A) DICTAMEN PERICIAL EN DINÁMICAS DEL MERCADO DE TELEVISIÓN DE PAGA EN AMÉRICA LATINA A CARGO DE **“CONFIDENCIAL POR LEY”**

B) PREGUNTAS ADICIONALES AL DICTAMEN PERICIAL A CARGO DE **“CONFIDENCIAL POR LEY”**.

Previo al análisis particular del Dictamen Pericial elaborado por **“CONFIDENCIAL POR LEY”**, debe precisarse que dicho dictamen fue elaborado con base en información que se encuentra fuera del Periodo Investigado. Si bien se le otorgó un valor y alcance probatorio en la el apartado “V.1.2.5.1. Dictamen Pericial en “Dinámicas del Mercado de Televisión de Paga en América Latina”, de la Resolución, lo cierto es que en términos de la Ejecutoria, esta autoridad no se encuentra obligada a estimar información que se encuentre fuera del Periodo Investigado. No obstante, a continuación se analiza el contenido particular de la prueba.

## **A) DICTAMEN PERICIAL EN DINÁMICAS DEL MERCADO DE TELEVISIÓN DE PAGA EN AMÉRICA LATINA A CARGO DE “CONFIDENCIAL POR LEY”.**

1. Que diga el perito cuál es la metodología usada que permite comparar los precios de la TV paga en México con los otros países de América Latina.

**El análisis se basó en la compilación de los precios del abono de entrada a la TV paga, tanto cable como TV satelital. Los mismos fueron recogidos de los sitios de todos los operadores de TV paga con una cuota de mercado igual o superior al 5%, en la segunda semana de abril del dos mil quince, en los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Paraguay, Panamá, Perú y Uruguay. El análisis no establece ninguna diferencia entre proveedores nacionales (TV satelital) y locales/regionales (como los operadores de cable). Se consideran tanto los servicios por DTH como TV por cable en la medida de que, desde el punto de vista del consumidor, ambos son homogéneos. La homogeneidad también existe a nivel de contenidos en la medida que los mismos son disponibles a todos los operadores del mercado. Finalmente, si bien no se relevan los precios de proveedores OTT, como “CONFIDENCIAL POR LEY”, esto no implica reconocer que no son competidores, operando en el universo del mercado. Los precios fueron compilados en moneda local (incluyendo impuestos) y luego convertidos a dólares estadounidenses al tipo de cambio para la primera semana de abril del dos mil quince. Posteriormente, los precios en dólares estadounidenses fueron convertidos de acuerdo a las estimaciones de paridad de poder adquisitivo del Fondo Monetario Internacional.**

**En todos los casos se relevó [SIC] el precio sin considerar promociones, y el precio incluyendo promociones en los primeros seis meses de abono al servicio. Dado que no hay diferencias significativas entre los precios con y sin promociones, en todos los casos se trabajó considerando las promociones efectuadas por los operadores en los primeros seis meses de abono al servicio, ya que el mismo incluye ofertas por métodos de pago (ejemplo débito automático) que son de uso corriente entre los abonados.**

**Por último, a efectos de realizar la comparación entre países, se consideraron los siguientes precios:**

**• Precio del abono de entrada, considerando al operador que ofrece el plan más económico**

**• Precio del abono de entrada del operador con mayor cuota de mercado**

**• Precio promedio del abono de entrada para el país, ponderando a cada operador por su cuota de mercado.**

El perito describe la metodología que utiliza para comparar precios de paquetes de STAR.

En principio, cualquier conclusión sobre las condiciones de competencia en México a partir de comparaciones con otros países, es relativa a las condiciones de competencia en los países analizados, pues en algunos de esos países podrían no existir condiciones de competencia efectiva.

Respecto a la metodología propuesta por el perito se observa que ésta no considera efectuar ajustes por calidad o número de canales de los paquetes considerados para la comparación. Esto llevaría a comparar paquetes muy diferentes que varían en el número de canales desde ochenta y seis (Honduras) hasta veinticuatro (México),[[1]](#footnote-1) lo que resultaría incorrecto pues los paquetes con una cantidad relativamente mayor de canales no necesariamente podrían ser percibidos por los consumidores como comparables.

2. Que diga el perito que si bien se compara el precio de “CONFIDENCIAL POR LEY” con los otros de América Latina, este operador ofrece el plan más económico del mercado, ¿qué resultado se obtiene si se consideran los planes de los otros operadores, “CONFIDENCIAL POR LEY” o los operadores de cable?

**En primer lugar se debe aclarar que en la primera comparación se analiza el precio del plan más económico de cada país. Por tal motivo, no sería metodológicamente correcto comparar el plan del segundo operador más económico de México “CONFIDENCIAL POR LEY”, con el más económico del resto de los países.**

**Considerando esa observación, si se comparan los planes “CONFIDENCIAL POR LEY” con los precios más económicos de los otros países de América Latina, se observa que ambos están en segundo lugar detrás de Brasil (ver cuadro 1, que es una modificación del cuadro 2 del informe)**

“Cuadro 1. Precio del abono más económico de TV paga (Abril 2015)”

| **País** | **Operador** | **Posición en cuota de mercado** | **Nro. canales** | **Precio en moneda local** | **Precio en US$** | **Precio en US$ PPP** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Argentina** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Bolivia** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Brasil** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Chile** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Colombia** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Costa Rica** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Ecuador** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **El Salvador** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Guatemala** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Honduras** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **México** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **México** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **México** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Panamá** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Paraguay** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Perú** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Uruguay** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **LATAM** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |

**NOTA: Los valores para LATAM, corresponden al promedio ponderado por población para la región. En todos los casos fueron consideradas las promociones que efectúan los operadores en los primeros 6 meses de contratación del servicio.**

**Entre paréntesis se indica la posición del país (del más económico al menos económico) dentro de la región**

**Fuente: Análisis y relevamiento “CONFIDENCIAL POR LEY” a partir de la información disponible en los sitio web de los operadores.”**

De la tabla anterior, el perito pretende ilustrar que el paquete de menor precio en México resulta ser, también, el de más bajo costo entre diversos países de Latino América. Más aún, el perito sugiere que al comparar el paquete de menor precio de las empresas de GTV, éstos resultarían ser los segundos de menor precio entre el conjunto de países analizados.

Sin embargo, al igual que la respuesta del perito a la pregunta uno este Instituto observa que los servicios no son comparables debido a que no mantienen un registro de calidad o número de los canales en cada paquete. Ello resulta evidente dentro del mismo “Cuadro 1”, en el que se advierte que entre los operadores con mayor participación de mercado, es SKY quien ofrece menos canales, lo que evidencia la necesidad de controlar la calidad de los paquetes que se comparan, hecho que el perito pasa por alto.

3. Que diga el perito cuál es la ventaja de analizar la asequibilidad de las ofertas de TV paga en relación a los quintiles de ingreso.

**Más allá del análisis en precios nominales, que indica comparativamente la relación de precios entre países, es necesario analizar la asequibilidad de los mismos, lo que permite ver que hogares pueden y cuáles no comprar el servicio. Los análisis de asequibilidad basados en la normalización del precio de un bien por el PIB per cápita no consideran el aspecto fundamental de distribución del ingreso. En países con una pirámide socio-demográfica con una proporción importante de la población en la base de la pirámide (es decir, económicamente desfavorecida), el análisis de asequibilidad por PIB per cápita genera un resultado sesgado al estar basado en un promedio.**

**A partir de la información de los ingresos por hogar compilada en las Encuestas Nacionales de los Hogares realizadas por los institutos de estadística y censos respectivos de cada país se puede identificar exactamente el porcentaje de los ingresos que insume ser abonado al servicio para los diferentes quintiles de ingresos de la población. La ventaja de analizar la asequibilidad en los primeros dos quintiles radica en que es la población más desfavorecida en términos económicos, y es la que tiene mayores restricciones para la compra de bienes y servicios de información y comunicación.**

El perito no presenta elemento alguno que indique cómo el análisis al que se refiere esta pregunta es relevante para los fines del análisis de competencia, en particular para la determinación de un agente económico con PSM.

Es decir, los precios del servicio pueden ser o parecer más bajos en un país que en otro como resultado de economías de escala o de alcance, regulación y régimen fiscal, o porque se comparan paquetes con pocos canales, baja calidad de los paquetes o del servicio, o por el hecho de que los operadores de STAR en algunos países obtienen los canales más populares a costo cero a causa de la regulación de must carry/must offer, mientras que en otros países se paga por dichos canales.

No obstante, aún cuando la asequibilidad es una característica deseable de la oferta del servicio STAR que permite que familias de bajos ingresos puedan contratar el servicio, dicha característica no implica que el mercado sea competitivo.

4. Que diga el perito ¿por qué se considera que los precios de TV paga en México son tan bajos?

**Los precios de TV paga son bajos por dos razones: una que se refiere a la estructura del mercado y la otra que se refiere al modelo de competencia.**

**En lo que hace a la primera razón, tal como se demuestra en los modelos econométricos, el tamaño de la población es la variable estadísticamente significativa que incide negativamente en el nivel de precios. Es decir, cuanto más grande es la población, más bajos son los precios de TV paga. La especificación del modelo determina que por cada millón de habitantes existe una disminución en el precio del servicio de entre “CONFIDENCIAL POR LEY”. Esto se explica por los efectos de economías de escala. México tiene la ventaja de contar con una de las poblaciones más grandes de la región, y por lo tanto tiene un beneficio estructural en términos de precios de TV paga.**

**Más allá del efecto de retorno a escala, el caso mexicano muestra otras peculiaridades debido al modelo de competencia. En primer lugar, el mercado de la TV paga contiene una competencia intermodal, como resultado de cuatro plataformas tecnológicas: cable coaxial, televisión satelital, fibra óptica directa al hogar y súper alta frecuencia o microondas. El crecimiento en el número de abonados, ingresos de la industria,** **innovación en el empaquetamiento de productos demuestra un comportamiento extremadamente dinámico.**

**Además de la competencia intermodal, la TV paga en México experimenta desde el dos mil ocho una competencia intramodal. Como ya ha sido estudiado, la competencia a nivel nacional entre dos operadores satelitales, “CONFIDENCIAL POR LEY”, ha resultado desde el dos mil ocho en un crecimiento significativo de la penetración, acompañado por una reducción en los precios del servicio, [[2]](#footnote-2) y un ritmo intenso de innovación, demostrado por la integración de servicios convergentes.**

**A pesar de que los operadores de cable operan en el nivel local o regional, la competencia entre dos operadores satelitales proveyendo servicio a nivel nacional pone presión para la reducción de precios en los proveedores de TV por cable. Este efecto también ha sido verificado en el caso de la competencia entre los operadores satelitales y los de cable en la industria de EUA.[[3]](#footnote-3)**

En primer lugar, este Instituto observa que en la respuesta ofrecida por el perito éste hace referencia a “modelos econométricos” que no identifica en la respuesta que proporciona. Sin embargo, posteriormente el perito presentó diversas estimaciones,[[4]](#footnote-4) a partir de las cuales concluyó que los precios de la TV de paga en México son bajos debido a la estructura del mercado. Al respecto, dichas estimaciones se encuentran descritas más adelante dentro del “Cuadro 13”.[[5]](#footnote-5)

Al respecto, el perito concluyó que los precios en México son bajos en virtud de que los costos fijos se distribuyen entre un número mayor de clientes, lo que resulta en un costo promedio menor.

En primer término, debe observarse que, conforme a la teoría económica el término “estructura de mercado” se refiere a aquellos factores que afectan el comportamiento de las empresas que participan en un mercado, tales como: número de empresas, barreras a la entrada, entre otros.

Sin embargo, este Instituto advierte que el hecho de que en México prevalezcan, precios relativamente menores a otros países latinoamericanos – como lo sugiere el perito- puede ser precisamente el resultado de la estructura de costos y de la demanda que permite disminuir los costos promedio, sin que ello implique necesariamente la existencia de condiciones de competencia efectiva. Lo anterior, debido a que existen otras razones por las que los precios en México pueden parecen menores, entre ellas se encuentra, precisamente, la elección de los paquetes de canales.

En todo caso, conforme a las estimaciones que presenta el perito, la estructura de mercado estaría capturada por la variable del índice de concentración IHH. Cabe observar que el parámetro estimado para dicha variable es positivo.

A continuación se reproducen las tablas que contienen los resultados de los modelos econométricos que se asume son referidos por el perito.

**“Cuadro 13. Modelos de regresión de precios respecto de competencia, adopción de TV paga y población**[[6]](#footnote-6)

**VARIABLES DEPENDIENTES**

| **Variables Control** | **Precio ponderado****US$** | **Precio operador con** **mayor cuota US$** | **Precio acceso US$** | **Precio ponderado****PPA** | **Precio operador con** **mayor cuota PPA** | **Precio acceso PPA** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **IHH****Adopción TV Paga****(abonados c/100 habitantes)****Población (en millones)****Constante****R-Cuadrado** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |

**“Cuadro 14. Modelos de regresión de precios respecto de competencia, PIB per cápita y población”**

**VARIABLES DEPENDIENTES**

| **Variables Control** | **Precio ponderado****US$** | **Precio operador con** **mayor cuota US$** | **Precio acceso US$** | **Precio ponderado****PPA** | **Precio operador con** **mayor cuota PPA** | **Precio acceso PPA** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **IHH****PIB (US$)****PIB (PPA)****Población (en millones)****Constante****R-Cuadrado** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |

**NOTA: \*\*\*Representa significatividad estadística al 99%; \*\*Representa significatividad estadística al 95%; \*Representa significatividad estadística al 90%. En todos los casos los modelos de regresión fueron realizados con 15 observaciones.”** [[7]](#footnote-7)

Respecto de las estimaciones transcritas, se señala que este Instituto no cuenta con los elementos necesarios para concluir si las mismas satisfacen los supuestos del modelo de regresión lineal, y por lo tanto arrojan resultados confiables, toda vez que las mismas no se acompañaron con los documentos que permitan a esta autoridad verificar la autenticidad de la información presentada y/o la fuente donde puede ser consultada, para considerar la ausencia de heterocedasticidad, multicolinealidad, entre otras. En ese sentido, este Instituto no puede realizar mayor pronunciamiento, dado que se desconoce la procedencia de datos que permitan verificar los resultados a los que supuestamente llegó el perito.

Finalmente, debe observarse que, en función de lo anterior, ninguna de estas manifestaciones contribuye a desacreditar el uso de márgenes de ganancia como un indicador para evaluar la capacidad de los agentes económicos que participan en un mercado para fijar precios, y tampoco para sostener que no existe un daño a la competencia y libre concurrencia.

El perito describe a grandes rasgos la estructura y evolución de la competencia en la oferta de servicios STAR. Afirma que se trata de un sector con crecimiento de abonados, reducción de precios, innovación, empaquetamiento, y convergencia, lo cual implica un comportamiento “extremadamente dinámico”.

Sin embargo, dado que la tecnología detrás del servicio STAR evoluciona muy rápidamente y los costos tienden a bajar, el dinamismo del mercado se daría aun cuando existiera o no un agente con PSM. Por lo tanto, no es posible concluir que existen condiciones de competencia efectiva únicamente por el crecimiento de abonados, reducción de precios, innovación, empaquetamiento, y convergencia. En todo caso, un agente con PSM podría reducir el dinamismo respecto a lo que existiría en un mercado con competencia vigorosa.

La existencia de una empresa con PSM no implica estancamiento en términos absolutos, por lo que no es extraño observar una medida de crecimiento e innovación aun con la presencia de un agente con PSM. En todo caso, el estancamiento que se observaría sería relativo a la situación que prevalecería en competencia vigorosa. Es decir, cuando existe un agente con PSM se da un dinamismo menor al que se observaría en un mercado con competencia vigorosa.

Finalmente, el perito sugiere que existen distintas plataformas que compiten para proveer el STAR, sin considerar la pertenecía de varios de los oferentes de dicho servicios a un mismo GIE. El análisis del perito no permite concluir que no existen barreras a la entrada o que al menos estas no son sustanciales, y tampoco se refieren elementos que ilustren la posición relativa entre los agentes que participan en el mercado.

El perito sostiene que los operadores satelitales ejercen presión para que los proveedores del STAR que hacen uso de medios cableados reduzcan su precio. No obstante, nuevamente, el perito pasa por alto el hecho de que GTV es un GIE, que cuenta con dos plataformas **“CONFIDENCIAL POR LEY”** carece de incentivos para competir entre sí.

En efecto, los estímulos de GTV para competir a través de **“CONFIDENCIAL POR LEY”** son débiles pues una agresividad competitiva con dicho proveedor implica disminuciones en las ganancias **“CONFIDENCIAL POR LEY”**. Es decir, la agresividad competitiva de **“CONFIDENCIAL POR LEY”**.

En resumen, GTV no cuenta con incentivos para competir agresivamente a través de su servicio **“CONFIDENCIAL POR LEY”** pues ello tendría como consecuencia el detrimento de las ganancias **“CONFIDENCIAL POR LEY”**.

Por último, el perito hace referencia a la existencia de competencia entre proveedores de STAR satelitales y por cable en EUA. Al respecto, este Instituto se percata que dichas condiciones no son extensivas al mercado mexicano toda vez que existen diferencias, entre ellas, el hecho de que en dicho país no existe un oferente de DTH con participación importante en televisión de paga terrestre, además de que los operadores de telefonía fija, han incursionado en el mercado de STAR.

Por lo anterior, esta autoridad concluye que las manifestaciones del perito no desacreditan el uso de márgenes de ganancia como un indicador para evaluar la capacidad de los agentes económicos que participan en un mercado para fijar precios, y tampoco sostienen la afirmación de GTV respecto a que no existe un daño a la competencia y libre concurrencia y que por lo tanto la determinación de PSM es ilegal.

5. Que diga el perito cuál es la metodología seguida para hacer un análisis de la tendencia histórica de precios.

**La metodología usada para el análisis de tendencias de precios históricos en la región fue el siguiente. En primer lugar, se determinó a la oferta más económica del operador con mayor cuota mercado en moneda local a Abril dos mil quince. Una vez identificada esta, se construyó una serie histórica de datos trimestrales en base a fuentes diversas (operadores, reguladores, analistas, publicaciones) para los precios de ese operador (con su plan más económico). Debido a la variedad de información disponible, el período inicial de la serie puede variar por país, aunque la información más reciente era del segundo trimestre del dos mil catorce (o sea siempre cubriendo un año completo). En particular se contó con la información (y las fuentes) del siguiente cuadro.**

**“Cuadro 2. Productos considerados en et análisis de tendencia histórica de precios**

| **País** | **Operador** | **Cuota de Mercado** | **Período analizado** | **Información de precios** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Argentina** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Bolivia** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Brasil** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Chile** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Colombia** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Costa Rica** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Ecuador** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **México** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Paraguay** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Perú** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |
| **Uruguay** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”** |

**Fuente: Compilación “CONFIDENCIAL POR LEY”**

**Para evitar todo tipo de distorsión originada en tipos de cambio a lo largo del período considerado, el análisis se basó en el precio en moneda local a precios actuales (actualizado por la tasa de inflación oficial).**

Las consideraciones respecto a la metodología utilizada por el perito para realizar este análisis son las mismas que se indicaron en los comentarios a la respuesta del perito a la pregunta 1.

6. Que diga el perito por qué hay algunos países donde los precios han estado disminuyendo y otros donde han estado subiendo.

**La tendencia general de la región fue hacia la baja de precios. Los únicos casos donde existió una suba de precios fueron Argentina, Chile, Costa Rica y Paraguay. Cada país requiere una explicación específica:**

* **Argentina:** **el efecto de la suba de precios de TV paga es generado por considerar la tasa de inflación oficial del país (que está siendo cuestionada metodológicamente por numerosos analistas locales e internacionales). De acuerdo al relevamiento de precios, los precios de TV paga en moneda local, subieron a una tasa del 34,27% anual en los últimos dos años (una tasa similar a la inflación estimada por consultoras privadas). En particular, usando los datos estimados por el MIT en conjunto con PriceStats,[[8]](#footnote-8) el índice general de precios de Argentina se encontraba en un valor de 297,63 en marzo de dos mil trece, y ascendió a un nivel de 516,38 en marzo dos mil quince. Estos valores implican una inflación anual promedio del 31,72%. Considerando estos valores de inflación, los precios de TV paga subieron en términos reales entre el dos mil trece y el dos mil quince a una tasa anual del 1,94%.**
* **Costa Rica:** **En un país con aumento de competencia en el servicio de TV paga a partir de la entrada de Claro en el 2012, una mayor demanda por el servicio cuya penetración crece a una tasa del 14% anual[[9]](#footnote-9) y el fuerte crecimiento del PIB per cápita llevaron los precios a la suba (los 3 efectos mencionados, se asocian con mayores precios, en base a los coeficientes de los modelos econométricos estimados para la región). A pesar de lo mencionado, en caso de medir la asequibilidad del servicio, la misma no tuvo mayores modificaciones ya que por un lado los precios nominales (en moneda local) subieron a una tasa del 10,29% anual en los últimos dos años; pero por el otro el PIB aumentó a una tasa del 8,63%[[10]](#footnote-10) (en moneda local).**
* **Chile:** **El aumento de precios de TV paga entre el (sic) 2T14 y el (sic) 2T15 fue del 1,95%. Sin embargo, por otro lado el PIB subió en igual período a una tasa del 1,90%,[[11]](#footnote-11) por lo que la asequibilidad del servicio no tuvo modificaciones significativas.**
* **Paraguay:** **En primer lugar cabe destacar que el país tiene los mismos precios de TV paga en términos reales que en el año 2011. En particular en el (sic) 2T15 los precios de TV paga en términos reales es el mismo que en el (sic) 3T11. En caso de hacer la comparación entre el (sic) 2T15 y el (sic) 2T13, los precios subieron a una tasa anual del 2,63%; pero el PIB aumentó en un porcentaje sustancialmente superior (14,2% en el dos mil trece y a una tasa cercana al 10% en el dos mil catorce). [[12]](#footnote-12)**

**Considerando los motivos expuestos se tiene que en la región la tendencia general de precios en los últimos años fue hacia la baja en términos reales. Por otro lado, aunque se reconoce que existieron casos particulares donde los precios reales subieron marginalmente (como es el caso de Argentina, Costa Rica y Chile), la asequibilidad del servicio en esos países no disminuyó.**

Las manifestaciones del perito describen el comportamiento de determinadas variables en el tiempo para distintos países, excepto México. Tales manifestaciones no refieren como dicho análisis apoya o desacredita el uso de márgenes de ganancia como un indicador para evaluar la capacidad de los agentes económicos que participan en un mercado para fijar precios, o bien como sostienen la afirmación de GTV respecto a que no existe un daño a la competencia y libre concurrencia en México.

7. Que diga el perito, de acuerdo a la tendencia histórica, ¿cuál es la perspectiva futura de la evolución de precios en México?

**Nuestra estimación es que los precios de TV paga (en términos nominales) no se modificaran en el futuro por dos razones. Primero, los precios nominales en México de la TV paga no han tenido modificaciones en los últimos años. Segundo, no hay evidencia que indique que en el futuro se produzcan cambios significativos en las variables que determinan el precio según el modelo econométrico realizado (población y PIB per cápita). La estabilidad de precios, en conjunto con una pequeña suba de los ingresos en la población, logrará que año a año aumente la asequibilidad del servicio. En particular, considerando las estimaciones de crecimiento del FMI,[[13]](#footnote-13) que indican que el PIB per cápita en moneda local y a precios corrientes crezca de 149.279 en el 2015 a 196.593 en el dos mil veinte se tendrá un incremento en la asequibilidad del 31,70% en cinco años (lo que implica una tasa anual de crecimiento del 5,66%).**

Las manifestaciones del perito son imprecisas. En esta respuesta a la pregunta siete, el perito señala que “no hay evidencia que indique que en el futuro se produzcan cambios significativos en las variables que determinan el precio según el modelo econométrico realizado (población y PIB per cápita.” Sin embargo, su modelo econométrico no busca identificar relaciones entre población y otras variables que pudieran afectarla para así concluir que su modelo econométrico le sugiere que no habrá cambios significativos en la población, en este caso. Por el contrario, el modelo que estima busca identificar como un cambio en el tamaño de la población afecta el precio del STAR.

Por otra parte, la respuesta del perito a esta pregunta desestima los resultados de su modelo econométrico. En esta respuesta a la pregunta siete, el perito señala que:

“Nuestra estimación es que los precios de TV paga (en términos nominales) no se modificarán en el futuro por dos razones. Primero, los precios nominales en México de la TV paga no han tenido modificaciones en los últimos años. […]”

Y también afirma que:

“[…] La estabilidad de precios, en conjunto con una pequeña suba de los ingresos de la población, logrará que año a año aumente la asequibilidad del servicio. […]”

Asumiendo que por “asequibilidad del servicio” se refiere a un menor precio, se observa que, conforme al modelo presentado en el análisis de las respuestas a la pregunta cuatro, un incremento en el PIB se traduciría en un incremento en el precio del STAR y no en uno menor, lo que implicaría que el servicio es menos asequible.

Asimismo, la afirmación de que los precios han sido estables no puede evaluarse independientemente de la evolución de la oferta de paquetes y servicios adicionales. Si bien paquetes comparables a lo largo del tiempo tienden a bajar de precio, los paquetes en la realidad no permanecen iguales a lo largo del tiempo, pues tienden a crecer, incorporar nuevos canales, o agregar servicios adicionales.

No obstante, las conclusiones a partir de las estimaciones econométricas son dudosas además porque no se presentan las pruebas que permitan verificar la ausencia de problemas de heterocedasticidad, multicolinealidad, entre otros.

8. Que diga el perito por qué no se sumó las cuotas de mercado de “CONFIDENCIAL POR LEY” y las operaciones de cable propiedad de “CONFIDENCIAL POR LEY”, y cuál es el resultado de haberlo hecho.

**El IHH de TV paga para México es calculado en base a la consideración separada “CONFIDENCIAL POR LEY”, ambos entes con propiedad accionaria “CONFIDENCIAL POR LEY”. Esto fue hecho debido a [sic] tres razones: 1) Ambos negocios son gestionados de manera independiente por lo que no se pueden identificar beneficios relacionados con una presunta integración; 2) Tal como lo considera “CONFIDENCIAL POR LEY”, la dominancia está en parte determinada por productos homogéneos, y estructura de costos similares para servicios en competencia; estas dos condiciones no pueden ser aplicadas al caso de “CONFIDENCIAL POR LEY”; 3) La estructura accionaria difiere entre ambos negocios, asignando tanto “CONFIDENCIAL POR LEY” (en el caso satelital) como al mercado público de valores “CONFIDENCIAL POR LEY” cierto control estratégico, guiado por diferentes objetivos y prioridades, y 4) los precios de “CONFIDENCIAL POR LEY” se fijan a nivel nacional y no pueden ser modificados en los municipios donde operan los proveedores de TV por cable.**

**Igualmente, en caso que hubiesen sido consideradas como un único operador, el índice IHH de México pasaría “CONFIDENCIAL POR LEY”. Este cambio haría aún más significativo el efecto del IHH en menores precios, ya que en el modelo econométrico estaría ahora asociando el mercado con menores precios de la región, con un menor índice de competencia un IHH más alto.**

El perito señala que en el análisis mediante el cual pretende encontrar una relación entre precios y concentración del mercado considera a **“CONFIDENCIAL POR LEY”** por separado para calcular las participaciones de mercado. No obstante, las estimaciones de participaciones de mercado que realice el perito debieran considerar a otros operadores de cable que también formaran parte de GTV.

Respecto al inciso 1) debe precisarse que aun cuando las empresas a que se refiere fueran gestionadas en parte de manera separada, esto no implica que no formen parte del mismo GIE. Los elementos considerados para concluir que forman parte del mismo GIE son presentados por la AI en el Anexo II. Estas consideraciones también desvirtúan lo señalado por el perito en el inciso 3), pues de haber existido un “control estratégico” distinto entre ambas empresas, entonces no se hubiera concluido que forman parte del mismo GIE.

Respecto al inciso 2) debe observarse que estos criterios no forman parte de lo establecido en la jurisprudencia que permite determinar un GIE, por lo que no se justifica estimar las participaciones de mercado de SKY y Cablevisión por separado.

Respecto al inciso 4) debe observarse que **“CONFIDENCIAL POR LEY”** forman parte de un mismo GIE. Dicha determinación jurídica está sujeta a la identificación de elementos de carácter económico-jurídico dentro de las empresas que conforman el supuesto grupo. Entre los elementos centrales a considerar para determinar la un GIE se encuentran la existencia de intereses comerciales y financieros afines, así como la coordinación de actividades. En ese sentido, resulta contradictorio concebir que dos empresas pertenecientes al mismo GIE puedan sostener una competencia agresiva tal que pudieran verse afectados los intereses de alguna de ellas y en consecuencia el propio GIE.

El perito es impreciso en sus afirmaciones. Según su dicho, y con base en los resultados de su modelo econométrico, una mayor índice de concentración, el cual representaría un “menor índice de competencia”, resultaría en menores precios.

Sin embargo, al observar los resultados de los Cuadros 13 y 14 replicados en el análisis de las respuestas a la pregunta cuatro, se observa que dos de doce resultados arrojan una relación negativa entre el índice de concentración y los precios. Adicionalmente, conforme a la simbología que reporta, tal parece que dichos resultados no son estadísticamente significativos.

En todo caso, considerando que la mayoría de sus modelos arrojan una relación positiva entre índice de concentración y precios,[[14]](#footnote-14) cabría esperar que un incremento en el índice de concentración se tradujera en mayores precios del STAR.

En estas manifestaciones el perito no indica como estas consideraciones desacreditan el uso de márgenes de ganancia como un indicador para evaluar la capacidad de los agentes económicos que participan en un mercado para fijar precios, y tampoco indica como contribuye a sostener la afirmación de GTV respecto a que no existe un agente con PSM.

9. Que diga el perito si existen otros países de América Latina donde el operador de cable también tiene participación en un operador satelital.

* **En la región existen diversos casos donde un operador oferta al mismo tiempo TV cable y TV satelital; o de un grupo empresarial que tiene participación en ambos mercados:**
* **En Ecuador el operador “CONFIDENCIAL POR LEY” ofrece TV cable en la región de “CONFIDENCIAL POR LEY”, desde su entrada en el mercado en el 2008, a través de la licencia que adquirió en ese momento. Luego, y con el objetivo de expandir la oferta del servicio a nivel nacional, en dos mil trece “CONFIDENCIAL POR LEY” obtuvo la licencia para ampliar la oferta mediante DTH.[[15]](#footnote-15) De este modo, desde dicho año ofrece el servicio de TV paga bajo ambas modalidades.**
* **En Perú, “CONFIDENCIAL POR LEY” ofrece el servicio de TV cable y TV DTH, bajo la marca “CONFIDENCIAL POR LEY”. El servicio de TV DTH se lanzó posteriormente al de cable, y apuntó al segmento de la población con menores ingresos ya que ofrece la posibilidad de comprar el servicio de modo prepago (por día/semana). Ambos tipos de servicios se venden bajo la marca “CONFIDENCIAL POR LEY”. Actualmente el servicio por DTH tiene cobertura nacional (el de cable sólo en las principales ciudades), y se ofertan a precios similares, aunque el de DTH ofrece por un precio similar un menor número de canales.**
* **En Chile, “CONFIDENCIAL POR LEY” ofrece tanto el servicio de TV paga por DTH como por IPTV. El servicio de DTH tiene cobertura nacional, mientras que el servicio de IPTV sólo se encuentra por el momento disponible en la capital del país (Santiago de Chile). El servicio de IPTV, tiene un costo superior que el de DTH, pero ofrece mayor cantidad de canales “CONFIDENCIAL POR LEY”.**
* **El “CONFIDENCIAL POR LEY” es accionista del “CONFIDENCIAL POR LEY” [[16]](#footnote-16) el principal oferente de TV satelital en el país con una participación del “CONFIDENCIAL POR LEY” del mercado. Por otro lado, “CONFIDENCIAL POR LEY” también tiene una participación minoritaria en “CONFIDENCIAL POR LEY” que es oferente de TV Cable y de TV por DTH bajo la marca de “CONFIDENCIAL POR LEY”. [[17]](#footnote-17) Esta última empresa, a través de la consolidación aprobada por la Agencia Nacional de Telecomunicaciones a “CONFIDENCIAL POR LEY”, asocio sus operaciones en Brasil que incluían a “CONFIDENCIAL POR LEY”. Con la asociación Net es el responsable de los contratos de programación y del desarrollo de productos de “CONFIDENCIAL POR LEY”. Así también se encargará de las ventas de DTH, con excepción de las áreas donde “CONFIDENCIAL POR LEY” no opera. [[18]](#footnote-18)**

De lo anterior, este Instituto observa que ninguna de las manifestaciones ofrecidas por perito desacreditan el uso de márgenes de ganancia como un indicador para evaluar la capacidad de los agentes económicos que participan en un mercado para fijar precios, y tampoco indica como contribuyen a sostener la afirmación de GTV respecto a que no existe un agente con Poder Sustancia de Mercado.

10. Que diga el perito cuáles son las razones por las que no existe una relación directa entre el nivel de concentración del mercado y los precios de TV paga.

**La falta de relación se debe a que si hay pérdidas de beneficios al consumidor debido a la concentración de mercado, estas son ampliamente compensadas por el aumento de eficiencia y las economías de escala de los grandes operadores.**

Como ya se señaló en la valoración de la respuesta al a pregunta 8 de esta pericial, el análisis mediante el cual el perito busca encontrar una relación entre precios y concentración del mercado considera a **“CONFIDENCIAL POR LEY”** como agentes económicos independientes para calcular las participaciones de mercado, debiendo haber considerado a GTV como un solo competidor en los mercados relevantes.

Por otra parte, el perito se refiere a una situación general o hipotética sobre cómo podría existir una ausencia de relación entre precio y concentración. Concluye que eso es posible por la existencia de eficiencias derivadas del tamaño.

Sin embargo, la existencia de eficiencias derivadas de una mayor concentración (economías de escala, alcance, entre otras) no implica la ausencia de PSM. Por el contrario, la teoría económica establece que cuando un mercado es un monopolio natural, lo más eficiente es que exista una solo empresa productora, la cual necesariamente tendrá PSM de no ser regulada.

Se reitera que el objeto del DP no ha sido evaluar los efectos de la concentración o de una conducta en particular de GTV, sino evaluar las condiciones de competencia y la posible existencia de agentes con PSM.

**11. Que diga el perito si ha encontrado una situación similar (ausencia de relación directa) en otras industrias.**

**En la industria de telefonía móvil, si bien existe una relación entre el nivel de competencia y los precios del servicio, esta se comporta de manera no linear. De acuerdo al análisis de los precios de telefonía móvil para América Latina del gráfico 1, los precios disminuyen cuando la concentración avanza de un índice IHH de 1.000 a uno de 4.000. A partir de ese momento, a mayor concentración, los precios comienzan a subir. De acuerdo a este análisis, existe un punto de competencia óptimo determinado por el número de operadores en un mercado (estimado a tres). En caso de existir muy poca competencia, los precios son elevados por los altos costos fijos de cada operador.**

Gráfico 1. Relación entre IHH e ingreso del minuto de voz para operadores de telefonía móvil en América Latina



**Fuente: Análisis de Telecom Advisory Services en base a datos de la GSMA y del Bank of América.**

**En otras industrias como la de la cerveza se tiene que un cambio en el nivel de concentración de mercado, no tiene impacto en precios (Ashenfelter, Hosken y Weinber, dos mil trece) [[19]](#footnote-19) ya que el aumento en precios esperado por la mayor concentración** **de mercado se compensa con la ganancia en eficiencia de las empresas, que luego se traduce a precios más reducidos, generada por las economías de escala.**

El perito, a partir de estas referencias, pretende ilustrar que no existe una relación entre precio e índices de concentración y que cuando esta relación es positiva se asocia con altos niveles de concentración del mercado.

Las manifestaciones del perito se refieren a que, en mercados en general, existe la posibilidad de que precios e índices de concentración se relacionen de forma positiva o negativa determinado por las eficiencias. Si bien se reconoce que tal posibilidad existe en mercados en general, no se comenta al respecto pues se refiere simplemente a una posibilidad teórica apoyada en observaciones de otros sectores.

Se reitera que la existencia de eficiencias derivadas de una mayor concentración (economías de escala, alcance, entre otras) no implica la ausencia de PSM.

12. Que diga el perito cómo se manifiestan las economías de escala en la determinación de precios.

**Estudios pioneros en el tema (Noam, 1985)[[20]](#footnote-20) encontraban que las economías de escala en el mercado de TV por cable son marginales en relación al número de hogares pasados (aunque existen), y donde priman esas economías de escala es en los costos de producción. Esto sugiere que las ventajas de economía de escala no se derivan principalmente por la red de distribución, sino más bien por la capacidad de empaquetar y vender sus servicios de manera más eficaz a los posibles suscriptores.**

**Otro efecto estudiado que contribuye a explicar las economías de escala de TV paga es el hecho de que operadores más grandes tienen un mayor poder de negociación con proveedores de insumos con respecto de sus precios (Chipty, 1995).[[21]](#footnote-21)**

Las conclusiones del perito a partir de su cita son imprecisas porque las economías de escala no resultan del hecho de que la longitud de la red de un operador de cable se extienda sobre una gran cantidad de hogares, sino del hecho de que aumente el número de suscriptores en un área dada (mayor densidad de subscriptores). Esta conclusión es consistente con la definición de economías de escala, conforme a la cual los costos promedio de producción se reducen conforme el nivel de producción se incrementa.[[22]](#footnote-22)

En todo caso, el hecho de que las economías de escala se estimen marginales implicaría que no compensarían las pérdidas de beneficios al consumidor debido a la concentración de mercado, según manifiesta en su respuesta a la pregunta diez, por lo que tales pérdidas debieran ser compensadas, conforme a su dicho, por la existencia de eficiencia. Sin embargo, se reitera que la existencia de eficiencias derivadas de una mayor concentración no implica la ausencia de PSM.

13. Que diga el perito si a mayor dimensión del mercado, en términos de población, los precios tienden a disminuir.

**El modelo econométrico identifica como una de las principales variables explicativas del precio de TV cable el nivel de población. En particular, por cada millón de habitantes adicionales existe una disminución en el precio del servicio de entre “CONFIDENCIAL POR LEY” generada por las economías de escala. Un resultado similar es encontrado para la telefonía móvil.**

Como se señaló anteriormente, el perito no presenta en este peritaje el modelo econométrico al que se refiere.

Considerando los cuadros presentados en el análisis de las respuestas a la pregunta cuatro, se observa que el perito efectúa diversas regresiones considerando algunos precios del STAR como variable dependiente y, entre otras variables independientes, el tamaño de la población. No obstante, esta especificación no permite concluir, como lo hace el perito, que existen economías de escala, las cuales se deben estimar en un modelo que represente la función de costos de producción de una empresa. Conforme a la teoría económica, la función de costos de una empresa es una función de capital y trabajo, entre otros posibles insumos,

Por lo anterior, la conclusión del perito respecto a que de sus estimaciones es posible sugerir algún grado de economías de escala no se sostiene con la información que proporciona.

14. Que diga el perito si existe un riesgo para el bienestar de los consumidores mexicanos por tener una industria de TV paga tan concentrada

**En primer lugar, a través de lo que indica el índice IHH de México, se encuentra en un puesto intermedio de nivel de competencia a nivel regional (décimo entre 15 países) como puede verse en el siguiente cuadro.**

**Cuadro 3. América Latina. Estructura de Mercado de TV Paga**

| **País** | **IHH** |
| --- | --- |
| **Argentina** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Bolivia** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Brasil** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Chile** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Colombia** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Costa Rica** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Ecuador** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **El Salvador** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Guatemala** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Honduras** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **México** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Panamá** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Paraguay** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Perú** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |
| **Uruguay** | **“CONFIDENCIAL POR LEY”**  |

**De este modo, en primer lugar se indica que no se coincide con la afirmación de que México tenga un mercado de TV paga tan concentrado. Por otro lado, los resultados del análisis realizado muestran que a mayor índice IHH, menores precios, por lo que el bienestar de los consumidores mejoraría.**

Los índices de concentración estimados por el perito consideran las participaciones de mercado de **“CONFIDENCIAL POR LEY”** por separado, además de que no considera otras cableras que pertenecen a GTV. Las razones de por qué tal cálculo es inadecuado se presentaron anteriormente.

Adicionalmente, se señala que es posible que existan eficiencias derivadas de una mayor concentración en los mercados. Por ejemplo, se puede argumentar que es más eficiente que existan tres oferentes a que existan cinco oferentes y concluir que las eficiencias de tener tres competidores compensan por la pérdida de competencia respecto a tener cinco competidores. Sin embargo, se reitera que una mayor concentración tiende a general PSM aun cuando al mismo tiempo se generen eficiencias productivas. En resumen, la cuestión de si una mayor concentración de los mercados es eficiente no implica la ausencia de un agente con PSM.

Por otra parte, debe notarse que, según el mismo autor, el nivel de concentración de la industria estimado para México lo ubica en la categoría de “Industrias Concentradas”.[[23]](#footnote-23) Lo anterior, en referencia a sus dichos en la opinión titulada “Dinámica de Precios, Estructura de Mercado y el Desarrollo de la Televisión Paga en América Latina”,[[24]](#footnote-24) donde presenta la siguiente tabla que ubica a México en la categoría de industrias concentradas.

**Cuadro 12. TV Paga América latina. Niveles de Concentración**

| **Niveles de Concentración** | **Países** |
| --- | --- |
| 0 – 1.000 (Industrias Competitivas) | Uruguay |
| 1.000 – 1.799 (Industrias moderadamente concentradas) | Bolivia |
| 1.800 – 3.999 (Industrias Concentradas) | Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú |
| Mayor o igual a 4.000(extremadamente concentrado) | El Salvador |

Fuente: Análisis Telecom Advisory Services

Esta conclusión es equivalente a la contenida en el Dictamen Preliminar en cuanto a que:[[25]](#footnote-25)

“Niveles del IH por debajo de los 2,000 puntos y del ID por debajo de los 2,500 puntos, se asocian a estructuras de mercado en las que no se considera que el nivel de concentración represente riesgos al proceso de competencia”.

También debe observarse que el hecho de que la mayoría de países analizados coincidan en un rango de índices de concentración calculados a nivel nacional, no implica la ausencia de PSM en mercados relevantes individuales.

15. Que diga el perito si considera que hay un riesgo que se produzca un fallo de mercado.

**Un fallo de mercado se define como situaciones donde mercados no asignan recursos de manera eficiente. Existen diferentes tipos de fallo de mercado como inestabilidad de ciclos económicos, competencia imperfecta, externalidades y distribución desigual de la renta. En este caso, evaluamos la posibilidad de riesgo en una suba de precios del servicio lo que llevaría a una disminución de la asequibilidad para poblaciones económicamente desfavorecidas. En nuestro entender, y en parte debido a las respuestas a las preguntas 10, 13, y 14, consideramos que el riesgo es mínimo. Existe suficiente intensidad competitiva en el mercado para prevenir la aparición de un fallo.**

El perito considera que existe un riesgo mínimo de fallas de mercado y aumento de precios pues consideran que existe suficiente intensidad competitiva en el mercado para prevenir la aparición de un fallo.

Lo anterior es una afirmación genérica y sin fundamento, pues a nivel internacional se reconoce que los mercados de telecomunicaciones requieren regulación precisamente porque existen fallos de mercado derivados de los costos fijos y hundidos, costos de cambia de clientes (switching costs), activos específicos, monopolios naturales, insumos esenciales, economías de escala y alcance, entre otros. [[26]](#footnote-26)

Respecto a que dicho riesgo es mínimo conforme a lo que él expresa en sus respuestas 10, 13 y 14, ya se ha señalado las inconsistencias en tales manifestaciones, las cuales no presentan elementos útiles para el análisis de competencia.

16. Que diga el perito cuáles son las implicancias de la manera como la Comisión Europea define poder significativo de mercado para el contexto de la industria de TV paga en México.

**La Comisión Europea define poder significativo de mercado de acuerdo a 12 condiciones. Para responder a esta pregunta se citan cada una de ellas y se presenta la evidencia que sustenta la existencia o no de la condición.**

* **Mercado maduro: La TV paga en México es un mercado con potencial de crecimiento. En particular se estima un crecimiento en los últimos años por encima del 12%.[[27]](#footnote-27) Por tal motivo el mercado aún no puede considerarse maduro.**
* **Estancamiento o crecimiento moderado de parte de la demanda: de acuerdo al punto anterior, no hay estancamiento en la demanda por el servicio.**
* **Baja elasticidad de la demanda: La introducción de un producto económico por parte de “CONFIDENCIAL POR LEY” mostró, que la demanda es aún sensible a un cambio de precios. Con la introducción del nuevo plan económico, aumentó sustancialmente el nivel de subscripciones a la TV paga. Por ende, no hay baja elasticidad en la demanda.**
* **Producto homogéneo: En México, existe una diferencia sustancial en la cantidad de canales que ofrece cada operador, desde “CONFIDENCIAL POR LEY”. Así también, existe competencia y diferencias en los canales que oferta cada operador.[[28]](#footnote-28) Por ende no hay producto homogéneo.**
* **Estructura de costos similares: Como se mencionó y justificó en la respuesta doce, existen economías de escala en la producción que generan diversos precios finales para los consumidores. Como, aunque no grandes, existen diferencias en el tamaño de las empresas del sector las mismas tendrán diferentes costos finales por las economías de escala. Así también las diferencias en costos se generan, dado que no producen productos homogéneos, ya que se ofertan diferentes números de canales y diferentes canales, como se mencionó en el ítem previo.**
* **Cuotas de mercado diferenciadas: Existen en México diversos operadores con cuotas de mercado diferenciadas “CONFIDENCIAL POR LEY”.**
* **Altas barreras a la entrada: La entrada de “CONFIDENCIAL POR LEY” en el negocio (dos mil ocho), mostró que existe la posibilidad de que nuevos operadores se sumen al negocio. Por tal motivo, aunque existen barreras a la entrada, las mismas no son lo suficientemente altas para que nuevas empresas se sumen al mercado,**
* **Falta de competencia potencial: La entrada de “CONFIDENCIAL POR LEY”, nuevamente, muestra que existe la posibilidad de que nuevos operadores se sumen al negocio.**
* **Falta, o espacio reducido para competencia de precios: La entrada de “CONFIDENCIAL POR LEY” mostró, con un plan económico, que puede forzar la competencia por precios. “CONFIDENCIAL POR LEY”, también lanzó un pían económico a través de “CONFIDENCIAL POR LEY” como respuesta.[[29]](#footnote-29)**
* **Falta de innovación tecnológica o madurez tecnológica del mercado: Como las telecomunicaciones en general, la TV paga es un mercado que da lugar a innovaciones, por ejemplo mejoras en la red de cable para ofertas con mayores velocidades para el servicio de banda ancha que se vende empaquetado como puede verse en el siguiente gráfico:**

****

**Fuente: Akamai**

**Por otro lado se observa que el mercado está tendiendo hacía la [sic] paquetización como puede verse por ejemplo con las nuevas ofertas de “CONFIDENCIAL POR LEY” de un producto trío agregando los servicios de voz, internet y TV paga. Para poder lanzar estos nuevos servicios, “CONFIDENCIAL POR LEY” está realizando innovaciones tecnológicas incrementando su red de fibra óptica.[[30]](#footnote-30)**

**Así también, en el país se está expandiendo la red “CONFIDENCIAL POR LEY” como puede verse en el caso de “CONFIDENCIAL POR LEY”, que en Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas. Con esta tecnología, permite la oferta del producto de Internet con velocidades de hasta 300 Mbps.[[31]](#footnote-31)**

* **Ausencia de exceso de capacidad: Si bien es difícil estimar la capacidad disponible, el aumento de capacidad de redes de cable mediante la introducción de “CONFIDENCIAL POR LEY”, y el aumento de capacidad satelital podría incrementar la capacidad del sistema.**
* **Diversos tipos de vínculos informales o de otra naturaleza entre las empresas afectadas: En este caso, podría existen algunos vínculos “CONFIDENCIAL POR LEY”, aunque no entre los otros participantes de la industria.**

El perito presenta un conjunto de elementos que, de acuerdo con su dicho, son considerados por la Comisión Europea para determinar la existencia de poder significativo de mercado, y efectúa una breve descripción de lo que considera características del mercado en México. Sin embargo, el perito no elabora un argumento a partir del cual se apoye o desvirtúe el análisis y/o las conclusiones a las que llega la AI en el DP.

17. Que diga el perito la razón de su dicho.

Los dichos se basan en la investigación realizada y presentada oportunamente.

## **B) PREGUNTAS ADICIONALES AL DICTAMEN PERICIAL A CARGO DE “CONFIDENCIAL POR LEY”.**

Del análisis de estas preguntas adicionales se observa que ninguna de ellas contribuye a acreditar la existencia de daño a la competencia, ni que los servicios en México son “más asequibles” en relación con el resto de América Latina.

Más aún, este análisis es irrelevante para efectos de la determinación de la existencia de un agente económico con PMS.

1. Con relación a la pregunta y respuesta 1 del dictamen pericial: "Que diga el perito cuál es la metodología usada que permite comparar los precios de la TV paga en México con los otros países de América Latina"

a) ¿Por qué no considera necesario diferenciar entre proveedores nacionales (televisión satelital) y locales/regionales (operadores de cable)?

“CONFIDENCIAL POR LEY”

Las dos únicas excepciones donde el operador es estrictamente regional “CONFIDENCIAL POR LEY”.

Aun si se reemplazan los operadores de “CONFIDENCIAL POR LEY” el operador nacional que ofrece el plan más económico, el cuadro 1 del dictamen pericial no cambia en absoluto (ver cuadro siguiente).

“CONFIDENCIAL POR LEY”

De acuerdo al cuadro i.a.2, si se modifica el cuadro 1 del dictamen pericial incluyendo los planes nacionales más económicos para “CONFIDENCIAL POR LEY”.

Respecto a la metodología propuesta por el perito se observa que ésta no considera efectuar ajustes por calidad o número de canales de los paquetes considerados para la comparación. Esto llevaría a comparar paquetes muy diferentes que varían en el número de canales desde ochenta y seis (Honduras) hasta veinticuatro (México),[[32]](#footnote-32) lo que resultaría incorrecto pues paquetes con una cantidad relativamente mayor de canales no necesariamente podría ser percibido por los consumidores como comparables.

b) Precise a qué se refiere cuando sostiene que " [...] tanto los servicios por DTH como TV por cable [...] desde el punto de vista del consumidor, ambos son homogéneos".

El adjetivo homogéneo hace referencia a aquello poseedor de caracteres iguales, exhibiendo en el caso químico una composición y estructura uniformes. Por ejemplo: "Esta sustancia es homogénea: no puedo distinguir ningún componente a simple vista". En términos económicos, un bien homogéneo representa un producto indiferenciado por sus cualidades de origen de fabricación. En el caso de la televisión paga, tanto el servicio satelital como el de televisión por cable distribuyen contenidos de video relativamente similares a partir de interfaces de acceso equivalentes.

El perito utiliza de manera inadecuada el término “homogéneo” para calificar el STAR a través de DTH y cable. Resulta evidente para esta autoridad que, conforme a la teoría económica los servicios prestados por el STAR a través de cualquier tecnología no son homogéneos, toda vez que las características de cada uno de los paquetes que comercializa cada STAR son distintas: en número de canales, tipo de canales, etcétera.

Cabe señalar que, adicionalmente, el perito contradice manifestaciones previas. En su respuesta a la pregunta ocho del Dictamen Pericial, el perito afirma que calcula los índices de concentración considerando por separado a **“CONFIDENCIAL POR LEY”**, ya que, conforme a lo señalado por la Comisión Europea, la dominancia está determinada en parte por productos homogéneos y estructuras de costos similares, condiciones que no se cumplen en estos casos.

No obstante, sus manifestaciones actuales sugieren que, desde su perspectiva, los servicios STAR a través de DTH y cable son homogéneos, siendo que los productos no eran homogéneos conforme a su dicho anterior.

c) Si el análisis de los precios de las ofertas del servicio del STAR debe efectuarse sobre paquetes comparables (en términos de precio, número de canales, acceso a contenido Premium/exclusivo, calidad de la señal, etc.) justifique su respuesta.

Efectivamente, el análisis comparado de ofertas debe hacerse siempre entre bienes similares. Por ello, la metodología consistió en el relevamiento comparado del precio del servicio básico de TV paga, el cual no varía entre países (ver cuadro siguiente).[[33]](#footnote-33)

[Imagen]

Del análisis comparado de ofertas del servicio básico más económico por país “CONFIDENCIAL POR LEY”. Más allá de este conjunto común de canales, cada operador ofrece en su paquete básico ciertos canales específicos, canales nacionales y/o regionales y canales propios del operador. En síntesis, la homogeneidad de ofertas básicas permite realizar un análisis comparado de precios.

Por otro lado, el análisis comparado de productos Premium/exclusivo (lo que incluye más allá del número de canales, la visualización en alta definición, el acceso a canales adicionales de películas o para visualizar contenido deportivo) muestra una variabilidad extrema lo que limita la validez de un relevamiento comparado de precios (ver cuadro siguiente).

[imagen]

La variabilidad se da en primer lugar en la cantidad de canales y/o servicios Premium que ofrece cada operador, como así también la forma de venta de los mismos. Por ejemplo, en algunos casos se permite la venta de canales a la carta (principalmente los canales deportivos o de contenido adulto) y por otro lado empaquetado como en los casos de los relacionados “CONFIDENCIAL POR LEY”.

Como el objeto del análisis es comparar productos similares, se optó por considerar el servicio básico de TV paga.

Adicionalmente, no se dispone de información alguna sobre la calidad de la señal por operador. Esta estadística no es compilada por ninguna autoridad regulatoria o analista de la región.

En principio, cualquier conclusión sobre las condiciones de competencia en México a partir de comparaciones con otros países, es relativa a las condiciones de competencia en los países analizados, pues en algunos de esos países podrían no existir condiciones de competencia efectiva.

Cabe señalar que el perito consciente que el análisis comparado debe efectuarse siempre entre bienes similares. No obstante, los criterios que utiliza para efectuar sus comparativos con inconsistentes.

Al analizar los paquetes básicos se observa que el número mínimo de canales que ofrece un proveedor de STAR es de cuarenta y siete y el máximo de ochenta y siete. Al analizar los paquetes “Premium" el perito no presenta los totales del Cuadro i.c.1; al calcularlos se observa que el número mínimo de canales Premium es cinco y el máximo treinta y cuatro. Es decir, al analizar los paquetes básicos el perito consideró que una diferencia de treinta canales no era suficiente para considerar inapropiado el análisis, pero una diferencia de veintinueve canales en servicios Premium sí fue suficiente para que afirmara que la validez de un análisis de esta información sería limitada. En todo caso, el perito no indica cuál fue el criterio utilizado para decidir comparar únicamente paquetes básicos.

d) Mencione (sic) por qué su análisis no incluye otros países: por ejemplo, miembros de la OCDE como EUA, Noruega, Canadá, Corea, Francia, Reino Unido, Alemania?

El propósito del relevamiento de precios era de realizar un análisis comparado de mercados similares en términos de demanda (por ejemplo, distribución de ingreso en la medida de que esto permite comparar índices de asequibilidad) y oferta (en términos de estructuras de mercado). A pesar de que México pertenece a la OCDE, su perfil macroeconómico se asemeja más a los países de América Latina. De todas maneras, de los países analizados, Chile pertenece a la OCDE y Colombia está en proceso de incorporación.

El perito refiere la existencia de un “perfil macroeconómico” que permite señalar que los mercados comparados son similares en términos de demanda y oferta, sin embargo no presenta la evidencia que sostenga su dicho.

ii) En relación con la pregunta y respuesta dos del dictamen pericial: "¿Que diga el perito que si bien se compara el precio de Dish MVS con los otros de América Latina, este operador ofrece el plan más económico del mercado, que resultado se obtiene si se consideran los planes de los otros operadores como Televisa, o los operadores de cable?".

a) Si los precios del abono más económicos presentados en el Cuadro 1 corresponden a proveedores nacionales o locales/regionales

El siguiente cuadro responde a la pregunta:[[34]](#footnote-34)

“CONFIDENCIAL POR LEY”

Esta información no combate argumento o conclusión alguna del DP, ni tampoco contribuye a sustentar alguna de las manifestaciones del propio perito o de GTV.

a.1) En los casos en que sean locales/regionales, señale si considera que este hecho no debilita el análisis debido a que, al ser local, puede que este abono no sea asequible para el resto del país en cuestión.

El concepto de asequibilidad se refiere al precio. Probablemente el IFT quiera referir al concepto de "accesibilidad". Considerando esto, si se modifica el cuadro 1 del dictamen pericial para incluir solo operadores nacionales, la conclusión de la respuesta sigue siendo válida. Es más, la posición de México mejora aún más (ver cuadro siguiente). [[35]](#footnote-35)

“CONFIDENCIAL POR LEY”.

Como se ha señalado con anterioridad, respecto a la metodología propuesta por el perito se observa que esta no considera efectuar ajustes por calidad o número de canales de los paquetes considerados para la comparación. Esto llevaría a comparar paquetes muy diferentes que varían en el número de canales desde noventa y uno (Brasil) hasta veinticuatro (México), [[36]](#footnote-36) lo que resultaría incorrecto pues paquetes con una cantidad relativamente mayor de canales no necesariamente podría ser percibido por los consumidores como comparables.

En relación con las respuestas del perito a la pregunta dos, cabe recalcar que éste pretende ilustrar que el paquete de menor precio en México resulta ser también el de menor precio si se compara con paquetes de otros países. Más aún, el perito sugiere que, incluso si en lugar de considerar el paquete de menor precio en México se considerara, para efectuar el comparativo, el paquete de menor precio de las empresas de GTV, estos resultarían ser los segundos de menor precio entre el conjunto de países analizados.

Los cálculos efectuados por el perito no controlan por calidad o número de canales de los paquetes, lo que sugiere que las comparaciones no necesariamente se realizan entre servicios comparables.

De hecho, del mismo Cuadro 1 que el perito presenta en su respuesta a la pregunta 2, el perito pasa por alto que entre los operadores con mayor participación de mercado, **“CONFIDENCIAL POR LEY”** es el que ofrece menos canales, lo que una vez más sugiere la necesidad de controlar por la calidad y tamaño de los paquetes que se comparan.

iii) En relación con la pregunta y respuesta tres del dictamen pericial: "Que diga el perito cual es la ventaja de analizar la asequibilidad de las ofertas de TV paga en relación a los quintiles de ingreso".

a) ¿Qué implicancias tiene en términos de competencia el conocer que hogares pueden comprar o no un determinado servicio?

El nivel de competencia de un mercado no es un objetivo en sí mismo, sino un medio para generar beneficios a los consumidores finales. Como se menciona al final de la respuesta tres, la ventaja (o implicancia) de estudiar la evolución de precios y su asequibilidad radica en poder determinar hasta qué punto el servicio de TV paga puede ser adquirido por la población más desfavorecida económicamente. La mayor parte de los análisis de asequibilidad de servicios digitales (tales como aquellos realizados por la Comisión Internacional de Banda Ancha) se enfocan en el análisis de la posibilidad de adquisición del servicio por parte de la población más vulnerable.

Adicionalmente, numerosas autoridades de defensa de competencia consideran que el análisis de poder de mercado debe enfocarse en variables como precio (y por lo tanto asequibilidad) para determinar si consumidores (sobre todo aquellos más desfavorecidos) están obligados a pagar precios supracompetitivos.

Si bien es cierto que la asequibilidad es una característica deseable de la oferta del servicio STAR pues permite que familias de bajos ingresos puedan contratar el servicio, también es cierto que la asequibilidad no implica que el mercado sea competitivo.

Es decir, los precios del servicio pueden ser o parecer más bajos en un país que en otro como resultado de economías de escala o de alcance, regulación y régimen fiscal, o porque se comparan paquetes con pocos canales, baja calidad de los paquetes o del servicio, o por el hecho de que los operadores de STAR en algunos países obtienen los canales más populares a costo cero a causa de la regulación de must carry/must offer, mientras que en otros países se paga por dichos canales.

b) ¿Cuáles son las diferencias si considera que existen, entre los servicios de menor costo (los de mayor asequibilidad) y aquellos menos asequibles (aquellos relacionados con contenido Premium)? justifique su respuesta.

El análisis se enfocó principalmente en el acceso básico por las razones mencionadas en la respuesta i.c.

El perito no responde a la pregunta que se le formula.

iv) En referencia a la pregunta y respuesta cuatro del dictamen pericial: "¿Que diga el perito porque se considera que los precios de TV paga en México son tan bajos?".

a) Si los operadores satelitales del STAR tienen la misma diversificación de ofertas en precios, cantidad de canales, acceso a contenidos Premium y exclusivos; o si sólo compiten en algunos "tipos" de paquetes de canales.

Los operadores de televisión paga en América Latina compiten en una variedad de dimensiones: número de canales, canales Premium, funcionalidad adicional (número de televisores y precio). El cuadro siguiente presenta todas las ofertas de los operadores de DTH por país a la fecha.[[37]](#footnote-37)

“CONFIDENCIAL POR LEY”.

El perito reconoce que los operadores de televisión de paga compiten en diversas dimensiones, sin embargo, esto no es considerado cuando efectúa sus comparativos de precios de paquetes entre países. Debido a que existen diferencias entre canales, sus comparativos pudieron haber realizado un ajuste que permitiera efectuar comparaciones entre elementos similares.

b) Si considera que el caso de EUA es comparable al mexicano en términos de penetración del STAR, número de competidores, diversificación de ofertas, precios.

“CONFIDENCIAL POR LEY”

El mercado estadounidense muestra, como es de esperar para un país desarrollado, una adopción de servicio de TV paga más alta que la mexicana “CONFIDENCIAL POR LEY”. Aun así, al considerar los avances significativos del mercado mexicano en el último quinquenio, se puede observar que la diferencia entre ambos países tiende a reducirse “CONFIDENCIAL POR LEY”.

Nótese que, a partir de los datos que el perito proporciona, el cálculo del IHH, sumando las participaciones de mercado **“CONFIDENCIAL POR LEY”** es decir, un mercado mucho más concentrado del considerado por el perito. **“CONFIDENCIAL POR LEY”**.

Es decir, no podría afirmarse que las estructuras del mercado STAR en México y EUA son comparables.

En lo que hace a precios del plan básico más económico ajustado por paridad de poder adquisitivo, el mercado mexicano ofrece un servicio a un abono “CONFIDENCIAL POR LEY”.

El comparativo presentado por el perito es probablemente inadecuado, pues no presenta datos que ajusten por la calidad y cantidad de los servicios, particularmente, por el número de canales.

Finalmente, en lo que se refiere a diversificación de ofertas, el número de planes (excepto en el caso de Comcast) es comparable. Los operadores DTH ofrecen“CONFIDENCIAL POR LEY”.

El perito describe algunos elementos que no permiten concluir respecto a las condiciones de competencia en uno u otro mercado. La información de mayor relevancia para el análisis comparativo de competencia es la que se relaciona con los índices de concentración, proporcionada por el mismo perito.

c) Indique las participaciones de mercado de cada uno de los proveedores de televisión directa al hogar en el mercado del STAR en EUA (Considere distintos niveles de agregación de la información: nacional, regional, estatal, etc.).

Estadísticas públicas de analistas y de la autoridad regulatoria consideran sólo las cuotas de mercado a nivel nacional (ver cuadro siguiente).[[38]](#footnote-38)

“CONFIDENCIAL POR LEY”

Esta información no sostiene argumento alguno del perito o GTV, ni tampoco combate argumento o conclusión alguna contenida en el DP.

d) Indique si los proveedores de servicios DTH en EUA también cuentan con redes cableadas para la provisión de sus servicios. De ser el caso, indique sus participaciones de mercado por separado para distintos niveles de agregación (nacional, regional, estatal, etc.)

La fusión entre DirecTV y ATT es exactamente una integración de servicios DTH y distribución de contenidos vía la red terrestre de fibra óptica. Si bien la transacción todavía no ha sido autorizada, todos los analistas coinciden en señalar que la FCC aprobará la fusión con algunas concesiones a ser hechas en el negocio de video streaming.

“CONFIDENCIAL POR LEY”. Todavía no está claramente estipulado que tipo de integración y sinergias se efectuaran como resultado de la transacción.

Se infiere que no existen proveedores de servicios DTH en EUA que también cuenten con redes cableadas para la provisión de sus servicios.

El perito cita un caso que aún no ha sido aprobado por las autoridades correspondientes, el cual de aprobarse llevaría a un agente con 29.79 (veintinueve punto setenta y nueve) del mercado.

Lo anterior ilustra que, una de las principales diferencias entre el STAR en los mercados de México y de EUA, es la existencia de un operador que concentra un operador de DTH y una red terrestre de cable. En contraste, en EUA no existe un arreglo similar.

v) Respecto a la pregunta y respuesta cinco "Que diga el perito cual es la metodología seguida para hacer un análisis de la tendencia histórica de precios" y seis "que diga el perito porque hay algunos países donde los precios han estado disminuyendo y otros donde han estado subiendo", ambas del dictamen pericial.

a) ¿Qué ofertas fueron consideradas en términos de canales, precios y acceso a contenidos Premium y/o exclusivo?

Dada la justificación presentada en la respuesta i.c. el análisis se basó en productos homogéneos correspondiente al servicio básico. Si bien la información de productos Premium fue analizada para el operador con mayor cuota de mercado, al advertir la heterogeneidad de planes se decidió concentrar el análisis solamente en los productos básicos.

No es claro el criterio utilizado por el perito para determinar que ciertos paquetes eran “homogéneos”. Como se señaló anteriormente, la diferencia entre el proveedor con el mínimo número de señales en paquetes básicos y el de más señales, era mayor que en la diferencia en el caso de paquetes Premium.

Respecto a los comparativos efectuados, cabe reiterar que estos resultan inadecuados toda vez que no controlan por calidad de los paquetes o número de canales.

vi) En relación a la pregunta y respuesta cuatro "Que diga el perito porque se considera que los precios de TV paga en México son tan bajos" y siete "Que diga el perito, de acuerdo a la tendencia histórica cual es la perspectiva futura de la evolución de precios en México?" Ambas del dictamen pericial.

a) Presente y detalle el modelo econométrico al que se hace referencia (especificación, datos, tipo de regresión, pruebas realizadas (variables omitidas, simultaneidad, efectos fijos-aleatorios, etc.). Mencione, adicionalmente, si dicho análisis se sustenta en algún modelo de competencia.

Se construyeron primero “CONFIDENCIAL POR LEY” de regresión multivariada, donde se agregan al índice IHH, las variables de control de adopción de TV paga “CONFIDENCIAL POR LEY”, y la población. Los modelos fueron corridos para datos de países de América Latina “CONFIDENCIAL POR LEY” Latina”[[39]](#footnote-39).

**“CONFIDENCIAL POR LEY”.**

El análisis de los resultados obtenidos por el perito se presenta en el análisis de sus respuestas a la pregunta cuatro del dictamen pericial.

vii) Respecto a la pregunta y respuesta ocho "Que diga el perito porque no se sumó las cuotas de mercado de SKY y las operaciones de cable propiedad de Televisa, y cuál es el resultado de haberlo hecho".

a) Si conforme a la teoría económica, en un mercado donde una empresa tiene una participación de mercado relativamente alta y ante la presencia de otras condiciones (p. ej. existencia de barreras a la entrada), el mercado se aproxima al modelo teórico de monopolio. Justifique su respuesta.

La teoría económica establece que la estructura de los mercados debe ser analizada en función de dos parámetros: concentración y diferenciación de producto. De acuerdo a ello, se pueden determinar seis tipos de organización de una industria, yendo de la competencia perfecta a la de una industria donde "el ganador toma todo” (ver figura siguiente).

[Imagen]

Los mercados de competencia perfecta se basan en la presencia de muchas firmas, cada una de ellas produciendo un porcentaje reducido de la producción (output) total. Al mismo tiempo, la demanda está fragmentada compuesta por muchos compradores sin poder de monopsonio. El producto es indiferenciado, no existen barreras de entrada o salida, la información sobre precios y producto es perfecta, y las externalidades del consumo (tales como efectos de red) no existen.

Los mercados de competencia monopólica también están fragmentados por el lado de la oferta y la demanda. No hay diferenciación de precios entre productos pero si existe una diferenciación de productos en términos de funcionalidad, marca, ubicación, y tipo de atención al usuario final. Si bien existen pocas barreras de entrada, ciertas firmas pueden comportarse como monopolios en ciertos segmentos del mercado, manteniendo a otros competidores afuera del segmento mediante una diferenciación de producto.

Los mercados de tipo oligopólico, pueden estructurarse de dos maneras de acuerdo al nivel de diferenciación de producto. Si los productos son sustitutos cercanos y altamente sensibles al precio, estamos frente a un mercado oligopólico homogéneo. Las barreras de entrada están determinadas por economías de escala, aunque las firmas que participan en este mercado son interdependientes. La estrategia de una firma (como, por ejemplo, la reducción de precios o el lanzamiento de un producto determinado) afecta las condiciones del mercado y empuja a una respuesta por parte de las otras firmas. Los mercados oligopólicos diferenciados tienen características similares al homogéneo, aunque los productos no son idénticos, lo que fragmenta la competencia por segmentos.

Existe una diferencia sustancial entre los mercados oligopólicos y los monopólicos. En el caso del monopolio natural, las economías de escala son tan persistente que una sola firma puede servir al mercado a menores costos unitarios que dos o más. En los mercados donde “el ganador toma todo” las economías por el lado de la demanda (como los efectos de red) resultan en barreras estructurales a la entrada. Los bucles de retroalimentación de los efectos de red perpetúan la dominancia de ciertas firmas, incrementando las barreras a la entrada.

La diferencia en dinámica competitiva entre los mercados oligopólicos y los monopólicos es sustancial y por lo tanto es incorrecto hablar de que un mercado como el de la TV paga “se aproxima al monopolio”. En los mercados oligopólicos las firmas pueden generar demanda en base a innovación de producto, actividades de mercadeo (en segmentación y distribución), y la clave es mantener una distancia relativa entre productos para diferenciarse. Los mercados monopólicos tienden a desincentivar la innovación, y las firmas están protegidas por altas barreras de entrada. El servicio de TV paga no tiene estas características. Si esto fuera así, “CONFIDENCIAL POR LEY” no hubiera podido entrar al mercado mexicano con una propuesta de valor diferenciada y los consumidores estarían limitados en sus opciones. Al mismo tiempo, las diferentes cuotas de mercado de los operadores participantes en este mercado limitan los incentivos a la coordinación.

El perito refiere, de manera imprecisa, algunos modelos típicos de la teoría económica que buscan explicar la forma en que interactúan las empresas en los mercados. La principal manifestación del perito en relación con la pregunta que se le plantea señala que:

“[…] Los mercados monopólicos tienden a desincentivar la innovación, y las firmas están protegidas por altas barreras de entrada. El servicio de TV de paga no tiene estas características. Si esto hubiera sido así, **“CONFIDENCIAL POR LEY”** no hubiera podido entrar al mercado mexicano con una propuesta de valor diferenciada y los consumidores estarían limitados en sus opciones. […]”

El perito sugiere que no hay barreras a la entrada para proveer STAR, toda vez que una empresa logró entrar al mercado. No obstante, el perito omite considerar que la entrada misma de competidores no sugiere la ausencia de barreras a la entrada o que estas sean bajas.

La entrada de un participante al mercado sucede debido a que encuentra que dicha actividad resulta rentable. Incluso si un nuevo participante logra entrar al mercado pese a la existencia de barreras estructurales, debe evaluarse la posibilidad de que no existan barreras estratégicas que limiten su crecimiento.

Se señala que el perito no responde explícitamente a la pregunta que se le formula (diga si en un mercado donde una empresa tiene una participación de mercado relativamente alta y ante la presencia de otras condiciones (p. ej. existencia de barreras a la entrada), el mercado se aproxima al modelo teórico de monopolio). Además, las conclusiones a las que llega son incorrectas, pues no presenta evidencia de que no existan barreras a la entrada o estas no sean significativamente altas, tanto que impidan la entrada. Como se comentó, la entrada de un competidor no indica que no existan barreras a la entrada o estas sean mínimas.

b) Si conforme a la teoría económica, ante la existencia de un monopolio (máxima concentración de mercado) puede esperarse una reducción en los precios.

Es obvio que ante la existencia de un monopolio, la firma tiende aumentar precios más allá del costo marginal, con lo que se producen perdidas en el bienestar de los consumidores. En el caso de la TV paga mexicana no se trata de un mercado monopólico.

El perito reconoce, en consistencia con la teoría económica, que ante la existencia de un monopolio cabe esperar precios altos que afectan a los consumidores. Por el contrario, el perito afirma sin sustento que el mercado de STAR en México no es “monopólico”. Sin embargo, los elementos que presenta a lo largo de su Dictamen Pericial y en sus respuestas a estas preguntas adicionales no son suficientes para sostener esta conclusión.

viii) Respecto a la pregunta y respuesta nueve del dictamen pericial "Que diga el perito si existen otros países de América Latina donde el operador de cable también tiene participación en un operador satelital"

a) Si en los países citados también se consideraron de forma separada los operadores por cable y satelital en el cálculo de los índices IHH. Además, en su caso, mencionar si las autoridades de competencia de dichos países los han calculado de forma análoga.

En los países citados donde existe participación en DTH del operador de cable “CONFIDENCIAL POR LEY” los IHH fueron calculados de la siguiente manera:

• Brasil: se calculó IHH de manera agregada para NET en satélite y cable porque es una sola empresa y ambos productos son ofrecidos a través de un mismo canal de venta, y una misma marca. Adicionalmente, el regulador ANATEL calcula la participación de mercado de manera agregada.

Por otra parte, si bien, “CONFIDENCIAL POR LEY”.

• Ecuador: en este caso, Claro ofrece servicio satelital o de cable en función de la cobertura de la red terrestre. El servicio se vende a partir de una misma marca en un canal integrado. Asimismo, el regulador calcula la participación de mercado de manera agregada. Por lo tanto, el IHH se calculó para Claro de manera integrada.

• Perú: esta situación es similar a la de “CONFIDENCIAL POR LEY”, aunque en este caso el operador integrado es “CONFIDENCIAL POR LEY”. Para ello, se usan los datos de Dataxis que cuenta usuarios de manera integrada dado que el regulador no publica datos de abonados de TV paga.

• “CONFIDENCIAL POR LEY” ofrece servicio por diferentes tecnologías pero ambas son ofrecidas bajo la misma marca y en canal único. El regulador calcula la participación de mercado de manera integrada. Nuestro análisis siguió la misma metodología.

Como puede observarse, en los cuatro países analizados, ambas tecnologías pueden ser consideradas como componentes de un paquete de plataformas sustitutas. La situación mexicana es diferente: las marcas donde Televisa tiene una participación financiera se mantienen diferenciadas, y los canales son independientes, más allá del hecho de que las decisiones de gestión y estrategia son realizadas de manera autónoma entre ambas empresas. Es por ello que las cuotas de mercado no fueron sumadas para calcular el índice de concentración.

Los cálculos de los índices de concentración para operadores con DTH y cable terrestre en Latinoamérica se llevan a cabo integrando las participaciones de una misma compañía en ambas plataformas, en los ejemplos presentados por el perito.

En los casos que el perito señala que la autoridad consideró participaciones de mercado de operadores con presencia en DTH y cable de manera conjunta, el perito afirma que esto se dio porque, comercialmente, los agentes hacen uso de la misma marca.

Sin embargo, el perito afirma que en el caso de GTV se trata de un caso excepcional, pues las compañías “se mantienen diferenciadas”, “son independientes” y “las decisiones de gestión y estrategia son realizadas de manera autónoma”. Sin embargo, el perito no presenta evidencia o argumentación en apoyo de dicha independencia o autonomía.

ix) En relación a la pregunta y respuesta diez del dictamen pericial: "Que diga el perito cuales son las razones por la que no existe una relación directa entre el nivel de concentración del mercado y los precios de TV pago"

a) ¿Qué tipo de pérdidas de beneficios al consumidor se pueden dar debido a la concentración del mercado?

Esta pregunta no refleja las complejidades de la dinámica de relación entre estructura del mercado y beneficios al consumidor. En situaciones de competencia perfecta y monopolio, la respuesta a esta pregunta es clara (asumiendo por supuesto que las firmas tiendan a maximizar su renta y que posean una visión clara de las condiciones futuras de demanda y costos).

Por otra parte, las dinámicas de beneficios al consumidor bajo condiciones de oligopolio responden a una multiplicidad de factores y dinámicas de comportamiento de firmas bajo condiciones de interdependencia. Por ejemplo, existen estudios que documentan situaciones donde una estructura oligopólica resulta en una guerra de precios generando beneficios significativos a consumidores. La industria celular del “CONFIDENCIAL POR LEY” muestra también efectos benéficos derivados de una guerra de precios entre operadores.

En este sentido, la relación entre concentración de mercado y beneficios al consumidor no es linear (sic) ni determinística. En el trabajo inicial que sirvió de base al dictamen y en respuestas a las preguntas del desahogo se mostraron ejemplos de industrias que, a pesar de mostrar altos índices de concentración (telecomunicaciones móviles, cerveza) generan beneficios a los consumidores en términos de precios e innovación.

Las manifestaciones del perito a esta pregunta refieren a sus respuestas a las preguntas diez a trece de su dictamen pericial.

b) ¿Cómo el modelo econométrico que refiere en sus respuestas a las preguntas cuatro y siete captura el aumento en eficiencia y las economías de escala?

El modelo econométrico contiene una variable independiente que es la población de un país. Su coeficiente es negativo y significativo. Esto implica que a mayor población de un país, los precios son más bajos. Este resultado permite inferir que en un país más grande existen economías de escala en la TV por subscripción, lo que conlleva una reducción de precios.

El modelo econométrico no considera variables relacionadas con el nivel de eficiencia, pese a que investigación reciente apunta a resultados de esta naturaleza en grandes firmas. Esto ya fue citado en el trabajo que sirvió de base al dictamen pericial.

El perito sostiene que, conforme a sus estimaciones, las economías de escala están capturadas por el tamaño de la población. No obstante, la estimación de las economías de escala no se deriva de un modelo que relaciona precios e índices de concentración, sino de uno que estima las funciones de costos de la empresa.

x) En referencia a la pregunta y respuesta doce del dictamen pericial: "Que diga el perito como se manifiestan las economías de escala en la determinación de precios”.

a) Conforme a la teoría económica, si en el caso en que existe un "operador grande" que también es "grande" en la provisión de insumos (contenidos), se podrían generar incentivos para acciones anticompetitivas, como desplazar competidores, negar o retrasar acceso a insumos, aumentar precios a competidores, subir precios (para usuarios finales y en publicidad), entre otros.

La teoría económica plantea que la integración vertical de un oligopolio puede generar acciones anticompetitivas. Sin embargo, en contextos de oligopolio bilateral, donde existe más de un proveedor de insumos (por ejemplo, programas de televisión) y más de un comprador de los mismos (por ejemplo, distribuidores de contenido como operadores de TV por cable o por DTH), la practica muestra que no es tan fácil para el oligopolio integrado evadir las condiciones de competencia en precios. Otros oligopolios compradores pueden forzar a aquel que está integrado a competir con los otros productores de insumos, forzándolo a reducir precios para seguir manteniendo una posición competitiva. Alternativamente, un oligopolio comprador puede amenazar con integrarse verticalmente hacia atrás para producir sus insumos si el proveedor no reduce sus precios. Obviamente, esta amenaza es solamente creíble si el comprador tiene suficientes economías de escala para posicionarse como proveedor alternativo de insumos. Con esta salvedad, se puede concluir que, en la práctica, operadores grandes que también son grandes proveedores de insumos pueden no necesariamente tener poder suficiente para responder a maniobras orientadas a mantener una disciplina de precios por parte de oligopolios rivales.

El perito argumenta que es difícil que un proveedor de insumos verticalmente integrado pueda llevar a cabo prácticas de desplazamiento anticompetitivo, pues “no es tan fácil para el oligopolio integrado evadir las condiciones de competencia”. Refiere que los competidores incluyen otros oligopolios compradores que pueden alcanzar economías de escala para entrar al mercado de la provisión del insumo.

En todo caso, estas manifestaciones no contribuyen a sostener o demeritar alguna afirmación del perito o GTV, y tampoco combaten argumentos o conclusiones del DP.

xi) Respecto a la pregunta y respuesta catorce del dictamen pericial: "Que diga el perito si existe un riesgo para el bienestar de los consumidores mexicanos por tener una industria de TV paga tan concentrada".

a) En relación con la clasificación que en la “CONFIDENCIAL POR LEY”.

En efecto, si se considerara a “CONFIDENCIAL POR LEY” como un solo operador (lo que es erróneo por lo expresado en “CONFIDENCIAL POR LEY”. Lo importante a indicar es que si este fuese el resultado, las conclusiones del dictamen pericial se verían reafirmadas aún más. Una mayor concentración estaría generando los precios más bajos del continente.

La respuesta del perito a esta pregunta contradice sus manifestaciones en la respuesta a la pregunta once del dictamen pericial donde señala que, cuando el IHH rebasa las cuatro mil unidades, la mayor concentración se traduce en mayores precios.

Cabe señalar que, para la estimación de economías de escala que presenta el perito en su respuesta a la pregunta once, efectúa una regresión entre precios y concentración de mercado. El término “economías de escala” refiere a una característica de las funciones de costos de las empresas, en la que incrementos en la producción se traducen en menores costos promedio. Así, incluso si existieran economías de escala para una empresa o un conjunto de ellas, eso no indica que necesariamente exista mayor concentración de mercado.

b) Diga si, en la tercera conclusión presentada en la “CONFIDENCIAL POR LEY”.

Desafortunadamente, el IFT no cita la totalidad de la conclusión de la página cinco: "En estos modelos, si bien el nivel de competencia tiene signo positivo (es decir, cuanto más alto es el índice IHH de concentración de los mercados, más altos son los precios), esta relación no es estadísticamente significativa. Esto implica que la competencia puede incidir marginalmente en el nivel de precios, aunque el efecto es estadísticamente nulo en todos modelos de regresiones realizados. En otras palabras, el hecho de que el mercado de TV paga sea concentrado no implica necesariamente que el bienestar de los consumidores sea afectado negativamente."

Es de señalarse que el perito predice, a partir de estos modelos, que los precios no serán afectados por el IHH aun con niveles altos de concentración. Sin embargo, el perito no aclara si esa conclusión se cumple para situaciones de monopolio o cercanas a monopolio. En este caso, es razonable afirmar que para niveles altos o cercanos a monopolio, es inevitable que los precios no salgan afectados.

b.1) Mencione si la afirmación anterior contradice o no a la presentada en la respuesta a la pregunta catorce dice: "[…] los resultados del análisis realizado muestran que a mayor IHH, menores precios por lo que el bienestar de los consumidores mejoraría".

El análisis mono-causal de “CONFIDENCIAL POR LEY”.

Más abajo, el análisis de regresión multivariada de la sección “CONFIDENCIAL POR LEY”.

En síntesis, como las citas completan lo indican, no existe contradicción alguna.

El perito es impreciso en sus afirmaciones. Según su dicho, y con base en los resultados de su modelo econométrico, una mayor índice de concentración, el cual representaría un “menor índice de competencia”, resultaría en menores precios.

Sin embargo se observa que dos de doce resultados presentados por el perito arrojan una relación negativa entre el índice de concentración y los precios. Adicionalmente, conforme a la simbología que reporta, tal parece que dichos resultados no son estadísticamente significativos.

En todo caso, considerando que la mayoría de sus modelos arrojan una relación positiva entre índice de concentración y precios,[[40]](#footnote-40) cabría esperar que un incremento en el índice de concentración se tradujera en mayores precios del STAR.

1. Ver Cuadro 1 en la Respuesta a la pregunta dos de este peritaje. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ver Cofetel. *Documento de referencia a la consulta pública para la licitación de frecuencias para televisión abierta*, Cofetel, 2011. Nov, 9, 2011. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ver Goolsbee, A. y Petrin, A. (2001). *The consumer goins from Direct Broadcast Satellites and the competition*

*with cable televisión. National Bureau of Economic Research Working paper* 8317. [↑](#footnote-ref-3)
4. Foja 93099. [↑](#footnote-ref-4)
5. Información contenida en el cuadro “*vi.a.1. Modelos de regresión de precios respecto de competencia, adopción de TV paga y población*” contenido en las respuestas a las preguntas formuladas por el IFT al dictamen pericial del doctor **“CONFIDENCIAL POR LEY”** mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. Folios 95278. [↑](#footnote-ref-5)
6. Cuadro “*vi.a.1. Modelos de regresión de precios respecto de competencia, adopción de TV paga y población*” contenido en las respuestas a las preguntas formuladas por el IFT al dictamen pericial del doctor **“CONFIDENCIAL POR LEY”** mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. Folios 95278. [↑](#footnote-ref-6)
7. Cuadro “*vi.a.2. Modelos de regresión de precios respecto de competencia, PIB y población*” contenido en las respuestas a las preguntas formuladas por el IFT al dictamen pericial del doctor **“CONFIDENCIAL POR LEY”** mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. Folios 95280. [↑](#footnote-ref-7)
8. Información disponible en http://www.inflacionverdadera.com/ [↑](#footnote-ref-8)
9. Fuente: http://mercadotecnia.portada-online.com/2014/08/15/la-tv-de-paga-crece~18-6-en-costa~rica/ [↑](#footnote-ref-9)
10. Fuente: Banco Central de Costa Rica, disponible en: http://indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Cuadros/frmVerCatCuadro.aspx?id¡oma=l&CodCuadro=%2070 [↑](#footnote-ref-10)
11. Información disponible en: http://www.emol.com/noticias/economia/2015/03/18/7G8508/economia-chilena- crecio-19-en~2014-su-peor-desempeno-en-cinco-anos.html [↑](#footnote-ref-11)
12. Información disponible en: http://www.abc.com.py/edicion impresa/econornia/pib-crecio-58-en-el-cuarto- trimestre-1343258.html [↑](#footnote-ref-12)
13. Información disponible en: http://www.imf.org/externa!/pubs/ft/weo/2015/01/weodata/weorept.aspx?pr.x=79&pr.y=7&sy=2015&ey=2020& scsm=l&ssd=l&sort=country&ds=.&br=l&c=273&s=NGDPPC&grp=Q&a= [↑](#footnote-ref-13)
14. Cabe destacar que este no es un criterio técnicamente adecuado para seleccionar entre modelos econométricos. [↑](#footnote-ref-14)
15. **“CONFIDENCIAL POR LEY”** [↑](#footnote-ref-15)
16. [↑](#footnote-ref-16)
17. ***“CONFIDENCIAL POR LEY”*** [↑](#footnote-ref-17)
18. [↑](#footnote-ref-18)
19. Disponible en:

https://www.ftc.gov/sites/default/frles/documents/public\_events/Federal%20Trade%20Commission%20Microeco

nomics%20Conference/weinberg.pdf [↑](#footnote-ref-19)
20. Disponible en: http://www.citi.columbia.edu/elinoam/articles/EconomiesofScaleCableTV.pdf [↑](#footnote-ref-20)
21. Chipty, T. (1995). "Horizontal Integration for bargaining power: evidence from the cable TV industry",*Journal of Economics and Management Strategy* volume 4, issue 2, pp. 375-397. [↑](#footnote-ref-21)
22. Ver, por ejemplo, Carlton, D. y Perloff, J. (2000), Modern Industrial Organization, Addison-Wesley, 3ª, edición, p. 35. [↑](#footnote-ref-22)
23. Folio 93096. [↑](#footnote-ref-23)
24. Fojas 93076 a 93135. [↑](#footnote-ref-24)
25. foja 146 del DP. [↑](#footnote-ref-25)
26. “*World Bank, Telecommunications Regulation Handbook*.” 2011. Página 37. Disponible en: http://www.infodev.org/infodev-files/resource/InfodevDocuments\_1057.pdf [↑](#footnote-ref-26)
27. Fuentes: http://www.lamac.org/mexico/prensa/segun-lamac-la-tv-paga-de-mexico-cierra-ei-2014-con-49-8-por-ciento-de-penetracion-produ/

http://eleconomista.com.mx/industria-giobal/2013/09/12/aumentan-16-usuarios-mexicanos-tv-paga [↑](#footnote-ref-27)
28. http://ruedadelafortuna.com.mx/2010/04/05/dish-vs-SKY-ahora-lanzan-ve-tv/ [↑](#footnote-ref-28)
29. http://ruedadelafortuna.com.mx/2010/04/05/dish-vs-SKY-ahora-lanzan-ve-tv/ [↑](#footnote-ref-29)
30. Página 19 del resumen del balance disponible en

http://i2.esmas.com/documents/2014/05/09/3242/descripcion-del-negocio.pdf [↑](#footnote-ref-30)
31. http://www.teIesemana.com/blog/2014/03/31/cablevision-de-monterrey-actualizara-su-red-a-docsis-3-0/ [↑](#footnote-ref-31)
32. ***“CONFIDENCIAL POR LEY”*** [↑](#footnote-ref-32)
33. Ver Cuadro i.c.1 en respuesta a las preguntas formuladas por el IFT con relación del dictamen pericial del doctor ***“CONFIDENCIAL POR LEY”*** mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. [↑](#footnote-ref-33)
34. Ver Cuadro ii.a.1 en respuesta a las preguntas formuladas por el IFT con relación del dictamen pericial del doctor **“CONFIDENCIAL POR LEY”** mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. [↑](#footnote-ref-34)
35. Ver Cuadro ii.a.2 “*Cuadro 1 modificado del Dictamen Pericial considerando solo operadores nacionales: Precio del abono más económico de TV paga (Abril 2015)*” en respuesta a las preguntas formuladas por el IFT con relación del dictamen pericial del doctor ***“*CONFIDENCIAL POR LEY”**mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. [↑](#footnote-ref-35)
36. Ver Cuadro 1 y i.a.2 en respuesta a las preguntas formuladas por el IFT con relación del dictamen pericial del doctor ***“*CONFIDENCIAL POR LEY”** mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. [↑](#footnote-ref-36)
37. ***“CONFIDENCIAL POR LEY”***. [↑](#footnote-ref-37)
38. Ver Cuadro iv.c.1 “*Estados Unidos: participación del mercado de TV restringida*” en respuesta a las preguntas formuladas por el IFT con relación del dictamen pericial del doctor **“CONFIDENCIAL POR LEY”** mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil quince. [↑](#footnote-ref-38)
39. Fojas 93076 a 93135. [↑](#footnote-ref-39)
40. Cabe destacar que este no es un criterio técnicamente adecuado para seleccionar entre modelos econométricos. [↑](#footnote-ref-40)